

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SANAL TOPLULUKLARDA SİGARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN
NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADINLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem MERCİMEK

**MART- 2021
GÜMÜŞHANE**



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SANAL TOPLULUKLARDA SİGARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN
NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADINLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem MERCİMEK

**MART- 2021
GÜMÜŞHANE**



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SANAL TOPLULUKLARDA SİĞARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN
NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADINLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem MERCİMEK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mehmet Salih GÜRAN

**MART- 2021
GÜMÜŞHANE**

BİLDİRİM

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “Sanal Topluluklarda Sigara Bırakma Mücadelesinin Netnografik İncelenmesi: Kadınarkulubu.com Örneği” isimli bu çalışmanın tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve alıntı yaptığım tüm çalışmaların kaynakçada yer aldığını taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

10/ 03/ 2021

.....

Gizem MERCİMEK

ÖNSÖZ

İlk olarak bu tezin yazılmasında büyük emeği olan, tezimi yazmam konusunda beni cesaretlendirip, destek olan, son ana kadar bana olan güvenini ve anlayışını eksik etmeyen sadece bu çalışma için değil, Gümüşhane Üniversitesi'nde okumaya başladığım ilk andan beri bana yol gösteren, fikirleriyle beni aydınlatan, ilgisini ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Hocam Doç. Dr. Mehmet Salih GÜRAN'a sonsuz teşekkürler ederim.

Doğduğum andan bugüne kadar hayatımın her anında yanımda olan yaşadığımız her zorluğa birlikte göğüs gerdiğim babama ve rahmetli annemin aziz hatırasına teşekkürü bir borç bilirim.

Gümüşhane-2021
Gizem MERCİMEK

ÖZET

MERCİMEK, Gizem. Sanal Topluluklarda Sigara Bırakma Mücadelesinin Netnografik İncelenmesi: KadınlarKulubu.com Örneği, Yüksek Lisans Tezi, 2021, (XIX+147)

Sanal topluluklar bilgisayar aracılı iletişim etrafında şekillenen, bireylerin ilgi duydukları çeşitli konuları tartışabildikleri, paylaşabildikleri ve aynı zamanda sosyal destek alışverişlerinin sanal ortamda sağlandığı sosyal ağlardır. Günümüzde bu sanal topluluklar, her bireyin katılım göstererek kendilerini ifade edebilmelerinde oldukça önemlidir. Bu araştırma sanal bir topluluk olan kadınlarKulubu.com üzerinden kadın üyelerin sigara bırakmayan yönelik sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini netnografik yöntemle gözlemlemiştir. Araştırma öncelikle araştırmacı tarafından yaklaşık iki ay boyunca katılımsız bir şekilde gözlenmiş ve 01.12.2019-01.01.2020 tarihleri arasında da sanal topluluğa üye olunarak incelenmiştir. Araştırmanın verileri NVivo 10 programında araştırmacı tarafından kodlanmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre topluluk üyeleri birbirlerinden sosyal desteği talep etmenin yanında sosyal destek de sağlamaktadırlar. Bu sosyal destek alışverişi iki boyutta incelenmiştir. İlki üyelerin birbirleri ile olan bilgi edinme ve bilgi sağlamaya yönelik olan bilgi içerikli mesajları oluştururken, ikinci olarak da üyelerin birbirlerinden edindiği ve sağladığı teşvik ve motivasyon içerikli mesajları oluşturmaktadır. Üyelerin bilgi içerikli mesajları; bilgi arayışları, sigara ile tanışma geçmişleri, sigara bırakma sürecindeki güncel durumları, sigara bırakma durumları, sigara bırakma hikayeleri tavsiye verme olarak sınıflandırılmıştır. Üyelerin topluluk içerisinde birbirlerinden edindikleri ve birbirlerine sağladıkları sosyal destek alışverişinin bir diğer boyutu da teşvik ve motivasyon boyutunu kapsamaktadır. Bu boyutta özellikle üyeler; doğrudan destek talepleri, cesaretlendirici mesajlar, rahatlatma mesajları, kontrol etmektir. Bir diğer teşvik ve meditasyon ise korkutma olarak gözlenmiştir. Son olarak diğer boyutlardan bağımsız olarak birbirlerine başarı dilekleri, başarının kutlanması ve teşekkür mesajları oluşturmaktadır.

Araştırma üyelerin, topluluk içerisinde sosyal destek talebinde bulunma ve sosyal desteği sağlamada oldukça istekli oldukları gözlenmiştir. Bu bilgi, teşvik ve motivasyon desteğini içtenlikle birbirleriyle paylaşmaktadırlar. Topluluk içerisinde uzman bir kimsenin olmadığı ve sosyal desteğin yalnızca topluluk üyeleri tarafından gerçekleştiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Netnografi, Sanal Topluluklar, Sigara Bırakma, Sosyal Destek, Sosyal Forum

ABSTRACT

MERCİMEK, Gizem. A Netnographic Analysis of the Struggle to Quit Smoking in Online Communities: The Case of Kadınarkulubu.com, Master Thesis, 2021, (XIX+147)

Online communities are social networks that are shaped around computer-mediated communication, where individuals can discuss and share various topics of interest, and at the same time, social support exchanges are provided in a online environment. Today, these online communities are very important for every individual to express themselves by participating. This research has observed, using a netnographic method, the social support exchanges of women members for quitting smoking through a online community, Kadınarkulubu.com. The research was first observed by the researcher unattended for about two months and was examined by becoming a member of the online community between 01.12.2019-01.01.2020. The research data were coded by the researcher in NVivo 10 program.

According to the findings of the research, community members not only demand social support from each other but also provide social support. This social support exchange has been examined in twodimensions. While the first one creates informational messages for the members to obtain and provide information with each other, the second is the encouragement and motivational messages that the members receive and provide from each other. Informative messages of the members; seeking information, history of meeting with smoking, current status in the smoking cessation process, smoking cessation situations, smoking cessation stories were classified as giving advice. Another dimension of the social support exchange that members gain from each other and provide each other within the community includes the dimension of encouragement and motivation. In this dimension, especially members; direct support requests, messages of encouragement, messages of comfort, to check. Meditation has been observed as intimidation. Finally, regardless of other dimensions, it creates wishes for success, celebration of success and thank you messages for each other.

It was observed that the research members were quite willing to request and provide social support in the community. They sincerely share this information, encouragement and motivational support with each other. It has been determined that there is no expert in the community and that social support is provided only by community members.

Keywords: Netnography, Online Communities, Social Support, Social Forum, Smoking Cessation

İÇİNDEKİLER

DIŞ KAPAK

İÇ KAPAK

KABUL VE ONAY	III
BİLDİRİM	IV
ÖNSÖZ.....	V
ÖZET.....	VI
ABSTRACT	VIII
İÇİNDEKİLER	X
TABLolar LİSTESİ.....	XVII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XVIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YENİ BİR TOPLULUK BİÇİMİ OLARAK SANAL TOPLULUKLAR	6-70
1.1. Topluluk Kavramı	6
1.1.1. Topluluk-Toplum Ayrımı	8
1.2. Sanal Topluluk Kavramı.....	9
1.3. Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıklar	18
1.4. Sanal Toplulukların Gelişimi	19
1.5. Sanal Toplulukların Unsur ve Özellikleri.....	24
1.5.1 Amaç.....	25
1.5.2. Kimlik.....	26
1.5.3. İtibar.....	26
1.5.4. Yönetim	27
1.5.5. İletişim	27
1.5.6. Gruplar.....	27

1.5.7. Çevre.....	28
1.5.8. Sınırlar	28
1.5.9. Güven.....	28
1.5.10. Alışveriş.....	28
1.5.11. Anlatım	29
1.5.12. Tarih.....	29
1.6. Sanal Toplulukların Önemi ve İşlevleri	32
1.6.1. İşlevsel İhtiyacı Karşılama	34
1.6.2. Sosyal İhtiyacı Karşılama	34
1.6.3. Psikolojik İhtiyacı Karşılama	34
1.6.4. Hedonik İhtiyacı Karşılama.....	35
1.6.5. Maddi İhtiyacı Karşılama İşlevi	35
1.7. Sanal Toplulukların Kapsamı	38
1.7.1. E-Posta Grupları	40
1.7.2. Haber Grupları.....	41
1.7.3. Forum Siteleri	42
1.7.4. Bloglar	43
1.7.5. Sosyal Ağ Siteleri	44
1.7.5.1. Facebook.....	44
1.7.5.2. LinkedIn	44
1.7.6. İçerik Paylaşım Siteleri.....	45
1.7.6.1. YouTube	45
1.7.6.2. Instagram.....	45
1.7.7. Mikrobloglar	46
1.7.7.1. Twitter.....	46
1.7.8. Sanal Dünyalar	47
1.8. Sanal Toplulukların Sınıflandırılması	48
1.8.1. Üyelerin Katılım Amacına Göre Sanal Topluluklar.....	49
1.8.2. Kullanılan İletişim Teknolojisine Göre Sanal Topluluklar	49
1.8.3. Üyelerinin Özelliklerine Göre Sanal Topluluklar.....	51
1.9. Sanal Topluluklarda Üye Katılımı.....	54
1.9.1. Sanal Topluluklarda Aktif ve Pasif Katılım	55

1.10. Sanal Topluluklarda Üyelerin Katılım Motivasyonlarını Etkileyen Faktörler...	56
1.11. Sanal Topluluklarda Üye Etkileşimi	58
1.12. Sanal Topluluk Üyelerinin Sınıflandırılması.....	60
1.13. Sanal Topluluk İletişim Biçimi	64
1.14. Sanal Topluluk İletişim Biçimi ve Geleneksel Topluluk İletişim Biçimi Arasındaki Farklılıklar	66

İKİNCİ BÖLÜM

2. SANAL TOPLULUKLARDA SOSYAL DESTEK VE NETNOGRAFİ.....67-87

2.1. Sosyal Destek Kavramı	67
2.2. Sanal Destek Toplulukları	69
2.3. Sanal Destek Topluluklarının Avantajları ve Dezavantajları.....	72
2.3. Netnografi.....	74
2.3.1 Netnografi Araştırmalarının Uygulama Süreci.....	77
2.3.1.1. Giriş ve Araştırmanın Planlanması	77
2.3.1.2 Verilerin Toplanması ve Analizi.....	79
2.3.1.3. Güvenilir Yorumlama	80
2.3.1.4. Araştırma Etiğinin Sağlanması	81
2.3.1 5. Üye Kontrolleri	83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SANAL TOPLULUKLARDA SİGARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADINLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....84-118

3.1. Araştırmanın Konusu.....	84
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	84
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	85
3.4. Araştırmanın Yöntemi	85
3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	86
3.6. Veri Toplama Aracı.....	87

3.7. Verilerin Analizi.....	87
3.8. Geçerlilik ve Güvenilirlik.....	87
3.9. Araştırmanın Bulguları.....	88
3.9.1. Sanal Topluluk Üye Tipleri	88
3.9.1.1 Tiryakiler.....	88
3.9.1.2. Bahaneciler	89
3.9.1.3. Keyifçiler	89
3.9.1.4. Aile Üyeleri.....	89
3.9.1.5. Eski İçiciler	90
3.9.1.6. İstekliler	90
3.9.1.7. Eleştirenler	90
3.9.1.8. Başarısızlar.....	90
3.9.2. Topluluk Üyelerinin Birbirleri İle Olan Sosyal Destek Alışverişine Yönelik Bulguları.....	91
3.9.2.1. Topluluk Üyelerinin Bilgi Alışverişine Yönelik Bulguları	91
3.9.2.1.1. Bilgi Arayışı	91
3.9.2.1.1.1. Tecrübe İsteği	92
3.9.2.1.1.2. Bırakma Süresi.....	92
3.9.2.1.1.3. Durum Değerlendirme	92
3.9.2.1.1.4. Krizi Atlatma	92
3.9.2.1.1.5. Krizi Atlatma Süresi	93
3.9.2.1.1.6. Alternatif Öğrenme	93
3.9.2.1.1.7. Ürün Hakkında Bilgi.....	93
3.9.2.1.1.8. Kilo Durumu	93
3.9.2.1.2. Sigarayla Tanışma Geçmişi	93
3.9.2.1.2.1. Özenme	94
3.9.2.1.2.1.1 Anne	94
3.9.2.1.2.1.2. Arkadaş Çevresi	94
3.9.2.1.3. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecindeki Güncel Durumları.....	95
3.9.2.1.3.1. Fayda Sağlama.....	95
3.9.2.1.3.1.1. Fiziksel Fayda	95
3.9.2.1.3.1.1.1. Sağlıklı Olma.....	95

3.9.2.1.3.1.1.2. Güzellik	96
3.9.2.1.3.1.1.3. Temizlik.....	96
3.9.2.1.3.1.2. Maddi Fayda	96
3.9.2.1.3.1.2.1. Tasarruf.....	96
3.9.2.1.3.1.3. Kişisel Fayda.....	96
3.9.2.1.3.1.3.1. İmrenilme	96
3.9.2.1.3.1.3.2. Hayranlık Uyandırma	97
3.9.2.1.3.2. Karşılaşılan Sorunlar	97
3.9.2.1.3.2.1. Fiziksel Sorunlar	97
3.9.2.1.3.2.1.1. Baş Dönmesi/ Mide Bulantısı.....	98
3.9.2.1.3.2.1.2.Cilt Problemleri	98
3.9.2.1.3.2.1.3. Kilo Alma	98
3.9.2.1.3.2.2. Psikolojik Sorunlar.....	98
3.9.2.1.3.2.2.1. Sınır/Ağlama.....	98
3.9.2.1.3.2.2.2. Odaklanamama	99
3.9.2.1.3.2.2.3. Uykusuzluk.....	99
3.9.2.1.3.2.2.4. Yalnızlık Hissi	99
3.9.2.1.3.2.2.5. Akıldan Çıkaramama.....	99
3.9.2.1.3.2.3. Sosyal Sorunlar	99
3.9.2.1.3.2.3.1. Destek Bulamama.....	100
3.9.2.1.3.2.3.2. Bırakmayan Eş	100
3.9.2.1.3.2.3.3. Bırakmayan Arkadaş	100
3.9.2.1.3.2.3.4. Çevrenin İnançsızlığı.....	100
3.9.2.1.3.2.4. Kişisel Sorunlar	100
3.9.2.1.3.2.4.1. Alışkanlık	101
3.9.2.1.3.2.4.2. İrade Zayıflığı	101
3.9.2.1.3.3. Bırakma Durumları	101
3.9.2.1.3.3.1. Bırakma Başarısı	102
3.9.2.1.3.3.2. Pişmanlık Duyma	102
3.9.2.1.3.3. Çaresizlik	102
3.9.2.1.4. Sigara Bırakma Hikayeleri	102
3.9.2.1.4.1. Korku Duyma	103

3.9.2.1.4.1.1. Hastalık Korkusu.....	103
3.9.2.1.4.1.2. Ölüm Korkusu.....	103
3.9.2.1.4.1.3. Hamilelik.....	104
3.9.2.1.4.1.4. Çocuklar	104
3.9.2.1.4.1.5. Eş.....	104
3.9.2.1.5. Tavsiye Verme.....	104
3.9.2.1.5.1. Bitkisel Otlar.....	105
3.9.2.1.5.2. Sosyal Aktivite.....	105
3.9.2.1.5.3. Terapi Yöntemi	105
3.9.2.1.5.4. Uzman.....	106
3.9.2.1.5.5. Cihaz	106
3.9.2.1.5.6. Tıbbi Tedavi.....	106
3.9.2.1.5.7. Video/Kitap.....	106
3.9.2.1.5.8. İlaç	106
3.9.2.1.5.9. İlişki Kurma	107
3.9.2.2. Topluluk Üyelerinin Teşvik ve Motivasyon Alışverişine Yönelik Bulgular	107
3.9.2.2.1. Destek Arayışı	107
3.9.2.2.1.1. Destek İhtiyacı	108
3.9.2.2.1.2. Bırakma arkadaşı	108
3.9.2.2.1.3. Kurtulma İsteği	108
3.9.2.2.2. Cesaretlendirme	108
3.9.2.2.2.1. Özgüven Aşılama.....	109
3.9.2.2.2.2. İnanç Duyma.....	109
3.9.2.2.2.3. Harekete Geçirme	109
3.9.2.2.2.4. Kararlılık Gösterme	109
3.9.2.2.2.5. Birlikte Deneme	109
3.9.2.2.3. Rahatlatma.....	110
3.9.2.2.3.1. Normalleştirme	110
3.9.2.2.3.2. Foruma Yönlendirme	110
3.9.2.2.3.3. Zaman Tanıma	111
3.9.2.2.3.4. Başarının Farkına Varma	111

3.9.2.2.3.5. Alternatif Seçenek Sunma	111
3.9.2.2.3.6. Güçlü Kalma	111
3.9.2.2.3.7. Yeniden Deneme	112
3.9.2.2.3.8. Empati	112
3.9.2.2.4. Kontrol Etme	112
3.9.2.2.4.1.Devamlılık	113
3.9.2.2.4.2. Kriz Durumu	113
3.9.2.2.5. Korkutma	113
3.9.2.2.5.1. Hastalık	113
3.9.2.2.6.2.Doğmamış Bebek.....	114
3.9.2.2.5.3. Dini İnanç	114
3.9.2.2.6. Başarı Dileme	114
3.9.2.2.7. Başarının Kutlanması	114
3.9.2.2.8. Teşekkür	114
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	119
KAYNAKÇA	123
EKLER	
EK 1. Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Onay Formu	147
ÖZGEÇMİŞ.....	147

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Bireyler İçin Sanal Toplulukların Faydaları	36
--	----

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Sanal Topluluğun Kavramsal Bir Modeli	24
Şekil 2. Sanal Toplulukların Temel İhtiyaçları	35
Şekil 3. Sanal Topluluk Üye Tipleri	61
Şekil 4. Üyelerin Bilgi Arayışına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları.....	91
Şekil 5. Üyelerin Sigarayla Tanışma Geçmişine Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	94
Şekil 6. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecinde Edindikleri Faydalara Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	95
Şekil 7. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlara Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	97
Şekil 8. Üyelerin Bırakma Durumlarına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	101
Şekil 9. Üyelerin Sigara Bırakma Hikayelerine Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	103
Şekil 10. Üyelerin Tavsiye Vermeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	105
Şekil 11. Üyelerin Destek Arayışına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları.....	107
Şekil 12. Topluluk Üyelerinin Cesaretlendirmeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	108
Şekil 13. Üyelerin Rahatlatmaya Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	110
Şekil 14. Üyelerin Kontrol Etmeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları.....	112
Şekil 15. Üyelerin Korkutmaya Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları	113

KISALTMALAR LİSTESİ

TÜRKÇE		İNGİLİZCE	
AOL	Amerika Online		America Online
ARPA	Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı		Advanced Research Projects Agency
ARPANET	Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı		Advanced Research Projects Agency Network
BBS	Bilgisayarlı Bilgi Sistemi		Bulletin Board Systems
CERN	Avrupa Nükleer Araştırma		The European Organization for
IRC	İnternet Aktarmalı Sohbet		Internet Relay Chat
MUD	Çok Kullanıcılı Oyun Boyutu		Multi User Dungeon
USENET	Kullanıcı Ağı		User's Network
WWW	Dünya Çapına Ağ		World Wide Web

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yaşanan değişim ve dönüşüm günlük yaşam pratiğinde ve iletişim alanında köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu teknolojilerin içinde internetin ve sanal ortamın oldukça özel bir yeri vardır. 1990'lı yıllarla birlikte bireylerin kullanıma açılan internet her türlü düşünce ve fikrin özgürce ifade edilmesi ve paylaşılmasını sağlayarak bilgi toplumuna dönüşümde önemli katkılar yaratmıştır. Her an ve her yerden anında kurulabilen iletişimin yarattığı sanal dünya, geçmişı, içinde bulunulan anı ve gelecek zamanı harmanlayarak sınırları ve mekanları değiştirmekte, beraberinde insan yaşamına çok büyük yenilikler ve kolaylıklar getirmektedir (Sayımer, 2012: 3).

İnternet, bu sayede dünya genelinde milyonlarca insanın çeşitli amaçlarla kullandığı bir iletişim kanalı haline gelmiştir. Özellikle internetin bireylere sağladığı bilgiyi arama ve bilgiyi paylaşma rolü sanal toplulukları oluşturmak için yeni bir ortam sağlamıştır. Buna bağlı olarak sanal topluluklarda, bireyler için internetin mümkün kıldığı yeni etkileşim yollarından biridir. Özellikle bilgilerin oluşturulması, edinilmesi, depolanması ve paylaşılması sanal topluluklar aracılığı ile etkili bir şekilde gerçekleşmektedir. Ayrıca sanal iletişim bireylere eş zamanlı ve eş zamansız bir iletişim olanağını sunmaktadır.

Dünyaca bilinen araştırma şirketi Forrester Research tarafından gerçekleştirilen küresel bir araştırmanın sonucuna göre internette 400 bin topluluk bulunmaktadır aynı zamanda bilgisayar başındakilerin %27'si topluluk kullanıcılarıdır. Pew Internet ve American Life kuruluşı tarafından gerçekleştirilen bir diğer araştırma ise, tüm internet kullanıcılarının %84'ünün herhangi bir sanal toplulukla ilişkide olduğunu, %79'nun belli bir toplulukla bağlantısını kurduğunu ve bunun yanında 23 milyon internet kullanıcısının da haftada birkaç kez diğer sanal topluluk üyeleriyle e-posta yoluyla iletişim kurduklarını ortaya koymaktadır (Yeygel, 2006: 38).

Sanal topluluk kavramı, aynı anda aynı yerde bulunmayan bağımsız milyonlarca kişinin bir araya geldiğı sanal alanlardır. Sanal topluluklar da diğer topluluk türlerinde olduğu gibi aynı ilgi alanlarına sahip kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır. Bu

şekilde bireyler iletişim kurmak istedikleri bireylerle sanal topluluklar içerisinde bir araya gelerek faydalanmaktadırlar. Bireyler internette sadece bilgi aramakla yetinmeyerek duygusal anlamda destek de aramaktadırlar. Sanal topluluklar, bu anlamda insanlara benzer ilgi alanlarına sahip veya benzer bir yaşam durumuyla karşı karşıya kalan diğer insanlarla etkileşim kurma olanağı sunmaktadır. Bazı durumlarda, sınırlı fiziksel hareketlilik veya diğer yaşam koşulları, başkalarıyla çevrimdışı olarak tanışmayı zorlaştırabilir. Bu nedenle, sanal topluluklar aracılığıyla bilgi ve destek talebinde bulunan bireyler için kolaylık sağlayabilmektedir. Sanal topluluklarda sosyal destek olgusuna yönelik araştırmalardan bazılarının içeriği ve elde edilen bulgular şu şekildedir:

1986 yılında Schneider ve Tooley tarafından yapılan bir araştırma elektronik bir bülten panosunu bileşenlerinden biri olarak kullanan bir sigara bırakma programı için davranışsal müdahalenin faydalarını ortaya koymaktadır (White ve Dorman, 2011: 696). Schneider ve Tooley, elektronik bülten panosunda sigara bırakma programının sağlıkla ilgili faydalı bir rolü olduğunu belirtmiştir. Bu kendi kendine yardım grubunun üyeleri bir çevrim içi pano sayesinde sigara bırakmayı başarmışlardır (Winzelberg, 1997: 397). Üyelerin çoğu başarılı bir şekilde sigarayı bırakmıştır, ancak bir kontrol grubunun olmayışı sonuçların yorumunu sorgulanabilir hale getirmiştir. Bu çalışmayı takip eden diğer çalışmada ise, 1990 yılında, Schneider vd. iki davranışçı sigara bırakma programını karşılaştırmıştır. Biri yalnızca davranışsal müdahalelerden oluşurken, diğeri ise tedavi planına bir tartışma grubu dahil etmiştir. Davranışsal müdahalenin yanı sıra forumu kullanmasına izin verilen katılımcılar sigara kullanımının sona ermesinde başarılı olmuşlardır (White ve Dorman, 2011:696).

Winzelberg (1997), “The Analysis of an Electronic Support Group for Individuals with Eating Disorders” adlı araştırmasında yeme bozukluğu olan bireylerin oluşturduğu bir elektronik destek grubuna gönderilen 306 mesaj üzerinde söylem analizi yöntemini kullanmıştır. Araştırmaya göre bu topluluğun üyelerinin gönderdiği mesajlarda bilgi desteği ve duygusal destek temalarına ulaşılmış ve elektronik desteğin yüz yüze destek grubu üyeleri ile aynı yardım stratejileri oluşturduğu sonucuna varmıştır. Katılımcıların yaş, etnik köken ve eğitim düzeyleri bilinmese de topluluğa katılım gösteren kullanıcılar içeriklerden anlaşılabileceği üzere yirmili yaşların

başındadırlar. Üyeler kendilerini tanımlarken anaroksik ve bulimik olarak tanımlamışlardır.

Hwang vd. (2009), “Social Support in an Internet Weight Loss Community” adlı araştırmasında bir internet zayıflama topluluğunu inceleyerek üyeler tarafından algılanan sosyal desteği tanımlamak amacıyla üyelerle anket ve görüşme yapmıştır. Topluluk üyelerinin yanı sıra tartışma forumu iletilerinde 1924 mesajı içerik analizi ile incelemiştir. Araştırmasının sonucuna göre elde edilen niteliksel ve niceliksel verilerden ortaya çıkan başlıca sosyal destek temaları teşvik ve motivasyon, bilgi ve paylaşılan deneyimler olarak belirlenmiştir. Teşvik ve motivasyon üyeler arasında yaşam tarzı değişikliklerine devam etmek, hatalardan kurtulmak ve engelleri aşmak için belirlenirken, bilgi verme ise üyeler arasında kilo verme ile ilgili tavsiye alma ile ilgilidir. Paylaşılan deneyimler ise üyelerin ortak hedefleri, mücadeleleri ve deneyimlerini içermektedir. Üyeler, topluluğa aidiyet hissetme ve aile içerisinde olduklarını belirtmişlerdir.

Literatür incelendiğinde yaygın olarak kullanılan tipoloji Cutrona ve Suhr (1992), tarafından geliştirilen sosyal destek tipolojisidir. Bu tipoloji, bilgi desteği, duygusal destek, saygı desteği, somut yardım ve sosyal ağ desteği açısından sosyal desteğini tanımlayan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma başlangıçta çevrimdışı ortamlarda sosyal destek değişimi için geliştirilmiş olmasına rağmen, sanal topluluklarda ki sosyal destek kavramını analiz etmek için de uygulanmıştır. Sanal topluluklar içerisinde sosyal destek kavramı da araştırmacılar tarafından uygulanan analizi araştırmalarını kapsadığı görülmüştür Bireylerin çeşitli problemleri ile ilgili sorunlarla başa çıkmalarına yardım sağlayan bu sanal topluluklar ile ilgili çalışmalar araştırmacılar tarafından incelenerek sanal ortamda sosyal destek teması açıklanmaya çalışılmıştır.

Coulson vd. (2007), “Social Support in Cyberspace: A Content Analysis of Communication within a Huntington’s Disease Online Support Group” adlı araştırmalarında ise Cutrona ve Suhr (1992) tarafından geliştirilen ölçeğe bağlı kalarak içerik analizi uygulamışlardır. Huntington hastalığı çevrim içi destek grubu bülten panosuna gönderilen 1313 mesajda en sık olarak bilgilendirme desteği, duygusal destek, ağ desteği, saygı desteği, maddi destek olarak belirtilmiştir.

Coursaris ve Liu (2009), “An Analysis of Social Support Exchanges in Online HIV/AIDS Self-Help Groups” isimli araştırmasında online HIV / AIDS forum sitesinde 2084 iletiye aynı ölçeğe uygun olarak içerik analizi uygulanmıştır. Üyelerin gönderdiği mesajları incelemiş ve analizden elde edilen bulgular, bilgi desteğinin en sık arandığını ve önerildiğini göstermiştir. Duygusal destek orta düzeyde sağlanarak, saygı desteği ve ağ desteği nadiren değişiklik gösterse de maddi sosyal destek asgari düzeyde kalmıştır.

Algtewi vd., (2015), “Analysing People with Head and Neck Cancers’ Use of Online Support Groups” adlı araştırmalarında baş ve boyun kanseri hastalarının oluşturduğu sanal toplulukta sosyal desteğin türlerini ve sıklığını değerlendirmektedir. İncelenen gruplarda 87 destek arayan mesaj gönderme olarak tanımlandı ve 312 yanıt iletilsinin destek arama ve destek önerme mesajlarının içeriğini analiz etmek için sosyal destek davranış kuralları ve Coursaris ve Liu (2009) şeması kullanılmıştır. Sonuçlar, grup üyeleri tarafından en sık önerilen sosyal destek türlerinin bilgilendirici ve duygusal destek olduğunu, ardından saygı ve ağ desteğini ve somut yardım teklif edilmiştir. Destek arayan mesajların içeriği, kişisel deneyimlerini paylaşan grup üyelerini içermekte olup, en sık aranan destek bilgilendirme desteği olduğu belirtilmiştir.

Türkçe literatür incelendiğinde Yılmaz ve Candan (2016), “Sağlık İletişimi Çerçevesinde Çevrim içi Destek Grubu İşlevi: Böbrekle Hayat Bulanlar” adlı araştırmalarında Böbrekle Hayat Bulanlar” Facebook çevrim içi destek grubunda, grubun iyileştirici faktörlerinin kullanılması ve katılımcıların fiziksel, sosyal, psikolojik ihtiyaçlarını karşılamakta mıdır? Sorusuna yanıt aramışlardır. Araştırma sonucunda grup üyelerinin karşılaştıkları birçok sorunla mücadele etmek için topluluk üyelerinden çeşitli tavsiye ve yaşantılarını kolaylaştıracak bilgileri edindiklerini belirtmektedirler.

Literatürde incelenen araştırmalar, sanal destek topluluklarında ki temaları incelemiştir. Bu destek gruplarının üyelerinin kimler olduğu ve üyelerin sosyal destek iletişim süreçlerine dair yeterli çalışma iletişim araştırmacıları tarafından geniş çapta çalışılmamıştır. Kadınarkulubu.com üzerinden kadın katılımcıların oluşturduğu sanal topluluk üzerinden üye tipolojileri ve sosyal destek alışveriş iletişim pratiklerinin irdelendiği bu çalışmanın birinci bölümünde, literatür çerçevesinde sanal topluluk kavramı detaylıca ele alınmaktadır. Sanal topluluk kavramı, gelişimi, unsur ve özellikleri, kapsamı ve sınıflandırılması, topluluk üyelerinin sınıflandırılması, katılım motivasyonları ve etkileşimi gibi başlıklar bu bölümde incelenmektedir. İkinci bölümde

sosyal destek kavramı ve sanal destek toplulukları açıklanmış ve nitel bir araştırma yöntemi olan netnografi yöntemi ve yöntemin aşamaları kavramsal olarak genel hatlarıyla anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde Kadınarkulubu.com üzerinden gerçekleştirilen araştırmada topluluk üyelerin tipolojileri, birbirleri ile gerçekleştirdikleri sosyal destek alışverişinin nasıl ilerlediği netnografi yöntemiyle açıklanmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YENİ BİR TOPLULUK BİÇİMİ OLARAK SANAL TOPLULUKLAR

1.1. Topluluk Kavramı

Topluluk kavramı, sosyolojideki merkezi bir tema ve 19. yy'dan bu zamana kadar araştırmacılar tarafından tartışılan bir disiplindir bu nedenle topluluk kavramına ilişkin bir dizi kavram ve ayrım bulunmaktadır (Memmi, 2006: 3). Öncelikle geleneksel anlamda topluluk kavramını kısaca açıklamak ve ardından literatürde bulunan sanal topluluk kavramını açıklamak faydalı olacaktır. Sosyolog George Hillery, topluluk kavramının 90 farklı şekilde tanımlanabileceğini ifade etmektedir. Hillery, yaptığı analizde 90 tanımın hepsinde ortak olan tek şeyin insanları da tanıma dahil etmek olduğunu belirtmiştir (Reich, 2010: 689).

Toplum ve siyaset bilimciler, tarihçiler ve filozoflar topluluk kavramının kullanım şekli konusunda fikir ayrılığına düşmüş ve kavramı birçok kişinin sorgulamasına neden olmuşlardır. Sosyologlar topluluğu; komşuluklar, küçük bir kasaba, ya da sınırlandırılmış belli bir bölgede ki bir yerleşim gibi küçük gruplara dayalı, mahalli bir toplumsal örgütlenme olarak açıklanmaktadır. Antropologlar ise bu tanımı, kültürel olarak tanımlanmış gruplara uyarlamışlardır. Diğer kullanımlarda topluluk kavramı; yurttaşlık, özerklik, sivil toplum ve kolektif kimlik unsurlarının vurgulandığı politik topluluk olarak tanımlanmaktadır. Felsefi ve tarihsel çalışmalar da ise daha çok bir ideoloji ya da bir ütopya olarak ele alınmıştır (Delanty, 2015: 10). En genel anlamda kullanıldığında topluluk; coğrafi olarak net sınırları olan, istikrarlı bir üyelik gerektiren ve diğer topluluklar ile çok az bağlantılı ya da hiç bağlantısı olmayan kapalı bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Anderson, 1999: 457).

Topluluk içinde bulunmak ve topluluğun parçası olmak birbirinden farklıdır. Topluluk içinde bulunmak fiziksel bir varlığı; topluluğun bir parçası olmaksa diğer topluluk üyeleriyle etkileşimde bulunma ve anlamlı ilişkiler kurma imkanına sahip olmak anlamına gelmektedir (Bogdan ve Taylor 1999: 2)

Day (2006:1), özünde topluluğun insanların ortak noktaları, onları birbirine bağlayan ve onlara birbirlerine ait olma hissi veren şeyleri ifade ettiğini belirtmektedir. Kısacası bir topluluğun; güçlü kişisel bağlarla tanımlanan belirli bir sosyal gruba atıfta

bulunduğu anlaşılmaktadır. Böyle bir grup oldukça küçüktür. Böylece her üyenin gruptaki herkesi bizzat tanınması mümkün olacaktır. Topluluk ilişkilerinin doğrudan, yüz yüze, sık ve istikrarlı olması gerekmektedir. Topluluk ilişkileri, bu şekilde üyeler arasındaki etkinliğe bağılı olarak olumlu bir şekilde gelişim göstermektedir. Bununla birlikte ilişkiler sıcak, samimi, iyi niyetli ve kibardır. Herkes ihtiyaç anında veya olumsuz bir durumda diğerk grup üyelerinin sempati ve dayanışmasına güvenebilmektedir (Memmi, 2006:3).

Bireyler yaşadıkları yerde diğerk bireyler ile zaman içinde karşılıklı bir etkileşime girerler ve aralarında gelişen sosyal ilişkiler topluluğu oluşturmaktadır (Komito, 1998: 97).

Mc Millan ve Chavis (1986:9) topluluk kavramını tanımlarken dört önemli unsuru açıklamışlardır:

- **Üyelik:** Topluluğun bir parçası olan veya olmayanlar arasında net sınırlar olduğu görüşünü oluşturur. Üyeler kendilerini topluluğun bir parçası olarak görür ve diğerk üyeler ile kendilerini özdeşleştirirler. Üyeler duygusal olarak kendilerini güvende hisseder ve topluluğa kişisel bir yatırım yaparlar.
- **Etki:** Topluluk için fark yaratma ve bir anlam ifade etmektir. Üyeler, topluluk üzerinde etki bırakabilir ve topluluk üyelerinden etkilenebilir.
- **İhtiyaçların Entegrasyonu ve Karşılanması:** Gruptaki üyelerin ihtiyaçlarının, üyelikleri aracılığıyla gruba alınan kaynaklar tarafından karşılanacağı duygusudur. Topluluk içindeki ortak değerler, kaynakların paylaşımı ve ihtiyaçların karşılanması (duygusal veya maddi) ile gösterilir.
- **Ortak Duygusal Bağlantı:** Üyelerin ortak tarih, ortak mekan, birlikte zaman geçirme ve benzer deneyimleri paylaştığı ve paylaşacağı taahhüdü ve inancıdır. Paylaşılan duygusal bağlantı, üyeler arasında pozitif temas, deneyimlerini paylaşma fırsatları, üyeleri onurlandırma yöntemleri ve bir bütün olarak üyelerin topluluğa katılımını sağlayabilmektedir.

1.1.1. Topluluk-Toplum Ayrımı

İlk defa Ferdinand Tönnies, 1887 yılında yayımladığı “Topluluk ve Toplum” (Gemeinschaft und Gesellschaft) adlı kitabında kişilerarasındaki ilişki şekillerini açıklamış ve toplumsal birimleri; Gemeinschaft (Topluluk) ve Gessellschaft (Toplum) olmak üzere sınıflandırmıştır. Tönnies (2019: 42), topluluğu oluşturan üyeler arasında ortak bir irade ve birliktelik söz konusudur. Bu birlik duygusu, üyeler topluluktan ayrıldığında bile varlığını sürdürmektedir. Bireyler arasındaki bu ilişkinin ne ölçüde önceden belirlendiği ise organik yaşam birlikteliğine dayanmaktadır. Topluluğu oluşturan üyeler birbirlerine soy ve akrabalık ilişkileri ile bağlıdır ya da birbirlerine ihtiyaç duydukları için bağlılık göstermektedirler. Kabile ve köyler bu tip topluluklara örnek olarak verilebilir. Topluluğun yaşamı genellikle sınırlı bir bölge ile ilişkilendirilmektedir. Topluluk, doğrudan doğruya kişiden kişiye ilişkiler ve yükümlülükler ile yapılanmaktadır. Bu ilişkiler topluluğa uyum sağlamak için katı ve baskıcı kurallar içerebilmektedir. Bu nedenle topluluk kimliği açık ve güçlüdür (Memmi, 2006: 4).

Toplum teorisi, birbiri ile uyumlu yaşayan ancak birbirlerine doğum yolu ile bağlı olmayan, birbirinden bağımsız bireyleri ifade etmektedir. Toplulukta, bireyler birbirlerini ayıran her şeye rağmen birlikteliklerini korurken toplumda, birbirlerini bağlayan her şeye rağmen ayrı kalabilmektedirler. Toplum içerisinde her birey yalnızdır ve faaliyet alanları birbirlerine karşı kesin bir şekilde çizilmiştir. Bu nedenle toplum içerisinde bireyler birbirleri ile iletişim kurarken uzak davranır ve diğerlerini kendi alanının dışında tutmaya çalışmaktadırlar. Böyle bir tutum bireylerin birbirleri ile ilişki kurmasının normal bir yolu olarak görülmektedir (Tönnies, 2019: 98). Toplum içerisinde bireylerin birbirleri ile olan ilişkileri, şehir hayatında olduğu gibi geçici ve işlevseldir. Daha büyük, modern derneklerde, işlev ve sosyal roller, toplumsal statünün temeli olarak kişisel ilişkileri geliştirmektedir. Bu organizasyonların artan büyüklüğü, diğer tüm grup üyelerini şahsen tanıma özelliğini olanaksız kılarken sosyal işleyiş, gelenek ve kişisel yükümlülüklerden ziyade kurallar, düzenlemeler ve sözleşmeler yönlendirilmektedir. Bireysel üyeler pek çok gruba ait olabilir ve grup kimliği zayıftır (Memmi, 2006:4).

Modernleşme döneminde, sosyal ilişkilerde topluluğun yerini toplum almıştır. Topluluk canlı iken toplum mekanik bir yapıya sahiptir. Topluluk, mekansal olarak

daha köklü ve doğal iken toplum, rasyonel ve zihinsel bir ürün olmakla beraber karşılıklı alışverişe dayalı ilişkilerle ayakta duran bir yapıyı oluşturmaktadır (Delanty, 2015: 39). Tönnies'in toplumsal birimleri bu şekilde sınıflandırmasıyla beraber geleneksel, ailevi, duygusal kırsal topluluk ile mekanik, sözleşmeli, bireysel, rasyonel kent toplumu arasındaki ayrım belirlenmiştir (Muniz ve O'Guinn 2001, 413).

Sosyologlara göre modern toplumların zayıf bağlantıları, topluluk kaybına neden olmaktadır. Modernleşirken topluluğu kaybetme fikri, Tönnies'in Gemeinschaft ve Gesellschaft ayrımından bu yana sosyolojide devam eden bir tema olmuştur. Simmel, Wirth, Durkheim, Marx ve Weber, bir topluluğun daha kentsel, daha endüstriyel, daha çok Gesellschaft benzeri hale geldiğinde kayba uğradığını belirtmektedirler (Driskell ve Lyon, 2002:373).

Tönnies'in topluluk görüşü, topluluğu neredeyse birebir gelenekle örtüştürmektedir. Toplumu, farklı türlerde sosyal ilişkilerin bir araya gelmesiyle meydana gelen bir toplum olarak görmektedir. Durkheim, onun aksine çok farklı bir topluluk kavramı ileri sürmüştür. 1893'te topluluk hakkındaki yazdığı bir eleştiride toplumun, topluluktan geldiği görüşüne katılmamakla birlikte, tamamen çıkarıcı bireycilik ve mekanik sosyal ilişkilerden oluşmadığını iddia etmiştir. Tönnies'i modernite ile birlikte gelen gerçek toplum biçimlerini görmezden geldiği için eleştirmiştir. Durkheim'a göre, modern bir toplumda, topluluklar yok olmaz, ancak geçmişin geleneksel formunu değiştirerek yeni formlar alırlar. Durkheim'ın bu görüşüne göre, geleneksel küçük gruplarda bireylerin özerkliği için yer yoktur. Bu nedenle kolektif normlar ve değerler grup arasında mekanik olarak yeniden üretilmektedir. Ayrıca bu durum büyük gruplar içinde yaşamak kadar doğal ve toplu bir etkinliktir (Delanty, 2015: 43).

1.2. Sanal Topluluk Kavramı

Topluluk kavramı, başlangıçta coğrafya ile sınırlandırılmış ve kırsal bir alan olarak düşünülmüştür ancak kısa süre sonra bu kısıtlamaları aşarak çok daha geniş bir anlam alanına yayılmıştır. İnternet ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte bireyler, fiziksel mekanlardan bağımsız hale gelerek sanal ortamlarda bir araya gelmeye başlamışlardır. Bu durum, toplumsal yapıda da değişiklik yaratmıştır (Muniz ve O'Guinn 2001, 413). İnternetin oluşturduğu sanal iletişim çerçevesinde bireyler ortak

ilgileri doğrultusunda bir araya gelerek sanal bir kültür ortamı oluşturmuşlardır. Bu sanal iletişim ortamında insanlar arasında yoğun bir etkileşim hareketliliği oluşturulmuş ve bu etkileşim hareketliliği sanal topluluk kavramı olarak kabul edilmiştir. (Güçdemir, 2015: 64).

Bu şekilde teknoloji, geleneksel toplulukların fiziksel yüz yüze temaslarının ötesinde World Wide Web (WWW)'in sanal dünyasına geçmesini sağlamıştır. 1950'lerde ve 1960'larda banliyölerde topluluklar oluşturulurken artık dünyanın her köşesinde sınırsız ve sayısız sanal toplulukların yaratılması sağlanmıştır (Roy, 2015: 2). 2000 yılına kadar dünya çapında 40 milyondan fazla insan sanal topluluklara katılım göstermiştir. Bir internet kullanıcısı ne kadar uzun süre çevrim içi vakit geçirirse, herhangi bir sanal topluluğa yönelme olasılığı o kadar yükselecektir. Bu şekilde bireyler çevrim içi olarak başkalarıyla etkileşim kurduğunda, muhtemelen bu toplulukların bir veya daha fazlasının tekrarlayan bir üyesi olacaktır. Böylece bir bilgi ve sosyal etkileşim kaynağı olarak onlara yöneleceklerdir. Bu katılım, sanal toplulukların sayısını artmasında ve sanal toplulukların büyümesinde önemli bir faktördür. Bu büyüme ile sanal topluluklar her geçen gün gelişmeye devam etmektedir (Kozinets, 1999: 253).

İnternetin hızlı büyümesi ile toplulukların sınırlarını belirleyen coğrafi sınırlar artık önemli bir faktör olmaktan çıkmıştır. Bu şekilde bir sanal topluluğun devamlılığını sürdürebilmesi için gereken işlevler dünyanın herhangi bir yerinden kolaylıkla yerine getirilebilmektedir. Bu küresellik sanal bir topluluğun temel özünü oluşturmaktadır (Roy, 2015: 2).

Sanal topluluk kavramına dair ilk tanımlamayı yapan ve sanal topluluğun ilk savunucularından olan Rheingold (1993: 6) sanal topluluklar, “yeterli sayıda bireyin kişisel ilişkiler geliştirmek amacıyla, yeterince uzun süre boyunca ve yeterli duygularla sanal alanda kişisel ilişkiler kurmasıyla İnternette ortaya çıkan sosyal gruplar” olarak tanımlamıştır. Rheingold, tanımında anlamlı ilişkilerin önemini vurgulamaktadır. Bu anlamlı ilişkiler, kullanıcılar arasında ortaya çıkabilmektedir. Ayrıca bu tanımlaması ile sanal toplulukları coğrafya ile değil bilgisayar ağlarına katılımlarıyla bağlantılı insan grupları olarak ifade etmektedir. Bu kişiler sıradan topluluklardaki insanların özelliklerinin çoğunu paylaşırlar, ancak yüz yüze temasları yoktur. Zamanın veya yerin kısıtlamalarına bağlı değildir ve birbirleriyle iletişim kurmak için bilgisayarları kullanmaktadırlar (Buhrmann, 2003: 2).

Jones ve Rafaeli (2000: 216), “sanal topluluk” kavramı yerine “sanal halk” terimini kullanmışlardır. Onlara göre bu sanal halk varlığı, nispeten saydam ve açık olan, birey gruplarının benzer bir bilgisayar aracılı kişilerarası etkileşimlere katılmalarına ve katkıda bulunmalarına olanak tanıyan, sembolik olarak tanımlanmış bilgisayar aracılı alanlardır.

Rothaermel ve Sugiyima (2001: 299), sanal toplulukları bir zihin topluluğuna benzetmektedir ancak elektronik iletişim aracıyla oluşması, uzay ve zamanla sınırlı olmaması iddiasında bulunmaktadır. Bagozzi ve Dholakia (2002: 3)’a göre sanal topluluk, “dijital ortamda, grupların öncelikli olarak devam eden iletişim süreçleri aracılığıyla oluşmasına ve sürdürülmesine olanak tanıyan aracılı sosyal alanlar” olarak tanımlanmıştır.

Bireyler, sanal ortamda bir araya gelseler de tartıştıkları fikirler günlük hayata dair olduğu için gerçek dünya ile bağlarını kopardıkları tam anlamıyla söylenemez. Sanal dünya da oluşturdukları yeni kültür, gerçek yaşamla bağlantılı olduğu için sanal etkileşimleri gerçek dünyaya uyum sağlama ile ilişkilendirilebilir. Sanal ortamda bu sanal gerçeklik üzerine dayalı topluluklar birbirleriyle aynı düşünceye sahip kimseler ile bir araya gelerek iş, eğitim, eğlence, haber, fikir ve bilgi paylaşma, işbirliği yapmak ve sosyalleşmek için sanal topluluklara katılmaktadırlar (Güçdemir, 2015: 65). Bu nedenle sanal topluluklar belirli bir amacı, ilgi alanı olan veya faaliyetler düzenleyen insanlar tarafından oluşturulduğu için ilgi toplulukları olarak da nitelendirilmektedir (Dijk 2006: 166).

Sanal topluluk terimini anlamak zor değildir, ancak genel bir tanımda bulunmak zordur. Bunu zorlaştıran şey, sanal topluluk kavramının popüler hala gelmesi ve araştırmacılar tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması ile her araştırmacının kendi çalışma alanına göre sanal toplulukları çeşitli şekillerde değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte sanal topluluğun tanımında referans noktası olarak sabit kalan şey, fiziksel dünyada ki iletişim kavramıdır. Örneğin sözlük tanımları; sanal bir topluluğu, topluluk tanımına benzer şekilde birlikte yaşayan veya ortak çıkarlar, ortak hedefler, faaliyetler ve kaynakları paylaşmak ve birbirlerinin ihtiyaçlarını karşılamak için işbirliği yapan gruplar ve bireyler tarafından birleştirilen gruplar olarak tanımlayabilmektedir (Wang vd., 2002: 408).

Aynı şekilde Ng (2011: 9), kabile, klik, grup, ağ, kulüp, kolektif, işbirlikçi ve klan gibi kelimelerin sanal toplulukları tanımlayan kelimelerin sadece birkaçı olduğunu ifade etmektedir. Ona göre topluluk; ortak bir hedefe doğru etkileşimde bulunan, paylaşan ve çalışan bir grup insandır. Bu tanımın sanal bir topluluk ya da geleneksel bir topluluk ayırt etmeksizin her topluluk için kullanılabilecek bir tanımlama olduğunu belirtmektedir.

Bilgi teknolojisinin büyümesi, bilgisayar aracılı iletişim odaklı bir araştırma alanı yaratmıştır. Bu alandaki araştırmacılar için merkezi bir konu, çevrim içi bağlamda oluşturulan ve iletişim kuran grupları tanımlamak için yaygın olarak kullanılan kavram sanal topluluklar olmuştur. Literatürde, eşanlamlı olarak çevrim içi topluluk veya online topluluk terimleriyle kullanılan sanal topluluk terimi, araştırmacılar için farklı anlamlar ifade edebilir ve yaygın olarak kabul edilen bir tanım yoktur. Sanal topluluk kavramının mevcut tanımları çok disiplinli bir bakış açısını yansıtmaktadır. Bu nedene kavram tanımlanırken sosyologlar, sosyal ilişki ağlarına ve grup büyüklüğü gibi özelliklere odaklanmışken; etnograflar, küçük grupların rollerine ve faaliyetlerine; teknoloji uzmanları ise, sanal toplulukları geliştiren ve destekleyen yazılım türleri arasında ayırım yapmaktadır. Ticari odaklı tanımlar ise temel olarak işletme veya gelir modeliyle ilgilidir (Souza ve Preece, 2004: 580).

Çok disiplinli yaklaşıma göre; sanal bir topluluk, sosyal olarak etkileşimde bulunan ve ortak bir amacı paylaşan insanlardan, bu etkileşimleri yönlendirecek politikalardan ve beraberlik duygusunu kolaylaştırmak için bilgisayar sistemlerinden oluşmaktadır (Preece, 2000: 8). Çok disiplinli yaklaşım, bilgisayar ve insan etkileşimi konferansında yapılan bir raporla belirlenmiş ve aşağıdaki temel özellikler dahil edilmiştir. Whittaker vd. (1997: 137)'ne göre sanal toplulukların temel niteliklerini şu şekilde tanımlanmaktadır:

- Üyelerin, topluluğa ait olmanın temel nedenini sağlayan ortak bir amacı, ilgisi, ihtiyacı veya etkinliği bulunmaktadır.
- Üyeler, sürekli olarak topluluğa katılım gösterebilirler. Aynı zamanda birbirleri arasında yoğun etkileşimler, güçlü duygusal bağlar ve birlikte gerçekleştirdikleri ortak etkinlikleri bulunmaktadır.

- Üyeler, paylaşılan her türlü mesaja erişim gerçekleştirebilirler ve bu mesajlara erişim gerçekleştirebilmeleri için belirlenmiş kurallar bulunmaktadır.
- Üyeler, birbirlerine çeşitli konularda bilgi ve destek alışverişi sağlayabilmektedirler.
- Topluluğa ait belirli sosyal sözleşmeler, dil ve protokoller bulunmaktadır.

Sosyolojik yaklaşıma göre; araştırmacılar yıllarca bir topluluğun temel kavramını ve özelliklerini tanımlamaya çalışmışlardır. İnternet teknolojisinin ortaya çıkmasına kadar, topluluk kavramı belirli bir coğrafi alanda birbirlerine sıkı sıkıya bağlı gruplara odaklanmaktadır. Topluluğun büyüklüğü, konumu ve sınırları gibi fiziksel faktörler başlangıçta toplulukları, ilişkilerin derecesini ve türünü tanımlarken kullanılacak önemli kriterler olarak kabul edilmektedir. İletişim kurmanın yavaşlığı ve maliyeti nedeniyle uzun mesafelerde ilişkileri sürdürmek zor olduğundan, topluluktan fiziksel olarak ayrılma genellikle yalnızca teması değil, aynı zamanda bir kişinin topluluk üyeliğinin gücünü de azaltmıştır. Bununla birlikte; modern ulaşım, artan kişisel hareketlilik ve modern telekomünikasyon sistemlerinin geliştirilmesi, bu kavramları toplulukları tanımlamak için yetersiz kalmıştır. Bu nedenle araştırmacılar, sanal toplulukları tanımlarken bireyler arasındaki ilişkilerin gücünü ve doğasını, topluluğu tanımlamak için daha yararlı bir temel olarak görmektedirler (Preece ve Maloney-Krichmar, 2003: 596). Etzioni ve Etzioni (1999: 241) sanal bir topluluğu, bağ ve kültür olmak üzere iki temel perspektiften görmek ve onu iki ayrı niteliğe sahip olarak tanımlamaktadırlar. Bunlar; bireyleri kapsayan bağ ve bir dizi paylaşılan değerlere, adetlere, anlamlara ve ortak bir tarihsel kimliğe bağlılık içeren, etki yüklü ilişkiler ağıdır.

İletişim yaklaşımına göre; Room vd., (1997: 261), sanal topluluğun iletişim şekline odaklanmışlar ve sanal toplulukları birbirleriyle elektronik medya aracılığıyla iletişim kuran ve nispeten yeni bir fenomen olan insan grupları şeklinde tanımlamışlardır. Ridings vd., (2002: 273), sanal toplulukları belirli bir süre boyunca internet üzerinden ortak bir konum veya mekanizma aracılığıyla düzenli bir şekilde iletişim kuran, ortak çıkarları ve uygulamaları olan insan grupları olarak tanımlamaktadır.

Teknolojik yaklaşıma göre sanal topluluklar; liste sunucusu, haber grubu, bülten tahtası, internet tabanlı sohbeti veya çok kullanıcıli zindan oyunları gibi sanal toplulukları destekleyen yazılım teknolojilerini belirtmektedir. Bu yazılım teknolojileri topluluk içindeki iletişimi destekleyerek topluluğun sınırlarını oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Lazar ve Preece 1998: 85).

İş odaklı yaklaşıma göre; Hagel (1999: 57), sanal toplulukları tanımlarken insanları ortak bir ihtiyaç veya çıkar kümesiyle bir araya getiren topluluklar olarak ifade etmiştir. Ona göre sanal topluluklar bir endüstri, belirli iş kategorileri veya işletme türleri çevresin de tanımlanabilmektedir. Her durumda, amaç, benzer endişeleri ve gereksinimleri olan müşterileri bir araya getirmek için ortak bir nokta oluşturmaktır. Sanal toplulukları da işletmelerin potansiyel kazanımları ve kar elde etme getirisi olarak değerlendirmiştir. Plant (2004: 54)'a göre ise sanal topluluklar, ortak bir problem veya ilgi alanıyla ilgili etkileşimde bulunmak için elektronik bir ortam aracılığıyla geçici veya kalıcı olarak bir araya gelen işletmelerin, bireylerin ve örgütlerin oluşturduğu kolektif bir grup olarak tanımlanmaktadır.

Ekonomik yaklaşıma göre; Balasubramanian ve Mahajan (2001:108), sanal toplulukları belirli özelliklere sahip olan bir varlık olarak kabul etmektedirler. Bunlar:

- Sanal topluluklar, kümelenmiş kişilerden oluşmaktadır.
- Sanal topluluk üyeleri, rasyonel fayda maksimize edicidirler.
- Sanal topluluk üyeleri, birbirleriyle fiziksel işbirliği olmadan etkileşime girer ancak her üyenin diğer üyelerle etkileşime girmesi gerekmez.
- Sanal topluluk üyeleri, karşılıklı üretim ve tüketim sürecini içeren bir sosyal değişim sürecine girerler ancak herkes üretime dahil değildir.
- Üyeler arasındaki sosyal etkileşimler; ortak bir hedef ortak mülkiyeti veya ortak ilgi alanını kapsayan iyi anlaşılmiş bir odak etrafında döner.

Üç boyutlu sanal dünya yaklaşımına göre; Preece ve Maloney-Krichmar (2003: 599), sanal topluluğun sanal dünya perspektifini önermektedir çünkü topluluk üyelerinin, yüzlerini üç boyutlu nesneler olarak temsil etmeyi mümkün kılmak için sanal alanı kullanabileceklerine inanmaktadır. Oyun meraklıları ve üç boyutlu ilgi çekici ortamlar, katılımcıların avatar şeklinde hareket ettikleri temsillerde mekansal ilişkilere odaklanmaktadır. Bu ortamlar, en azından uzamsal ilişkilerine göre katılımcıların

davranışları ve ilişkileri hakkında varsayımları teşvik eden mekansal metaforlara dayanmaktadır.

E- ticaret yaklaşımına göre; girişimciler, çok geniş bir topluluk görüşüne sahiptir ve herhangi bir sohbet veya ilan panosunu sanal bir topluluğun temeli olarak görmektedirler. Onlar için önemli olan konu, insanları mal veya hizmet satın almaları için bir web sitesine çeken ve tutan şeydir. Aynı zamanda insanlar birbirlerine satın aldıkları ürünlerden bahsettikleri ve banner reklamları tartıştıkları ve birbirlerine tavsiyelerde bulundukları için sanal toplulukların pazarlamada da büyük bir rol oynayabileceklerini belirtmektedirler (Preece ve Maloney-Krichmar, 2003: 560).

Sanal topluluklara dair yapılan tanımlamalar incelendiğinde bir çok tanımın birbirine benzer olduğu görülmektedir. Özellikle tanımlarda, ortak bir amaç için sanal ortamda bir araya gelen insan grupları, ve iletişimin bilgisayar aracılı iletişim çevresinde şekillendiği ortak ifadelerdir. Sanal topluluklar bu yönüyle birbirlerinden çok uzaktaki insanları bir araya getirerek ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadır (Çiftçi, 2017: 333).

Geçmişte modern toplumlara dair eleştiriler genellikle belirli bir coğrafi alan ile zayıf bağlantıların ve değişen sosyal etkileşim biçimlerinin bir sonucu olarak topluluk kaybını belirtirken, hem topluluk kaybı hem de topluluğu geri kazanma girişimleri bir ortamdaki diğerine ilerleyen bir dizi tartışmayı da beraberinde getirmektedir. İlk olarak topluluk; belirli bir coğrafi alandan örneğin bir köyden ya da bir yerleşim alanından kaybedilmiş olarak görülmüştür. Ardından topluluğun ortak yaşam alanlarında genellikle gönüllü derneklerde veya çalışma gruplarında yeniden kazanılabileceği iddiası gündeme gelmiştir. Son olarak topluluğa yeniden kavuşmayı sağlayabilecek sanal ortamda oluşan sanal toplulukların gerçek bir topluluğu oluşturup oluşturamayacağı tartışılmıştır (Driskell ve Lyon, 2002: 374). Sanal toplulukların bir topluluk oluşturup oluşturamayacağı konusundaki bu tartışmalar büyük ölçüde topluluk kavramı ile ilgili entelektüel duruşları yansıtmaktadır (Komito, 1998: 97).

Dyson (1997: 31)'a göre topluluk “insanların içinde yaşadığı, çalıştığı ve oynadığı birim” olarak tanımlanmaktadır. Dünya gittikçe karmaşılaştıkça, insanların dostluk ve güvenlik için topluluk aradığını savunmaktadır. Ona göre internet, topluluk oluşumu için gerekli insan etkileşimini destekleyen, kolaylaştırıcı bir teknolojidir.

Benzer bir şekilde Rheingold'da interneti mevcut gerçekliklere alternatif bir gerçeklik sunan ve toplumu değiştirme gücüne sahip bir potansiyel olarak görmektedir. İnternet, mevcut ilişkileri tanımlamak yerine yeni ve farklı bir etkileşim düzeyi ortaya koymuştur. Bu görüş; insanların gerçek olan gerçekliklerden kaçarak sığınabileceği alternatif bir gerçeklik oluşturduğuna inanılan internete dair olumlu bir bakış açısıdır. İnternete duyulan bu gereksinim özellikle gayri resmi kamusal alanın yitirilmesi ile bireylerin topluluğa duyduğu zlem duygusudur. Rheingold'un savının temelinde, mutlak bir teknoloji gereksinim yatmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri sadece sosyal ilişkileri değiştirme değil, aynı zamanda yenilerini oluşturma gücüne de sahiptir. Bununla birlikte Rheingold'un savının ayırt edici özelliği sanal toplulukların “evrim içi var olan topluluklar” olmasıdır (Delanty, 2015: 179). Ayrıca Rheingold'un tanımında sanal topluluk terimi, ortak değer sistemleri, normlar ve davranış kuralları, kimlik ve bağlılık duygusu ile karakterize ettiği gibi ele alır ve topluluğun sembolik yönlerini vurgular. Bu anlamda, topluluk katılımcıların zihninde var olur; çünkü katılımcıları onu tanımlar ve ona anlam verir (Femback, 1999: 213).

Femback (1999: 217), aynı zamanda topluluğun süreçsel karakterini vurgulayarak, topluluk sakinleri tarafından tanımlandığını, sınırları ve anlamrının yeniden müzakere edildiğini ve sanal toplulukların, fiziksel topluluklarla aynı temel özelliklerin çoğuna sahip olsalar da üyeler arasında ortak deneyime ve ortak anlama izin veren ze sahip olduklarını belirtmektedir.

Tartışıldığı gibi, sosyal bilimciler, özellikle sosyologlar için, Rheingold'un tanımı topluluk kavramı ile ilgili birçok konuyu gündeme getirmektedir. Bunun nedeni, Rheingold'un, sanal toplulukları gerçekten yeni bir topluluk biçimi olduğunu iddia etmesi ve gerçek dünya için de alternatif bir topluluk olarak görmesinden kaynaklanmaktadır (Jones, 1995: 11).

Sanal topluluk literatürü böylece Rheingold'un sanal topluluk terimini haklı çıkarma girişimi ile başlamaktadır. Rheingold, elektronik iletişimin topluluk özelliklerini göstermeyi, çevrim içi ağların sosyal bağları geliştirebileceğine dair şüpheci bir dünyayı ikna etmek istemektedir. İnsanların pasif bilgi almak yerine elektronik medyayı etkileşimde bulunmak için nasıl kullandıklarını göstermektedir. Öncelikli olarak bilgiyi sanal topluluğun iletişimini sağlayan para birimi olarak görmektedir. İlk sanal topluluk rneği olarak gösterilen Well'in bir bilgi kaynağı olarak

önemini küçümsemese de, onun için en değerli unsur topluluk duygusudur. Bu nedenle başkaları için harcanan zaman ve duyguların topluluk olabilmek için temel nitelikler olduğunu belirtmektedir (Ellis vd., 2004: 146).

Slabeva ve Schmind (2001: 2), sanal topluluklarda üyeler arasındaki kişisel ilişkilerde güçlü bir bağ olmadığını belirtmektedir. Onlara göre sanal ortamda belirli bir amaç için toplanan herkes bir sanal topluluk oluşturabilmektedir. Önemli olan, bilgi ve iletişim teknolojisinin aracılık ettiği, yani çevrim içi olduğu gerçeğidir.

Sanal topluluklar üzerine çeşitli görüşlere sahip olan bazı araştırmacılar, sanal toplulukların yapay topluluklar olduğunu ya da gerçek toplulukların bir destekleyicisi olarak kabul edilmeleri gerektiğini ileri sürmektedirler. Castells'e göre (2008: 479), geleneksel topluluklarda bireyin yaşam alanı olan fiziksel ortamın yerini sanal ortam almıştır. Bu nedenle sanal topluluklar sanal ortamda bireylerin sosyalleşebildiği yapay topluluklardır. Geleneksel topluluklar ile karşılaştırıldığında sanal topluluklarda aidiyet, kişiler arası bağlar, yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle sanal topluluklar sanal ortamın özellikleri göz önünde tutularak değerlendirildiğinde bir topluluk olarak kabul edilebilirler.

Craig Calhoun'a göre ise sanal topluluklar, belirli kültürel özellikteki bir grubun ötesine geçtiğinde sığ topluluklar haline gelmektedirler. Bu açıdan Castells ile aynı görüşü paylaşmaktadır. Önemli olan sanal toplulukların yeni sosyal ilişkiler oluşturmaları değil mevcut olan sosyal ilişkileri güçlendirmesidir. Sanal topluluklar benzer zevklere sahip insanları bir araya getirmek için bir vasıta görevi üstlenmektedir. Başka bir deyişle sanal topluluklar, geleneksel toplulukları destekleyen bir göreve sahiptir (Delanty, 2015: 185-186). Benzer şekilde Dijk (2006: 167), sanal toplulukların geleneksel toplulukların kaybını telafi edemeyeceğini belirtmektedir. Çünkü sanal topluluklar geleneksel topluluklar olmadan var olamayacak kadar sınırlı bir topluluktur. Ancak zaman ilerledikçe sanal topluluklar geleneksel topluluklara eklenerek bir köprü görevi görebilir. Örneğin aynı meslek grubuna mensup bireyler sanal toplulukların aracılığı ile sanal ortamda da bir araya gelebilirler. Bu nedenle sanal toplulukların gerçek yaşamda varlık gösteren geleneksel topluluklardan ayırt edilmeleri gerektiğini belirtmektedir.

Birçok araştırmacı sanal toplulukların topluluk oluşturup oluşturamayacağına dair çeşitli görüşlerden etkilenerek sanal toplulukların topluluk özelliklerine sahip olup

olmadığını sorgulamış, aynı zamanda da topluluk olarak açıklayabilmek için yapısal parametreler belirlemeye çalışmışlardır. Sanal toplulukları topluluk kavramı ile örtüştürmeye olanak sağlayan özellikler belirlenirken, aynı zamanda da bu özelliklerden hareketle sanal toplulukların gerçek hayatta birlikteliklerinin bulunup bulunmadığını, geleneksel toplulukların sanal ortamda ki bir uzantısı olup olmadıkları soruları cevaplanmaya çalışılmıştır (Şahin, 2013: 56).

Muniz ve O'Guinn (2001: 418), sanal topluluklar üzerinde yaptığı bir araştırmasında, sanal topluluklara karşı oluşan şüpheciliğe rağmen, araştırma sonuçlarının geleneksel topluluğun üç temel bileşeninin sanal topluluklar için de geçerli olduğunu ortaya koymuştur. Bunlar; ortak bilinç, ritüel ve gelenekler, ahlaki sorumluluk hissidir. Nip (2004: 424), bir bülten panosunda kadın topluluğunu incelemiş ve internetin topluluk oluşturmadaki sosyal potansiyelini vurgulamıştır. Üyelerin karşıladığı duygusal faydaların çoğunun, yüz yüze topluluklarda bulunanlara paralel olduğunu tespit etmiş ve üyelerin siteyi bilgi, kişisel anlatım, sosyal bağlantılar, iletişim gibi şeyler için kullandığını belirtmişlerdir. Blanchard ve Marcus (2004: 75), ise topluluk duygusu kavramını sanal topluluklarda arayarak bazı benzerlikler bulmuşlardır. Buna göre üyelik duyguları, ihtiyaçların entegrasyonu ve paylaşılan bağlantılar gerçek topluluklar ile benzerlik göstermektedir. Araştırmalar sanal toplulukların gerçek topluluklarla benzer niteliklere sahip olabileceğini göstermektedir. Popüler anlayışlar artık değişiklik göstermiş ve pek çok sosyal bilimci günümüzde rahatça sanal toplulukların günlük yaşamın bir gerçeği olduğunu yorumlamışlardır.

1.3. Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıklar

Sanal topluluklar, sanal ortamda sanal bir gerçeklik üzerine dayalı, aynı ilgi alanları ve ortak düşünce içinde olan insanların, düşüncelerini ve mesajlarını paylaştıkları, iletişim kurdukları yapay bir sosyal yapıdır. İnsanlar, iş, eğitim, eğlence, haber, fikir ve bilgi paylaşma, iş birliği yapmak ve sosyalleşmek için sanal topluluklara katılmaktadır (Güçdemir, 2015:65).

Geleneksel topluluklar ve sanal topluluklar her ne kadar benzer özellikler taşıyarlarda farklı özellikleri de bulunmaktadır. Öncelikle geleneksel topluluklar, özellikle özgürleştirici olmayan bir sosyal kontrol işlevine sahip olma eğilimindedir. Buna karşılık, sanal topluluklar uygunluktan önce zevk veren ve bireysellik kazandıran

göreceli olarak hedonistik bir etkiye sahiptir (Muniz ve O’Guinn, 2001: 427). Sanal topluluklar zamana, mekana ve fiziksel veya maddi koşullara bağlı olmayan bir bilgisayar aracılı iletişim yardımı ile elektronik ortamlarda yaratılırlar. Geleneksel topluluklar zamana, yere ve doğal ortamlara bağlıdır çünkü insan organizmalarının bir araya gelerek topluluk olarak adlandırılan bir “sosyal bedeni” şekillendirmektedirler. Bu nedenle, esas olarak yüz yüze iletişimi temel alırlar (Dijk, 2006: 166).

Sproull ve Faraj (1997: 39-40), sanal topluluklar ve geleneksel topluluklar arasındaki üç farklılığa dikkat çekmektedir:

- **Fiziksel Konumun Sanal Topluluklara Katılımla İlgisi Yoktur:** Üyelerin yerleşim yerlerinin sanal topluluğa katılımında bir engel oluşturmayacağını ifade etmektedir.
- **Sanal Topluluklardaki Katılımcıların Çoğu Görünmezdir:** Bir kişi yalnızca mesaj okur ve yayınlamazsa, diğer üyeler varlığından haberdar olmayabilir.
- **Sanal Topluluklara Katılmak İçin Lojistik ve Sosyal Maliyetler Daha Düşüktür:** Bir birey, sanal topluluğa üyeliğini kolayca ve zahmetsizce, yalnızca gezinme oturumunu sonlandırarak ve hiçbir zaman sanal topluluğun etki alanına geri dönmeden sonlandırabilir..

1.4. Sanal Toplulukların Gelişimi

Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, iletişim araçları ve kullanılan uygulamalarda çeşitlilik göstermektedir. Bu uygulamalar ve araçların yayılmasında en önemli etken internettir. Bu anlamda sanal topluluklarda geçmişten günümüze çeşitli şekillerde gelişim göstermektedir. Sanal toplulukların oluşumuna dair ilk öngörüler 1968’de Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı yöneticileri J.C.R. Licklider ve Robert Taylor tarafından dile getirilmiştir. Onlara göre sanal topluluklar, ortak bir konuma sahip olmayan ancak ortak çıkarları olan bireyler arasında kümelenmiş gruplar halinde oluşabileceğini belirtmişlerdir (Rheingold, 1993: 22).

Tarihsel açıdan ilk sanal topluluklar, e-posta sistemleri, sanal sohbetler, bülten panoları ve haber grupları gibi basit iletişim yazılım sistemleri etrafında şekillenmiştir. Bu nedenle, sanal topluluklar genel olarak metin tabanlı tartışma forumları olarak bilinmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin zaman ilerledikçe gelişim göstermesi sanal

toplulukların da desteklenmesi için çeşitli yazılım teknolojileri, iletişim araçları, farklı türde iletişim ve içerik yönetimini birleştiren karmaşık yazılımlar geliştirilmesine ortam hazırlamıştır. (Stanoevska Slabeva, 2002: 72).

İnternette en çok kullanılan ve en yaygın iletişim aracı olan e-posta, 1971 yılında ARPANET tarafından geliştirilmiştir. Erken dönem iletişim sistemleri, bir kişinin yalnızca bir kişiye mesaj gönderebilmesine izin verirken e-posta sistemleri ise bir kişinin bir veya binlerce kişiye tek satırlık bir mesaj veya yüz sayfa bir dosya gönderebilmesine izin vermektedir. E-posta listesindeki bir kişiden mesaj alındığında, o kişiye özel olarak cevap verilebilir veya listedeki herkese cevap gönderilebilmektedir. Bu şekilde yazışmalar bir grup sohbeti olarak kişiler arasında devam edebilmektedir. Bu özel listeler, bireylerin kendi kişisel konferans sistemlerini oluşturmalarının bir yolu olarak çoğalmaya devam etmektedir. Bu teknolojinin temel formu o zamanlardan beri pek değişmese bile e-posta okuyucuları büyük ölçüde değişim göstermiştir (Rheingold, 1993: 67).

İlk bülten tahtası sistemleri ise fiziksel bir ilan panosundan esinlenilerek tasarlanmıştır. İnsanlar bu mesaj panolarına mesaj gönderebilir ve diğer kullanıcılarda bu mesajın altına yorum yapabilmektedir. Genellikle mesajlar kronolojik bir sıraya göre görüntülenmektedir. İlk mesaj, sohbetin başlangıcını oluşturur. Daha sonra gelen cevaplar alt sırada görüntülenmektedir. Teknoloji gelişimi ile birlikte topluluk iletişimine olanak sağlayan servisler; ziyaretçilerin gelişmiş arama olanaklarını kullanmalarına, kişisel resimleriyle kendi profillerini oluşturmalarına, diğer kişilerin profillerini görmelerine, özel görüşmeler yapmalarına ve avaturları kullanmalarına izin vermiştir. Aynı zamanda eşzamansız iletişime ek olarak, çeşitli hizmetleri de beraberinde getirmiştir (Preece vd., 2003: 3-4).

Kendi kültürünü geliştiren ilk sanal ilgi topluluğu, bilim kurgu ile ilgili kamuya açık tartışmalara katılmak isteyen ARPA araştırmacılarının bir e-posta listesi olan Sf-Lovers'dır. Sf-Lovers 1970'lerin sonlarında ARPANET'te herkese açık olarak görünmeye başlanmıştır (Rheingold, 1993: 67). Bu ilk toplulukların temel amacı, profesyonel bilgi ve deneyim alışverişi sağlamaktır. Bununla birlikte, Sf-Lovers listesi örneğinde gösterildiği gibi, ağlar akademik araştırma veya profesyonel konularla ilgili olmayan ilgi alanlarına göre düzenlenmiş e-posta listeleri oluşturmak için de

kullanılmıştır. Bunlar ilk ilgi toplulukları olma özelliğini göstermektedirler (Hagel ve Armstrong, 1997: 113).

1979 ve 1980 yılları, özellikle çok kullanıcıli oyunlar (MUD) ve Usenet haber gruplarının ortaya çıktığı yıllardır. Bu oyun, insanların internet üzerinden metin iletileri aracılığıyla farklı şekillerde rol yapabildiği sanal bir dünyadır. Bireyler aynı zamanda bu oyunu oynarken diğer insanlarla, kendilerini ilişkilendirebilir ve fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Bu şekilde kullanıcılar, mesajların yapılandırılmış değiş tokuşundan oluşturulan bir tür soyut topluluğa katılabilmektedirler. (Rheingold, 1993: 101).

Kurulan ilk çevrim içi sanal topluluk ise 1979 yılında kurulan küresel bir internet tartışma sistemi olan Usenet haber grubudur. Usenet haber grupları da bir ilan tahtası şeklinde çalışmaktadır. Kullanıcılar mesajları okuduktan sonra ilan panosu sitemine benzer bir kategori içinde yer alan belli sayıdaki haber grubu üyelerine göndermektedirler (Sayımer, 2012: 48).

Sohbet sistemleri, anlık mesajlaşma ve mesajlaşma sistemleri senkronize bir şekilde ilerleme göstermişlerdir ve kullanıcıların sanal ortamlarda birlikte bulunmaları anlamına gelir. Genellikle konuşmalar hızlı ve yorumlar ise kısadır. 1988 yılında geliştirilen IRC ve AOL ile ünlü anlık mesajlaşma sistemlerinde bireyler belirli bir sohbete kimlerin katılabileceğini kontrol edebilmektedir (Preece vd., 2003:3-4).

Sanal topluluklar 1990'lı yıllarda ortaya çıkan World Wide Web'in gelişimi ile hız kazanmıştır. Statik web siteleri artık site ve ziyaretçiler arasında değil, ziyaretçilerin birbirleri arasında da iletişimi sağlayan yüksek etkileşimli web siteleri haline gelmiştir (Ridings ve Gefen 2004:1). 1990'ların sonlarından itibaren, daha ucuz bilgi işlem gücü, web ve başarılı birkaç internet servis sağlayıcısının birleşimi çevrim içi olarak on binlerce insanın ilgisini çekmiştir (Rainie ve Packel 2001'den aktaran Preece vd., 2003: 5).

1991'de, ARPANET'in varlığının sona ermesinden bir yıl sonra, Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen World Wide Web, Avrupa Nükleer Araştırma Kurumu (CERN) tarafından yayınlanmıştır. Bu etkinlik, web sitelerinin yaygın olarak kullanılmasını ve web sayfaları ve çeşitli iletişim yazılımı biçimlerinin desteklediği sanal topluluk gruplarının gelişimini kolaylaştırmıştır. Sanal topluluklar, bu şekilde kademeli olarak gelişim gösterdiği ortamlara uyum sağlamaktadır. World Wide Web'in bulunması ile sanal toplulukların gelişimi de hızlanmıştır. 1990'ların başında Doom,

Quake ve Everquest gibi oldukça sofistike oyun dünyaları ortaya çıkmıştır. Bu dünyalarda, katılımcılar kendilerini ekranda ses, mesajlaşma ve video akışı eşliğinde hareket edebilen, avatar olarak bilinen grafik karakterler olarak temsil etmişlerdir. 1995'te kurulan Palace ve 1995'te AlphaWorld olarak kurulan Activeworlds gibi grafiksel, üç boyutlu ortamlar ortaya çıkmıştır. Her ne kadar bu sanal dünyalar kullanıcıların ilgisini çekse de maliyeti beraberinde getirmiştir. Hızlı işlemcilere, büyük hafızaya ve yüksek bant genişliğine sahip internet bağlantısına sahip son teknoloji ürünü bilgisayarları zorunlu hale getirmiştir. Bazı yazılım geliştiriciler, bu tür ortamların yüksek ve düşük bant genişliği sürümlerini sunarak, gelişmiş donanım erişimi olmayanların da katılabileceği evrensel erişim sorununu çözmüşlerdir (Preece vd., 2003:4).

İnternet 1990'ların ortalarında genel kabul görmeye başladığında, yazılım geliştiriciler ağlar arasındaki bağlantıyı World Wide Web üzerinden kullanmak için uygulamalar yazmaya başlamışlardır. Bağlantılılık sayesinde, topluluk kavramı üzerine “sosyal ağlar” olarak bilinen kavramı yaratarak siteler oluşturulmuştur. Bu şekilde oluşturulan ilk sanal topluluk 1997 yılında başlatılan SixDegrees.com olarak bilinmektedir. Site; üyelerin çevrim içi bir profil oluşturmaya, arkadaşlarını ve kişilerini listelemelerine izin vermektedir. SixDegrees.com ayrıca üyelerin arkadaşlarının profillerine göz atmalarına ve bir arkadaş grubu aracılığıyla çevrim içi bir topluluk oluşturmalarına izin vermiştir. Diğer üyelerle iletişim kurabilmek, SixDegrees.com'un yayınlanmasından önce mevcut olmasına rağmen (anlık mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla), topluluk yönü yoktur. SixDegrees.com ise grupları ilgi alanına, akademik üyeliğe ve coğrafyaya dayalı olarak oluşturmaya teşvik eden ilk site olmuştur. SixDegrees.com milyonlarca kullanıcıyı cezbederken, sağlam bir iş modeli olmadığı için 2000 yılında kapanmaya zorlanmıştır (Boyd ve Ellison 2007: 214).

1997'den itibaren, Friendster, AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente gibi SixDegrees.com'a benzeyen birkaç yeni site ortaya çıkmıştır. Bu yeni siteler, üyelerin arkadaş edinme, işletme ağı kurma gibi belirli bir amaca yönelik çevrim içi profiller yayınlamalarına izin vermektedir. Six Degrees.com' dan farklı olarak, bu sitelerin üyeleri onay almadan ilk önce arkadaşlarına profil ekleyebilmektedirler. 1999 yılında, Live Journal başlatılarak ve anlık mesajlaşma arkadaş listelerinden sonra modellenmiş bir arkadaş listesi tanıtılmıştır. Sadece mesaj göndermeye ek olarak üyeler, arkadaşlarını

takip edebilir ve yeni bir giriş yapıldığında girişlerini okuyabilmektedirler (Boyd ve Ellison, 2007: 214).

Bir sonraki gelişme insanların iş ağlarından yararlanmalarına yardımcı olmak için Ryze.com'un 2001 yılında kurulmasıyla yaşanmıştır. Ryze.com'un kurucusu, siteyi ilk olarak San Francisco iş ve teknoloji topluluğunun üyeleriyle daha sonra gelecekteki pek çok sosyal medya hesabının arkasındaki girişimciler ve yatırımcılar aracılığıyla tanıttığını bildirdi. Özellikle Ryze, Tribe.net, LinkedIn ve Friends'in arkasındaki insanlar kişisel ve profesyonel olarak sıkı sıkıya bağlıydılar. Bu nedenle rekabet etmeden birbirlerini destekleyebileceklerine inandılar. Sonunda, Ryze hiçbir zaman kitlesel popülerlik kazanamasa da Tribe.net tutkulu bir niş kullanıcı tabanını çekmek için büyüebilmiştir, LinkedIn güçlü bir iş hizmeti haline gelmiştir. Friendster ise eski önemini kaybetse de internet tarihindeki önemli sanal topluluklardan birisi olmuştur (Boyd ve Ellison, 2007: 215).

2003'ten itibaren, Friendster'ın başarısını taklit etmeye veya belirli demografik özellikleri hedeflemeye çalışan profil merkezli siteler oluşturulmaya başlanmıştır. Bu web siteleri geniş kitlelere hitap ederken, LinkedIn, Visible Path ve Xing gibi profesyonel siteler iş adamlarına odaklanmıştır. Sosyal medya ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik fenomeni büyüdükçe medya paylaşımına odaklanan web siteleri sosyal ağ özelliklerini uygulamaya ve kendileri de sosyal ağ olmaya başlamışlardır. Bu örnekler arasında Flickr ve YouTube örnek olarak verilebilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007: 216).

Sanal topluluklar popülerlik kazanırken, yeni siteler niş toplulukları hedef almaya başlamışlardır. 2004 yılında, Facebook adlı küçük bir girişim, Harvard Üniversitesi öğrencileri için özel olarak büyük bir hit haline gelen bir sanal topluluk yaratmıştır. Facebook daha sonra diğer üniversitelere yayılmıştır. Katılmak için, bir kullanıcının bir "edu" e-posta adresiyle kaydolması ve bir üniversiteyle ilişkilendirilmesi yeterli görülmüştür. Bu başlangıçta küçük bir özel akademik topluluk sitesi oluşturmayı amaçlasa da 2005 yılında Facebook, lise öğrencilerini bünyesine almaya karar vererek daha sonra da kurumsal ağları içerecek şekilde genişleyerek sonunda halka açılmıştır (Cassidy 2006'dan aktaran Boyd ve Ellison, 2007: 216).

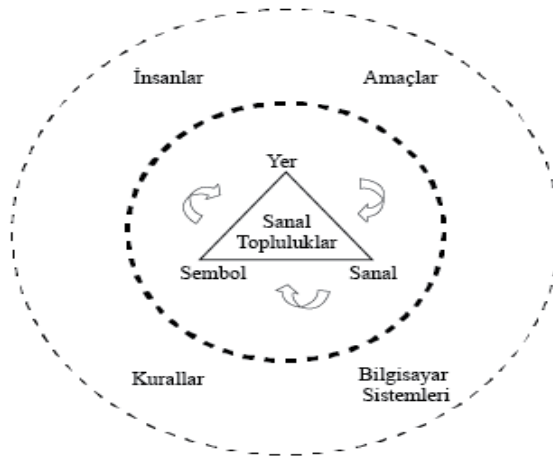
Sosyal ağ teknolojisinin gelişimi ile insanlar özellikle Google ve Yahoo grupları, anlık mesajlaşma sistemleri, bloglar, wikiler, MySpace ve Facebook gibi sosyal ağ

hizmetleri, Flickr gibi fotoğraf ve medya paylaşım toplulukları, Lineage ve World of Warcraft gibi çok oyunculu çevrim içi oyunlar ve Second Life gibi çok oyunculu sanal dünyalar olarak ortaya çıkan teknolojiler sayesinde bir araya gelmişlerdir. Böylece çeşitli ilgi ve amaçları doğrultusunda etkileşime girmektedirler. Bu şekilde sanal topluluklarda bu sosyal ağlara ile ortaya çıkan teknolojilerin yeni türden etkileşimler sağladığı ve farklı insan gruplarının yeni amaçlar için uygun medyaya sahip olması nedeniyle birlikte gelişim göstermiştir (Sayımer, 2012: 48).

1.5. Sanal Toplulukların Unsur ve Özellikleri

Preece (2000: 10), bir sanal topluluğun, topluluğunu desteklemek için insan; amaç, politika ve bilgisayar sistemi gibi temel operasyonel unsurlara sahip olduğunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle, sanal bir topluluk, ortak bir amacı olan kişilerin bilgisayar sistemi kullanılarak oluşturulan politikalar temelinde etkileşime girdiği sanal bir yer olarak tanımlanır. Geliştirilen bileşenlere dayanarak, Wang vd. (2002: 410-411), sanal topluluğu tanımlamak için kavramsal bir model önermiştir. Model üç perspektiften oluşmaktadır. Buna göre sanal topluluklar; yer olarak sanal topluluk, sembol olarak sanal topluluk ve sanal olarak sanal topluluk şeklindedir.

Şekil 1. Sanal Topluluğun Kavramsal Bir Modeli



Kaynak: (Wang vd., 2002: 410).

- **Yer Olarak Sanal Topluluk:** Sanal bir topluluk, insanların sosyal ve ekonomik ilişkileri geliştirip sürdürebilecekleri ve yeni fırsatları keşfedebilecekleri bir yer olarak düşünülebilir. Arkadaşlık, meslek veya

ilgi alanı gibi belirli ortak noktalara odaklanmış sosyal organizasyonlar olarak algılanabilmektedir. Sanal topluluğu tanımlamaya yönelik bu yaklaşımların bir yer hissine bağlı olmasının nedeni iletişim teknolojisindeki ilerlemenin getirdiği geniş toplumsal ve iletişim değişikliklerine rağmen, yer ve toplum arasındaki tarihi ilişkidir.

- **Sembol Olarak Sanal Topluluk:** Topluluk oluşturma sürecinde üyeler, topluluğun sosyal veya coğrafi özelliklerinden bağımsız olarak ait olduğu topluluğa sembolik olarak bağlanma eğilimi göstermektedirler. Sembolik anlamı olan bu tür bir toplulukta, formdan ziyade madde aranmaktadır. Sanal topluluğu ölçmenin bir standardı; oluşturulan topluluğun topluluk üyelerine anlam ve kimlik sağlayıp sağlamadığını görmektir. Bu anlamda, sanal topluluk çok kişisel bir şeydir ve birey, yalnızca topluluğun bir parçası olduğunu hissediyorsa ifade edebilmektedir. Eğer bu duygu eksikse, o zaman o kişi için topluluk da mevcut olmayabilir.
- **Sanal Olarak Sanal Topluluk:** Sanal olmak, sanal toplulukları geleneksel topluluklardan ayıran en önemli tanımlayıcı özelliklerden biridir. Sanal topluluklar; ortak değer sistemleri, normlar, kurallar ve ayrıca çeşitli fiziksel toplulukları niteleyen özdeşlik, bağlılık ve topluluk duygusu ile tanımlanır. Bununla birlikte, sanal topluluk kavramı, kendisini tanımlayıcı bilgisayar ortamlarında sanal bir biçimde olduğundan ve topluluk hakkındaki klasik düşünce kalıplarında farklı oldukları için benzersizdir.

Typaldos (2000: 10), sosyolojik bakış açısını esas alarak sanal toplulukların on iki kurucu unsurunu şu şekilde açıklamıştır:

1.5.1 Amaç

Sanal bir topluluğun amacı; neyi başarmak istediğini, hedef kitlenin kim olduğunu ve topluluğa katılmanın üyelere nasıl fayda sağlayacağını anlamaya yardımcı olmaktadır. Topluluğun amacı aynı zamanda hem yapısını hem de topluluğu çalıştırmak için hangi kaynaklara (zaman, bilgi ve uzmanlık) ihtiyaç duyulacağını tanımlamaya yardımcı olmaktadır (Preece 2000: 10).

İnsanları sanal bir topluluğa çeken belirli ve tanımlanmış temel bir ilgi alanı olmalıdır. Ortak bir amacı paylaşmak, sadık bir üye topluluğu oluşturma'nın ilk adımıdır. İnsanların bir araya gelmesi için zorunlu bir neden yoksa topluluk başarısız olur. Bir topluluk, üyelerin amacına ulaşmalarını ve diğer üyelerin katılımını gerektiren hedeflerine ulaşmalarını sağlayabilirse büyür ve gelişim gösterir (Typaldos:10).

Bir topluluk Web sitesinin üyeleri, seyahat ya da evcil hayvan bakımı gibi belirli bir konuyu tartışmak, yemek tarifleri yayınlamak ya da diğer kullanıcılarla çevrim içi bir oyun oynamak gibi, çeşitli ihtiyaçlar duyarlar (Buss ve Strauss 2009: 9-12).

1.5.2. Kimlik

Sanal topluluğun üyelerinin kullandıkları bir takma adı veya kullanıcı adı, giriş adı vardır. Çünkü çoğu insan gerçek adını ve e-posta adresini internette yayınlamak istemez. Üyenin takma adı, o üye tarafından gerçekleştirilen işlemlerin yanındaki topluluk Web sitesinde gösterilir (Buss ve Strauss 2009: 9).

Sanal topluluk içerisinde üyeler birbirlerini tanımadan da ilişkiler kurabilmektedirler. Her katılımcı, kalıcı ancak dinamik bir kimliğe sahip olarak belirli bir üye profili edinmektedir. Bu profil; genellikle site tarafından izin verilen, dinamik olarak oluşturulan ve sitedeki üyenin davranışına göre güncellenmektedir (Typaldos:10).

Sanal topluluklardaki insanlar aynı zamanda farklı roller üstlenmektedirler ve bu roller bir topluluk üzerinde olumlu veya olumsuz etkiye sahip olabilir. Tanımlanan bazı roller şunlardır: Moderatörler, arabulucular, tartışmalara rehberlik eden ve anlaşmazlıklarda hakem olarak görev yapan ayrıca görüşlerini ileten ve tartışmaları yönlendiren profesyonel yorumcular, tartışmaya katkıda bulunan genel katılımcılar ve sessizce gözlemleyen pasif katılımcılardır (Preece 2000: 10).

1.5.3. İtibar

İtibar; kimlik ve güven arasındaki bağlantı ile ilişkilidir ve davranışları çeşitli şekillerde etkiler. İtibar; katılım düzeyi, katılım sayısı ve niteliği ve üyelerin topluluk içerisindeki rolü gibi birçok şeye dayanabilir. İnternetin gelişimi ile birlikte üyelerin sanal topluluklara katılımı da artar, böylece bir üyenin karakterini ve güvenilirliğini belirlemek giderek önem kazanmaktadır (Typaldos:10).

1.5.4. Yönetim

Üyelerin davranışları topluluk değerlerine göre düzenlenmektedir. Üyelere topluluk içerisinde yapabilecekleri ve yapamayacakları eylemleri, olayların nasıl ele alındığını ve nasıl idare edileceğini net bir şekilde açıklanması gerekmektedir. Üyelerin kendi davranışlarından sorumlu olmaları ve farklı durumlarda kendi kendilerini yönetmeleri için idari araçlara sahip olmaları önemlidir (Typaldos:10).

1.5.5. İletişim

Bir topluluğun var olması için üyelerin birbirleriyle iletişim kurabilmesi gerekmektedir. Sanal topluluklarda da üyelerin ne şekilde iletişim kurdukları hem topluluk yöneticisi hem de üyeler için birincil öneme sahiptir. Sanal bir topluluğun başarısındaki en önemli faktörlerden biri, olası iletişim araçlarının zenginliği ve üyeler için sunulan seçeneklerdir (Typaldos:10).

Üyelerin ilişkiler kurmalarına izin vermek için, bir topluluk Web sitesi üyelerin herhangi bir faaliyetin kapsamı dışında birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlar. Web sitesi, bir diğerine üye konuşmalarındaki dahili e-posta veya mesaj defterleri aracılığıyla, bire bir sohbeti sitede tutmaya yönelik seçenekler sunar. Üyeler özel veya genel olarak yorum bırakabilir (Buss ve Strauss 2009: 9).

Sosyal etkileşimi destekleyerek, ona aracılık edip beraberlik duygusunu kolaylaştırarak sanal topluluğu yeni bir fenomen haline getiren bilgisayar sistemleridir. İnternetin iki önemli rolü vardır: Milyonlarca insanın, geniş miktarda bilgiye ulaşmasına yardımcı olmak ve insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamak. Her ikisi de sanal toplulukların başarısı için önemlidir (Preece 2000: 10).

1.5.6. Gruplar

Topluluk içerisinde üyeler, kendilerini özel ilgi alanlarına veya görevlere göre kategorilere ayırabilirler. Bu şekilde topluluktaki insanlar, kendilerini doğal olarak daha küçük alt gruplara ayırırlar. Tüm toplulukların içinde toplulukların amacının bir alt kümesine odaklanan ya da topluluğun üyeliğini bölümlere ayıran gruplar vardır (Typaldos:10).

1.5.7. Çevre

Sinerjik bir ortam, üyelerin amaçlarına ulaşmasına yardımcı olur. Tüm sanal topluluklar, çevrim içi bir ortam çerçevesinde var olur. Etkili olması için, o ortam iyi düşünülmüş ve bütünleştirilmiş olmalıdır. Böylece görünme ve gezinme şekli, toplumu yansıtır, hedefleri ve değerleri gösterir (Typaldos:10).

1.5.8. Sınırlar

Sanal topluluklar, üyelerin çevrim içi davranışlarını yönlendirebilmek için politikaya ihtiyaç duymaktadırlar. Özellikle bir topluluğa katılmak için; katılımcılar arasında ki iletişim tarzı, kabul gören davranışlar, gizlilik politikaları, güvenlik politikaları ve uygunsuz tepkileri belirlemek için topluluk politikalarının belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Preece 2000: 10).

Topluluk, kimin üye olabileceği konusunda net bir tanımın yanı sıra kimin üye olamayacağı konusunda da bir anlayışa sahip olmalıdır. Sınırlar, gruplar ve alt gruplar oluşturma ve yönetmede de önemlidir. Örneğin, üyeler proje iş birliği için, hangi ekip üyelerinin katılabileceğini, hangi yetkilere sahip olduklarını ve bu sınırları yönetmek için kullanılan mekanizmaları seçme hakkına sahip oldukları bir alan yaratır (Typaldos:10).

1.5.9. Güven

Üyeler, diğer üyeler ve grup düzenleyicileri ile zaman içinde güven oluşturabilmelidir. Güven toplumun devamlılığını sağlayan en önemli faktördür. Üyeler, diğer üyelere güvenip güvenemeyeceklerini ve ne kadar güvenebileceklerini söyleyebilmelidir. Ayrıca herkesin, topluluğu yönetenlerin kişisel bilgilerini kötüye kullanmayacağına veya istismar etmeyeceğine güvenmesi gerekir (Typaldos:10).

1.5.10. Alışveriş

Sanal topluluklar, mal ve hizmetlerin yanı sıra değer bilgisi ve fikir alışverişini de kabul etmektedir. Bu değişimler bire bir olabileceği gibi birden çok birkaç kişiye de verilebilmektedir (Typaldos:10).

1.5.11. Anlatım

Anlatım, topluluğun hakkında bilgi vermektedir. Topluluk içerisinde kim kiminle hangi konuları konuşuyor, tartışıyor hangi makaleler okunuyor ve kimi hedeflerini gerçekleştirdiğine odaklanmaktadır. Bu, özellikle topluluğa ilk kez gelen üyeler için önemlidir. Yüz yüze karşılaşmalarda jestlere, yüz ifadelerine ve seslendirmeye atıfta bulunur. Çünkü iletişim, dilin mesajın iletilmesi için kullanılmasıdır (Typaldos:10).

1.5.12. Tarih

Tarih, bir sanal topluluk için hayati önem taşımaktadır. Üyeler tarafından oluşturulan içerik, topluluk arşivine değer katar ve mevcut bilgi havuzunu arttırarak topluluk gelişimine rehberlik eder. Üyelerin birbirleri ile temasları kesilse bile diğer üyeleri hatırlayarak o kişinin kim olduğunu ve geçmişte ne yaptığını bilir (Typaldos:10).

Topluluk alanında yıllardır süren araştırma ve kuramlar; topluluğun bir yere, paylaşılan ilgiye ya da duygusal bağlılığa bağlı olduğunda nasıl kavramsallaştığına odaklanmıştır. Bu odaklanma, katılımcıların yüz yüze hiç karşılaşmadıkları sanal grupları içerecek şekilde genişletilmiştir. Araştırmacılar, farklı insan gruplaşma türlerini araştırırken, aynı coğrafi bölgedeki bazı grupların topluluğu oluşturmadığı gibi benzer şekilde çevrim içi etkileşimde bulunan her insan gruplarının da sanal bir topluluk oluşturmadığını belirtmektedirler (Reich, 2010: 689).

Jones'a göre (1997) tüm bilgisayar aracılı iletişim ortamlarını sanal bir topluluk olarak görmek doğru değildir. Çünkü belirli bir iletişim yapısı içerisindeki kullanıcı topluluğunun, sanal topluluk olabilmesi için dört özelliğe sahip olması gerekmektedir. Buna göre:

- **Asgari Etkileşim Düzeyi:** Asgari düzeyde bir etkileşim sağlayabilmek için bazı bilgisayar aracılı iletişim kategorilerinin sanal topluluğunun dışında bırakılması gerekmektedir. Örneğin, abonelerin haber ve bilgi aldığı ancak diğer abonelerle etkileşimli tartışmalar yapamadığı bir e-posta listesi sanal bir topluluk olarak sınıflandırılmaz.
- **İletişimci Çeşitliliği:** Birbirleri ile bağlantı halinde olan iletişimciler asgari etkileşim düzeyi ile doğrudan ilgilidir. Bir iletişimcinin varlığı,

etkileşimi gerçekleştirmek için yeterli olmamaktadır. Bu nedenle mesajlarını bir sanal topluluğun kamusal alanına gönderen ikiden fazla iletişimcinin varlığı sanal topluluğun oluşturulması için yeterli görülmektedir. Çoğu veri tabanı sorgusu ve veri tabanı etkileşimi bu şekilde sanal topluluğunun dışında bırakılmaktadır.

- **Ortak Kamusal Topluluğun İnteraktif Grubunun Önemli Bir Kısımının Oluştuğu Alan:** Sanal topluluklar için gerekli olan sanal bir yerin varlığı; sanal topluluk ile diğer bazı bilgisayar aracılı iletişim kategorileri arasındaki ayrımı belirlemektedir. Bunun nedeni, gönderilen mesajların doğrudan bir kişiden diğerine ortak bir sanal yeri olmayan özel bir iletişimden ayırt edilmesidir.
- **Asgari Düzeyde Sürekli Üyelik:** Yeterli bir etkileşim düzeyini elde etmek için gereken üyelik istikrarı seviyesi, mesajlarının yoğunluğu ile de ilgilidir. Örneğin, sanal bir topluluğun devamlılığını sağlayabilmesi için üyelerin topluluğa aktif olarak katılması ve yorum yapması gerekmektedir.

Jones (1997) sanal topluluk ve sanal yerleşim kavramlarının birbirlerinden farklı olmasına rağmen, eğer sanal bir yerleşim bulunuyorsa orada sanal bir topluluktan bahsedilebileceğini belirtmektedir. Ayrıca sanal yerleşimde gelişen duyguların ve sosyal ilişkilerin, sanal bir topluluğu sanal bir gruptan ayırmaya yardımcı olabileceğini belirtmektedir. Blanchard ve Markus (2004: 71)'da benzer şekilde topluluk duygusunun sanal toplulukların temel bir özelliği olduğunu ifade etmektedirler. Esasen, sanal yerleşimler gereklidir, ancak sanal bir topluluk için yeterli koşullar yoktur. Sanal toplulukları sadece sanal gruplardan ayıran topluluk hissidir.

Hummel ve Lechner (2002: 172) sanal toplulukların oluşabilmesinde etkili olan dört temel boyut olduğunu belirtmektedir. Bunlar; açıkça tanımlanmış grup, üyeler arası etkileşim, üyeler arası bağlılık ve ortak alandır.

- **Açıkça Tanımlanmış Grup:** Grup üyelerinin birbirleriyle etkileşime girme konusundaki ilgi ve motivasyonunu; ayrıca etkileşimin odağını ve değer yaratma potansiyelini belirler.
- **Üyeler Arası Etkileşim:** İkinci boyut, etkileşimlerin türünü ve kalitesini yakalar. Sohbet ve forumlar; en yoğun olarak oyun topluluklarında, ilgi

topluluklarında ve müşteriden müşteriye topluluklarda, ilişki oluşturma ana amaç ve öncelik olduğu yerlerde kullanılır.

- **Üyeler Arası Bağlılık:** Bağlanma, her tür topluluk için gerekli olan ve sadakati artırdığı için işle ilgili olanlarda çok önemli olan topluluğun sosyal ağını tanımlar.
- **Ortak Alan:** Topluluğun bir buluşma noktası, üyelerin kendilerini evlerinde hissettiği bir yer olarak ifade eder. Arşivler, üyelerin var olan kuralların ve alışkanlıkların ortaya çıkışını yeniden inşa etmelerini sağladıkları ve topluluğun ve bireysel üyelerin tarihini gösterdikleri için önemli bir özelliktir.

Bunlara ek olarak sadece bilgisayar aracılı sanal ortamda bir araya gelen ve fiziksel olarak hiç görüşme şansı olmamış bireyler sosyal etkileşimler kurarak bir sanal topluluğu oluşturabileceği gibi birbirini gerçek yaşamda tanıyan birey grupları da iletişim süreçlerini geliştirmek ve mevcut sosyal ilişkilerini arttırmak için sanal ortamı kullanabilmektedirler (Wellman ve Gulia, 1999: 184).

Ng'nin (2011: 10) ifade ettiği gibi sanal topluluklar, bu gruplar arasındaki etkileşimi de sanal ortama taşıyabilmektedir. Bir sanal topluluğun en temel faktörü üye-üye etkileşimine odaklanmasıdır. Sanal bir topluluğa katılan bir birey diğerler üyeler ile tanışır ve etkileşim kurar. Bu önemli bir noktadır çünkü gerçek sanal toplulukları diğer topluluklardan veya yalnızca topluluklara benzeyen web sitelerinden ayırmaya yardımcı olan faktör, etkileşime sahip olmalarıdır (Buss ve Strauss, 2009:5)

Bagozzi ve Dholakia (2002: 5)'a göre sanal topluluklar ortaya çıkış biçimi olarak belirli bir amaç etrafında toplanmaktadır. Bu ortak amaç belirli bir konu, hastalık veya demografik özellik ile ilgili olabilir. Ayrıca diğer topluluklarda olduğu gibi sanal topluluklarda da bu topluluğa ait üyeler diğer üyelere karşı içsel bir bağ ve üye olmayanlardan ortak bir ayrışma hissi olarak tanımlanan birliktelik bilinci hissetmektedirler. Bu özelliklerin yanı sıra sanal toplulukların diğer temel özellikleri şöyle sıralanabilir:

- Sanal topluluklar bazı özel çıkarlar etrafında düzenlenmektedir. Topluluğu oluşturan bireyler bazı konularda ortak ilgilere sahiptirler. Bu ortak ilgi, belirli bir ürün veya konuya veya rahatsızlığa veya demografik niteliğe ilişkin olabilmektedir.

- Sanal topluluk üyeleri arasında akrabalık bilinci ve içsel bir bağ bulunmaktadır. Topluluk üyeleri birbirleri ile çeşitli konularda ki görüşlerini paylaşabilir aynı zamanda topluluğa aktif olarak katılımı da sağlamaktadırlar.
- Sanal toplulukların çoğu sözleşmeler ve dil (jargon, ifadeler veya kısaltmalar) oluşturur ve kullanırlar. Sosyal rolleri sürdürür, sınırlarını belirler, etkinlik düzenler ve ortak hedeflere bağlılık göstermektedirler.
- Sanal topluluklarda paylaşılan gönderiler bireylerin pasif olarak içeriği kullandıkları birçok geleneksel medyadan farklı olarak, aktif katılım yoluyla topluluk üyeleri tarafından yaratılır.
- Sanal topluluklar gerek e-posta listeleri veya bülten panoları gibi, çoğunlukla kullanılan metne dayanmaktadır bu nedenle geleneksel yüz yüze topluluklarda görülen sözsüz ifadeler ve sosyal özellikler filtrelenmektedir.

1.6. Sanal Toplulukların Önemi ve İşlevleri

Sanal topluluklar, sosyal nedenlerden dolayı önemli kabul edilir. Başlangıçta bilgisayar aracılı iletişim grupları popüler hale gelmiştir. Böylece topluluk aktivistleri, insanların sosyal çevrelerinden soyutlanarak kaybettikleri ilişkilerin yerine geçmeye yardımcı olacaklarını savunmuşlardır. Sanal topluluklar Rheingold'a göre sosyal açıdan oldukça önemlidir. Bireyler sanal topluluklara katılım göstererek merak ettikleri konular hakkında bilgi edinebilir, alışveriş yapabilir ve ürünlerini satabilirler. Bunların yanında; arkadaş bulabilir, kendilerine eş bulabilir, oyun oynayabilir ve sanat ile uğraşabilirler. Fiziksel olarak birbirlerinden uzakta olsalar bile gerçek yaşamlarında yapabilecekleri birçok eylemi sanal topluluklar aracılığı ile gerçekleştirebilmektedirler (Rheingold, 1993:5). Ayrıca bilgisayar üzerinden kurulan iletişim ile birlikte "fastfood" lu alışveriş merkezlerinin yok ettiği kamusal alanlar sanal topluluklar ile yeniden oluşabilmektedir. Bu şekilde siber alan ile kaybedilen topluluk özellikleri ve toplumsal ortaklık duygusu yeniden oluşabilmektedir (Güçdemir, 2015: 67). Bu nedenle, toplum içerisinde sosyal hayata katılım gösteremeyen bireyler için sanal topluluklar ayrıca önemli hale gelmiştir. Çünkü yaşlılar ve engelliler için sanal topluluklar kolaylıkla katılım gösterebilecekleri

ikinci bir alternatiftir. Sanal toplulukların asıl önemi, var olan sanal toplulukların yok olduğunda anlaşılabilir (Bozkurt, 1999: 68).

Araştırmacılar, sanal toplulukların demokratik katılımı ve diğer toplum aktivizmlerini artırarak insanların yüz yüze topluluklarına katılımı artırabileceğini savunmuşlardır. Özellikle sanal topluluklar, demokratik söylemin doğası üzerinde de derin bir etkiye sahiptir. Bilgisayar aracılı iletişim çevresinde gelişim gösteren sanal topluluklar, elektronik demokrasi uygulamalarının uygulanabileceği potansiyel bir ortam yaratmaktadır. Bu şekilde bireyler sanal topluluklara katılım göstererek gerçek dünyadan farklı bir sanal dünyada yeni bir ilişki türünü ve iletişimini deneyimlemektedirler (Rheingold, 1993: 14).

Sanal toplulukların öneminin diğer pratik bir nedeni ise bu toplulukların sürdürülebilirliğidir. Kullanıcılar, toplum duygusunu yaşadıklarında, sanal topluluklara katılımlarını artırma veya sürdürme olasılıkları daha yüksektir. Ayrıca, katılımcılar arasında bu hissin olmaması, birçok sanal topluluğun başarısız olacağının belirtisidir. Bu nedenle, sanal bir topluluğun düzenli bir sanal topluluktan daha fazla kendi kendini sürdürme olasılığı vardır ve bu sürdürülebilirlik, herhangi bir sanal topluluğun sponsorları ya da katılımcıları için önemli bir hedefdir. Sonuç olarak, sanal topluluklar hem sosyal hem de pratik bir öneme sahiptir (Blanchard, 2004: 1).

Sanal topluluğun internet kullanıcılarına yönelik ihtiyaçları, birçok araştırmacı tarafından gözden geçirilmiştir. Sonuç olarak, internet kullanıcılarının bireysel profillere veya çevrim içi toplulukları ziyaret etme ihtiyaçlarına bağlı olarak farklı faydalar algıladıkları bulunmuştur. Sanal topluluklar, topluluğa üye olan bireylerin perspektifinden değerlendirildiğinde pek çok ihtiyacı karşılayabilmektedir. Hagel ve Armstrong (1997: 18)'a göre sanal topluluklar bilgi ve diğer kaynakları bir araya getirmiştir. Hepsinden önemlisi insanları bir araya getirmekle ilgilenmişlerdir. İnsanlar, diğer insanlarla bağlantı kurmak için ilgi çekici bir ortam nedeniyle sanal topluluklara bir araya gelirler ancak daha çok, gerçek bir iç görü ortamı yaratan sürekli etkileşimler dizisine inanırlar. Bu etkileşim sanal toplulukların üyelerinin dört temel ihtiyacını karşıladığını belirtmektedir.

- **İlgi İhtiyacı:** Sanal toplulukların çoğu, aynı tür ilgi alanlarını ve çıkarları paylaşan insanları bir araya getirmeye odaklanmıştır

- **İlişki İhtiyacı:** Sanal topluluklar, zaman ve mekandan bağımsız olarak insanların önemli ve etkileşimli ilişkiler kurmasına yardımcı olmaktadır.
- **Fantezi İhtiyacı:** Sanal topluluklar tarafından sunulan fantezi oyunları, insanların bir süre rutinlerini unutmalarına yardımcı olmaktadır.
- **İşlem İhtiyacı:** Sanal topluluklar tarafından sunulan işlemler sadece ticari işlemler değil, aynı zamanda bilgi vermek ve almak için de kullanılmaktadır.

Benzer bir şekilde Wang vd., (2002: 414) sanal toplulukların üyelerine sağladığı faydalara odaklanmıştır.

1.6.1. İşlevsel İhtiyacı Karşılama

Sanal ortamda çevrim içi bilgilere, zaman ve coğrafi sınırlar hakkında endişe duymadan erişilebilmektedir. Bu nedenle sanal topluluk üyeleri kolay ve verimli bir şekilde ihtiyaçlarını karşılamak için sanal topluluklardan çeşitli konularda faydalanmaktadırlar. Kullanıcıların faydalanmak istedikleri konular bazen bir seyahati planlamak için elde edilmek istenen bilgi olabileceği gibi bazen de üyelerin ürün veya hizmet satın alıp sattıkları işlemler olabilmektedir. Kullanıcı, bir ürün satın almak istendiğinde diğer kullanıcıların ürün ve hizmet hakkında birbirleriyle paylaştıkları bilgileri göz önünde bulundurur.

1.6.2. Sosyal İhtiyacı Karşılama

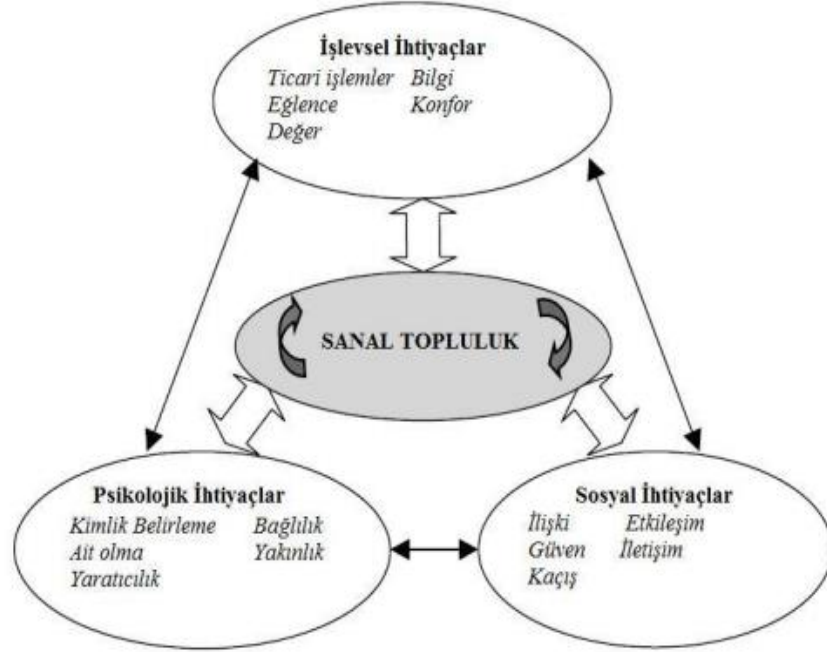
Sanal topluluklar, sosyal olarak yapılandırılır, sosyal anlam taşır ve bir takım sosyal ihtiyaçları karşılar. Bir sanal topluluk üyelerine topluluk içerisinde birbirlerine yardım etme ve destek sağlama hem eşzamanlı hem de eşzamansız iletişim yoluyla gayri resmi olarak sosyalleşme ve fikir alışverişinde bulunma imkanı sunmaktadır. Bu faaliyetler aynı zamanda topluluk içerisinde ki bir güven duygusu üzerine inşa edilmiştir. Bu nedenle üyeler ve topluluk sahipleri arasındaki güveni de içerebilmektedir.

1.6.3. Psikolojik İhtiyacı Karşılama

Sanal topluluklar üyelerin bazı temel psikolojik ihtiyaçlarını da karşılayabilir ve böylece topluluğu yaşamlarının bir parçası haline getirebilir. Özellikle, bu psikolojik

ihtiyaçlar üyelerin kimlik ifadesini, topluluğa ait olma hissini, topluluk aracılığıyla ve topluluktaki diğer üyelere bağlılık duygusunu içermektedir.

Şekil 2. Sanal Toplulukların Temel İhtiyaçları



Kaynak: (Wang vd., 2002: 414)

1.6.4. Hedonik İhtiyacı Karşılama

Sanal topluluklar yalnızca işlevsel, sosyal ve psikolojik ihtiyacı karşılamak için değil; aynı zamanda üyelerinin zevk ve eğlence anlayışlarına uygun olarak onları bir araya getirme, sanal ortamda her şeyin mümkün olduğu çeşitli türlerde ki sanal oyunlara katılabilecekleri yeni bir fantezi ve eğlence dünyasını keşfetme fırsatı da yaratmaktadır. Bu şekilde sanal topluluklar, bireylere çevrim dışı deneyimleyemeyecekleri yeni şeyleri deneme fırsatları sunmaktadır (Wang ve Feseinmaier, 2004: 712).

1.6.5. Maddi İhtiyacı Karşılama İşlevi

Bu işlev kategorilerine ek olarak Gwinner vd. (1998: 104) sanal toplulukların maddi anlamda da kullanıcılarının ihtiyaçlarını sağlayabileceğini belirtmektedir. Sanal topluluk üyelerinin üye olduğu sanal topluluk ile olan ilişkilerinden elde edilen parasal avantajları belirtmektedir. Bu avantajlar topluluk üyelerine indirim kuponları ya da maddi özel fırsatlar tanıyan parasal ödüllerdir.

Tablo 1. Bireyler İçin Sanal Toplulukların Faydaları

Bireysel Fayda Sağlama
Bilgi Değişimi <ul style="list-style-type: none">• Bilgi alışverişinde bulunacak çok çeşitli üyelere, bilgilere ve deneyimlere erişim• Gizli veya erişilemeyen bilgilere erişim
Sosyal Destek <ul style="list-style-type: none">• Çevrim içi tanıştığı kişilerle sosyal bağlar kurma ve sürdürme fırsatı• Gruba veya daha büyük topluma yardım ve destek sağlama fırsatı• Güven, eşitlik ve empati ortamında duygusal destek sunma ve alma fırsatı• Sosyal olarak bağlanma ve sosyal eylem oluşturma fırsatı
Sosyal Etkileşim <ul style="list-style-type: none">• İnsanlarla tanışma ve arkadaşlıklar kurma fırsatı• Eğlenme fırsatı
Zaman ve Yer Esnekliği <ul style="list-style-type: none">• Topluma esnek erişim• Esnek zaman yönetimi• Mekansal ve zamansal bağımsızlık• Yerel çalışmaların veya coğrafi topluluğun sınırlarının ötesinde görünürlük
Kalıcılık <ul style="list-style-type: none">• Yanıtları düşünme ve düzenleme imkanı• Mesajları kaydetme ve alma imkanı• Topluluğun odağıyla ilgili araştırma makalelerine ve topluluk içindeki köprülere erişim imkanı• Fotoğraflar, metinsel profiller ve arşiv mesajları yoluyla kalıcı sosyal varlık oluşturma ve topluluğa katılım düzeyini kolayca kontrol etme imkanı

Kaynak: (Iriberry ve Leroy, 2008: 9)

Gupta ve Kim (2004: 2682-2683), sanal toplulukların çok disiplinli bir kavram olduğunu ve yararlarının da çeşitli açılardan görülebileceğini belirtmektedir. Tüm bu faydaların ortak noktası, sanal toplulukların etkileşim için ortak bir alan sağlamasıdır.

- **Teknoloji Perspektifi:** Sanal topluluklar, her yerde ucuz (çoğunlukla ücretsiz) ve hızlı iletişim sağlayarak iletişimi geliştirir. Sanal topluluklar dosya paylaşımı, kamuya açık erişim hizmetleri, sesli sohbet olanakları, sesli ve görüntülü konferans, sanal gerçeklik deneyimi sağlar.
- **İş Perspektifi:** Sanal topluluk, lider bir marka oluşturulmasına yardımcı olabilir, Müşteriler arasında mevcut ürün ve hizmetlere duyulan ilgiyi artırmak, İşletmelere ağızdan ağıza deneyimlerden yararlanma ve reklam yapma, satış ve dağıtım aracı böylece kuruluşların daha duyarlı bir pazarlama stratejisi geliştirmelerini sağlar.
- **E-Ticaret Perspektifi:** Güven, e-ticaretin gerçekleşmesi için önemli bir faktördür. Sanal topluluklar güven oluşturma yeteneklerine sahiptir ve bu

nedenle e-ticaret için iyi bir araç olabilir. Üyeler, sanal topluluklarda devam eden etkileşimler yoluyla güven duymaktadırlar.

- **Pazarlama Perspektifi:** Sanal topluluklar; üyelere müşterilere düşük arama maliyetleri, diğer müşterilerden çok çeşitli bilgilere erişim, özel fiyat gibi ekonomik avantajlar, özel teklifler ve daha iyi hizmetler sunar. Bir sponsor, azaltılmış arama maliyetlerinden, bilinen tercihlere sahip hedef gruba erişimden ve küresel bir erişimden yararlanır.
- **Sosyolojik Perspektif:** Bilgi alışverişi sanal toplulukların en önemli bir faydasıdır. Bireyler bilgi verebilir veya bilgi alabilir (soru veya yorum yazarak bilgi tarayabilir veya talep edebilir). Üyeler sanal topluluklarda etkileşime girdikçe, sanal topluluklar zaman içinde en yetkili ve etkili bilgi kaynağı olarak ortaya çıkar
- **Ekonomik Perspektif:** Sanal topluluklar kullanım ücretlerini şarj ederek değer yaratabilir. İçerik ücretleri, işlem ve reklam ücretleri ile işin diğer bölümleriyle sinerji yaratabilir.
- **Öğrenme Perspektifi:** Sanal topluluklar; sürekli öğrenmeyi teşvik ederek öğrenmeye ve arkadaşlık ve kimlik duygusunu beslemeye katkıda bulunabilirler. Böylece kendilerini sanal bir sınıfın geçici alanlarından ayırırlar. Sanal topluluklar, eğitim kurumlarına erişimi geliştirerek öğrenme sürecini geliştirme yeteneği sağlar:

Maret vd., (2017: 185-186)' e göre sanal topluluklar, sosyalleşme ve diğer etkileşim türlerinin yanı sıra bilgi arama, bilgi sağlama ve bilgi paylaşımı ile ilgili çok çeşitli aktiviteleri destekleme potansiyeline sahiptir. Üyeleri kendilerine ait profilleri vardır ve basit iletişim kanallarından işleme ve depolama kapasitesinden oluşan karmaşık bir şekilde paylaşılan sistemlere kadar çeşitli olanaklar sağlayan ortak bir sanal ortamı paylaşmaktadır. Sanal toplulukların bazı işlevleri şu şekildedir:

- **Etkileşim İşlevleri:** Üyeler arasındaki iletişimi sağlar. Örneğin, mesajlaşma, forumlar, video konferans.
- **Üretim ve Kontrol İşlevleri:** Topluluk üyelerinden paylaşılan içerik veya paylaşılan kararın oluşturulmasına izin verir. Örneğin; iş akışı

yönetimi, etkinlik ve takvim yönetimi işlevleri, paylaşılan düzenleme araçları, oylama sistemi, politika uygulama işlevleridir.

- **Paylaşılan İçerik Fonksiyonlarının Yönetimi:** Topluluk içindeki verilere; veri depolama, versiyonlara ve erişimine izin verir.
- **Üyenin Profil Fonksiyonlarının Yönetimi:** Her üye için bir profilin uygulanmasını sağlar.
- **Toplulukların İşlevlerinin Yönetimi:** Üst bir seviyededir. Çünkü toplumları başlatmak ve yaşam döngüsünü yönetmek için gerekli değildirler.

1.7. Sanal Toplulukların Kapsamı

Sanal topluluklar, bireylerin kendilerini topluluğun bir parçası olarak hissettikleri ilgi duydukları ortak bir konu ile ilgili etkileşimde bulundukları sanal alanlar olarak kabul edilmektedir. Sanal toplulukların kapsamı ve sınıflandırılması da destekledikleri bireyler kadar değişkenlik göstermektedir. İnternetin 1990'ların ortalarından itibaren gösterdiği gelişim, sanal toplulukların sosyal ağ hizmetleri ve sanal topluluklar biçiminde büyümesini gerçekleştirmiştir. İlk dönemlerde topluluklar çoğunlukla e-posta listelerinin ve bülten panolarının kullanımı yoluyla oluşturulurken, günümüzde web 2.0 teknolojilerini toplulukla bütünleştiği için topluluk 2.0 olarak tanımlanmıştır bu nedenle sanal toplulukların modern biçimleri web tabanlı bir ara yüze sahip olmalarıdır (Özel ve Sert, 2015:135).

Tasarım, katılım, kullanılabilirlik, hareketlilik, bütünleşik yapı, demografik düzen, basitlik, sosyal Web düzeni, ekonomiklik, hız, ölçülebilirlik, eğlenceli kullanım, paylaşabilme, yeniden yorumlayabilme ve katkıda bulunabilme gibi Web özellikleri ile ön plana çıkan Web 2.0 teknolojisi, statik ve doküman temelli Web 1.0 teknolojisinden sonra İnternetin ve Web'in kullanım özelliklerini tamamen değiştirmiştir. Ayrıca tamamen yeni bir web düzeni ile kullanıcı temelli üretime imkan sağlayarak Web' e diyalojik ve demokratik bir yapı oluşturmuştur. Tek yönlü bir yapıya sahip olan Web 1.0 teknolojisi, 2000'li yıllarla birlikte yerini interaktif ve kullanıcı odaklı bir web teknolojisinin ortaya çıkmasını sağlamış oldu (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 20). 2003'te O'Reilly Media'nın Tim O'Reilly tarafından Web 2.0 olarak adlandırılan Web teknolojisi, bilgi ve iletişim teknolojilerinde dijital simetrik iletişimin önünü açmıştır.

Bilgi aktarımı ve interaktif iletişim imkanına yardımcı olan bir platform olan Web 2.0 teknolojisi, dijital ortamda insanların kolayca etkileşim halinde olabilmelerini sağlamaktır (Solis ve Breakenridge, 2009: 37).

Dijital iletişim teknolojisinin gelişimini devam ettirmesi ile Web 2.0 teknolojinin özellikleri ve kullanıcılara sağladığı avantajlar şu şekilde ifade edilmektedir (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 20):

- **Kitlesel Bağlantı:** Web 2.0 teknolojisi geçmişten günümüze kullanıcılara birçok içeriğe erişebilme bu içeriği üretebilme ve paylaşabilme imkanı sağlamaktadır. Bu teknolojiye sahip tüm kullanıcılar aynı düzeyde öneme sahip olmuştur. Geleneksel iletişim biçiminde olduğu gibi kontrolün tek bir yerden gerçekleştiği eski iletişim biçimlerine son vermiştir. Bununla birlikte, çoklu kullanıcı özellikleri sayesinde herkesin aynı anda etkileşim halinde olabildiği, hızlı ve kitlesel bağlantıyı kullanıcılarına sağlamaktadır.
- **Kullanıcı Yönelimli Kontrol:** Web 2.0 teknolojinin bağlanabilirlik özelliği, geleneksel kontrol ve güç yapılarını da değiştirerek daha fazla kullanıcı yönelimli kontrole yol açmaktadır. Web 2.0 ile geleneksel medya araçlarının bilgiyi dağıtma özelliği yerini kullanıcının istediği bilgiyi edinmesine bırakmıştır. Bilginin edinilmesinde ve paylaşılmasında kullanıcıların rolü artmıştır.
- **Kullanıcı Odaklılık:** Web 2.0'ın odağında kullanıcı bulunmaktadır. Bu teknoloji; ağ efektleri, çoklu katılım, konuşma, birliktelik ve sonuç olarak etki için kullanıcılara daha önce görülmemiş bir olanak sağlamaktadır. Kullanıcılar kontrolü ellerinde tutarak çeşitli ara yüzler ve web içerikli tasarlamışlardır. Bu şekilde Web 2.0 teknolojisi de her geçen gün gelişim göstermektedir.
- **Açıklık:** Web 2.0 teknolojisi çeşitli ara yüz ve uygulamaların birçok kişiyle paylaşılmasına olanak sunmaktadır. Bu açık erişim sayesinde kullanıcılar; bilgiye ulaşma, ulaşılan bilgiyi daha çok kişiyle paylaşabilmektedirler. Web 2.0 teknolojisi ile bilgiyi saklama gittikçe zorlaşmıştır. Bu nedenle yazılabilir Web teknolojisi, bireylerin ve kurumların şeffaflaşmasını sağlamaktadır.

- **Düşük Maliyet:** Web 2.0 teknolojisi daha az, daha basit yöntemlerle yazılım oluşturma olanağı sağlamaktadır. Küçük ekipler ve hızlı maliyet yöntemleri kullanıldığında üretilen yazılım maliyeti de azalacaktır bu nedenle Web teknolojisinin kullanım kolaylığı ve katkı sağlayabilme özellikleri ile kullanıcıların etkinliğini arttırmaktadır.
- **Yeni Özellikler:** Web 2.0 teknolojileri, internet teknolojisinin yeni özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Kullanışlı, içerik üretimine ve paylaşımına uygun oku ve yaz teknolojisine sahip diyalojik yapıya olanak sağlayan, başarıyı, kontrol etmenin yanında iş birliği ile sağlamaya yardımcı olan Web 2.0 teknolojisi yeni özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır.

Web 2.0, içeriğin tüm operatörler tarafından paylaşım ve iş birliği içinde sürekli olarak değiştirildiği bir platformdur. Web 2.0, bireylerin ve toplulukların kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği paylaştığı, birlikte oluşturduğu, tartıştığı ve değiştirdiği yüksek düzeyde etkileşimli platformlar oluşturmaya yardımcı olan Web tabanlı bir teknolojidir. Sosyal medya ise kullanıcının, paylaşılabilen, kullanıcı tarafından oluşturulmuş içerikler oluşturmaya yardımcı olan, Web 2.0'ın teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş siteleridir. Bu teknoloji, bir kullanıcının içeriği sosyal medya ağlarında oluşturmaya ve yayınlamasına izin verir. Bu bilgiler ayrıca sosyal medya Web sitesinin kullanıcıyla bağlantılı diğer üyeleriyle paylaşılabilir ve bu süreç, diğer üyelerin de farklı şekillerde yanıt verebileceği şekilde interaktif olarak gerçekleşmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Tüm mobil ve Web tabanlı teknolojileri kullanan sosyal medya, bireyleri bir araya getirerek etkileşimli bir platform olan sanal toplulukları oluşturmaktadır. Sanal toplulukların genel anlamda kapsamı değerlendirildiğinde e-posta grupları, haber grupları, forumlar, bloglar, sosyal ağ siteleri, içerik paylaşım siteleri, mikrobloglar, sanal dünyaları bu kapsama dahil edebilir (Ng, 2011: 11).

1.7.1. E-Posta Grupları

E-posta grupları, bir kişi listesi elde ederek, aralarında tartışmalar oluşturmak ve iletişim kurmak için bir araya getirilirler. Tartışmanın her üyesinin diğerleri tarafından görünmez olmasını sağlamak için, posta gönderme işleminde “liste-bot” adı verilen özel

bir program kullanılabilir. E-posta listesindeki herkes tartışmadaki tüm e-postaları alır ve bu da aşırı bilgi yüklemesine neden olabilir. Ayrıca, bir konuşmanın birkaç bölümü varsa, hangi yorumun hangi tartışma ile devam ettiğini izlemek zordur. Bu nedenle e-posta grupları sürekli olarak tüm listeye değil, merkezi bir moderatöre veya editöre geçen bilgilerin geri dönüşüyle yeni bültenlerin yayılması için kullanılmaktadır (Buhrmann, 2003: 6).

Topluluk tartışmaları bu şekilde e-posta yoluyla veya Yahoo ve Google grup seçenekleri aracılığıyla gerçekleştirilir. E-posta gruplarının, üyelerine konu başlığı altında her yanıt için e-posta göndermeleri hem olumlu hem de olumsuz olabilmektedir. Katılımcılar bu aşırı yüklemenin önüne geçmek için belirli sayıda mesaj içeren tek bir özet e-posta alma seçeneğine sahiptir. Ancak yoğun ilerleyen tartışmalar yine de yavaş çalışabilmektedir. Bu, e-posta gruplarının bir fayda sağlamadığı anlamına gelmez çünkü faydalı araçlar, Web sitelerini ve sosyal ağları ziyaret etmek zorunda kalmadan tartışmalara katılmanın uygun bir yoludur (Ng, 2011: 16).

Padula'ya göre ise e-posta gruplarının faydalarından biri de üyelerin diğer kişilere veya programlara asenkron modda mesaj gönderebilmesidir, bu da elektronik posta kutusunda alınan mesajların daha sonra okunabileceği anlamına gelir. Bunun yanında e-posta tabanlı tartışmalarda posta listeleri oluşturmak oldukça kolaydır. Basit bir yazılım kullanılır ve bu nedenle teknik açıdan da güvenilirlerdir. Üyeler, sağlanan bu teknoloji ile e-posta topluluklarına kolaylıkla erişim sağlayabilmektedirler. Bu şekilde e-posta listeleri, etkili bilgi paylaşım araçları olarak yıllar içinde güvenilirlik kazanarak topluluklar oluşturabilmektedirler (Buhrmann, 2003: 6).

1.7.2. Haber Grupları

Padula'ya göre bir haber grubu, belirli bir ortak ilgi alanına sahip kişilerin katıldığı kalıcı bir elektronik konferans olarak tanımlanmaktadır. Bir haber grubuna gönderilen mesajlar, tek bir kişiye gönderilmedikleri için e-postadan farklıdır ancak belirli bir süre boyunca sanal bir bülten panosunda yayınlanırlar. Burada isteyen herkes okuyabilir ve yorum yapabilir. Sanal topluluklar içerisinde değerlendirildiğinde haber grupları İnternet'te kamuya açık tartışmalar içerisinde en eski topluluk örneği olarak verilebilmektedir ancak İnterneti kullanan bireyler arasında haber gruplarının farkındalığı nispeten düşüktür (Buhrmann, 2003: 6).

Haber grupları kullanan topluluklar, açıkça katılmak için kaydolmadan topluluk etkileşimini gözlemleyebilmeleri için benzersiz bir özellik sunar. Ek olarak, topluluktaki konuşma korunur. Bazı sanal topluluklar konuşmaları haftalarca ya da aylarca sürdürür, bazıları süresiz olarak devam ederek potansiyel üyelerin katılmadan önce topluluk etkileşimini gözden geçirmesine izin verir. Bu durum araştırmacıya bir toplumu bir çalışmaya dahil etmeye karar vermeden önce gözlemlene fırsatı verir (Ridings ve Gefen, 2004: 6).

1.7.3. Forum Siteleri

Forum siteleri Web tabanlı sanal bir topluluk oluşturmak için en gelişmiş mekanizmalardır ve genellikle kullanıcılar için en basit olanıdır. Web tabanlı bir topluluğun temel özellikleri bir veritabanı, bir tartışma forumu ve kaynaklardır. Veritabanı, kullanıcıların bilgilerini kaydetmek için gereklidir ve bu şekilde kullanıcıların profillerini güncellemelerine izin verir. Kullanıcılarına kendilerini tanıtmaları ve diğer üyeleri tanımaları için alan sağlamaktadır. Bir tartışma forumu, kullanıcıların yorum gönderdiği, sorular sorduğu ve sorularına yanıt aradıkları sanal bir ortamdır. Bu sanal ortamda topluluk kullanıcılarının ilgisini çeken belgeler, bağlantılar ve kaynaklar eklenir (Buhrmann, 2003:5).

Sanal bir topluluk olarak forum sitelerinde bir üye, topluluktaki herkes için bir mesaj gönderebilir. Haber grupları ve e-posta dağıtım listeleri gibi diğer teknolojilerden farklıdır çünkü üyelerin, iletileri e-posta gelen kutularına pasif olarak almak yerine iletileri incelemek için topluluğa gitmeyi aktif olarak seçmeleri gerekmektedir. Ayrıca forum toplulukları, eşzamanlı topluluklardan daha fazla üyeye sahip olma potansiyeline de sahiptir. Bir sohbet odasında çok kalabalık ve sohbet yönetilemez hale gelmeden önce yalnızca sınırlı sayıda kişi iletişim kurabilir. Ancak, yüzlerce kişi bir forum topluluğunun farklı konularına kolayca katılabilmektedir (Ridings ve Gefen, 2004: 6).

Forum siteleri en çok bilinen çevrim içi toplanma yerlerinden biridir. Posta listeleri gibi, tartışma forumları da eşzamansızdır. Bu, insanların sohbet etmek için aynı anda aynı sanal yerde olması gerekmeyeceği anlamına gelir. Bu sebeple günler, haftalar ve aylar boyunca sohbetlerin yapılmasını mümkün kılar. Bu tartışma forumları birçok şekilde bilgiyi muhafaza edebilir bu nedenle üyeler bir tartışmaya çok güçlü bir şekilde katılım gösterebilecekleri gibi hiçbir şekilde de katılım göstermeyebilirler. Bazı

durumlarda ise topluluk içerisindeki üyeler arasında tartışma ve uygunsuz mesajların silinmesi gereken durumlar ortaya çıkabilmektedir (Kim, 2000: 33).

1.7.4. Bloglar

Bloglar veya Web günlükleri, blog sahibinin veya yazarının düzenli güncellemeler yayınladığı etkileşimli Web sayfalarıdır. Bloglar, tıpkı kişisel bir günlük gibi belirli bir konu, güncel olaylar veya kişisel düşünceler ve ifadeler hakkında olabilir. Bilgi güncellendikçe, blogun üstüne eklenir. Birincil bilgilerin güncellendiği alana ek olarak, okuyucuların blog girişleri hakkında yorum yazabileceği veya blog yazarına e-posta gönderebileceği yerler olabilir. Bu, etkileşim için okuyucular açısından blogda etkileşim için iki fırsat yaratır: İlki blog yazarıyla etkileşim kurmak, ikincisi ise diğer okuyucularla etkileşim kurmaktadır. Ek olarak blogların diğer internet sitelerine bağlantıları olabilir. Bazen bunlar çevrim içi gazete makalelerine veya diğer geleneksel medyaya bağlantılardır. Diğer durumlarda, bunlar, yazarın girişlerinde atıfta bulunduğu Web sitelerine bağlantılardır örneğin, restoranlar, mağazalar ve diğer kişilerin ana sayfaları olabilmektedir (Blanchard, 2004: 3).

Genellikle blog yazarının okuduğu, "blog listesi" adı verilen teknolojik bir özellik olan diğer blogların listeleri vardır. Bloglar, birbirine atıfta bulunan blog listeleri ağları geliştirebilirler. Doğrudan blogun ana sayfasında kullanıcılarla etkileşim için yer olmamasına rağmen, bloglar etkileşim sunar. Bloglar düzenli olarak güncellenir. Yani blog yazarı, blogunu güncelleyerek, izleyiciyle açıkça etkileşim halindedir. Ek olarak, yorumların varlığından da anlaşılacağı gibi açıkça bir kitlesi bulunmaktadır. Okuyucular yorum yapmasa bile, blog yazarları, blog yazılımları aracılığıyla bildirilen blog sitelerine yapılan ziyaretlerin sayısı nedeniyle insanların okuduğunu biliyor olabilir. Blogun ana sayfası bire çok etkileşime dayalı olsa da blog yazarı okuyucularıyla bireysel olarak etkileşime girebilir. Bu, özel e-posta yoluyla gerçekleşebilir ve böylece blog yazarı ile okuyucular arasında özel çevrim içi etkileşimler yaratabilir. Hatta bazı blog yazarları, blog girişlerinde okuyucularından gelen yorumlara ve e-postalara bile atıfta bulunarak, etkileşimi diğer katılımcılara açık bir şekilde açar. Bu şekilde, blog yazarlarının izleyicilerinin farkında oldukları ve onlara yazdıkları görülmektedir. Bu nedenle, özellikle blog yazarı için etkileşim bulunmaktadır (Blanchard, 2004: 4).

1.7.5. Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağ sitelerini bireylerin belli bir sistem içinde açık ya da yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kullanıcılarla paylaşım imkanı tanıyan, paylaşımında bulunan kişilerin ve o kişilerin bağlantıda olduğu kullanıcıları gösteren Web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2017: 13). Sosyal ağ siteleri kullanıcılarının kişisel profil yaratmalarına, tanıdıklarını davet ederek grup oluşturmalarına, oyun oynamalarına, üyelerin birbirlerine e-posta veya anlık mesaj göndermelerine izin veren ağ tabanlı uygulamalardır. Bu profiller video, fotoğraf, ses dosyası, metin ya da başka bir Web sayfasının linklerini içerebilir ve genellikle üyeler bu sitelere kayıt olmak için herhangi bir bedel ödemezler. Fakat kimi sosyal ağ siteleri, bünyelerindeki bazı uygulamaları bir bedel karşılığı kullanıcılarına sunmaktadır. Günümüzün en popüler sosyal ağ siteleri Facebook, MySpace, Google+ ve LinkedIn'dir (Kara, 2013: 74).

1.7.5.1. Facebook

Facebook, bir sosyal ağ sitesi ve aynı zamanda en büyük sanal topluluktur. Kullanıcılar, genellikle fotoğraflar ve kişisel ilgi alanlarının listelerini içeren bir veya daha fazla profil oluşturabilir; özel veya genel mesaj alışverişi yapabilir ve arkadaş gruplarına veya ağlarına katılabilirler. Bir yandan, kayıtlı üyeler olarak kullanıcılar; diğer insanlarla bağlantı kurmak ve etkileşim kurmak için şehir, işyeri, okul, üniversite ve bölgeye göre düzenlenen gruplara ücretsiz olarak katılabilirler. Yalnızca aynı grubun üyeleri veya onaylanmış arkadaşlar, ayrıntılı üyenin profil verilerine erişebilir. Öte yandan insanlar; müzik, sanat, spor, sinema, moda gibi geniş bir ortak sosyal ilgi alanı listesine dayalı ağlara da katılabilir. Bu durumda bireyler birbirlerini pek tanımazlar. Ortak bir ilgiye dayanarak, ağı yeni benzer fikirlere sahip arkadaşlar aramak, bilgi alışverişinde bulunmak, dedikodu yapmak, duygusal destek paylaşmak için kullanırlar (Royo Vela ve Casamassima, 2009: 519).

1.7.5.2. LinkedIn

Sanal topluluklar, bilgisayar aracılı iletişim ortamında kullanıcıların iş arayabilmeleri içinde yeni yollar açmıştır. Bu sayede LinkedIn, iş arayanlar ve işverenler için en yaygın ve profesyonel bir sosyal ağ sitesi oluşturmuştur. Özellikle

işverenlerin kuruluşlarının iş adayları da dahil olmak üzere paydaşlarla bağlantı kurabileceği yeni bir kanal haline gelmiştir. İşverenler, bu platformu iş adaylarını taramak için kullandıkça; iş adayları işverenleri etkilemek için kendilerini sanal topluluklara katılım göstererek daha çok sunmaya başlamışlardır (Chiang ve Suen, 2015: 516).

1.7.6. İçerik Paylaşım Siteleri

İçerik paylaşım siteleri, sosyal ağ sitelerine benzer bazı nitelikler taşımaktadır. Sosyal ağ sitelerinde olduğu gibi kullanıcılar içerik paylaşım sitelerine üye olarak kendilerine ait profil oluşturabilir ayrıca diğer üyeler ile bağlantı sağlayabilmektedirler. En genel anlamıyla içerik paylaşım siteleri, bilgilerin ulaşılabilir olmasına, kullanıcılar tarafından erişilebilmesine, diğer kullanıcılara gönderilebilmesinde ve kullanıcılar tarafından paylaşılmasına izin veren web uygulamalarıdır. Günümüzde giderek yaygınlaşan içerik paylaşım siteleri üzerinden internete çeşitli içerikler yüklemek, yorumda bulunmak ve çeşitli içerikleri paylaşmak mümkündür. Bu sitelere örnek olarak internet üzerine fotoğraf yüklemek için geliştirilen Flickr ve Picasa, verilebilmektedir. İçerik paylaşım sitelerinin en popüler olanı ise YouTube olup; site üzerinde dünya genelinde video paylaşımı yapılabilmektedir. İçerik paylaşım siteleri arasında video ya da fotoğraf paylaşımı gibi genel ilgi alanlarını kapsayan siteler olmakla birlikte özel ilgi alanlarına yönelik siteler de bulunmaktadır. Bu sitelere örnek olarak insanların herhangi bir konu ile ilgili sunumlarını yükledikleri Slideshare verilebilmektedir (Akar, 2011: 120).

1.7.6.1. YouTube

YouTube, kullanıcılarının kendilerine ait bir kanal oluşturarak videolarını yüklemelerine ve bunları diğer kullanıcılarla paylaşmalarına izin vermektedir. Bir videoyu görüntülemek için herhangi bir şekilde kayıt olmak ve kimlik belirlemek gerekmez de bir videoyu yayınlamak için kullanıcıların bir hesap oluşturması gerekmektedir. Kayıtlı kullanıcılar, videolarını herkese açık veya özel olarak yayınlamayı seçebilir, özel olarak yayınlanan videoları ise yalnızca davetli izleyiciler seyredebilmektedir. Kullanıcı, videolarını yükleyerek bunları topluluğu ile veya diğer sosyal medya araçları ile rahatlıkla paylaşabilmektedir. Kullanıcıların kanalında

görüntülenen veriler, sosyal ilişkilerin, ilgi alanlarının, içerikle ilgili verilerin açık bir taslağını içerebilmektedir. Bazı kullanıcılar herhangi bir kişisel bilgiyi ifşa etmemeyi tercih ederken, diğerleri sosyal ilişkilerini ve kişisel bilgilerini halka açık olarak sergilemektedirler. Ayrıca YouTube kanal sahibi ve topluluğunun yanıt videoları, yazılı yorumlar gibi çeşitli yollarla iletişim kurmasını sağlamaktadır (Rotman ve Preece, 2010: 320-321).

1.7.6.2. Instagram

Instagram, kullanıcıların güncel durumlarını fotoğraf çekerek ve filtreler kullanarak çeşitli şekillerde kolayca paylaşabildikleri yeni bir iletişim şeklidir. Ekim 2010'da piyasaya sürüldüğünden bu yana kullanıcı sayısında ve yüklemelerde hızlı bir artış göstererek, en popüler fotoğraf çekme ve paylaşma uygulaması olarak görülmektedir (Hu vd., 2014:595). Instagram özellikle üyelerine görsel simgelerle kendilerini ifade etmelerini, fotoğraf ve kısa videolar oluşturarak düzenleyebilmelerini son olarak diğer sosyal ağlar gibi kullanıcının birbirlerini takip edebilmelerini sağlamaktadır (Lee vd., 2015: 133).

1.7.7. Mikrobloglar

Mikrobloglar, Weblogların icadıyla ortaya çıkan anlık mesajlar, cep telefonları, e-posta veya Web aracılığıyla dağıtılan kısa gönderilerde mevcut durumlarını tanımlayabilecekleri yeni bir iletişim biçimidir (Java vd., 2007: 56-57). Weblogların icadı ile ortaya çıkan mikrobloglar; üyelerinin uzun ve detaylı yazılar yazdıktan sonra önceki geleneksel blog yazılarının mikroblog adı verilen kısa, öz ve kolay aktarılabilen bir yazı şekline dönüştürmüşlerdir. Mikrobloglar, gittikçe geleneksel blog yazılarının hızlı erişilebilir bir şekli olarak üyeler tarafından kabul görmüştür. Bu yönleriyle mikrobloglar, hızla insanların bilgi arayış ve paylaşımında bulunduğu ve günlük aktivitelerini aktardığı toplumsal iletişim ve etkileşimin popüler şekline dönüşmüşlerdir (Safko ve Brake, 2009: 264-265).

1.7.7.1. Twitter

Twitter, üyelerin birbirleriyle olan geçmiş iletişim süreçlerini incelemek için uygun bir platform sağlamaktadır. Twitter kullanıcı topluluğu diğer sosyal medya

platformlarına kıyasla halka açık olduğundan, üyelerin hesaplarına olan erişimlerini sınırlamadıkça hesap sahibinden izin almadan şahsen tanışmadıkları kişileri de kolayca takip edebilmektedirler. Bu şekilde kullanıcılar çeşitli düşünce ve yorumlarını ifade edebilir, resim ve videolarını paylaşabilmektedirler. Ayrıca, bir başka popüler sosyal medya platformu olan Instagram, resimsel içerik paylaşımını vurgularken, Twitter, mevcut araştırmanın odağı olan yazılı içerik paylaşımını vurgulamaktadır. Twitter kullanıcıları gönderi başına 280 karakterle sınırlı olsa da araştırmalar, kullanıcıların ihtiyaçlarını, dürtülerini ve isteklerini Facebook'a kıyasla Twitter'da açıklamayı önemli ölçüde tercih ettiklerini göstermektedir (Kim vd., 2021:3).

1.7.8. Sanal Dünyalar

Sanal dünyalar, kullanıcıların kişiselleştirilmiş avatarlar şeklinde görünebileceği ve gerçek hayatta olduğu gibi kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girebileceği üç boyutlu bir ortamı yansıtan platformlardır. Bu anlamda, sanal dünyalar, şimdiye kadar tartışılan tüm uygulamaların en üst düzeyde sosyal varlık ve medya zenginliği sağladıkları için muhtemelen sosyal medyanın nihai tezahürüdür (Kaplan ve Haenlein 2010: 64). Üç boyutlu sanal dünyalar, sanal yaşam sümülasyonları ve sanal oyun sümülasyonları olarak ikiye ayrılmaktadır (Kara, 2013: 75):

- **Sanal Yaşam Sümülasyonları:** Second Life ve Sanalika gibi bireylerin sanal dünyada ikinci bir yaşam sürmesini sağlayan çok kullanıcıli oyun siteleridir. Bu sitelerde bireyler, kendi kişiselleştirilmiş avatarlarını oluşturarak sanal ortamda gerçek hayatın bir sümülasyonunu yaşamaktadır. Hatta öyle ki bu sitelerin kendi para birimleri ve bu paranın gerçek paraya göre değerini belirleyen paritesi bile bulunmaktadır.
- **Sanal Oyun Sümülasyonları:** Sanal oyun platformları; bireylerin başka kullanıcılarla karşılıklı oyun oynadıkları, mesajlaştıkları, aralarında gruplar kurarak kendi topluluklarını oluşturdukları oyun siteleridir. En ünlüleri arasında World of Warcraft, Steam, Tanklar.com sayılabilir.

1.8. Sanal Toplulukların Sınıflandırılması

Sanal topluluklar farklı şekil ve boyutlarda oluşabilir ve milyonlarca kişi sanal topluluklara üye olabilmektedir. Bu topluluklar, tartışma grupları ve sohbet odaları gibi aktif forumlardan, e-postalar ve bülten panoları gibi birçok alana kadar uzanabilir. Bu toplulukların coğrafi olarak kısıtlanmadığı göz önüne alındığında, sanal topluluğun büyüklüğü tipik fiziksel topluluklardan çok daha büyük olabilir ve milyonlarca insanı internette bir araya getirebilmektedir. Bu nedenle sanal topluluklara dair çeşitli arketip ve bütüncül kalıpları ortaya çıkarmak, sosyal bilimler ve araştırmalar için çok önemlidir ve bazı yazarlar sanal toplulukları sınıflandırmak için çeşitli önerilerde bulunmuşlardır (Roy, 2015: 3).

Sanal toplulukların tanımında olduğu gibi, sınıflandırmak için de kullanılan ortak bir sınıflandırılması bulunmamaktadır. Buss ve Strauss (2009: 17-18), her sanal topluluğun kendisine özgü bir sosyal evren olduğunu ve sınıflandırmaların da çeşitli şekillerde yapılabileceğini ifade etmektedirler.

Porter (2004), sanal toplulukları sınıflandırabilmek için beş özelliğin kullanılabileceğini öne sürmektedir. Sanal toplulukları bu temel özelliklere göre kavramsallaştırmak, araştırmacılara sanal toplulukları tanımlamanın tutarlı ve pratik bir yolunu sağlamaktadır.

- **Amaç (Etkileşim İçeriği):** Bu özellik, topluluk üyeleri arasında söylemin odak noktasını veya iletişimin odak içeriğini ifade etmektedir.
- **Yer (Etkileşimde Teknoloji Arabuluculuğunun Kapsamı):** Bu özellik, üyeler arasında etkileşimin kurulduğu sanal ortamı ifade etmektedir.
- **Platform (Etkileşim Tasarımı):** Bu özellik, tasarımların eşzamanlı iletişimi, eşzamansız iletişimi veya her ikisini de sağladığı sanal topluluktaki etkileşimin teknik tasarımını ifade eder.
- **Nüfus (Etkileşim Yapısı):** Bu özellik, sanal topluluk üyeleri arasındaki etkileşim modelini tanımlamak için grup yapısını ve sosyal bağların türü tarafından tanımlandığı gibi topluluk üyeleri arasındaki etkileşimin düzenini de ifade etmektedir.
- **Kar Modeli (Etkileşimden Geri Dönüş):** Bu özellik, bir topluluğun, değerler gelir yaratma olarak tanımlandığı yerlerde somut bir ekonomik değer yaratıp yaratmadığını ifade etmektedir.

1.8.1. Üyelerin Katılım Amacına Göre Sanal Topluluklar

Araştırmacılar, sanal toplulukları temel prensiplerine veya odaklarına göre farklı kategorilerde sınıflandırmaktadırlar. Sanal toplulukların araştırmalarının çoğu, topluluğun temel amacının sınıflandırılmasında önemli bir ayrım olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanal topluluklar ile ilgili yapılan ilk sınıflandırmalardan birisi Armstrong ve Hagel (1996: 134), tarafından bireylerin sanal toplulukla olan ihtiyacına göre gruplandırılmış ve dörtlü ayrıma tabi tutmuştur. Bu ayrıma göre sanal topluluklar;

- **İşlem Toplulukları:** Ekonomik değişimleri yerine getirmek üzere bilgi paylaşımına odaklanan topluluklardır. Bu topluluklarda, ürünlerin satın alınması ve satılması ve bunlara ilişkin bilginin dağılımı sağlanmaktadır. Bireyler bu toplulukları, ürünler hakkında daha fazla şey öğrenme amacıyla kullanırlar.
- **İlgi Toplulukları:** Benzer ilgi alanlarına sahip kişilerin, ilgilendikleri konuyla ilgili bilgi ve deneyimlerini paylaştıkları topluluklardır. Bu topluluklar, genellikle öncü kişiler tarafından oluşturulur, ardından ilgilenenlerin de katılımları ile bir topluluk halini alırlar. Topluluğun iletişim konuları, üyelerin ilgi duyduğu özel alanlarla sınırlıdır.
- **Fantezi Toplulukları:** Üyelerine, kendilerini başka kişiliklere sokarak, yeni kimlikler keşfetme fırsatı sunan ve farklı deneyimler yaşamalarını sağlayan topluluklardır. Katılımcılar bu topluluklarda gerçek kimliklerini kullanmak zorunda değildirler. Önemli olan diğer katılımcılarla gerçekleştirilecek etkileşimlerdir.
- **İlişki Toplulukları:** Belirli bir yaşam tecrübesini paylaşan insanların oluşturduğu topluluklardır. Örneğin kanser hastalarının ve yakınlarının bir araya gelmelerini sağlayan bir sanal topluluk buna örnektir. Böyle bir toplulukta, aynı acıyı yaşayan insanların bir araya gelmeleri, hastalıkları ile ilgili fikir ve bilgi alışverişinde bulunmaları kolaylaşmaktadır.

1.8.2. Kullanılan İletişim Teknolojisine Göre Sanal Topluluklar

Kozinets (1999: 261-262) dört tür topluluk şeklinde sınıflandırmaktadır.

- **Çok Kullanıcı Bilgisayar Oyunları:** Çevrim içi video oyunları oyuncularının etkileşime girdiği sanal ortamlardır. Bu sanal oyun ortamları, kullanıcılarına zindan ve ejderha türündeki fantezi oyunlarının oyuncularının bulunduğu bilgisayar tarafından oluşturulan metinsel ortamlar sağlamaktadır.
- **Chat Odaları:** İnsanların gerçek zamanlı olarak etkileşime girdiği bilgisayar aracılı ortamlardır.
- **Bülten Panoları:** İlgi alanına özel bülten tahtaları etrafında düzenlenmiş sanal topluluklardır. Üyeler tarihe ve konuya göre sıralanmış mesajları okuyup gönderir ve ayrıca tartışmaya yanıt verirler.
- **Ringler:** Genellikle "Web halkaları" olarak adlandırılan ilgili ana sayfalardaki kuruluşlardır. Birbirine bağlı ve ilgi alanına göre yapılandırılmış olan Ringler birbiriyle ilişkili tüketim çıkarlarının yapılandırılmış ve bilgiye yönelik koleksiyonlarını sunar.
- **Listeler:** İlgilenilen belirli bir konuda bilgi paylaşmak için tek bir e-posta listesinde bir araya gelen kişi gruplarıdır. Listeler sanal topluluklar içerisinde en kalıcı ve sosyal olma eğilimindedir.

Jones ve Rafaeli (2000: 216) ise sanal toplulukları sosyal yapı ve teknoloji temelinde sınıflandırmışlardır.

- **Sosyal Yapı Temelinde Sanal Topluluklar:** Sosyal ağlara dayalı olarak oluşturulan toplulukları belirtmektedir. Bunlar; gönüllü sanal dernekler olarak sınıflandırılmaktadır.
- **Teknolojik Temelde Sanal Topluluklar:** Web-BBS, Web avatar buluşma yeri, Usenet grubu, e-posta listesi, 3D dünyası, metin oluşturulan alan, internet aktarma sohbeti ve diğer bilgisayar aracılı iletişim teknolojilerini kapsayan teknolojik tabanlarına göre sınıflandırılmaktadır.

Brandtzaeg ve Heim (2008: 2), sanal topluluklar beş farklı kategoriye ayrılabilir:

- **Kişi Odaklı Sanal Topluluklar:** Bireyler arasındaki sosyal etkileşime odaklanan sanal topluluklardır. Örneğin MySpace, Facebook, Friendstr, Bebo, Orkut, Windows Live Space, Hi5

- **Profesyonel Topluluklar:** Çeşitli iş ağlarına odaklanan topluluklardır. Örneğin LinkedIn ve itLinkz
- **Medya Odaklı Topluluklar:** Bu topluluklar özellikle video, müzik veya fotoğraf gibi kullanıcı tarafından oluşturulan multimedya içeriğinin dağıtımına ve tüketimine odaklanan topluluklardır. Örneğin YouTube ve Flickr
- **Sanal Dünya Toplulukları:** Bu topluluklar özellikle 3-D sanal oyun kullanıcıları tarafından oluşturulan ve kullanılan sanal topluluklardır. Örneğin SecondLife ve World of Warcraft.
- **Mobil Topluluklar:** Bu topluluklar kişilerin arkadaşlarıyla doğrudan ve dolaylı iletişim kurmayı mümkün kılan ve kullanıcıların hareket halindeyken güncellemeler yapmasına izin veren topluluklardır. Örneğin Twitter

Schrammel vd. (2009: 277)'ne göre sanal topluluklar aşağıdaki dört kategoriye ayrılmaktadır:

- **İş Ağı Siteleri:** Bunlar, esas olarak mevcut ve yeni iş bağlantılarını korumak ve yönetmek için kullanılan ağ siteleridir. Bu ağlara örnek olarak LinkedIn veya Xing verilebilir.
- **Sosyal Ağ Siteleri:** Sosyal ağ terimi; esas olarak sosyal, özel ilişkileri sürdürmek ve iletişim kurmak için kullanılan siteleri kapsamaktadır. Böyle bir site için en belirgin örnek Facebook verilebilmektedir
- **İçerik ve Medya Paylaşım Ağları:** Bu sitelerin ana odak noktası başkalarıyla içerik paylaşmaktır. Tipik olarak ağlar farklı medya türleri üzerinde uzmanlaşmıştır, örneğin resimlerdeki Instagram'a odaklanırken ve Youtube'un ana ortamı videodur.
- **Sosyal Haber ve Yer İşareti Siteleri:** Bu siteler, Web' deki haber ve içeriklerle ilgili ilginç bağlantıları paylaşmak ve keşfetmek için kullanılır.

1.8.3. Üyelerinin Özelliklerine Göre Sanal Topluluklar

Kim (2000: 17), sanal toplulukları üyelerin ortak ilgi alanları ve ortak noktalarına dayanarak bir ayrımında bulunmuştur.

- **Coğrafi Topluluklar:** Bir şehir, bir bölge gibi fiziksel bir konumla tanımlanır.
- **Demografik topluluklar:** Yaş, cinsiyet, ırk veya uyruk faktörleri olarak tanımlanmaktadır.
- **Konu Toplulukları:** Bir fan kulübü, hobi grubu veya meslek grubu gibi ortak ilgi alanları olarak tanımlanmaktadır.
- **Etkinlik Tabanlı Topluluklar:** Alışveriş, yatırım, oyun, müzik gibi paylaşılan bir etkinlik ile ilgili alanlar olarak tanımlanmaktadır.

Kardaras vd. (2003: 42) üyeliklerini oluşturan kişilere bağlı olarak birkaç tür sanal topluluğu sınıflandırmaktadır. Bunlar:

- **Yaşa Bağlı Sanal Topluluklar:** Yaşlı veya genç katılımcıların bir araya gelerek oluşturduğu sanal topluluklardır. Bu topluluklara örnek olarak www.elderweb.com verilebilir.
- **Cinsiyete Bağlı Sanal Topluluklar:** Katılımcılarının cinsiyetlerine göre bir araya gelerek oluşturdukları sanal topluluklardır. Bu topluluklara örnek olarak www.oxygen.com örnek olarak verilebilir.
- **Gerçek Topluluklara Bağlı Sanal Topluluklar:** Gündelik hayatta bir araya gelerek belirli bir topluluğu oluşturan katılımcıların bu birlikteliklerini sanal ortama taşıyarak süreklilik sağlayabildikleri sanal topluluklardır. Bu topluluklara örnek olarak www.mymanchester.com örnek olarak verilebilir.

Bu sınıflandırmalara ek olarak Lazar ve Preece (1998: 85-86) ise mevcut sanal toplulukların dört boyutta da sınıflandırılabilirliğini belirtmektedir:

- **Niteliklerine Göre Sanal Topluluklar:** Sanal topluluğun sahip olduğu topluluk özellikleriyle tanımlanabilir. Sanal bir topluluğun bazı özellikleri şunlar olabilir: paylaşılan hedef veya ilgi alanı, topluluk üyeleri arasında paylaşılan faaliyetler, paylaşılan kaynaklara erişim, topluluk üyeleri arasında destek, sosyal sözleşmeler, dil veya protokoller ve nüfusun boyutu.
- **Destekleyici Yazılım Türüne Göre Sanal Topluluklar:** Sanal bir topluluk, onu destekleyen yazılım teknolojisi tarafından sınıflandırılabilir. Birçok topluluk bir liste sunucusu, haber grubu, bülten

tahtası, internet aktarma sohbeti veya çok kullanıcıli oyunlar kullanılarak desteklenir. Bu yazılım teknolojileri topluluk içindeki iletişimi destekler ve topluluğun sınırlarını oluşturmaya yardımcı olabilir.

- **Fiziksel Topluluklarla İlişkilerine Göre Sanal Topluluklar:** Sanal topluluklar, fiziksel topluluklarla olan ilişkilerinde farklılık gösterebilmektedir. Bu ilişkiler; somut topluluklarınkine benzer ilişkiler, bir dereceye kadar somut topluluklarınkine benzer ilişkiler, herhangi bir somut toplulukla ilgisi olmayan ilişkiler şeklinde sıralanabilmektedir.
- **Sosyolojik Sınırlılık Biçimine Göre Sanal Topluluklar:** Sosyolojik bir kavram olarak sınırlılık bir grubun veya topluluğun tanımlanan nüfusu içerisinde ne kadar sosyal ilişki bulundurabildiğini belirtmektedir.

Sanal topluluklarla ilgili olarak Slabeve ve Schmid (2001: 5), farklı sınıflandırma kriterlerine uygulanabilecek, spesifik bir bakış açısını ve araştırma disiplini yansıtacak bir sınıflandırma önerisi sunmaktadır. Aşağıda yer alan bu sınıflandırma önerisi, toplulukları destekleyen platformların geliştirilmesi için yol gösterici bilgiler sunmakta ve toplulukları destekleyen platformların gereksinimlerindeki benzerliklere dayanmaktadır:

- **Tartışma Toplulukları:** Tartışma topluluklarının temel amacı, tanımlanmış bir konuyla ilgili bilgi alışverişinde bulunmaktır. Bu nedenle topluluğun ana faaliyeti, bilgi ve bilginin kullanımı hakkında topluluğa katkı sağlamakla ilgilidir. Tartışma toplulukları, katılımcıların uyması gereken kurallara vurgu yapan, basit örgütsel yapılar sahiptirler. Yaygın olarak tartışma topluluklarında moderatör, katılımcılar, ziyaretçiler ve bazı durumlarda editör ve içerik eleştirmeni bulunmaktadır.
- **Görev ve Hedef Odaklı Topluluklar:** Görev odaklı topluluklar, katılımcıların ortak bir amacı gerçekleştirebilmesi için itici bir güç olarak kabul edilmektedir. Görevi koordine ve kontrol eden süreçler, görev ve hedef odaklı toplulukların önemli unsurları arasında yer almaktadır. Davranışsal kurallar, roller ve süreçler, tüm görev ve hedef odaklı topluluk türleri için değişmektedir.
- **Sanal Dünyalar:** Sanal dünyalar ve oyunlar etrafında gelişen sanal topluluklardır. Sanal dünyalar gerçek bir ortamla eşleme sağlayabileceği

gibi tamamen bir fantezi ürünü de olabilir. Oyunlar, özel bir sanal dünya biçimidir. Bu tür topluluklarda avatar, önemli bir rol oynamaktadır. Katılımcılar hakkındaki bilgi, avatar aracılığıyla sunulmaktadır.

- **Karma Topluluklar:** Karma topluluklar, üyeleri birçok topluluğun parçası olabilen, çok sayıda birbiriyle ilişkili topluluğu içermektedir. Diğer topluluk türlerinin bir karışımıdır. Bu tür topluluklar giderek artan bir öneme sahiptir. Karma topluluklarda oluşturulan bilgi, çeşitli topluluklar aracılığıyla birbirine bağlantılı bilgileri içermektedir

1.9. Sanal Topluluklarda Üye Katılımı

Dünya çapında milyonlarca bilgisayar kullanıcısı uzun yıllardır sanal toplulukları; veri paylaşmak, araştırma yapmak, mesaj alışverişi gerçekleştirmek, ticari faaliyetlerde bulunmak ve en önemlisi de iletişim, bilgi ve eğlence, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullanmaya başlamışlardır. 1990'lı yıllarda birçok kişi grup yazılım sistemlerinin ve World Wide Web'in bir araya gelmesi ile yüz yüze etkileşime sahip olamadıklarında sanal topluluklara katılma tecrübesi edinmiştir (Cothrel ve Williams, 1999: 55).

Sanal topluluklar belirli bir amaç için sanal ortamda bir araya gelen bir grup insanı ifade etmektedir. Bu grup daha sonra başka insanların ilgisini çekebilir ve topluluk önceden planlanmaktan ziyade organik bir şekilde gerçekleşebilmektedir. Sanal topluluklara katılım gösterenler, genellikle coğrafi olarak birbirlerinden uzak yerlerde bulunsalar da internette birçok sanal topluluk her bireyin katılımına açıktır (Souza ve Preece, 2004: 582). Bu özelliği ile sanal topluluklar kullanıcılar tarafından kolay erişilebilen bir ortam haline gelmiştir. Kullanıcılar, sanal topluluklara istedikleri zaman katılabilir istedikleri zaman da çıkabilmektedirler. Sanal topluluklar, internet kullanıcılarının yaşamlarının kabul gören bir parçası haline gelmesine rağmen, bu topluluklara katılım onları oluşturan üyelere bağlıdır. Sanal toplulukların; amaç, tür ya da fiziksel ortamdaki bağımsız olarak, hayatta kalabilmeleri için kullanıcıların katılımı bu anlamda topluluk için hem bir gereklilik hem de bir zorluk olarak görülmektedir (Gonzalez ve Cox, 2012: 74). Bu nedenle üyelerin katılımı ve etkileşimi başarılı sanal topluluklar oluşturmada oldukça önemli bir unsurdur çünkü üyelerin katılımı olmadan

sanal bir topluluğa ilgi düzeyi azalır ve daha uzun süre topluluğun var olması mümkün olmaz (Hagel ve Armstrong, 1997: 9).

1.9.1. Sanal Topluluklarda Aktif ve Pasif Katılım

Sanal topluluklara katılım, üyelerin diğer üyelerle etkileşim ve iş birliği yapmaya duyduğu motivasyondur. Sanal topluluk bağlamında etkileşim; topluluk sayfasındaki hikayeleri, fotoğrafları, videoları paylaşmak, ilgili paylaşımları beğenmek ve bunlara yorum yapmak gibi etkinlikleri ifade etmektedir. Topluluk katılımı, topluluk ile özdeşleşmenin üyeleri üzerinde yarattığı arzu edilen etkilerle de ilgilidir. Bu nedenle, daha yüksek katılım daha yüksek iş birliği ve etkileşimler anlamına gelmektedir. Bu durum, bu tür etkileşimler yoluyla elde edilen daha yüksek olumlu etkilere neden olur. Bu nedenle, topluluğa bağlı çok sayıda üyenin diğer üyeler ile güçlü ilişkiler kurması beklenmektedir (Algesheimer vd., 2005: 21).

Sanal topluluk içerisinde üyeler arasındaki katılımın farklı düzeyleri bulunmaktadır. Çok az sayıda üye sık yorum yayınlarken çoğunluğu yalnızca asgari düzeyde yorum yayınlayabilmektedir. Bu nedenle sanal topluluklara katılım hem üreten hem de tüketen aktif katılım ve yalnızca tüketen pasif katılım olarak tanımlanabilecek iki boyutu içermektedir (Royo Vela ve Casamassima, 2011: 520). Aktif katılım, sanal topluluk içerisinde paylaşılan gönderilerin çoğunu yayınlayan aktif üyeler tarafından gerçekleştirilirken pasif katılım topluluk faaliyetlerine katkıda bulunmaksızın sunulan faydalara göz atan ve bunlardan yararlanan pasif üyeler tarafından gerçekleşmektedir (Okleshen ve Grossbart, 1998: 276).

Özellikle aktif kullanıcı katılımı, herhangi bir sanal topluluk için temel bir bileşen olarak tanımlanmıştır. Sanal topluluk içerisinde gerçekleştirilen en temel aktivite, topluluğa içerik eklemek ve yeni bir konuyu gündeme getirmektir. Aktif katılımın bir başka formu da diğer üyeler tarafından sunulan bir konuyu yorumlamaktır (Malinen, 2015: 229). Pasif üyeler ise genellikle bir sanal topluluğun popülerliğini rakamlar açısından arttırabilir çünkü Web sitesi trafiğini oluştururlar ve topluluğa olan ziyaretleri arttırırlar. Ancak içerik açısından bir sanal topluluğun başarısına katkıda bulunmazlar (Ridings vd., 2006: 330).

1.10. Sanal Topluluklarda Üyelerin Katılım Motivasyonlarını Etkileyen Faktörler

Bir sanal topluluk için yeterli sayıda üyenin ilgisini çekebilmek ve üyeyi topluluk içerisinde tutabilmek oldukça önemlidir. Bunu gerçekleştirebilen bir sanal topluluk, başarılı kabul edilebilir. Bu faktöre bağlı olarak topluluk oluşturuvcu üyelerin, topluluğa katılarak elde edeceği belirli faydalara odaklanmalıdır. Eğer üyelerin temel ihtiyaçları karşılanamıyorsa, toplum başarısızlığa uğrayabilmektedir. İnsanların neden sanal bir topluluğa katılım gösterdiklerine ilişkin çeşitli nedenler vardır. Bu nedenler bireyler için genellikle değişiklik gösterebilmektedir (Wang vd., 2002:410).

Kollock (1999: 223-225), insanların sanal topluluklara katılım göstermelerine ilişkin üç olasılığın olduğunu belirtmektedir. İlk olasılık bir kişinin, karşılığında yararlı bir yardım ve bilgi alacağı beklentisiyle gruba değerli bilgiler verme konusunda katkıda bulunmaya motive olmasıdır. İkinci olası motivasyon, katkıların kişinin itibarı üzerindeki etkisidir. Yüksek kaliteli bilgi, kişinin yanıtlarında etkileyici teknik ayrıntılar, başkalarına yardım etme isteği ve etkin bir dil, bir kişinin toplumdaki prestijini artırmaya yardımcı olabilir. Üçüncü bir olası motivasyon, bir kişinin değerli bilgilere katkıda bulunmasıdır çünkü eylem bir etkililik duygusu ile sonuçlanır, yani birey var olduğu sanal topluluk içerisinde etkisi olduğu hissine kapılır.

Çok sayıda sanal topluluk çalışması, birçok insanın sosyal etkileşim için internete çekildiğini vurgulamaktadır. İnsanlar sanal bir topluluğun parçası olduklarında, çok çeşitli avantajlardan yararlanırlar (Iriberri ve Leroy 2008: 4).

Ridings ve Gefen (2004: 10), araştırmalarında sanal topluluklara katılımı yönlendiren dört ana faktörü tanımlamışlardır: Bunlar; bilgi alışverişinde bulunma, sosyal ve duygusal destek alışverişi, arkadaşlık geliştirme ve eğlencedir.

- **Bilgi Alışverişinde Bulunma:** Sanal topluluklar, içeriğin çoğunun, site sağlayıcısı tarafından sağlananların aksine, üye tarafından oluşturulmuş olması bakımından önemlidir. Sanal topluluklardaki bilgi akışı her iki yoldan da sağlanabilir. Bilgi edinmenin yanı sıra bilgi vermek için de sanal topluluklara katılım gösterilmektedir.
- **Sosyal ve Duygusal Destek Alışverişi:** Sanal toplulukların insanların duygusal destek, araçsal yardım, aidiyet duygusu ve cesaret bulmak için katılım gösterdiği yerler olduğunu ortaya koymaktadırlar. Birçok sanal

topluluk üyesi, sosyal, fiziksel ve zihinsel problemler için elektronik destek gruplarında ve bu problemlerle ilgili bilgilerde yardım almaktadır.

- **Arkadaşlık Geliştirme:** Sanal topluluklar, bireylerin internet üzerinden çeşitli sohbet siteleri, forum siteleri ve anlık mesajlaşma uygulamaları ile elde edilen etkileşim ve arama olanakları sayesinde birbirleri ile arkadaşlık kurabileceği bir imkan sağlamaktadır.
- **Eğlence:** Sanal topluluklar bireylerin eğlence ve hoş zaman geçirme isteğidir. Sanal topluluklarda oynanılabilen çok kullanıcıli oyunlar ve bu oyunları oynarken bireyin bambaşka bir role bürünerek edindiği deneyim bu motivasyonun kaynağını oluşturmaktadır.

Kaye (2005: 73), benzer bir araştırmada bulunarak weblog topluluğu kullanıcılarının katılım motivasyonlarını incelemiştir. Araştırmaya göre insanların belirli konulara odaklanan ya da belirli bir bakış açısını destekleyen blogları ziyaret ettiklerini bildirmiştir. Bu bloglar benzer ilgi alanlarına sahip kullanıcıların bu sanal platformda toplanıp iletişim kurmasını sağlamaktadır. Katılımcılar; orta ve yüksek düzeyde güvene, yüksek öz yeterliliğe, siyasi ve genel haberlere karşı yüksek ilgiye sahip olduklarını bildirmektedir. Bununla birlikte webloglara erişebilmek için kullanıcıların bilgi arama ve medya kontrolü, kolaylık, kişisel tatmin, siyasi gözetim, sosyal gözetim, ifade ve bağlantı gibi katılım motivasyonlarına sahip olduklarını belirtmektedir.

Fiziksel bir topluluğun aksine, bireylerin sanal bir topluluğa katılım göstermesinde ki bir başka motivasyonu da medya ve teknoloji den kaynaklanır. İnternet ve uygulamaları 7/24 erişim ve operasyon, küresel coğrafi erişim, eşzamansız etkileşim, metin düzenleme yetenekleri ve kalıcı depolama olanakları sağlar. Sanal topluluklardaki üyeler, bulundukları ortamdan coğrafi olarak uzak yerlerde bulunan diğer üyelerle iletişim ve etkileşim kurabilir (Iriberri ve Leroy, 2008:4).

Sanal toplulukların kullanımını belirlemek için Dholakia vd., (2004) farklı ihtiyaçların yerine getirilmesini beş değere ayırmaktadır. Bunlar: amaçlı değer, kendini keşfetme, sosyal gelişim değeri, kişilerarası bağlantıyı sürdürme ve eğlence değeridir.

- **Amaçlı Değer:** Sanal topluluklara katılım yoluyla bilgi vermek veya almak da dahil olmak üzere önceden belirlenmiş bazı araçsal amaçların gerçekleştirilmesinden elde edilen bilgi ve araçsal değerleri ifade eder.

- **Kendini Keşfetme Değeri:** Sosyal etkileşimler yoluyla kişinin kendiliğinden göze çarpan yönlerini anlama ve derinleştirme, kişinin kendi tercihlerini, zevklerini ve değerlerini oluşturma, açıkça tanımlama ve geliştirme yeteneğini ifade eder.
- **Sosyal Gelişim Değeri:** Diğer katılımcıların kabulü ve onayını almaktan, katkısından dolayı çevrim içi topluluk içindeki sosyal statüsünü iyileştirmekten elde edilir.
- **Kişilerarası Bağlantıyı Sürdürme Değeri:** Sosyal destek, arkadaşlık ve yakınlık gibi diğer insanlarla iletişim kurmak ve sürdürmekten elde edilen sosyal faydaları ifade eder.
- **Eğlence Değeri:** Bir bilgi sistemi veya sosyal ağ kullanılarak elde edilen, algılanan zevk, eğlence veya rahatlama hissidir.

İnsanlar döngüde kalmak ve diğer bireylerle olan ilişkilerini zaman ve fiziksel ortamlardan bağımsız olarak sürdürmek için sanal topluluklara katılım göstermektedirler. Bu nedenle, bazı bireylerin sanal topluluk faaliyetlerine yalnızca ait oldukları belirli sanal topluluğa katılma zevkleri için katıldıkları varsayılabilir. Bu nedenle aidiyet kavramı da katılımın bir ön koşuludur (Gangadharbatla, 2008: 11).

1.11. Sanal Topluluklarda Üye Etkileşimi

Sanal topluluklara katılım gösteren bütün üyeler, diğer üyelerle bir bütün olarak aynı düzeyde etkileşimi sürdüremeyebilirler. Üyeler, topluluğa farklı düzeylerde katılabilirler. Bazıları aktif katkı yapmadan pasif katılım yoluyla topluluğa katılabilir, bazıları ise yalnızca diğer üyelerle aktif etkileşim ve iletişim için topluluğa katılım gösterebilmektedirler. Sanal toplulukların sürekliliğini sağlayabilmesi için topluluktaki üyelerin belli bir kısmının topluluğa, soru sorma, bilgi ve uzmanlık sağlama, fikir paylaşımı, sosyal destek sağlama vb. gibi çeşitli şekillerde aktif olarak katkıda bulunması gerekmektedir (Wang ve Fesenmaier, 2003: 34).

Wise vd., (2006: 33-34) araştırmalarında hızlı yanıt oranı ve etkileşimli iletilere sahip olan bir sanal topluluk üyelerinin; yavaş yanıt oranına sahip ve daha az etkileşimli iletiye sahip sanal bir topluluğa göre daha fazla katılım gösterme motivasyonuna sahip olduğunu belirtmektedir.

Sanal topluluk içerisinde yalnızca pasif olarak varlık sürdüren üyeler, topluluğa herhangi bir katkı sağlamadıklarında bu bir problem haline gelebilmektedir. Çünkü üyeler konuşma olmadığı zaman topluluk içerisinde katılım göstermeyebilirler. Bu durum, topluluğun başarısı için olumsuz bir durum ortaya çıkarabilmektedir. Böyle bir durumda, topluluk yöneticilerinin katılımı teşvik etmek için harekete geçmeleri gerekmektedir. Eğer topluluk içerisinde bir aktivite ve etkileşim bulunuyorsa bu pasif katılım sorun olmayabilir (Preece vd., 2004: 203).

Burnet (2000), çeşitli sanal topluluklarda görülen çevrim içi davranışları ve etkileşimleri anlamak için bir temel sağlayan bir sanal topluluk etkileşimleri tipolojisi önermektedir. Bu tipoloji, bilginin nasıl değiş tokuş edildiğini ve katılımcıların sanal topluluklarda nasıl etkileşimde bulunduğunu açıklamaya yardımcı olmaktadır. En temel düzeylerde, sanal topluluklardaki davranışlar iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; etkileşimli ve etkileşimli olmayan davranışlardır.

- **Etkileşimli Davranışlar:** Sanal bir toplulukta etkileşim, başkalarının mesajlarının okunmasına ek olarak etkin bir şekilde yayınlanmayı veya mesaj yazmayı gerektirir. Bu tür bir aktivite, başlangıçta iki temel türe ayrılabilen birkaç form alabilir. Bunlar; düşman etkileşimli davranışlar ve ortak veya olumlu etkileşimli davranışlar olarak sınıflandırılmaktadır. Her iki davranış türü de aşağıda tartışıldığı gibi toplumun bilgilendirici faaliyetlerine bağlanabilir ve her biri daha spesifik davranış türlerine ayrılabilir.
- **Düşman Etkileşimli Davranışlar:** Bu davranış biçimi; özellikle trol, spam ve siber zorbalık içeren mesajları kapsamaktadır. Her ne kadar sanal topluluk içerisinde ki üyelerin etkileşimlerine örnek olarak gösterilse de sosyal bilgi alışverişinden ziyade açık saldırganlık ve çatışmayı vurgulamaktadır.
- **Ortak Etkileşimli Davranışlar:** İnternette bulunan davranışların çoğunluğu, ortak etkileşimli davranışlar olarak düşünülebilir. Burnett (2000), iki baskın tipte iş birliğine dayalı etkileşimli davranış tanımlamaktadır. Bunlar; özellikle bilgiye yönelik olmayan davranışlar ve doğrudan bilgi arayan veya diğer topluluk üyelerine bilgi sağlama ile ilgili davranışlardır. Bilgiye yönelik olmayan davranışlar, kısa

konuşmalar, şakalar ve duygusal destek mesajlarını içerirken, doğrudan bilgi arayan davranışlar ise bilgi alışverişine çok güçlü bir şekilde odaklanan sanal topluluk üyelerinin ilgilendikleri herhangi bir konuda birbirlerine sağladıkları çeşitli bilgi alışverişi içeren mesajları içermektedir.

- **Etkileşimli Olmayan Davranışlar:** Çevrim içi olarak bulunan davranışların çoğu bir dereceye kadar etkileşimli olarak kabul edilirken, Sanal topluluklarda etkileşimli olmayan birincil davranış genellikle "gizlenme" olarak adlandırılır. Sanal topluluklarda gizlenme, yüz yüze görüşmelerden farklıdır. Çünkü yüz yüze görüşmede dinleyiciler hala bu görüşmeye aktif katılımcılar olarak kabul edilirken, gizlenen üyeler sanal bir toplulukta görünmezler, çünkü sanal bir toplulukta kalabilirler ve varlıklarına dair belirgin bir işaret bırakmazlar. Yine de gizlenenlerin sanal topluluklarda önemli katılımcılar olduğu düşünülmelidir. Büyük ölçüde görünmez olmalarına rağmen, başkalarının yazdıklarını okumadan, kendileri de yazmadan okuma eylemleri önemli bilgi toplama faaliyetleri oluşturmaktadır.

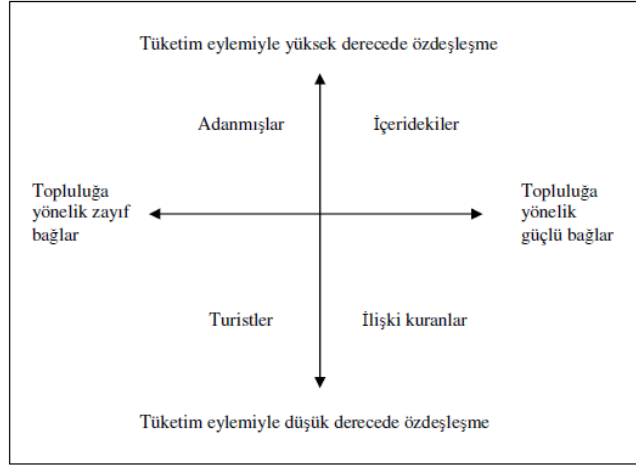
1.12. Sanal Topluluk Üyelerinin Sınıflandırılması

Sanal topluluk üyelerinin özellikleri çeşitlilik göstermektedir ve bu çeşitliliğin çevrim içi davranışlarındaki farklılıkları yansıttığına inanılmaktadır. Çevrim içi davranış etkileyebilecek topluluk üyelerinin önemli bir özelliği kişiliktir. Yani doğası gereği ve içinde yaşadıkları çevre sayesinde, bazı insanlar diğerlerine yardım etmede daha aktif, daha etkin ve cömerttir. Araştırmalara göre günlük yaşamlarında aktif olan ve başkalarına yardım etmek isteyen üyelerin bu kişiliği, üye oldukları Sanal topluluğa aktif katkılar yapmaya istekli olmaları için çevrim içi etkinliklerini genişletmeleri beklenmektedir. Ancak bireyin kişiliğinin sanal bir topluluğa aktif katılımı doğrudan bir bağlantısı olamayacağı gibi şüphesiz aktif katkı düzeyini etkileyebilmektedir (Wang ve Fesenmaier, 2003: 36).

Sanal topluluklarda üye sınıflandırılmasına dair ilk olarak Kozinets (1999: 255), bireylerin toplulukla ve tüketim faaliyetiyle olan ilişkisine göre, sanal tüketim

topluluğunda yer alan üyeleri dört grupta incelemiştir. Bunlar turistler; ilişki kuranlar, adanmışlar ve içeridekiler şeklinde sıralanabilir.

Şekil 3. Sanal Topluluk Üye Tipleri



Kaynak: Kozinets (1999: 255).

- **Turistler:** Toplulukla güçlü sosyal bağları olmayan ve tüketim faaliyetine yalnızca yüzeysel ya da geçici bir ilgi gösteren üyelerdir.
- **İlişki Kuranlar:** Toplulukla ilgili güçlü sosyal bağları bulunan, ancak tüketim faaliyetine temkinli olarak ilgilenen kişiler.
- **Adanmışlar:** Tüketim faaliyetiyle ilgili, ancak toplulukla sosyal bağları zayıf kişilerdir.
- **İçeridekiler:** Topluluğa da tüketim faaliyetine de güçlü ilgileri bulunan ve üyelikleri uzun süre devam eden bireyler için kullanılmaktadır.

Turistler ve adanmışlar diğer üyelerle sosyal ilişkileri sürdürmekle ilgilenmedikleri için katılım davranışları ağırlıklı olarak bilgi alışverişine yönelik olmaktadır. Buna karşılık, ilişki kuranlar ve içerdekiler katılım davranışlarında çok daha sosyal ve ilişkisel olma eğilimi göstermektedirler.

İkinci olarak Preece vd., (2004: 207), sanal topluluk üyelerini gizlenenler ve açıktaki üyeler olarak ayırmıştır:

- **Gizlenenler:** Topluluğun avantajlarından yararlanan, ancak topluluğa katkıda bulunmayan serbest üyelerdir.

- **Açıktakiler:** Sanal topluluğun uzun zamandır bir üyesi olan, düzenli olarak katılım gösteren, topluluk kültürünü anlatan ve diğer üyeler ile etkileşim halinde olan üyelerdir.

Açıktakiler sürekli olarak topluluk içerisinde mesaj gönderir ve topluluk içerisinde gönderilen mesajları okurlar. Gizlenen üyeler ise topluluğu ziyaret eder ve topluluktan faydalanır ancak katılım göstermezler. Genel olarak, sohbet odaları gibi senkronize topluluklarda, gizlenen üyelerin varlığı genellikle bir kişinin oturum açtığı veya çevrim içi toplantı alanına girdiği bildirimi ile açıkça görülebilmektedir. Haber gruplarının ve çevrim içi forumların eşzamansız topluluklarında gizlenen üyelerin varlığı ise çok daha az belirgindir ve genellikle fark edilmez. Bununla birlikte, bireysel topluluk kullanıcıları için, kolayca görülebilen diğer kişiler açıktaki üyelerdir (Ridings vd., 2006: 330). Sanal topluluk içinde her ne kadar gizlenen üyeler, açıktaki üyelerden daha az etkileşimde olsalar bile topluluk oluşturmak için ihtiyaç duyulan bir topluluk hissine sahiptirler ve bununla birlikte, sanal bir topluluğun katılımcılarının büyük çoğunluğunu oluşturabilmektedirler (Blanchard ve Markus, 2004: 77)

Ridings vd., (2006: 339) iki farklı üye tipine ek olarak yeni bir üye tipi ekleyerek üç üye tipi tanımlar. Özellikle gizlenen üyeler ve açıktaki üyelere ek olarak açıktaki seyrek üyeleri ekleyerek açıktaki üyeleri daha da farklılaştırırlar. Bu üyeler her ne kadar açıktaki üyelere benzer özellik gösterebilirler de onlar kadar topluluk içerisinde aktif bir katılım göstermemektedir. Düzensiz aralıklarla platforma katkıda bulunarak ve platformda etkileşime girerek varlığını sürdüren üyelerdir.

Kim (2000: 119), üyelerin artan katılım seviyelerine, sorumluluklara ve topluluktaki gücüne dayanan beş temel üye tipi rolünü açıklamaktadır:

- **Misafirler:** Bunlar, sanal toplulukta "gizlenen" ancak onlara katılmayan kişilerdir.
- **Acemiler:** Bunlar, genellikle pasif olan ve sanal topluluğun kurallarını ve kültürünü öğrenmekle meşgul olan ve bu nedenle aktif olarak onunla meşgul olmayan yeni üyeler veya yeni başlayanlardır.
- **Düzenli Üyeler:** Değişimlere rahatça katılan ve sanal topluluğun en büyük bölümünü oluşturan yerleşik üyelerdir.
- **Liderler:** Bu üyeler, sanal topluluğun çalışmasını sağlayan konular oluşturan ve etkinlikler planlayan gönüllüler, yükleniciler ve personeldir.

- **Eskiler:** Sanal topluluğun saygın üyeleridir ve her zaman bilgilerini paylaşmaya ve topluluk kültürünü yeni üyelere aktarmaya heveslidirler.

Başka bir araştırmada Valck vd., (2009: 194) kullanıcıların ziyaret sıklığı, ziyaret süresi, alınan bilgiler, sağlanan bilgiler ve tartışılan bilgiler açısından katılımlarına dayalı bir sınıflandırma sunmaktadır ve sanal topluluk üyelerini altı farklı grup altında açıklamıştır:

- **Çekirdek Üyeler:** Bu üyeler, topluluk içindeki en aktif katılımcıların çekirdeğini temsil etmektedir. Diğer üyeler ile karşılaştırıldığında, topluluğu en sık ziyaret eden üyelerdir. Topluluk içerisinde bilgi edinerek topluluğun bilgi arşivinden geniş ölçüde faydalanırlar. Aynı zamanda makaleler ve incelemeler göndererek bu bilgi arşivine de katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca, forum tartışmalarına ve sohbet oturumlarına aktif olarak katılırlar.
- **Sohbetçiler:** Bu üyeler, bilgi sağlama ve tartışmaya göreceli olarak yüksek derecede katıldıkları sık fakat kısa ziyaretler yapar. Topluluğu haftada üç ila dört kez yaklaşık yarım saat ziyaret ederler. Bu kümedeki katılımcılar çekirdek üyeler kadar büyük ölçüde olmasa da topluluktan bilgi alır ve topluluğa bilgi sağlarlar.
- **Bilgiciler:** Bu üyeler hem bilgi edinme hem de topluluğa bilgi sağlama konusunda nispeten katılım gösterebilirler de bilgiyi tartışmada katılım sıklıkları daha azdır. Bu grupların ziyaret sıklığı ve süresi, sohbetçilerle karşılaştırılabilir. Ancak, toplulukları biraz daha az ziyaret etme eğilimindedirler, ancak ziyaret başına daha fazla zaman harcarlar. Bu grubun topluluk forumlarına ve sohbet odalarına katılımı düşüktür, bu da çekirdek üyeler ve konuşmacılarla keskin bir tezat oluşturur.
- **Hobiciler:** Topluluk içerisinde bu üyeler oldukça öne çıkmaktadır. Çünkü üyeler, topluluğu uzun bir süre boyunca sık sık ziyaret etmektedirler. Ancak elde edilen, sağlanan bilgi miktarı ve forum tartışmalarına ve sohbet oturumlarına katılma sıklıkları daha azdır. Çekirdek üyelerden sonra topluluğu, uzun süreli ziyaretlerle en sık ziyaret eden ziyaretçileri onlardır. Topluluk içindeki kişisel sayfalarını

güncellemek, korumakla ve misafir defteri mesajları yazmak etkinlik alanlarıdır.

- **İşlevseller:** Bu üyeler, toplulukta yer alan üyelerin oluşturduğu en büyük gruptur. Üyeler, topluluğu yaklaşık olarak haftada bir kez yaklaşık 15 dakika ziyaret etmektedir. Bilgiye ulaşmaya büyük ilgi duymaktadırlar.
- **Fırsatçılar:** Bu üyeler, ikinci en büyük grubu oluşturmaktadır. Topluluğun en az ziyaret edilen ziyaretçileridir ve ziyaretleri genellikle uzun sürmez, yani topluluğu haftada ortalama bir kereden az 15 dakikadan fazla ziyaret etmezler. Çevrim içi olduklarında, çoğunlukla bilgi almakla meşgul olurlar. Neredeyse hiç bilgi sağlamazlar ve forum tartışmalarına ve sohbet oturumlarına katılmazlar. Bu grup, topluluğun en az aktif ve en az düzenli katılımcılarını temsil etmektedir.

1.13. Sanal Topluluk İletişim Biçimi

Sanal topluluklarda iletişim biçimi bilgisayar aracılı iletişim ile sağlanmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişim terimi, bilgisayar aracılı ortamda çalışan ve büyük ölçüde yazılı kelimeler ile sınırlı olan kişilerarası iletişim türüdür (Pitta ve Fowler, 2005: 267). Bir başka şekilde ifade etmek gerekirse bilgisayar kullanımıyla sağlanan herhangi bir iletişim olarak tanımlanabilir. Bilgisayarları girdi, çıktı, depolama ve yönlendirme cihazları olarak kullanan mesajların iletimi ve alımı anlamında geniş bir şekilde görülebilir. Aynı zamanda bilgisayar teknolojileri ile etkileşime giren insandan insana iletişim olarak da tanımlanmaktadır (Sethi ve Adhikari, 2010:3).

Topluluk kavramı da özünde iletişim kavramıyla yakından ilgilidir. Bu nedenle topluluk ve iletişim birbirlerini gerektirir; her biri diğerinin varlığı için gerekli bir koşuldur. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesi yeni bir topluluk biçimi olan sanal toplulukların da ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bilgisayar aracılı iletişim çevresinde gelişim gösteren sanal topluluklar, bilgisayar aracılı etkileşimlerin, iletişimin ve sosyal ilişkilerin yaratılmasında, sürdürülmesinde etkili olan bir grup insan olarak tanımlanmaktadır (Tardini ve Cortoni, 2005: 373).

Bilgisayar aracılı iletişimin iki ana bileşeni eşzamanlı ve eş amansız iletişimdir. Bu bileşenleri ayırt eden en önemli kriter gönderilen mesaja karşılık verilen diğer mesajın gönderilme süresidir. Bir sohbet odası gibi eşzamanlı teknolojiler, aynı anda

iletişim kurmak için insanların bilgisayarlarında olmalarını gerektirir, oysa bülten panoları ve e-posta gibi eşzamansız teknolojilerle, insanlar başkalarının mesajlarına yanıt verebilir ve daha sonra tartişmalara katılabilirler. Sanal topluluklar, farklı iletişim görevlerini desteklemek için hem eşzamanlı hem de eşzamansız teknolojileri sağlayabilmektedirler (Preece ve Krichmar, 2000: 4). Kullanıcılar göndermiş oldukları mesajları bilgisayar aracılı iletişim sistemleri sayesinde diğer kullanıcıya ulaştırırken kodlar, kodu çözer ve iletir bu şekilde bilgisayar aracılı iletişim süreci gerçekleştirilmektedir. Bilgisayar aracılı iletişime örnek olarak, elektronik posta, sohbet odaları, avatar tabanlı iletişim forumları, ses-görüntü iletimi, bloglar, sosyal ağlar ve mobil teknolojiler verilebilir (İspir, 2013: 13-14).

Bilgisayar aracılı iletişimin bir iletişim yöntemi olarak duyguları ve ifadeleri yüz yüze iletişimin yapabileceği şekilde iletme yeteneğinden yoksun olduğuna dair genel bir yanılığ vardır. Yüz yüze iletişim sırasında, kişi sözlü mesajı tamamlamak ve ona anlam katmak için büyük ölçüde sözsüz sinyallere güvenir. Bu boyutu bilgisayar aracılı iletişime eklemek için, klavyeyi kullanan tipografi ipuçları çeşitli ifadeleri ve duyguları iletmek için kullanılır. İfadeler, birçok sanal toplulukta yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunlar duyguları ifade eden tipografik sembollerdir (Sethi ve Adhikari, 2010: 6).

Bu sembolik anlatım; sanal topluluklara dahil olan üyelerin birbirlerine mesaj gnderirme ve almada ifade denilen bazı hareketli ve üç boyutlu görselleri, sesli titreşimler ve mesajlar ile animasyonlardan oluşan sembolik anlatımları ifade etmektedir. Örneğin, memnuniyet ya da kızgınlılığı aktarmak için, güleç veya sinirli yüz ifadeleri; tebrik için yıl dönümü kutlama ifadeleri; bağişlanma, sempati için gller, kalp ifadeleri; kavga, gln, kabullenilme, gibi bazı durumlar için o duygu durum içeren el işaretleri, göz hareketleri; merhabalaşma ve elveda için ise el sallayan farklı görseller, bebekler, yıldıızlı, rengarenk ya da hareketli ifadeler gibi pek çok görsel tek tuşla ile gönderilebilmekte; böylece o an için kişinin neler hissettiği anında karşı tarafça öğrenilmektedir (Genç, 2007: 147).

Bilgisayar aracılı iletişimdeki zorluklar, dil yeterliliğindeki farklılıklardan farklı zaman dilimlerinde iletişimi yönetmeye kadar uzanır. İletişim etkileşimi sırasında erkenden bir uyum ve ortak zemin oluşturulamaması, klişeleşme ve kültürel hoşgörü eksikliği nedeniyle ortaya çıkan kültürel hassasiyetlerle ilgili zorluklar çok yaygındır (Sethi ve Adhikari, 2010: 7).

1.14. Sanal Topluluk İletişim Biçimi ve Geleneksel Topluluk İletişim Biçimi Arasındaki Farklılıklar

Pfeil ve Zaphiris (2009: 3), sanal topluluk iletişimin ve geleneksel topluluk iletişim biçiminden ayıran özellikleri şu şekilde ifade etmektedir:

- **Sözel Olmayan İpucu Eksikliği:** Sanal topluluk iletişim biçimini geleneksel topluluk iletişim biçiminden ayıran temel farklılıklardan ilki; jest, ses tonu, fiziksel görünüm ve iletişimin başladığı fiziksel ortam gibi görsel iletişim ipuçlarının eksikliğidir. Sanal topluluklarda iletişim yüz yüze olarak gerçekleşmemektedir. Bu nedenle bilgisayar aracılı olarak kurulan bu iletişim şekli, sözel olmayan ipuçlarından yoksun kalır.
- **Anonimlik:** Sanal topluluklar içerisinde üyeler, anonim bir niteliğe sahip olabilmektedirler. Bilgisayar aracılı iletişimde insanlar, serbestçe seçilen bir kullanıcı adıyla oturum açar. Bu serbestlik katılımcıların kendi kişisel bilgilerini paylaşmasını gerektirmez.
- **Dürüstlük:** Sanal topluluklar içerisinde kullanıcılar gerçek kimliklerini saklayarak başka birisi gibi davranabilir ve kendileri hakkında doğru olmayan bilgileri diğer kullanıcılar ile paylaşabilmektedirler. Kullanıcı, topluluğun üyelerine ne kadar yakın olursa, bir üyenin gerçekleri söyleyip söylemediğine o kadar çok karar verebilir. Bu nedenle kullanıcıların diğer üyeleri tanıması ve onlarla güvenilir ilişkiler kurulabilmesi oldukça önemlidir.
- **Geri Bildirimin Eksikliği:** Sanal topluluk içerisinde kullanıcılarının birbirleriyle olan karşılıklı iletişimlerinde gönderilen herhangi bir mesajın, mesajı gönderen kullanıcı tarafından belirli bir biçimde algılamasından sonra ortaya çıkan olumu ya da olumsuz tepkilerin yoksunluğudur.

İKİNCİ BÖLÜM

2. SANAL TOPLULUKLARDA SOSYAL DESTEK VE NETNOGRAFİ

2.1. Sosyal Destek Kavramı

İnsanlar topluluk içerisinde birlikte yaşayıp çeşitli ihtiyaçlarını karşılayabilmek için birbirlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle sosyal destek kavramı, insan hayatında ilişkilerin sürdürülmesinde oldukça önemlidir.

Sosyal destek ilk olarak 1970'lerin ortalarından 1980'lerin başlarına kadar incelendiğinde, kavram bir etkileşim, kişi veya ilişkiye atıfta bulunarak somut terimlerle kullanılmıştır. Bununla birlikte, son yıllarda, bu terim, beklenti, algılar, desteğin kalitesi, destekleyici etkileşimlerin miktarı ve destek sağlayıcı kişilerin, davranışların, ilişkilerin veya sosyal sistemlerin soyut özelliklerini kapsayan giderek daha soyut hale gelmiştir. Sosyal desteğin farklı kategorileri ve sosyal destek alışverişinin gerçekleştiği kaynaklarda bu soyutlamanın bir sonucu olarak her etkileşim sosyal destek olarak kabul edilmiştir (Hupcey, 1998: 1231).

Literatürde bulunan birçok sosyal destek tanımı vardır. Birçoğunda farklı terminolojiler kullanılmasına rağmen, tanımlar ortak özelliklere sahiptir. Tüm tanımlar, desteğe ihtiyacı olan bir kişiye sağlanan bir tür olumlu etkileşim veya yardımcı davranışları ifade etmektedir (Hupcey, 1998: 1231).

Shumaker ve Brownell (1984: 13), sosyal destek kavramını sağlayıcı veya alıcı tarafından algılanan ve alıcının refahını arttırmayı amaçlayan, en az iki kişi arasında bir kaynak değişimi olarak tanımlamaktadır. Bir başka ifade ile sosyal destek, bireyin ortak bir sorumluluğu paylaşan bir topluluğa aidiyet hissettiğinde, bu topluluk tarafından ilgi görmesi, sevilmesi ve sayılmasında etkili olan bilgi olarak açıklanmaktadır (Cobb, 1995: 379).

Sosyal destek, özellikle bireylerin çeşitli psikolojik ve fiziksel bazı sağlık problemlerinin ortaya çıkış sürecinden tedavi sürecine kadar önemli bir göreve sahiptir. Sosyal destek, bireyin stres veren yaşam sıkıntılarının giderilmesine yardımcı olur ve içerisinde bulunduğu bu durumun ne anlama geldiğini işaret edebilen duygusal tepkide farklılıklar meydana getirmektedir. Bu nedenle, bireyler yaşamlarında stres verici bir sorun ile karşılaştıklarında bu sorunlar ile baş edebilmek için savunma mekanizmaları

geliştirmektedirler. Bu anlamda sosyal destek, bireyin hayatına devam edebilmesi ve sağlığını koruyabilmesi adına önemli bir kavramdır (Erzurum, 2017: 362).

Ardahan (2006: 69), sosyal destek kavramının maddi, duygusal ve zihinsel destek olarak üç farklı şekilde açıklanabileceğini belirtmektedir. Bunlar:

- **Maddi Destek:** Bireyin sorumluluklarını gerçekleştiremediği durumlarda, ihtiyaçlarının başka bireyler tarafından karşılanmasıdır. Bir bireyin, işsiz kalan yakınına borç para vermesi ya da yeni bir iş bulması bu destek türü için örnek olarak verilebilir.
- **Duygusal Destek:** Bireyin sevgi, şefkat, güven ve ilgi görebildiği bir topluluğa aidiyet hissetmesi gibi zorunlu sosyal ihtiyaçların karşılanmasıdır. Bireyin sosyal ilişkilerinde kabul görmesi ve topluluk içerisinde özellikle bireylerin birbirlerinin sırlarını saklaması oldukça önem arz etmektedir. Bir bireyin, annesi ölen bir başka bireye gösterdiği ilgi ve şefkat bu destek türü için örnek olarak verilebilir.
- **Zihinsel Destek:** Bireyin sosyal ve kişisel problemlerinin üstesinden gelebilmesine yardımcı olmak için sağlanan çeşitli bilgi, tavsiyelerdir. Bireyin kendisini keşfetmesini sağlayan geri dönüşlerde zihinsel destek olarak kabul edilmektedir. İşe yeni başlamış bir bireye işi öğretmek ve yetkin kişilerden deneyim kazanmak bu destek türü için örnek olarak verilebilir.

Bunlara ek olarak sosyal destek, bireyin takdir edilmesi, bireyin sorunlarıyla mücadelesinde yardımcı olma, bireye örnek olma şeklinde de verilebilmektedir. Sosyal destek sağlayıcıları ise anne baba, eş, sevgili, dost, aile, öğretmenler, akraba ve uzmanlar bunun dışında kendisine yakın görebileceği birçok kişi olabilmektedir (Yıldırım, 2004: 20).

Litwin'e göre bireyler çevresinde sosyal ilişkiler kurduğu ve belirli bir ilişkiyi sürdürdüğü diğer bireyler ile sosyal destek alışverişi içerisine girer. Bu sosyal ilişki ağlarını aşağıda belirtilen dört şekilde değerlendirmiştir (Litwin, 1995'den aktaran Yuvakgil, 2017: 14).

- **Aile Yoğunluklu Ağ:** Bütün ağların en küçük ve yakınlık derecesi en yüksek olan ağ türüdür. Bireyin çekirdek ailesi buna örnek verilebilir.

Bireyin ailesi ile uzun soluklu ve dayanışmanın süreklilik göstereceği bir sosyal ilişki ağı içerisinde.

- **Akraba Ağı:** Bireyin yakın akrabaları ile kurduğu sosyal ilişki ağıdır. Bireye çekirdek ailesi kadar yakın olmasa da bu sosyal ağ türünde de bireyler birbirine yakınlık göstermektedirler.
- **Arkadaş Odaklı Ağ:** Bireyin yakın arkadaşları ile kurduğu sosyal ilişki ağıdır. Birey arkadaşları ile aile ve akrabalık ağında olduğu kadar yakın olmasa da bir süre ilişkisini sürdürmektedir.
- **Dağınık Bağlı Ağ:** Diğer ağ türleri ile karşılaştırıldığında bu ağ türü bireyin sosyal ilişkilerinin en az olduğu ağıdır. Bu kişiler aileden kimseler olabilecekleri gibi arkadaş, komşu ve diğer bireylerden de oluşabilmektedir. Sosyal ilişkinin süresi, birliktelik sıklığı düşük orandadır. Bu ağ türü sosyal ilişkinin geliştirilebileceği geniş bir altyapı sağlasa da bireyler arasındaki sosyal destek alışverişi azalır.

Aile, akrabalar ve sosyal çevre dışında birey sosyal desteği kendisi gibi aynı sorun ile karşı karşıya kalan başka kişilerden de alabilmektedir. Örnek olarak sosyal destek toplulukları, kronik hastalığı, hayatı tehdit eden hastalıkları ve bağımlılık sorunları yaşayan insanlara karşılıklı yardım ve kendi kendine yardım sağlamaktadır (White ve Dormen, 2001: 693). Bu topluluklar, üyelerine ek bir kişilerarası yardım şekli sunar. Üyeler, destek topluluğunu profesyonel tedaviye yardımcı olarak veya profesyonel tedavi yerine kullanmaktadırlar. Dolayısıyla bu topluluklar bireysel baş etme ve profesyonel psikoterapi arasında bir ara adım olarak düşünülmektedir (Winzelberg, 1997: 395).

2.2. Sanal Destek Toplulukları

Sanal destek toplulukları, bireylerin genellikle destek alışverişi bağlamında, topluluğun temasına ilgi duyan diğer kişilere iletişim kurmalarına izin vermektedir. Bu topluluklar işlevlerini yerine getirmek için eşzamanlı iletişim veya eşzamanlı olarak bilgisayar aracılı iletişim ortamını kullanmaktadırlar. Ortak özellik, topluluk üyelerin kendilerini internet üzerinden mesajlar göndererek ifade etmeleridir (Coursaris ve Liu, 2009: 911).

Topluluklar, çeşitli sağlık mesajlarını üyelerine gönderebilmekte ve sağlığın iyileştirilmesi için üyelerinin yaşam biçimini değiştirebilmektedirler. Bu topluluklara örnek olarak belirli bir hastalığı olan bireylerin oluşturmuş oldukları kanser, diyaliz ve diyabet hastalarının kurmuş oldukları dernekler verilebilir. Bu topluluklar, kendi üyesi olan hastalara yardım ve dayanışma anlamında desteklerde bulunurlarken, verdikleri mesajlarla hem grup içinde bireysel hem de toplumsal sağlık bilincinin oluşmasında etkin rol oynamaktadırlar (Koçak ve Bulduklu, 2010: 8).

İnternet teknolojisinin gelişimi ile sanal topluluklar; bireylerin sohbet odaları, bülten panoları, haber grupları ve tartışma forumları, bloglar ve sosyal medya gibi platformlarda kullanıcıların internet ortamında gönüllü bir şekilde katılım gösterebilecekleri ve çeşitli sağlık bilgisi edinmek için ulaşabilecekleri bir kaynak görevi görmektedir. Kullanıcılar, bu kaynaklar aracılığı ile kendilerini rahatsız eden stres verici problemlerini ya da çeşitli hastalıklarını paylaşarak sosyal destek aramaktadır (Zhang vd., 2013: 2).

Aralık 2002 itibariyle, Pew Research Center's Internet ve American Life Project'in Amerika'da gerçekleştirdiği bir araştırmada internet kullanıcılarının yaklaşık 63 milyonu veya %54'ü, çeşitli tıbbi durumlar veya kişisel sorunlar için sanal destek topluluklarını kullanmıştır (Coursaris ve Liu, 2009: 911).

İnternete kolay erişebilme ve bilgisayar aracılı iletişimde yaşanan gelişim, sağlıkla ilgili problemleri olan bireylerin, kendileri gibi benzer sorunlarla başa çıkmaya çalışan bireyler için de destekleyici iletişime katılım göstermesinde etkili olmuştur. Sanal ortamda varlık sürdürmeye başlayan bu topluluklar, üyelerin birbirlerine çeşitli problemlerde yardımcı olduğu destek topluluğu özelliğini göstermektedirler. İlk olarak Harris, internet sunucularında çalışan 230'dan fazla sanal ortamda destek sağlayan topluluğun varlığını tespit etmiştir. Bu topluluklar, çeşitli hastalıklardan ve geniş yelpazede psikolojik, fiziksel kaygıları ve problemleri olan kişilerden oluşmaktadır (Winzelberg, 1997: 394).

Sanal ortamda birbirlerine destek sağlayan üyeler benzer yaşam deneyimlerini paylaşarak ve birbirlerine destek, merhamet ve güven alanı oluşturarak diğer insanlarla etkileşime girme imkanı sunmaktadırlar. Harris'e göre bu topluluklar insanların duygu ve düşüncelerini, hastalık, sosyal ve psikolojik problemler ve birçok başka konu hakkındaki düşünceleri tartışabilecekleri sanal mekanlar olarak tanımlamaktadır. Sanal

destek toplulukları genellikle yüksek düzeyde duygusal destek ve anlayışla karakterize kendi kendine destek gruplarının işlevine sahiptir (Pfeil, 2009: 122).

Sosyal destek topluluklarını öncelikle aile üyeleri ve yakın çevre oluşturmaktayken günümüzde ise yabancılar da dahil olmak üzere herhangi birinden oluşabilmektedir. Çalışmalar kişi içi toplulukların azaldığına işaret ederken çevrim içi ortamda ise toplulukların geliştiğini bizlere göstermektedir. Sanal destek topluluklarının yaygınlığının bu şekilde artması toplumdaki değişimlere, erişim kolaylığına ve sağlığın korunmasında ki sosyal bağlantıların önemli olduğu bilincine dayanmaktadır (Bradford vd., 2017: 9-10).

Sanal topluluklardaki ilişkiler de benzer ilgi alanlarıyla başlar ve deneyimleri paylaşarak, tavsiye ileterek, başarıları tanıyarak ve motivasyon sağlayarak beslenir. Bir tüketim odağının ötesinde, sanal topluluklar destekleme ve anlama aracı olarak hizmet edebilir ve bu nedenle, hedefleri peşinde olan bireyler için ideal bir buluşma alanı olabilir (Bradford vd., 2017: 11).

Chung (2014: 641-642), araştırmasında bireylerin sosyal desteğin sunulduğu bu sanal topluluklara katılım göstermelerinde etkili olan iki önemli motivasyona sahip olduklarının sonucuna varmıştır. Buna göre en güçlü motivasyon; birinin sağlık durumu hakkında bilgi aramak, tedavi hakkında bilgi edinmek ve benzer sağlık problemleri yaşayan insanlardan tavsiye almaktır. En güçlü ikinci motivasyonun diğer üyelere destek sağlanması olarak belirlenmiştir.

Bireylerin çevrim içi destek alma veya destek verme şekli ayrıca aktif veya pasif olarak tanımlanabilir. Aktif sosyal destek, katılımcılar kendi çevrim içi sosyal ağlarındaki diğer kişilerle etkileşime girdiğinde oluşur. Bu etkileşimin bir örneği, bir katılımcının başka bir katılımcının çevrim içi bir sosyal ağın duvarına yazdığı bir iletiyi yorumlamasıdır (Ballantine ve Stephenson, 2011: 333). Kullanıcılar sanal ortamda diğer kullanıcılara sosyal destek verebilir ve alabilirler. Sanal ortamda uygulanabilir olan destek çeşitleri bilgi desteği ve duygusal destektir. Bu kategorilerin dışında araştırmacılar tarafından farklı sosyal destek türleri de belirlenmiştir (Myrick vd., 2015: 2).

2.3. Sanal Destek Topluluklarının Avantajları ve Dezavantajları

Sanal topluluklarda sosyal destek aramak yüz yüze destek topluluklarına göre birçok avantaj sunmaktadır. Bu toplulukların en büyük avantajı, üyelerin gruba katılması için fiziksel bir birliktelik gerektirmemesidir. Bu nedenle pek çok kişi istediği bir zamanda bu topluluklara katılım gösterebilir (Winzelberg, 1997: 396). Eşzamansız iletişim sayesinde, sanal topluluklarda ki katılımcılar haftada 7 gün 24 saat, kendileri için en uygun zamanlarda erişebilirler. Eşzamansızlık, bireylerin kendi hızlarında dikkatle tepkiler geliştirmelerini sağlar. Coğrafi ve ulaşım engelleri yoktur. Hareketlilik problemleri, konuşma ve duyma güçlüğü çeken veya bakım sorumluluğu bulunan kişiler kolaylıkla katılabilir (White ve Dormen, 2001: 693).

Çevrim içi bir ortamda buluşmak, engelliler ve yaşlılar için özellikle değerli olabilir çünkü sınırlı fiziksel hareketlilik veya diğer yaşam koşulları, başkalarıyla çevrimdışı olarak tanışmalarını zorlaştırabilir. Bu nedenle destek toplulukları genellikle yüksek düzeyde duygusal destek ve anlayış ile karakterize edilen kendi kendine destek gruplarının işlevine sahiptir (Pfeil ve Zaphiris, 2010: 3). Bunun dışında sanal destek toplulukları, katılımcıların bakış açılarını öğrenmekten yarar sağlayacak olan başka bireyler için bir öğrenme fırsatı sağlayabilir. Örneğin, potansiyel yeni üyeler, arkadaşlar, akrabalar ve profesyoneller, çevrim içi bir grupta grup sürecine müdahaleci veya rahatsız edici olmadan belirli bir bozukluğu veya durumu olan kişilerin karşılaştığı sorunlar hakkında anlayış, iç görü ve bakış açısı kazanmak için çevrim içi grupların üyesi olarak pratik bilgiler sağlayabilir (Braithwaite vd., 1999: 4).

Yüz yüze destek toplulukları ile karşılaştırıldığında, sanal destek toplulukları daha büyük bir anonimlik derecesine sahiptir ve kolaylaştırılabilir. Kişisel, utanç verici konular hakkında bireyler, internetin sağladığı gizlilik nedeniyle yarattıkları ilk izlenim hakkında daha az endişe duyabilirler. Bu tür anonimlik, bireylerin hassas sorunları daha kolay tartışmalarına ya da yüz yüze görmekten daha az utanç veya olumsuz yargı korkusuyla daha az korkma ile görüşlerini paylaşmalarına yardımcı olabilir (Buchanan ve Coulson, 2007: 5). Örneğin bir AIDS hastası veya kanser hastası olan bireyler bu gruplarda rahatça soru sorabilir ve bilgi edinebilirler (Roffeei, 2015: 337). Aynı zamanda uyuşturucu bağımlıları veya alkol bırakmak için çaba gösteren kişiler kendileri gibi diğer alkol kullanan bireyler ile sanal topluluklarda bir araya gelerek sosyal destek alabilir (Wellman ve Gulia, 1999:171).

Sosyal kontrolün olmadığı bu ortamda, sosyal statülerini ve toplumsal baskıları atarak, rahatça hareket edebilirler. Sanal ortamda yaratılan kişilik etrafında, insanlar birer fantezi olarak içlerinde yaşattıkları özlemleri ifade edebilecekleri bir ortama sahip olabilmektedirler (Akkaş, 2015: 101). Zaman geçtikçe sanal topluluklar, bireylerin arkadaşlık, sosyal destek ve aidiyet duygusu aradıkları birçok üye için merkezi bir mekan haline gelmiştir (Wellman ve Gulia, 1999: 171). Topluluk üyelerinin daha büyük bir grubun parçası olduklarını bilmeleri, topluluğa uyum sağlamada, kültürel ve sosyal ihtiyaçları karşılamada ve topluluğa yabancılaşma duygularının azaltılmasına yardımcı olabilir. (Braithwaite vd., 1999:5-6).

Birçok sanal destek topluluklarına katılım herkese açık olduğu için topluluğa kimlerin katılabileceği, üyenin katılımının düzenliliği ve süresi ile topluluk üyelerine sağlanan bilgi ve geri bildirimin doğruluğu üzerinde de çok az kontrol vardır. Bu nedenle uyumsuz üyeler iletişim sürecini bozabilir ve iletişim süreci verimsiz yönlerde ilerleyebilir. Topluluk içerisinde yaşanan olumsuz durumlar, aynı zamanda topluluk üyelerinin güvenini engelleyebilmektedir. Diğer bir dezavantaj ise topluluk içerisinde paylaşılan yanlış ve potansiyel olarak tehlikeli bilgiler, üyeler tarafından doğru olarak yayımlanabilir ve kabul edilebilir. Üyelere düzeltici geribildirim gönderilebilir olsa da yanlış bilgilerin gönderilmesi ile düzeltici geri bildirimin gönderilmesi arasındaki gecikme, bilgiyi kabul eden üyeler için olumsuz sonuçlar yaratabilmektedir. Buna ek olarak tüm katılımcıların düzeltici geri bildirimleri okuyacak olmasından emin olunamayabilir (Winzelberg, 1997: 396-397).

Çoğu sanal sosyal destek topluluğu sağlık görevlilerinden ziyade kullanıcılar tarafından oluşturulduğu için resmi ve temel kuralları bulunmamaktadır. Açık temel kurallar olmadan, yeni üyeler katılımlarından en iyi faydayı nasıl elde edeceklerini bilemeyebilirler. Sağlık uzmanları, herkesin erişebileceği çevrim içi grupların çoğunu kolaylaştırmadığından, yanlış, tehlikeli veya hatalı tıbbi bilgilerin ortaya çıkması için fırsatlar mevcuttur (Winzelberg, 1997: 397).

Moretti internet üzerinde her tür bilgiye ulaşmanın kolay, güvenilir olanı bulmanın ise zor olduğunu ifade eder. Hastalar internetten edindikleri bilgilerin değerli olduğuna inanmaktadır. Bununla birlikte, sadece çelişkili ve yanlış bilgiler değil, uygun kullanılmayan doğru bilgiler bile hastanın ölüme varan zararlar görmesine yol açabilir (Çetin ve Özhanlı, 2018: 48). Bu nedenle sanal topluluklarda paylaşılan bilginin doğru

ve güvenilir olması son derece önemlidir. Eğer sanal topluluğa üye olan birey, paylaşılan bilginin içeriğinden şüpheye düşerse sanal topluluktaki üyeliğinden ayrılabilir (Liu vd., 2017: 224).

Destek topluluklarının üyeleri çoğu zaman katılımlarının tamamen isimsiz olduğuna ve mesajlarının gizli kalacağına inanmaktadır. Çoğu durumda üyelerin kimlikleri gizli kalmasına rağmen yine de bazı durumlarda bu gizliliğin saklanamaması da mümkündür. Kişisel bilgilerin gönderilmesinin ardından üyeler, olumsuz durumlara maruz kalabilmektedirler (Winzelberg, 1997: 397).

Sanal ortamın bir başka dezavantajı ise fiziksel yakınlık ve sözel iletişim eksikliğidir. Kullanıcılar diğer üyeler ile fiziksel yakınlık ve sözel iletişim gerçekleştiremez. Elektronik ortamın engellerinden ötürü sözel iletişimde önemli olan göz kontağı, mesaj dili, el ve yüz ifadeleri gibi fiziksel eylemler gösterilmez. Bu nedenle mesajlar bazı durumlarda farklı anlaşılabilir. Yine bu topluluklara erişim gerçekleştirmek için çeşitli iletişim teknoloji alt yapısı ve internet bağlantısına sahip olunması gerekmektedir. Parasal problemler yüzünden bazı kullanıcılar bu imkanlara elde edemeyebilir. İletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla artık toplumun büyük çoğunluğu bu imkanları edinmiştir. Bu nedenle bu dezavantaj, diğerlerine göre katılımcıları daha az etkilemektedir (Yılmaz ve Candan, 2016: 807).

2.3. Netnografi

İnternet teknolojisinin gelişimi ile birlikte başlayan çevrim içi sosyal ağlardaki önemli artış birçok insanın iletişim kurma ve bilgi paylaşma şeklini etkilemektedir. Bu süreçler aynı zamanda sosyal bilimcilerin, insanların sosyal aktivitelerini ve internetteki karşılaşmalarını ve teknolojik olarak aracılık edilen diğer iletişimlerini takip etmeleri için fırsatlar sağlamaktadır. Bu sosyal ve dijital ortamda, nasıl düşündüğümüzü, hissettiğimizi ve nasıl davrandığımızı incelemek için yeni araştırma yöntemleri geliştirilmektedir. Bu yeni yöntemlerden biri, geleneksel etnografinin bir uyarlaması olan netnografidir (Wu ve Pearce, 2014: 463).

1990'ların sonlarında, araştırmacılar; etnografik yöntemleri, insanların çevrim içi olarak yayınladıkları karşılıklı konuşmalarına dayanan, çevrim içi formatlara uyarlamaya ve genişletmeye başlamışlardır (Rageh vd., 2013: 131). Pazarlama ve tüketici davranışı alanlarında netnografiyi kullanan önde gelen araştırmacılardan biri

olan Kozinets (1997: 470), netnografiyi ya da internet tabanlı etnografiyi hem ürün hem de süreç açısından tanımlamıştır. Bir ürün olarak netnografi: "kültürel antropoloji yöntemleriyle bilgilendirilen çevrim içi siber kültürün yazılı bir açıklamasıdır". Bir süreç veya araştırma metodolojisi olarak netnografi: 'bilgisayar aracılı iletişim yoluyla ortaya çıkan kültürleri ve toplulukları incelemek için etnografik araştırma tekniklerini uyarlayan yeni bir nitel araştırma metodolojisidir' (Kozinets, 2002: 62).

Netnografi, genellikle çevrim içi tartışma gruplarında bulunan halka açık bilgilerin "ilgili çevrim içi tüketici gruplarının ihtiyaçlarını ve karar etkilerini belirlemek ve anlamak" için kullanıldığı bir pazarlama araştırması tekniği olarak kullanılmıştır (Kozinets, 2002: 62). Bu nedenle, benzer yaşam tarzları, ürünler ve markalarla ilgilenen tüketicilerin çevrim içi buluşmalarını sanal topluluklar olarak görmektedir. Netnografi; sanal toplulukların, antropologların yüz yüze toplulukların kültürlerini, normlarını ve uygulamalarını anlamaya çalıştıkları yollarla anlamak için kullanılmaktadır. Netnografi, araştırmacının kamuya açık çevrim içi forumlardaki iletişimlerini gözlemleyerek veya bunlara katılarak tüketici tartışmalarına erişmesine izin verir (Nelson ve Otnes, 2005: 90).

Kozinets (2002: 61), tüketicilerin fikirleri paylaşmak, topluluklar oluşturmak ve iletişim kurmak için haber gruplarını, sohbet odalarını, e-posta sunucularını, kişisel World Wide Web sayfalarını ve diğer çevrim içi biçimleri kullandığını belirtir.

İlk olarak bir pazarlama araştırması tekniği olarak ortaya çıkan netnografi, ilgili çevrim içi tüketici gruplarının ihtiyaç ve karar etkilerini tanımlamak ve anlamak için çevrim içi forumlarda kamuya açık olan bilgileri kullanmıştır. Kozinets netnografinin temel özelliklerini çevrim içi ortamlara uyarlayacak şekilde revize ederek netnografi terimini geliştirmiştir. Uzun zamana ve ortamdaki insan ve kültürlere derin temasa dayanan geleneksel etnografiye oranla netnografi araştırmacıya birçok kolaylık sağlamaktadır (Şimşek ve Yıldırım, 2018: 230).

Sanal topluluklar, belirli bir toplumun veya grubun davranışlarını yönlendirmek için hizmet eden kültürleri, öğrenilen inançları, değerleri ve gelenekleri oluşturmakta veya ortaya çıkarmaktadır (Kozinets, 2010: 12). İnternet çok sayıda insan tarafından kullanıldıkça, bu sayı giderek artar ve internet sanal topluluklarının oluşumunu sağlayan ve güçlendiren oldukça gelişmiş bir iletişim aracı olarak kullanılır. Netnografi, bilgisayar aracılı iletişim yoluyla oluşturulan toplulukların ve kültürlerin çalışmasına

uyum sağlayan bir dizi çevrim içi araştırma yöntemini ifade etmektedir. Etnografiden uyarlanan bu yöntem izlenen çevrim içi alan araştırmasını belirler. Ayrıca netnografi araştırmacıya bazı kolaylıklar sağlamaktadır. Özellikle uyum sağlama özelliklerinin çoğunu bireysel olarak araştırmacıya bırakma eğilimindedir. Bu nedenle netnografik araştırmalarda belirli yöntem ve standartlar uygulanabilmektedir. Ayrıca etnografi teriminde bir değişiklik yapmaktan ziyade yeni bir isim kullanılmasını haklı kılan, üzerinde uzlaşılan belirli tekniklerden de faydalanılabilir (Bowler, 2010: 1270).

Sanal kültürlerin ve toplulukların bütün etnografik araştırmaları, etnografik kültürel analiz ve temsil etmenin yanı sıra bunların geleneksel kavramlarına, sanal ortamdaki teknolojik aracılı etkileşimlere, yüz yüze etkileşimler gözleminden yayılmaktadır ve bu kültür ağlar ve topluluklar arasında paylaşılmaktadır. (Kozinets, 2010). Bunu yaparken bu teknikler, bir alanın geleneksel alan şeklinde yerleşmiş olarak bilinmediği anlamında kurulmuştur. Kozinets, etnografik alan çalışmasının, bazılarının itiraz ettiği ancak giderek kabul gören bir iddia olduğunu, bilgisayar aracılı etkileşimlere anlamlı bir şekilde uygulanabileceğini ifade etmektedir (Bowler, 2010: 1270). Her iki araştırma yaklaşımı da doğalcı olarak tanımlanabilir ve manipülatif değildir ve bu nedenle belirli bir çevrim içi ve çevrimdışı kültür hakkında içeriden birinin bakış açısını kazanmada güçlüdür (Wu ve Pearce, 2014: 464).

Geleneksel ve pazar odaklı etnografya ile karşılaştırıldığında, netnografi çok daha az zaman alıcı ve ayrıntılıdır. Geleneksel ve piyasa odaklı etnografinin bir başka zıtlığı, netnografinin tamamen göze çarpmayan bir şekilde gerçekleştirilebilmesidir. Odak gruplarına ve kişisel görüşmelere kıyasla netnografi araştırmacı tarafından yaratılmayan bir bağlamda kullanıcıların gözlemlerinden faydalandığı için daha az rahatsız edicidir. Netnografi araştırmacılara kullanıcılar arasında bilgi arama ve birbirleri arasında doğal olarak ortaya çıkan davranışları hakkında bir bakış açısı kazandırır. Hem doğal hem de göze çarpmadığı için başka herhangi bir araştırma yönteminde olmayan farklı bir kombinasyona sahip olan yöntem aynı zamanda sanal ortamda ki bilgi kaynaklarına da sürekli erişim sağlamaktadır. Netnografinin sınırlılıkları, sanal topluluklara daha fazla odaklanmasından, araştırmacının yorumlama becerisine olan gereksinimden ve sanal ortamda mevcut olan ve sonuçların sanal topluluk örneğinin dışındaki gruplara genelleştirilmesinde zorlanan bilgi sağlayıcılarının eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle belirli bir sanal topluluk grubuna ait

netnografi bulgularını diğer gruplar için genelleştirmek isteyen araştırmacılar benzerliği dikkatlice değerlendirmeli ve çeşitlilik için birden fazla yöntemi de kullanabilmelidirler (Kozinets, 2002: 62).

2.3.1 Netnografi Araştırmalarının Uygulama Süreci

Netnografi yönteminin etnografi yönteminde olduğu gibi, planlama ve kültürel giriş, veri toplama ve analizi, güvenilir yorumlama, etik standartları sağlama ve araştırma sunumu olmak üzere beş aşaması bulunmaktadır.

2.3.1.1. Giriş ve Araştırmanın Planlanması

İlk adım, araştırmacının sorusuyla ilgilenen belirli bir sanal topluluğu belirlemektir. Sanal topluluğun uygunluğunu sağlamak için, seçilen topluluk ve forumları, tartışılan konular ve bireysel katılımcılar hakkında mümkün olduğunca çok şey öğrenmek gerekir (Belz ve Baumbach, 2010: 304).

Giriş, bir araştırmacının belirli araştırma ilgi alanlarıyla en alakalı sanal toplulukları belirlemeyi ve belirlenen topluluklar hakkında mümkün olduğunca çok şey öğrenmeyi içerir. Araştırmacıların netnografik bir araştırma yürütebilmelere fayda sağlayan iki önemli adım bulunmaktadır. İlk olarak, araştırmacıların belirli bir araştırma soruları olması gerekmektedir ve ardından belirlenen soru çeşitlerine uygun belirli sanal forumları tanımlamaları gerekmektedir. İkinci olarak, forumlar, gruplar ve anlamlandırılmaya çalışılan bireysel katılımcılar hakkında mümkün olduğunca çok şey öğrenilmesi gerekmektedir. Geleneksel etnografiden farklı olarak, ilgili toplulukların belirlenmesinde çevrim içi arama motorları oldukça önem arz etmektedir (Kozinets, 2002: 63).

Kozinets (2010: 81), netnografik bir araştırma için araştırmacılara, uygun araştırma sorularının nasıl oluşturulacağını ve buna nasıl odaklanılacağını, nitel araştırmaya rehberlik etmesi için geniş çapta araştırma sorularının nasıl hazırlanacağını aşağıdaki maddelerde göstermektedir:

- Bir ya da iki temel soru sorulmalıdır.
- Merkezi soruyu belirli nitel araştırma yöntemiyle ilişkilendirilmelidir.
- Araştırma sorularına, araştırmanın kapsamını genişletmek ve açık uçlu sorular oluşturabilmek için “ne” veya “nasıl” soruları sorulmalıdır.

- Tek bir olgu veya kavram üzerinde durulmalıdır.
- Açık uçlu sorular sorulmalıdır.
- Araştırma yapmak için katılımcıları ve araştırma alanı belirlenmelidir.

Hem eşzamanlı hem eş zamansız internet araştırmalarında (odak grup çalışmaları, e-posta temelli görüşme, chat, vb.) örneklem belirlemek ya da belirli sayıda bir katılımcı havuzu oluşturmak amacıyla internet üzerinde hali hazırda oluşmuş bloglar, web siteleri, haber grupları ve forumlar yararlı kaynaklar olabilir. Araştırma konusuyla ilgili olarak web üzerinde örneğin Google tartışma grupları gibi özellikleri kullanan araştırmacı konuyla ilgili tartışma gruplarını kolaylıkla tespit edebilir. Bu tür ve belli sayıda haber grupları ve forumları takip eden araştırmacılar, grupların tartışma konuları, gruplara katılan katılımcıların profilleri gibi konularda zengin bilgiler edinme fırsatına sahip olabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 231).

Araştırmaya yön verecek olan soruların belirlenmesi, uygun sanal toplulukların oluşturulması ve uygun sanal toplulukların belirlenmesine yardımcı olacak anahtar kelimelerin belirlenmesi ilk aşamada yapılması gerekmektedir. Araştırmanın amacına uygun sanal toplulukların üyelerinin içerik ürettikleri mecraların ve ürettikleri online içeriğin azami düzeyde tespiti çok önemlidir. Netnografi için en kullanışlı sanal topluluklar güçlü bir ortak paydaya sahip olan, yüksek miktarda paylaşım yapan çok sayıda üyeye ve yüksek paylaşım trafiğine sahip olan topluluklardır (Varnalı, 2013: 31).

Kozinets (2010: 89), netnografik bir alan araştırması için bazı kriterler belirlemiştir. Araştırmacıların şu özelliklere sahip sanal toplulukları araması gerektiğini belirtmektedir.

- Araştırma sorusuyla ilgili bir kategori, konu veya grup tanımlanmalıdır.
- Araştırmacılar yüksek trafik içeren sanal topluluklara odaklanmalıdır.
- Araştırmacı sürdürülebilirliği olan ve üyelerin birbirleriyle aktif katılım gerçekleştirdiği sanal topluluklara odaklanmalıdır.
- Araştırmacı üyelerin çeşitlilik gösterdiği sanal topluluklara odaklanmalıdır.
- Araştırmacı daha ayrıntılı veya tanımlayıcı olarak zengin veriler elde etmelidir.
- Araştırma sorusunun gerektirdiği türde üyeler arası etkileşimlere odaklanılmalıdır.

2.3.1.2 Verilerin Toplanması ve Analizi

Geleneksel etnograflardan farklı olarak netnograflar indirilen belgelerin neredeyse otomatik olarak kopyalanmasından faydalanmaktadır. Yüz yüze araştırmaya göre düşük araştırma maliyetlerinin eklenmesiyle netnografi verileri oldukça yoğun ve elde edilmesi kolaydır. Bu ortamda araştırmacının hangi verilerin kaydedileceği ve hangilerinin peşine düşeceği konusunda ki seçimleri araştırma sorusu ve mevcut kaynaklar tarafından yönlendirilmelidir. Örneğin, görüşmeye istekli üyelerin sayısı, üyelerin kendilerini ifade etme yetenekleri, zaman ve araştırmacının becerisi olarak gösterilebilir. Anlık bilgi yüklenmesi ile mantıklı bir şekilde başa çıkmak, netnograflar için geleneksel etnograflardan çok daha önemli bir sorundur. Araştırmacılar tüm verileri ilk olarak genel yorumlama dahilinde gerçekleştirirken, sonrasında ise en yoğun analitik çabalarını öncelikle bilgilendirici konu üzerine olan mesajları saklamak için kullanmaktadırlar (Kozinets, 2002: 63).

Nitel araştırma için birçok farklı görüşün var olmasıyla birlikte, nitel veri analizinin tam olarak neyi ifade ettiği, hangi süreçlerle, işlemlere dayandığı konusunda nicel veri analizindeki gibi kesin ve detaylı yönergeler bulunmamaktadır. Sonuç olarak, nitel veri analizi hangi tarzda ilerlese ilerlesin, tüm nitel veri analizi çeşitleri ortaklaşa şekilde temel analitik süreçleri içermektedir. Bu durumda, farklı yaklaşımlara rağmen nitel veri analizinde benzer olan temel analitik süreçleri belirlemek mümkündür. Her ne türde olursa olsun tüm nitel veri analizinde ortak şekilde paylaşılan temel analitik süreçler, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 243).

- **Verilerin kodlanması:** Verilerin kodlanması aşamasında araştırmacı, elde ettiği bilgileri inceleyerek, anlamlı bölümlere ayırmaya ve her bölümün kavramsal olarak ne anlam ifade ettiğini bulmaya çalışır.
- **Temaların Bulunması:** Toplanan verilerin kodlanması ve bu kodlara göre sınıflandırılması yeterli değildir. İlk aşamada ortaya çıkan kodlardan yola çıkarak verileri, genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplayabilen temaların bulunması gerekmektedir.
- **Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması:** Tematik kodlama aşamasını, verilerin ortaya çıkan

kodlara ve temalara göre düzenlenmesi aşaması takip eder. İlk aşamadaki ayrıntılı kodlama ve ikinci aşamadaki tematik kodlama sonucunda, araştırmacı kodladığı verileri düzenleyebileceği bir sistem oluşturur. Araştırmacı bu sisteme göre elde edilen verileri düzenler ve bu şekilde belirli olgulara göre verileri tanımlamak ve yorumlamak mümkün olabilir.

- **Bulguların Yorumlanması:** Ayrıntılı bir biçimde tanımlanan ve sunulan bulguların araştırmacı tarafından yorumlanması ve bazı sonuçların çıkarılması ve elde edilen sonuçların önemine ilişkin açıklamaların belirtmesi gerekmektedir.

Verilerin analizi genellikle verilerin toplanmaya başlandığı zaman ile eşzamanlı olarak yürütülmektedir. QSR NVivo ve Atlas gibi kalitatif analiz paketleri araştırmanın yazılım çözümleri, kodlama, içerik analizi, veri sağlama, veri görüntüleme ve teori oluşturma işlevlerini hızlandırabilmektedir (Kozinets, 2002: 63).

2.3.1.3. Güvenilir Yorumlama

Kozinets (2002: 64)'e göre değişken, dinamik ve çok kullanıcılı sanal ortam sosyal temsile aracılık ettiği için bilgi verenin kimliği konusunda kesin bilgi sunamamaktadır. Çevrim içi bağlamlarda, katılımcıların gerçek kimliklerinden farklı bir kimlik sunma olasılıkları toplanan verilerin güvenilirliğini zayıflatabilir. Ek olarak, çevrim içi topluluklarda katılımcıların demografik özelliklerinin toplanması veya doğrulanması mümkün olmayabilir (Rageh vd., 2013:135).

Bu nedenle araştırmacılar bireyi değil, analiz birimini konuşma eylemi yapmalıdırlar. Üyelerin topluluk içerisinde ki yanlış beyanları topluluk tarafından hoş karşılanmama durumu yaratabilmektedir. Ayrıca topluluğa ait kuralların varlığı kullanıcıya dışlanmamak için caydırıcı bir etken haline gelebilmektedir. Mümkün olan en güvenilir verileri sağlamak için araştırmacılar uzun vadeli katılım yoluyla topluluk kültürüne katılım göstermelidirler (Kozinets, 2002: 65).

Netnografya araştırmaları metinsel ifadelerin incelenmesi yoluyla gerçekleşmekte ve metinsel ifadelerden güvenilir bir yorumlama yapmak için oldukça dikkatli olunması gerekmektedir. Örneğin metinsel iletişimde yüz yüze iletişimden farklı olarak katılımcıların kendilerini daha kontrollü bir biçimde yansıtmaya ihtimali söz

konusu olabilmekte ve araştırmacının bu durumu göz önünde bulundurması gerekmektedir (Dahan ve Levi, 2012: 41).

Trendlerin ve tartışma konularının belirlenmesi, topluluk ortamında kabul gören ve görmeyen davranış kalıplarının ve ifadelerinin tespit edilmesi, topluluk üyelerinin hayallerinin ve açıkça dile getirilmeyen arzularının ve korkularının deşifre edilmesi, topluluğun iletişimine ve fikirlerine yön veren baskın bireylerin tespit edilmesi, topluluğun değer yargılarının, tüketim alışkanlıklarının ve sosyal yapısının keşfedilmesi gibi önem taşıyan bilgilerin ortaya çıkarılması analiz ve yorumlama sürecinin oluşumu sırasındadır (Varnalı, 2013: 33).

2.3.1.4. Araştırma Etiğinin Sağlanması

Geleneksel etnografi ile netnografi arasındaki en önemli farklardan biri araştırma etiği konusundadır. Bir yöntem olarak netnografiyi kullanmak isteyen araştırmacılar, etik kuralları dikkate almak ve uygulamakla yükümlüdür. Siber uzayda etik sosyal bilim araştırması için bu kurallar araştırmacılar tarafından tartışılan konulardan birisidir. Netnografi ile ilgili etik kaygılar, birbiriyle ilgili iki endişeye yol açmaktadır. Bunlar (Şimşek ve Yıldırım, 2018: 231):

- Çevrim içi forumlar özel bir site mi yoksa genel bir site olarak mı kabul edilir?
- Siber uzayda bilgilendirilmiş onayı neler oluşturur?

Geleneksel nitel araştırmalarda olduğu gibi internet üzerinde nitel araştırma yaparken de yasal ve etik arasındaki farklara dikkat etmek gerekmektedir. Çoğu durumda etik yasaların önceden tahmin edilemeyen açıklarının ortaya çıktığı durumda daha çok işe yaramaktadır. Bazı durumlarda yasal olan ve kurallara uygun olan bir şey etik olmayabilir. Bu nedenle internet üzerinde araştırma yapan araştırmacılar yeri geldiğinde karar vermek zorunda olduklarında her iki koşulda karşılanmış olduğundan emin olmalıdırlar. Yani, bir konu hem yasal hem de kurallara uygun hem de etik olmalıdır (Şimşek ve Yıldırım:2018: 231).

Netnografi bir gizlilikle yürütülebilen bir araştırma yöntemi değildir. Bu nedenle etik bir araştırmacı kimseyi ne yaptığı hakkında bilgilendirmeden sorgulamamalıdır. Araştırdığı topluluk üyelerinin kimliklerini ifşa etmemeli veya bir kimlik ile topluluk üyesi rolü oynamamalıdır (Varnalı, 2013: 33-34).

Hem nitel araştırmada hem de internet temelli nitel araştırmalarda en tartışmalı konulardan birisi neyin kamusal, neyin özel ve gizli olduğu hakkında olduğudur. İnternet araştırmalarında geleneksel nitel araştırmalarda olduğu gibi sözlerin kime ait olduğu hala kritik bir konudur. Dolayısıyla gerektiği yerde sahibi belli söz ve görüşleri bir araştırmada kullanmadan önce o kişi ve grupların bilinçli onayına başvurulması bir zorunluluktur. Örneğin, internet ortamında üyelik gerektiren sitelerden elde edilen verilerin tamamı özel veridir ve bu verilerin araştırmada kullanılabilmesi için sahiplerinden ve site sorumlularından onay alınması gerekir. Hangi durumlarda onaya ve izne gerek yoktur? Paylaşılmış bilgi izin gerektirmeyecek şekilde kamusallaşmışsa ve aynı zamanda kullanılan bilgi yoluyla belirli bir kişi veya grup zarar görmeyecekse bu duruma çoğunlukla ön kabullü onay denilmektedir ve bu durumda bilgilendirilmiş onaya ihtiyaç olmayabilir (şimşek ve Yıldırım, 2018: 232).

Langer ve Beckman (2005: 197), netnografik bir araştırma yürütölürken katılımcıların, araştırmacıların varlığından haberdar olmadıkları ve araştırmanın konusu için rızalarının aranmadığı durumlarda katılımcıların araştırmaya karşı çıkması durumunda araştırmacının kendisini araştırmacı olarak ifşa etmesinin araştırma projesini potansiyel olarak tehlikeye atacağını iddia etmektedirler. Mevcut çalışmada kullanılan web sitelerinin kamusal iletişim forumları olarak kurulduğunu ve kamuya açık gönderilerin analizi için üyelerin rızanın gerekmediğini ve araştırmacılara açık olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Araştırma etiği, araştırmacılar için uzun süredir kritik bir endişe kaynağı olmuştur. Kozinets (2002: 65) görüşüne göre, etik netnografik araştırma aşağıdaki kurallara uymalıdır:

- Araştırmacı, araştırma sırasında sanal topluluk üyelerine varlığını, bağlantılarını ve niyetlerini tam olarak açıklamalıdır
- Araştırmacılar bilgi verenlerin gizliliğini ve isimsizliğini sağlamalıdır
- Araştırmacılar, araştırılan sanal topluluğun üyelerinden geri bildirim almalı ve geribildirimleri araştırmaya dahil etmelidir.
- Araştırmacı, ortamın özel ve kamusal niteliği konusunda temkinli bir duruş göstermelidir. Bu dördüncü gereklilik, araştırmacıyı topluluk üyeleriyle iletişime geçmeye ve doğrudan alıntı yapılacak belirli

gönderileri kullanmak için izinlerini (bilgilendirilmiş rıza) almaya yönlendirir.

2.3.1 5. Üye Kontrolleri

Üye kontrolleri, nihai bir araştırma raporunun bulgularının bir kısmının veya tamamının, yorumları incelenen kişilere sunulduğu bir prosedürdür. Üye kontrolleri, geleneksel etnografiden farklı olarak üç nedenden ötürü değerlidir. Birincisi, araştırmacıların göze batmayan spesifik iç görüler elde etmelerine olanak sağlamaktadır. İkinci olarak, bir önceki bölümde açıklanan tartışmalı etik kaygıların bir kısmının iyileştirilmesine yardımcı olurken, göze batmayan gözlemin değerini de korurlar çünkü üye kontrolleri genellikle veri toplama ve analiz tamamlandıktan sonra gerçekleştirilmektedir. Son olarak üye kontrolleri, araştırmacıları ve topluluk üyeleri arasında geleneksel nitel araştırmada benzeri görülmemiş bir bilgi alışverişi kurmaya yardımcı olabilir (Kozinets, 2002: 69).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SANAL TOPLULUKLARDA SİGARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADINLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu

Sanal bir topluluk olan Kadınarkulubu.com sitesi üzerinden topluluğa yön veren etkin üyeleri, bu üyelerin sigara bırakma konusunda birbirleri ile olan sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini incelemek araştırmanın konusu kapsamındadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Geleneksel anlamda var olan topluluklar iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte varlığını sanal ortamlara taşımış ve fiziksel olarak bir arada bulunmayan bireylerin sanal topluluklarda bir araya gelebilmeleri mümkün hale gelmiştir. Bu nedenle sanal topluluklar bireylerin sosyalleşebilmelerinde önemli bir araç olmuştur. Araştırmanın amacı, sanal bir topluluk olan Kadınarkulubu.com sitesi üzerinden topluluğa yön veren etkin üyeleri, bu üyelerin sigara bırakma konusunda birbirleri ile olan sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini araştırmaktır. Bu genel amaç çerçevesinde konunun çeşitli boyutlarını oluşturan aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

Araştırma Sorusu 1: Kadınarkulubu.com üyelerinin topluluk üye tipi nasıldır?

Araştırma Sorusu 2: Kadınarkulubu.com üyelerinin birbirleri ile olan sosyal destek alışverişi nasıl gerçekleşmektedir?

Sanal toplulukların sosyal hayatta katılım gösterdikleri topluluklar dışında sanal toplulukları da aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Özellikle bireylerin sanal topluluklara katılım göstermelerinde önemli bir faktör olan sosyal destek olgusu Türkçe literatürde henüz kapsamlı bir şekilde araştırılmamıştır. Bu nedenle bireylerin sanal topluluklar üzerinden sosyal destek iletişim sürecinin nasıl gerçekleştiğini incelemek önem arz etmektedir. Ayrıca konuya kadınların gözünden farklı bir bakış açısıyla yaklaşılması ve sigaranın hem sosyolojik hem de halk sağlığını ilgilendiren boyutları

araştırmayı ayrıca önemli kılmaktadır. Araştırma ayrıca, sigara bırakma anlamında gerçekleştirilecek halk sağlığının korunmasına yönelik çeşitli kampanyalar için bir iç görü elde etmede ve bu kampanyaların oluşturulmasında faydalı olacağı için önemli görülmektedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamını Kadınarkulubu.com sitesi ve bu sitede bulunan, Kadınarkulübü.com topluluğu üyelerinin çevrim içi yorumları oluşturmaktadır. Tüm nitel çalışmalarda olduğu gibi araştırma sonuçlarını yorumlamak, yalnızca çalışmanın yapıldığı sanal topluluklarla sınırlandırılacaktır. Üyelerin yorumları seçilirken öncelikle belirli hususlar dikkate alınmıştır. Araştırma sorusu odağında olmayan ve üyeler arasındaki iletişimin devamlılığını sağlamayan konu başlıkları ve bu başlıklar altındaki üye mesajları, dışarda bırakılmıştır. Araştırma öncelikle araştırmacı tarafından yaklaşık iki ay boyunca katılımsız bir şekilde gözlenmiş ve 01.12.2019-01.01.2020 tarihleri arasında da sanal topluluğa üye olunarak incelenmiştir. Araştırmanın yapıldığı tarih süreci boyunca örneklem olarak dahil edilen alt başlıklar ve yorumlar analiz edilirken özellikle reklam içerikli yorumlar, yalnızca ifade içeren yorumlar, yalnızca üyelerin birbirlerini etiketlediği yorumlar ve herhangi bir anlam içermeyen yorumlar ve konu dışı yorumlar analiz sırasında araştırmaya dahil edilmemiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Nitel yöntemler arasında sınıflandırılan netnografi bu araştırma kapsamında kullanılmıştır. Netnografi yönteminin kullanılmasının temel sebebi, araştırılan topluluktaki kullanıcıları doğal sohbet ortamlarında olduğu gibi gözlemleyebilmektir. Kullanıcı yorumlarının olduğu gibi, yazım ve dil bilgisi açısından dikkat edilmeden, alınmasının sebebi ise netnografi yönteminin doğasında bulunan; bu yalın kullanımlar sayesinde topluluğun kültürel yapısını gözler önüne serilebilmesidir. Çünkü netnografi yöntemi, bireylerin var olan gerçek durumlarını gözler önüne sermeyi amaçlamaktadır. Netnografi kültürel kökenli bir yöntem olduğu için ele alınan topluluğun özüne dair bilgiler taşımaktadır. Bu yönüyle topluluk üyelerini anlamaya ve araştırılan topluluğa dair önemli bilgiler sunan bir yöntem olarak dikkat çekmektedir (Aktan, 2018: 158).

3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın gerçekleştirileceği netnografi sahası belirlenirken öncelikle Kozinets (2002) tarafından belirtilen netnografik araştırmanın aşamaları takip edilmiştir. Netnografik araştırmanın aşamalarına bağlı kalınarak topluluklara ulaşmaya yardımcı olabilecek “sigara bırakma” sosyal destek” anahtar kelimeleri Google arama motoru üzerinden aratılarak netnografik araştırma sahasının belirlenmesi için kullanılmıştır. Netnografik sahanın belirlenmesi için arama motorunda yer alan çeşitli siteler incelenmiştir. Bütün sanal forum sitelerini örneklem olarak ele almak mümkün olmadığından örneklem sınırlandırılması gereklidir. Gözlemlenen siteler arasında çeşitli forum sitelerine ulaşılmış ve ulaşılan forum siteleri incelendiğinde konu ile alakalı verilerin yetersiz ve devamlılığının olmadığı görülmüştür. Anahtar kelimeler yardımı ile ulaşılan Kadınarkulubu.com sanal forumunda araştırmanın yapılmasına karar verilmiştir. Site içerisinde, amaçlı bir örneklem belirlemek üzere araştırmanın konusu olarak belirlenen üyelerin sigara bırakma konusunda paylaştıkları mesajlara ulaşabilmek için site içerisindeki arama bölümüne “sigara bırakma” yazılarak arama yapılmıştır. Çıkan sonuçlara göre forum sekmesi altında bulunan ana başlık “Adım Adım Sağlık ana başlığında araştırma süreci boyunca gönderilen mesajlar incelenmiştir. “Adım Adım Sağlık ana başlığında; Her şeyin başı sağlık! konu başlığı, üyeler tarafından sigara bırakma ile ilgili toplam 144 mesaj başlığı ve 10.663 mesaj, 1586989 görüntülenme ile en çok etkileşim alan konu başlığıdır.

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü belirlemeye dahil bir kural yoktur. Örneklem büyüklüğü araştırmanın amacı, neyin kullanışlı veya inanılır olacağı, eldeki zaman ve kaynaklar gibi etkenler doğrultusunda belirlenir (Patton, 2014: 244). Bu çalışmanın evrenini, Kadınarkulubu.com sitesi üzerinde çevrim içi olarak yapılan yorumlar oluşturmaktadır. Evrenin büyüklüğü 1 Ocak 2020 tarihindeki toplam yorum sayısı olan 55.700.178’dir. Örneklemine, yorumlar arasından üyelerin sigara bırakmaya yönelik sosyal destek alışverişlerine dair iç görüler sağlayabileceği düşünülen 3 başlık altındaki 500 yorum araştırma süreci boyunca incelenmiştir. Araştırma için belirlenen konu başlıkları özellikle üyelerin gönderdiği mesaj yoğunluğu ve sohbetin devamlılığı göz önünde bulundurularak seçilmiştir. Bu yorumlar yine üyelerin sosyal destek alışverişleri bağlamında değerlendirilerek, detaylı bir eleme sonucunda aralarından üye yorumlarına bulgular bölümünde yer verilmiştir.

3.6. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın ikinci aşaması veri toplama aşamasıdır. Veri toplamanın netnografik araştırmalarda iki yolu vardır. İlki katılımcılarca sanal ortamda yazılmış olan yorumların analiz yapmak adına araştırmacının bilgisayarına kopyalanması ya da internetten indirilmesi yöntemi ile olur. İkincisi ise araştırmacının sanal ortamda araştırma yaparken kendi gözlemlerini, yansımalarını saha notları olarak yazması ile yapılır. Bu araştırmada, sanal topluluk üyelerinin bilgisayar aracılı iletişimlerinin doğrudan kopyası başka bir deyişle sanal topluluk içerisindeki yorumlarının araştırmacının bilgisayarına toplanması ile veri seti hazırlanması yolu tercih edilmiştir.

3.7. Verilerin Analizi

Bu çalışmada verileri analiz etmek için NVivo 10 programı kullanılmıştır.

Araştırma verileri elde edildikten sonra ilk olarak elde edilen veriler manuel kodlama ile araştırmacı tarafından tek tek okunarak kullanıcı tarafından oluşturulan kodlar belirlendi ve kontrol edilmiştir. İkinci olarak, NVivo 10 programına uygulanmıştır. Kodlamanın güvenilirliğini belirlemek için araştırmacı tarafından içerik birden fazla kodlandığında kararlılık sağlanmıştır.

3.8. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmalarda “geçerlilik” ya da” inandırıcılık” kaygıları ön planda gelmektedir. Araştırmacının ön yargılarından ve varsayımlarından arındırılmış verilere ulaşma ve bu verilerin doğasına uygun bir araştırma yaklaşımı benimseyerek anlamlı sonuçlara ulaşmak önemlidir. Ancak pozitivist araştırmada varsayılan sonuçların tekrar edilebilirliği mümkün değildir, çünkü özellikle sosyal bilimlerde olay ve olgular, onlarla ilgili bireyler ya da katılımcılar tarafından belirlenmektedir ve bunlar hiçbir zaman tam olarak tekrar edilemez (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 284).

Yorumsamacı paradigma “gerçekliğin” oluşturulduğunu savunmakla birlikte oluşturulan bu gerçekliğin anlaşılabilmesi için araştırmacının yansız bir tutum içinde olması gerektiğini kabul etmektedir. Bu yansız tutum araştırmacının araştırılan olay ya da olguya ilişkin algılarını ve yorumlarını rapor ederken de geçerlidir. Yani araştırmacı kendisini bu anlamda bir veri toplama aracı olarak görebilir, ancak yorumlarını öznel algı ve varsayımlardan arındırılabilmesi ve topladığı diğer verilerle

ilişkilendirebilmelidir. Yani araştırmacı yansız bir yaklaşımla alandaki katılımcılar tarafından oluşturulmuş öznel verileri toplamalı ve analiz etmelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 285).

Bu süreçte araştırmacı kendi beklenti ve ön yargılarını göz önünde tutarak daha dikkatli davranmaya çalışmıştır. Özellikle niceliksel olarak verilerin sayısı göz önünde tutulduğunda araştırmacı tekrarda okuma yaparak buna engel olmaya çalışmıştır. Bu araştırmada da topluluk üyelerinin doğal akış içerisinde gerçekleşen iletişimlerini etkilememek adına herhangi bir yorum yapılmamış ve bulgular bölümünde yer verilen kullanıcıların yorumları üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

3.9. Araştırmanın Bulguları

3.9.1. Sanal Topluluk Üye Tipleri

Araştırma da sanal topluluğun üye tipleri Kozinets (2002) tarafından gerçekleştirilen netnografik araştırmada belirlenen üye tipleri dikkate alınarak oluşturulmuştur.

3.9.1.1 Tiryakiler

Sanal topluluk içerisinde tiryakiler olarak adlandırılan üyeler, sigarayı uzun zamandır kullanmakta ve sigara ile aralarında yakın derecede bir bağ kurmuşlardır. Sigaranın onlara verdikleri zararın farkında olmalarına rağmen sigarayı bırakmak gibi bir istekleri yoktur. Özellikle sigarayı kahvenin ve çayın yanında vazgeçilmez bir dost olarak görmekte, sempati duymakta ve sigarasız hayatı anlamsız bulmaktadırlar.

“Ben bırakamıyorum Yani bırakmak istemiyorum da Tuhaf bir şey doğrusu. Çok kızacaklar bana ama ben seviyorum sigarayı. 4 günde 1 paket içiyorum. Keşke hiç içmeseydim diyorum ama bırakmak için de bir çaba göstermiyorum malesef. İçmeyenler hiç başlasın.”

“Nikotinden öte kosullanma kısımlarında sıkıntı çıkıyor sanırım kahve, yanına hoop gelsin sigara.. çay, gelsin sigara. ben bikac kere bırakmayı deneyim 5 gum falan da icmedim ama "bu hayatın heyecanı meycanı yok" oluyor :) sonra baktım bırakmak istemiyorum, seviyorum ben kafada bitirmedikten sonra zor.. sigara ictigim için değil," hayatta olduğum için ölçem" kafasında bir insan olduğum için kafada bitirmem de zor. oyuzden hic bulaşmıyorum ben bu işlere. :))”

3.9.1.2. Bahaneciler

Bahaneciler, sigara bırakma konusunda istekli gibi görünseler de yeterli motivasyona sahip değildirler. Bu konuda gerçek anlamda herhangi bir eyleme geçmemekte ve sigara bırakmayı her seferinde başka bir zamana ertelemektedirler.

“Suan iki tane kaldı onları içip niyetlenecektim bende hergunki gibi.”

“Paketimdeki sigara bitsin. Kırıp atamıyorum ben, yanımda durursa da içiyorum dayanamayıp içip nokta koyucam inşallah.”

3.9.1.3. Keyifçiler

Keyifçiler için sigarayı bırakmak bir zorluk olarak görülmemektedir. Çünkü bu üyeler sigaraya bağımlı değildirler. Onlar için bu durum istedikleri anda bırakabilecekleri bir eylemdir. Özellikle bu üyelerin sigara ile olan ilişkileri eş, dost yanında canları istediği için keyif amaçlı, zevk için gerçekleştirdikleri bir eylemdir.

“Bnde sigaraya hiç bağlanamıyorum hrp keyif şeklinde gün de 1 bazen 2 günde 1 içiyorm bnde bağlananların hep kolay bırakamadığını duyarım ama nasıl olduğunu hiç anlamam hatta bana senin gibi olsam bırakmayı hiç düşünmem diyen arkadaşlarım var eşimde dahil. Allah hepinizin gönlüne göre versin maddi manevi herşeyiyle bir bela.”

“İcmemekle alakalı değil, irade meselesi ben bırakamam laflarına çok inanmıyorum. İsteyince herşeyden vazgeçilebilir ki bende yıllardır keyif aldığım sigara içerim ama istediğim zaman da uzun zaman icmeyebiliyorum .(9 ay gebelik +2.5 yıl emzirme dönemi ağzıma sokmadım) şu an yine içiyorum mesela :) bunun azi çoğu bir ama durmam gereken noktayı biliyorum. :)”

3.9.1.4. Aile Üyeleri

Aile üyeleri özellikle kendi yakınlarının bu durumundan muzdarip, üzgün ve düşüncelidirler. Kendileri için değil, aile üyelerinin sağlık durumlarından korktukları için bu topluluğa katılarak onları temsil etmektedirler.

“Keşke benim kocam da bıraksa. Ben de tiksiniyorum kokusundan ama o bırakmıyor maalesef.”

“Allah yardımcınız olsun nesinden zevk alınır hic anlayamıyorum ben de denedim ama agzimin tadini oyle bi bozdu ki agzima surmedim bidaha. Keske babamda bırakmak istese sizin gibi.”

3.9.1.5. Eski İçiciler

Başarılılar özellikle sigara ile olan ilişkisini bitirmiş ve yeniden başlamamış irade sahibi olan üyelerdir

“Çok şükür bıraktım! Allah yeniden o yola düşürmesin.”

“Ben sigarayı bırakalı çok uzun zaman oldu ve hayatımda hiç sigara içmemiş gibi hissediyorum kendimi.”

3.9.1.6. İstekliler

İstekliler sigara bırakmaya yönelik içsel motivasyonu kendisinde hisseden ve üyeleri oluşturmaktadır.

“Ben bugünden itibaren başladım... İnşallah yarın yeni bir gün olacak.”

3.9.1.7. Eleştirenler

Eleştirenler, aile üyeleri gibi sigara ile ilişkisi olmayan fakat topluluk içerisinde varlığını devam ettiren üyelerdir. Bu üyeler topluluk içerisinde diğer üyeler ile en az empati kurabilen üye tipidir.

“Bu kadar çok zararı olduğunu bildiği halde bir insan en başında neden sigaraya başlar. Ben de bunu anlayamıyorum işte bir türlü. Keşke hiç üretilmese, satılmasa da kimse başlamasa..”

3.9.1.8. Başarısızlar

Başarısızlar, sigara bırakmak için ilk adımı atmış fakat yeterli motivasyonu kendilerinde bulamamış üyelerdir. Bu süreçte yaşadıkları problemler motivasyonlarını düşürmüş, gereken motivasyon ve iradeyi gösteremedikleri için bırakma sürecinde başarısız olmuşlardır.

“Ben de bırakıp bırakıp başlayanlardayım. Bazen çok aşırı içiyorum bazen günde 1 tane. Şükür eski abartmalarım bitti diye seviniyorum. Gençliğimde sabahtan öğlene kadar aç karnına suyla beraber yarım paket sigara içtiğim günler vardı...”

“17 yıldır bende içiyorum ne yazıkki bırakamadım.”

3.9.2. Topluluk Üyelerinin Birbirleri İle Olan Sosyal Destek Alışverişine Yönelik Bulguları

Üyelerin sanal topluluk içerisinde ki paylaşımları gözlemlendiğinde birbirleri ile olan sosyal destek alışverişi iki boyutta incelenmiştir. Bunlar, üyelerin birbirleri ile olan bilgi paylaşımına yönelik mesajlar ve teşvik ve motivasyon içerikli mesajları oluşturmaktadır.

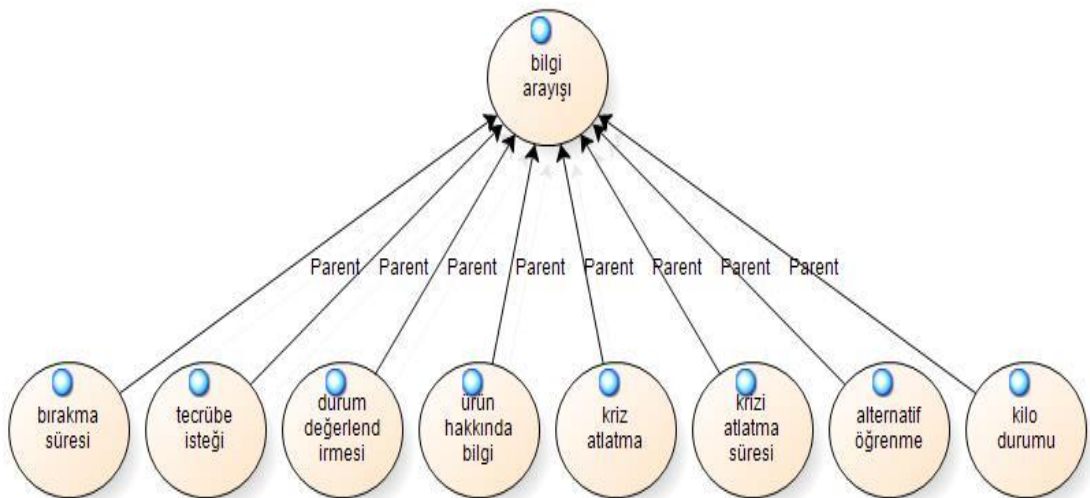
3.9.2.1. Topluluk Üyelerinin Bilgi Alışverişine Yönelik Bulguları

Üyelerin bilgi içerikli mesajları hem bilgi edinmeyi hem de bilgi vermeyi kapsamaktadır. Yaptıkları paylaşımların içerisinde bilgi içerikli mesajlar üyelerin en temel düzeyde kendilerine ait bir bilgiyi, paylaşmak olduğu gözlenmiştir. Üyelerin sigara bırakma ile ilgili bilgi paylaşımları özellikle bilgi arayışlarını, sigara ile tanışma geçmişleri, sigarayı bırakma hikayeleri, kriz ile başa çıkma tavsiyelerini ve bırakma sürecindeki güncel durumlarını içermektedir.

3.9.2.1.1. Bilgi Arayışı

Topluluk içerisinde üyelerin bilgi arayışı diğer üyelerin tecrübelerinden faydalanmak, bırakma sürelerini öğrenebilmek ve belirli bir durumu değerlendirmek, kriz atlama, kriz atlama süresi, alternatif öğrenme, ürün hakkında bilgi, kilo durumu için özel sorular içermektedir.

Şekil 4. Üyelerin Bilgi Arayışına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.1.1. Tecrübe İsteği

Bir üye sigarayı bırakmak istediğini dile getirerek topluluk içerisinde diğer üyelerin tecrübelerini öğrenmek istemektedir.

“SELAMÜN ALEYKÜM....SİGARAYI BIRAKMAK İSTİYORUM....TECRÜBESİ YADA FİKRİ OLANLAR VARSA BENİMLE PAYLAŞIRMISINIZ..?”

3.9.2.1.1.2. Bırakma Süresi

Bir üye topluluk içerisinde ki diğer üyelerin sigarayı ne kadar sürede bıraktığını merak etmektedir.

“Sen bırakalı ne kadar oldu bu arada?”

3.9.2.1.1.3. Durum Değerlendirme

Bir üye topluluk içerisinde diğer üyelere eşi ile yaşadığı bırakma sürecinden bahsederek yaşadığı duruma ilişkin diğer üyelere durumları hakkında bilgi edinmek istemektedir.

“Sevgili kk üyeleri herkese selamlar sonunda eşimle birlikte karar verdik sigaranın kölesi olmaktan bıktık ve bırakmaya karar verdik. hiç bir yardım destek ilaç almadan bıraktık 6 gün oldu fakat günlük hayatımızda okadar çok yer vermişizki sigaraya (çay,kahve ,yemek sonrası ,arkadaş ortamı vs.)pek çok şey sigarayı hatırlatıyor ama biz bunları geçtik canım sigara istedikçe sakız çiğniyorum su içiyorum kuruyemiş tüketiyorum sonunda bıraktım.içmemeyi başarabildik yinede geceleri uykusuzluk çekiyorum huzursuzluk sinirlilik yaşadığım bu olumsuzluklar nikotin yoksunluğundan mıdır?bu süreç geçicimidir? şimdi siz kk üyelerine soruyorum bu yaşadıklarım normal mi?”

3.9.2.1.1.4. Krizi Atlatma

Bir üye sigara krizini atlatabilmek için diğer üyelere fikir almak istemektedir.

“Tebrik ediyorum gerçekten saygı duyuyorum sizin gibi insanlara.iradesiz olduğumu düşünüyorum ve kendime kızıyorum.peki sigara istediğinde çanınız o eşiği nasıl atladınız o kısmı çok zor.”

3.9.2.1.1.5. Krizi Atlatma Süresi

Bir üye sigara krizini atlatabilmenin ne kadar zaman alacağını merak etmektedir.

“bende çakmağı yakıp sigara üfler gibi söndürüyorum ne garip yaa insanın kendini kandırması böyle bişi galiba işin tuhaf tarafı işede yarıyo yani isteğim ne zaman geçer acaba herkeste farklıdır tabiki ama en azından bana fikir olur.”

3.9.2.1.1.6. Alternatif Öğrenme

Bir üye sigara krizi tuttuğunda yerine koyabileceği alternatif hakkında bilgi edinmek istemektedir.

“canım sigara çektikçe sakız çiğniyorum sizde öyle yapın....veya bir meşgale farklı bir şey bulalım.. fesleğeni duydunuzmu? nerede satılır nasıl tüketilir?”

3.9.2.1.1.7. Ürün Hakkında Bilgi

Bir üye sigara bırakmaya yardımcı ürün hakkında bilgi istemektedir.

“bn bu sefer nikotin sakızı denemeye çalışırım belki afakanlar bastığında çiğnerim diye düşünürümama başarılı olurmuyumki acaba ...işe yarıyomudur bi bileneğiniz var mı”

3.9.2.1.1.8. Kilo Durumu

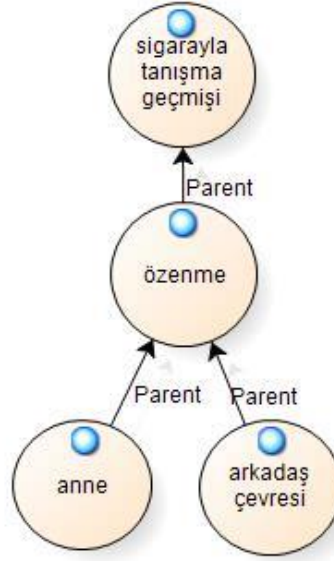
Bir üye sigara bırakmanın kilo yapıp yapmadığını bilgisini istemektedir.

“sigara içmeyi çok seviyorum konuyu takipteyim merak ettiğim şey bırakınca kilo alan var mı ??”

3.9.2.1.2. Sigarayla Tanışma Geçmişi

Topluluk içerisinde üyeler sigarayla tanışma geçmişlerine dair bilgilerde vermektedir. Üyeler özellikle anne ve arkadaş çevresinden özendiklerini belirtmektedirler.

Şekil 5. Üyelerin Sigarayla Tanışma Geçmişine Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.2.1. Özenme

Üyelerin sigaraya başlamalarının nedeni olarak anne ve arkadaş çevresinden özendiklerini belirtmektedirler.

3.9.2.1.2.1.1 Anne

Bir üye sigaraya başlamasının nedeni olarak annesine özendiğini belirtmektedir.

“ya deli gibi öksürüyorum 28 yaşındayım ve iki sneedir içtiğim meret beni mahvetti ciddi anlamda..ya cnaımın istemesi yada dayanamamk değil mesela bir yere gideyim içilmiosa içmem orada yada yanımda birileri varken zaman geçerken içmediğimi farkediyorum sonra yalnızken elim gidio içerken hoşlanmıyorum ama içiyorum özentilik bunun bir sebebi birasd kendimi eleştirmem gerekirse anneden özeniyor insan ben yanımda içmesini istemems nefes alamazdım 26 yaşında aynı onun gibi içmeye başladım işte bu özentilik sanırım beni ona çeken”

3.9.2.1.2.1.2. Arkadaş Çevresi

Bir üye sigaraya başlamasının nedeni olarak arkadaş çevresini belirtmektedir.

“bende bırakıcam...günde yarım paket falan içiyorum ama çok gencim ve malesef çok erken başladım...22 yaşındym..15 yaşındayken başladım..arkadaş çevresi”

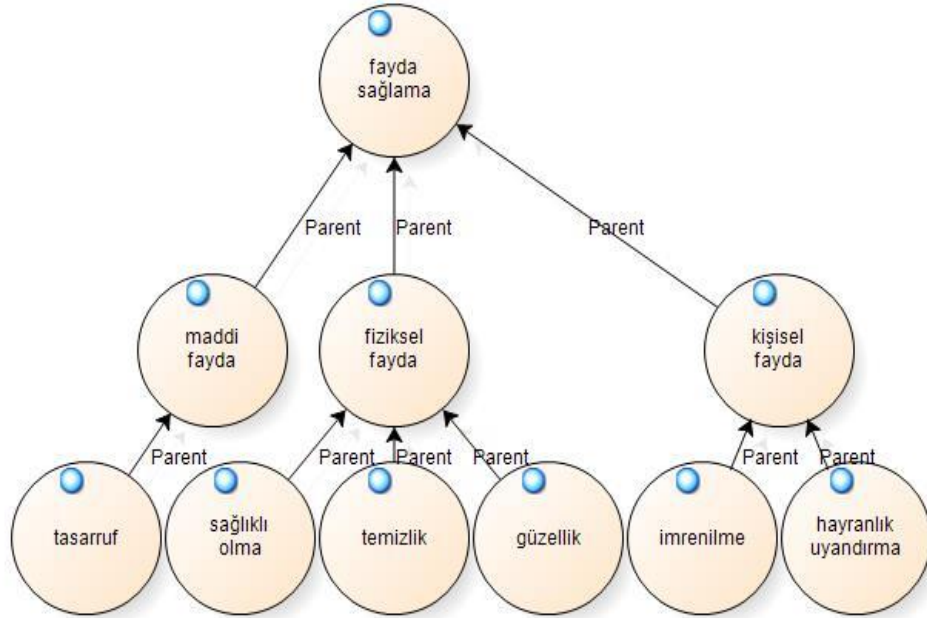
3.9.2.1.3. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecindeki Güncel Durumları

Üyeler sigara bırakma sürecine ilişkin güncel durumlarını diğer üyeler ile paylaşarak birbirlerini bilgilendirmektedirler. Bu sürece ilişkin güncel durumlar üyelerin sigarayı bırakmalarının kendilerine sağladığı faydalar, bırakma sürecinde karşılaştıkları sorunlar ve bırakma durumları hakkındadır.

3.9.2.1.3.1. Fayda Sağlama

Üyeler sigara bırakma sürecinde yaşadıkları faydaları ifade etmektedirler.

Şekil 6. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecinde Edindikleri Faydalara Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.3.1.1. Fiziksel Fayda

Üyeler sigara bırakma sürecinde çeşitli fiziksel faydaları ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.1.1.1. Sağlıklı Olma

Bir üye sigara bırakma sürecinde sağlığına kavuştuğunu belirtmektedir.

“Şahane bi sabaha uyandım deliksiz uyudum bu gece ve sabah hiç biyerim ağrımadan mutlu bi şekilde yataktan kalktım sabahları çok zor uyanırdım ve heryerim ağrırdı yataktan dinlenmiş kalkamazdım bu sabah harikayım.”

3.9.2.1.3.1.1.2. Güzellik

Bir üye sigara bırakma sürecinde güzelleştiğini belirtmektedir.

“Sabah kalktım (Buradan sandaloz sakızını okumuştum) aktara gittim aldım, yolda bir arkadaşım ile karşılaştım akça pakça olmuşsun maşallah kilo yaramış dedi. Bende sigarayı bıraktığımı akçalığında pakçalığında gürbüzleşmesinde ondan kaynaklandığını söyledim.”

3.9.2.1.3.1.1.3. Temizlik

Bir üye sigara bırakma sürecinde temizliğe değinmektedir.

“evim dumansız sigarasız tüllerim bile mis gibi kokuyor, kıyafetlerimizde sigara kokusu yok artık koku alma duyum baya bi gelişti artık sigara kokusunda içende iğrenç kokuyor.”

3.9.2.1.3.1.2. Maddi Fayda

Üyeler sigara bırakma sürecinde yaşadıkları maddi faydaları ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.1.2.1. Tasarruf

Bir üye sigara bırakma sürecinde tasarruf sağladığını belirtmektedir.

“Eşimle ben bıraktık ya inanın herkes de bırakabilir, artık sigaraya vermediğimiz paramızda cebizde kalıyor bu paraylada arabamızı değiştirip arazi aracı 4x4 jeep almayı düşünüyoruz.”

3.9.2.1.3.1.3. Kişisel Fayda

Üyeler sigara bırakma sürecinde yaşadıkları kişisel faydaları ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.1.3.1. İmrenilme

Bir üye sigara bırakma sürecinde başkalarının imrendiği bir insan olduğunu belirtmektedir.

“56 ncı günümdeyim artık haftasonu ürgüp teydik turla gittik gezdik çok güzel iki gün geçirdim orada bir tepe vardı şehre hakim bir noktada kahve yapıyo ve bütün turlar orada gezip türk kahvesi içiyolar bizde oraya uğradık bütün arkadaşlar kahve artı sigara içerken canım gerçekten çok istedi hatta arkadaşlar bi daha buraları ne zaman göriceksin bak manzarada harika kahveyle bi tanecik iç işte bişey olmaz dediler ama ben irademe hakim oldum vee içmedim sadece kahvemi ve lokumu mu yiyip sigarasızda manzara izlenebilir dedim kendime ve sigara içen arkadaşlara laf aramızda sigara içen arkadaşlarımın bana imrenerek bakmaları çok hoşuma gidiyo bu bile benim için sigara içmememe yeterli oluyo”

3.9.2.1.3.1.3.2. Hayranlık Uyandırma

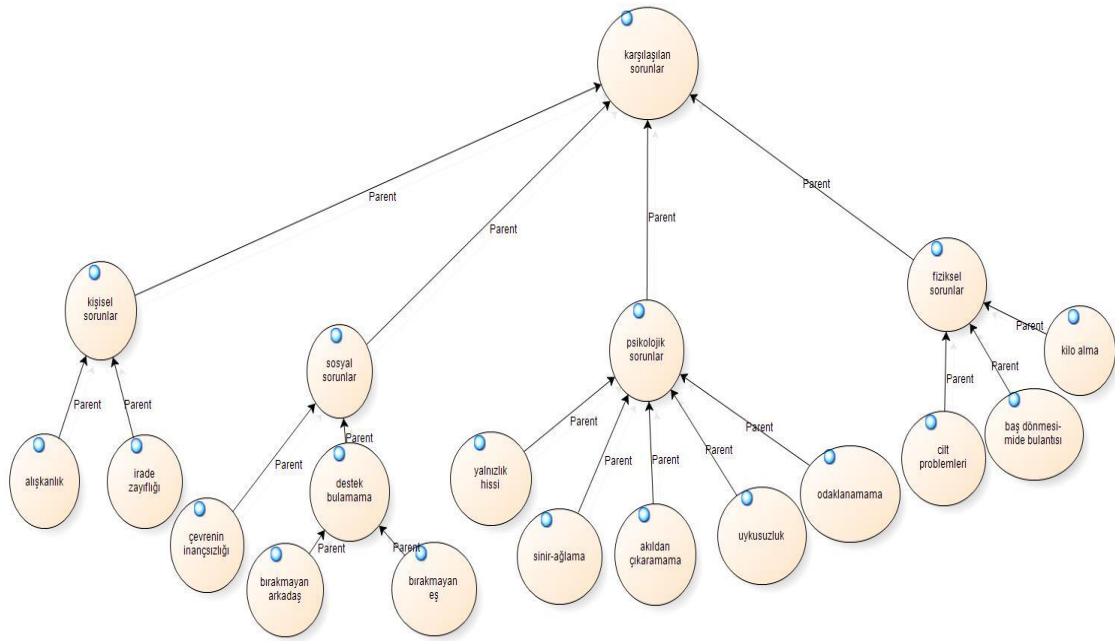
Bir üye sigara bırakma sürecinde diğer bireyler tarafından hayran kalındığını belirtmektedir.

“11 nci günüm dün kurstaydım bütün kızlar molalarda sigara içti gerçektewn canım hiç istemedi bana hayret ve hayranlıkla baktılar çok güzel anlardı benim için”

3.9.2.1.3.2. Karşılaşılan Sorunlar

Topluluk üyelerinin sigara bırakma sürecinde karşılaştıkları sorunlar çeşitlilik göstermektedir. Özellikle topluluğun diğer üyeleri ile bu sorunlarını paylaşarak kendileri hakkında bilgi vermektedirler.

Şekil 7. Üyelerin Sigara Bırakma Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlara Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.3.2.1. Fiziksel Sorunlar

Üyeler sigara bırakırken karşılaştıkları çeşitli fiziksel sorunlarını ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.2.1.1. Baş Dönmesi/ Mide Bulantısı

Bir üye sigara bırakma sürecinde baş dönmesi ve mide bulantısı sorunu yaşadığını belirtmektedir.

“ne yalan söyleyeyim benimde geliyor hatta baş dönmesi mevcut aama hep telkin ediyorum kendimi. içince ne olcak kötü koku artı iğrenç tat ve baş dönmesi mide bulantısı”

3.9.2.1.3.2.1.2.Cilt Problemleri

Bir üye sigara bırakma sürecinde karşılaştığı cilt sorunlarını dile getirmektedir.

“Cildim berbat. Sigara kullandığım dönemden daha kötü. Beni en çok üzen nokta bu oldu işte. Sigarayı bıraktıktan sonra yüzümde hiç abartmıyorum bazıları büyük olmak üzere 10 tane sivilce çıktı. Bide hiç dokunmadığım halde izleri kalıyor.”

3.9.2.1.3.2.1.3. Kilo Alma

Bir üye sigara bırakma sürecinde karşılaştığı kilo alma sorununu ifade etmektedir.

“Bende seningibiyim, canım sigara istedikçe bende abur cubur yiyecek birşeyler atıyorum yani anlayacağın gibi homini gırtlak kendimi yemekten alamıyorum. Buzamana kadar kiloyla ilgili hiç sorunum olmamıştı baktım kilo alıyorum hafta sonu ilk işim bir baskül almak oldu. Normalde hep 51 veya 52 olan ben 57 kilo olmuşum düşün birde bu gün 26 cı günüm sigarayı bırakalı çok sinir bozucu gerçekten seni gerçekten çok iyi anlıyorum . Sigarayı bırakmak isteyen ben değilim sanki bazen karamsarlığa kapılıp bende mutsuzluğu yaşıyorum..gerçekten zormuş sigarayı bırakmak inşallah hep beraber bırakırız bu sigara illetinden kurtuluruz.”

3.9.2.1.3.2.2. Psikolojik Sorunlar

Üyeler sigara bırakırken karşılaştıkları çeşitli psikolojik sorunlarını ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.2.2.1. Sinir/Ağlama

Bir üye sigara bırakma sürecinde yaşadığı sinir ve ağlama krizlerinden bahsetmektedir.

“Bu güne kadar hep bırakmayı denedim ..ama 2 günün sonunda kendimi yerden yere atsam geliyo...titreme sinir ağlama basıyo ..ona dayanamıyorum...”

3.9.2.1.3.2.2.2. Odaklanamama

Bir üye sigara bırakma sürecinde odaklanamama sorunu yaşadığını belirtmektedir.

“En olumsuz yönlerinden birisi de odaklanmama sorunu. Ben akşam evrak işlerimi hallederken çok sigara içerdim. Daha doğrusu çoğunu küllük içerdi ama yanardı orda bi tane. Şimdi konuşurken cümlelerimi toparlamakta ve işlerimi bitirmekte zorlanıyorum. Umarım yakın zamanda geçer bu sorun.”

3.9.2.1.3.2.2.3. Uykusuzluk

Bir üye sigara bırakma sürecinde yaşadığı uykusuzluk sorununa değinmektedir.

“uykularım hala düzensiz şöyle rahat bi uyku uyuyamıyorum hep olumsuz yönlerini yazıyorum galiba”

3.9.2.1.3.2.2.4. Yalnızlık Hissi

Bir üye sigara bırakma sürecinde yaşadığı yalnızlık hissine değinmektedir.

“bu gün tam 19 gün oldu sigara içmeyeli benim için gerçekten büyük başarı sigarayı fizyolojik olarak bıraktım fakat psikolojik olarak bırakmak gerçekten çok zormuş. Sanki en iyi arkadaşım şimdi yok gibi bazen herşey anlamsız geliyor sigaranın beni bu hale getirdiğine çok şaşıyorum psikolojikmende gün gün ilerleme kaydediyorum benim için zor olanı başarmak çok güzel sigara aklıma daha az gelmeye başladı.”

3.9.2.1.3.2.2.5. Akıldan Çıkaramama

Bir üye sigara bırakma sürecinde sigarayı aklından çıkaramama durumunu belirtmektedir.

“Ben geçen yıl sigarayı 1 ay kadar bıraktım. Ben de aynı senin gibi kurtuldum bitti bir daha asla içmem diyordum. Ama bu illet öyle birşey ki insanın hiç aklından çıkmıyor.Ve sonrasında tekrar başladım.Yıllar önce sigarayı bırakan insanların da aynı duygularla 5 yıl oldu sigarayı bıraktım ama hala aklımda hiç çıkmıyor dediklerine şahit oldum.Benim anladığım kadarıyla bu sıkıntılar zamanla azalıyor sigarayı bırakırken fakat tamamen geçmiyor maalesef.”

3.9.2.1.3.2.3. Sosyal Sorunlar

Üyeler sigara bırakırken karşılaştıkları çeşitli sosyal sorunlarını ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.2.3.1. Destek Bulamama

Üyeler sigara bırakırken eşlerinden ve arkadaşlarından destek bulamadıklarını belirtmektedirler.

3.9.2.1.3.2.3.2. Bırakmayan Eş

Bir üye sigara bırakma sürecinde eşinden destek göremediğini belirtmektedir.

“merhaba ben tam 45 gündür içmiyorum. ama sen bana göre çok şanslısın . eşinle bırakmışsın. benim eşim hala içiyor. bu benim için büyük dezavantaj. ama bir şekilde üstesinden gelmeyi başardım. benim de bir topiğim var. sık sık yazıyorum. beni oradan takip edebilirsin. kolaylıklar dilerim..”

3.9.2.1.3.2.3.3. Bırakmayan Arkadaş

Bir üye sigara bırakma sürecinde eşinin iş arkadaşlarından destek göremediğini belirtmektedir.

“Ben kullanmıyorum zaten. Eşim içiyor hemde günde bir paket. Bırakmayı istiyorum diyor ama çalıştığı ortamda tüm arkadaşları içiyor. Ve bırakma döneminde çok zor oluyormuş. Daha önce bir hafta içmedi ama yine başladı.”

3.9.2.1.3.2.3.4. Çevrenin İnançsızlığı

Bir üye sigara bırakma sürecinde çevrenin ona olan inançsızlığını belirtmektedir.

“çevremdeki özellikle sigara içenlerin "nasılsa geri içeceksin dayanamıcağsın neden kendini böyle zorluyorsun?" tarzı davranışları beni çok demotive ediyor. Sinir oluyorum”.

3.9.2.1.3.2.4. Kişisel Sorunlar

Üyeler sigara bırakırken karşılaştıkları çeşitli kişisel sorunlarını ifade etmektedirler.

3.9.2.1.3.2.4.1. Alışkanlık

Bir üye sigara bırakma sürecinde alışkanlığından vazgeçme de zorlandığını belirtmektedir.

“Sigara resmen hayatımın merkezine oturmuş hiç farkına varmadan bugün hava güzel sahile gidip oturduk arkadaşlarla ama ben daha arabayı çalıştırıp gaz vermeden torpidoyu açıp yedek sigara paketimi almaya çalıştım çok acaip bi andı tamamen refkles olmuş alışkanlık olmuş sanki robot gibi yapılması gereken hareketmiş gibi ama içmedim paketimi attım artık ne evde ne arabamda paketim yok”

3.9.2.1.3.2.4.2. İrade Zayıflığı

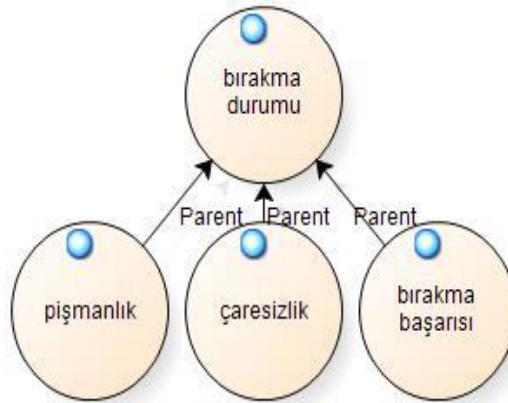
Bir üye sigara bırakma sürecinde iradesinin zayıflığını kabul etmektedir.

“O ilacı 3 gün kullandım ve kullandığım zaman da sigara içmeye aynen devam ettim(yani bırakma için hiç bi irade göstermedim hatta şöyle ki dr ilacı yazarken; bu ilacı kullanırken daha kaç gün içebilirim diye adamlar pazarlık halimdeydin :)) 4. Gün aman Tanrım allak bullak oldum. Sanırım bünyem ilacı kaldırmadı çöpe gitti ilaçlar”

3.9.2.1.3.3. Bırakma Durumları

Topluluk üyeleri sigara bırakma sürecindeki son durumları hakkında diğer üyeleri bilgilendirmektedirler.

Şekil 8. Üyelerin Bırakma Durumlarına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.3.3.1. Bırakma Başarısı

Bir üye sigara bırakma sürecindeki başarısını dile getirmektedir.

“veeee bugün tam bir ay oldu sigarasız geçen 30 gün bazen inanamıyorum çok şükür rabbime beni bu illetten kurtardı”

3.9.2.1.3.3.2. Pişmanlık Duyma

Bir üye bırakma sürecinde içtiği sigarası yüzünden pişmanlığını dile getirmektedir.

“Ben dün içtim malesef eve geldiğimde ablam bir paket hediye sigara almıştı (bırakmaya çalıştığımı bilmiyor, başaramazsam rezil olucam diye söylemiyorum) gece uyuma saatime kadar dayandım ama uyumadan hemen önce içtim ve öyle uyudum. Pes etmedim ama deneye deneye olacak bu iş. Her gün daha da iradeli olmayı öğrenicem inşallah”

3.9.2.1.3.3. Çaresizlik

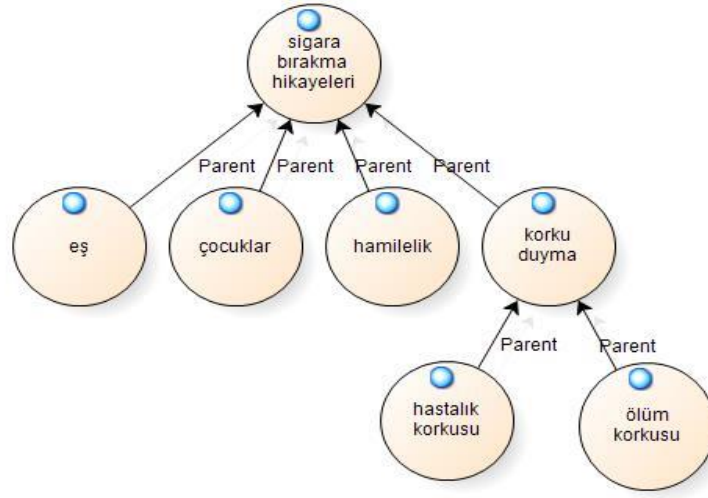
Bir üye içinde bulunduğu çaresizlik durumunu belirtmektedir.

“İlacım olsa kendi başıma sürerdim”

3.9.2.1.4. Sigara Bırakma Hikayeleri

Topluluk üyeleri sigarayı bırakma hikayelerini diğer topluluk üyeleriyle paylaşmaktadır.

Şekil 9. Üyelerin Sigara Bırakma Hikayelerine Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.4.1. Korku Duyma

Üyeler hastalık korkusu ve ölüm korkusu yaşadıkları için sigarayı bıraktıklarını belirtmektedirler.

3.9.2.1.4.1.1. Hastalık Korkusu

Bir üye hasta olmaktan korktuğunu için sigarayı bıraktığını belirtmektedir.

“Benimde sigarayı bırakmam bronşit sayesinde oldu geceleri uyuyamadım nefes alamadım yatamadım ciğerlerim çok ağrıdı ve bende çok korktum hasta olmaktan şimdi rabbime şükrediyorum iyik, bronşit olmuşum da o zıkkımdan kurtulmama vesile oldu”

3.9.2.1.4.1.2. Ölüm Korkusu

Bir üye ölümden korktuğu için sigarayı bıraktığını belirtmektedir.

“Ben bıraktım. Günde bir paket rahat gidiyordum. Cayla kahveyle ve alkolle çok yakistirirdim, yemekten sonra içilen sigaraya asıktım. Sonra halam kanser oldu, akciğer kanseri. Boğazı delindi, konuşamıyordu, dayanılmaz ağrılar avrdı. Ve sigarayı on sene önce bırakmıştı. Doktor yine de birincil sebebi sigara dedi. O gün kadar verdim ben böyle kötü bir ölüm istemiyordum. Ailede de kanser vardı. Kafamda bitti. İki yıl oldu icmiyorum. İlk bir ay otlakçılık ettim. Canım da çok çekti. Ama dayandım. Bir ay agzina surmezsen tadını unutuyorsun ve aklına bil gelmiyor.”

3.9.2.1.4.1.3. Hamilelik

Bir üye hamile kalmış ve bebeğine zarar vermemek için sigarayı bıraktığını belirtmektedir.

“Bebeğime verdiği zararı düşünerek içmedim. Yazık günah onun ne suçu var yani keyfim için onu zehirleyemem. Almam gerekenden fazla kilo aldım ama olsun doğumdan sonra veririm çaresi var. Ama sigara içersem bebeğime vereceğim zararın çaresi yok maalesef. Böyle düşünün. Arada çok canım istiyor hatta geçen hafta baya bi sigara aşardım diyebilirim ama içmedim başka şeylerle oyalandım kafamı dağıttım.”

3.9.2.1.4.1.4. Çocuklar

Bir üye çocuklarını düşündüğü için sigarayı bıraktığını belirtmektedir.

“30 sene tam 30 sene sigara içtim. Günde en az 2 paket olmak üzere ve de öyle hafif falan değil yani sigara en babasından. Gece alarm kurar kalkar içer yatardım. İlk doğumumda narkozdan çıktığımda arkadaşşıma "bana sigara ver" demişim. Sonra bir gün, tünelin ucundaki o beyaz ışığı görür gibi oldum. Çocuklarım geldi gözümün önüne. Ben olmazsam onlara kim bakar dedim. Acile girmeden sigaramı içmiştim çıktığımda ise sigarayı bıraktım.”

3.9.2.1.4.1.5. Eş

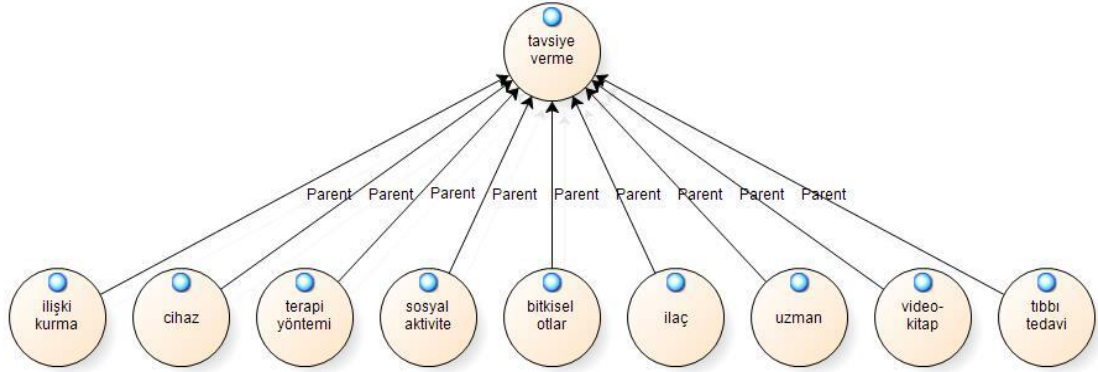
Bir üye eşini örnek alarak sigarayı bıraktığını belirtmektedir.

“Ben de eşimle sevgili iken bıraktım o agzına sürmemiş o içmedikce ben onun yanında ıctıkce kendimden tıksındım :)”

3.9.2.1.5. Tavsiye Verme

Üyelerin sıklıkla üzerine paylaşımlarda bulunduğu konulardan biri de sigara krizi ile nasıl başa çıkılabileceğini birbirleriyle paylaşmaktır.

Şekil 10. Üyelerin Tavsiye Vermeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.1.5.1. Bitkisel Otlar

Bir üye sigara krizinde özellikle bitkisel otları tavsiye etmektedir.

“Merhaba canım, karabaş otu alıp demleyebilirsin pet şişeye. Nikotin ihtiyacını az çok karşılıyormuş sigara krizini savuşturuyormuş. Muş diyorum çünkü nette öyle okudum, arkadaşım içti denedi faydasını gördü ama bırakmadı tabiki de halen devam”

3.9.2.1.5.2. Sosyal Aktivite

Bir üye sosyal aktiviteyi tavsiye etmektedir.

“Günaydın. Sigara bırakamıyorum, olmuyor demekle bırakılmaz. Kararınızı vereceksiniz. Tak diye keseceksiniz. Aklınıza gelmemesi için gerekirse çayı, kahveyi de bırakın. Temiz havada bol bol yürüyün. Eşinizle evladınızla tatlı aktiviteler yapın, inşallah bırakırsınız”

3.9.2.1.5.3. Terapi Yöntemi

Bir üye terapi yöntemini tavsiye etmektedir.

“kızlar daha önce ilaç, bant sakız ne varsa denedim hiç bir işe yaramadı bırakamadım. daha sonra birkaç arkadaşımın da tavsiyesiyle bir bağımlılık terapistiyle görüştüm, sigara psikolojik bir bağımlılıktır kafanda bitirmezsen bırakamazsın dedi, birkaç detay anlattı ikna oldum ve denemek istedim. 3 saat süren bir grup terapisi yöntemi mental give up... adam konuşuyor siz bırakıyorsunuz:) ben izmirde gittim başka yerlerde var mıdır bilmem ama kesinlikle tavsiye ederim ben günde 2 pakete yakın içerdim, 3 saatin ardından tamamen bıraktım 10 gün kadar oldu, gayette iyiyim sigara hayatıma hiç girmemiş gibi:) üç saatinizi ayırıp kesinlikle denemeye değer diyorum...”

3.9.2.1.5.4. Uzman

Bir üye özellikle uzmana başvurulması gerektiğini tavsiye etmektedir.

“Kızlar hemen hemen her şehrin Devlet Hastanelerinde "Sigara Bırakma Poliklinikleri" var. Oraları bir ziyaret edin derim ben. Öncelikle tahlilleriniz yapılıyor. Sonra size uygun ilacın dozu ayarlanıyor veee korkunç rüya sona eriyor. Kesin çözüm. Eşim de bıraktı kızlar (sigarayla küçük yaşlarda tanışmış olmasına rağmen). Babamda içmiyor artık. İstekte önemli tabi. Ama bırakacağımızdan eminim. Bırakamaz dediğim iki varlığımı bıraktı”

3.9.2.1.5.5. Cihaz

Bir üye elektronik cihazları tavsiye etmektedir.

“elektronik sigara kullanabilirsin, nikotin oranının değiştiği birçok likit var, hatta aromalı likitler falanda var. denemekten zarar gelmez”.

3.9.2.1.5.6. Tıbbi Tedavi

Bir üye tıbbi tedaviyi tavsiye etmektedir.

“45 yıllık sigara tiryakisi annem 5 ay önce bıraktı, üstelik bir günde ve çok şükür bir daha içmedi tekniğin adı Biorezonans Terapi. bir araştırın isterseniz, çok maliyetli değil”

3.9.2.1.5.7. Video/Kitap

Bir üye video/kitap tavsiyesinde bulunmaktadır.

“Allen carr yöntemini araştırın. İmkan varsa seminerine katılın yoksa kitabını internetten indirip youtube'da videosunu bulabilirsiniz. Genelde etkili oluyor”

3.9.2.1.5.8. İlaç

Bir üye ilaç tavsiyesinde bulunmaktadır.

“Champix var sigara bırakmaya yardımcı ilaç ise yarıyor. Ama Dr ile görüşüp almanızı tavsiye edetim. Bir aylık sigara parası fiyatında”

3.9.2.1.5.9. İlişki Kurma

Bir üye sosyal ilişki kurma tavsiyesinde bulunmaktadır.

“Yıllar yıllar önce ben de abartmışım. Bir gün o kadar çok içmişimki tiksindim. İşin sırrı sigara içen arkadaşlarınızdan uzak kalmanız olacak. Yeşilaycı dostlar bulun. En yakınlatınız içiyprsa zor.”

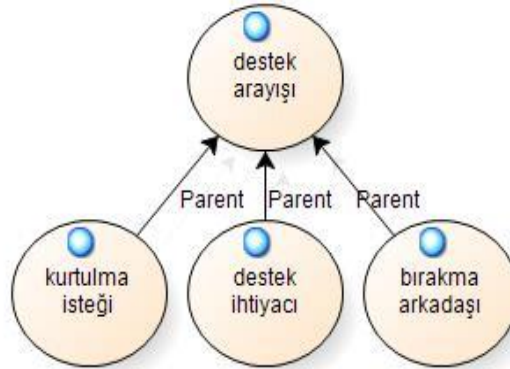
3.9.2.2. Topluluk Üyelerinin Teşvik ve Motivasyon Alışverişine Yönelik Bulgular

Üyelerin bilgi paylaşımlarında olduğu gibi teşvik ve motivasyon alışverişine yönelik bulgulara karşılıklıdır. Özellikle üyeler teşvik ve motivasyonu birbirlerinden doğrudan destek ihtiyacı, kurtulma isteği, bırakma arkadaşı dile getirerek istemektedirler. Aynı zamanda da cesaretlendirme, iş birliği, rahatlatma, kontrol etme, empati, alternatif sunma başarının kutlanması ve korkutma şeklinde teşvik ve motivasyon desteği sağlamaktadırlar.

3.9.2.2.1. Destek Arayışı

Üyeler sigara bırakma süreçlerini kolay atlatabilmek için diğer üyelerden destek arayışı içerisindedirler.

Şekil 11. Üyelerin Destek Arayışına Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.2.1.1. Destek İhtiyacı

Bir üye destek ihtiyacını doğrudan dile getirmektedir.

“merhaba ben daha önce diğer başlıklar altında yazdım bilenler bilir.... 2 ay da bırakmıştım ama bir gün şımarıklıktan tekrar içtim...ondan sonra bir içtim bir bıraktım.ne başlayabildim ne bırakabildim... son sigara kararını vermekte sorun yaşıyordum...ama dün nihayet o kararı verdim...artık ağzıma sürmek istemiyorum...bu defa daha iyi motive etmek için kendimi başlık açmak istedim... umarım bana katılanlar olur..desteğinizi bekliyorum...”

3.9.2.2.1.2. Bırakma arkadaşı

Bir üye sigara bırakma arkadaşı aradığını belirtmektedir.

“Sigarayı bıraktınız mı merak ediyorum? bende sigara bırakma arkadaşı arıyorummm”

3.9.2.2.1.3. Kurtulma İsteği

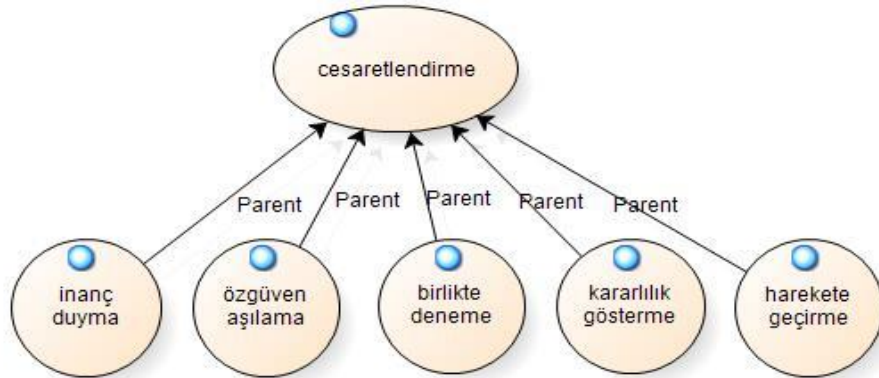
Bir üye topluluğun arasına girmek istediğini belirtmektedir.

“Beni de alın aranızda kurtulmak istiyorum”

3.9.2.2.2. Cesaretlendirme

Üyelerin sigara bırakma konusunda birbirlerini cesaretlendirerek teşvik ve motivasyon sağlamaktadırlar

Şekil 12. Topluluk Üyelerinin Cesaretlendirmeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.2.2.1. Özgüven Aşılama

Bir üye sigarayı bırakabilmesi için bir başka üyeye özgüven sağlamaktadır.

“İnsanlar nelerden vazgeçiyö sigaradan mı vazgeçemicez bizim irademiz sigaradan çok daha fazla inan sende bırakabilirsin”

3.9.2.2.2.2. İnanç Duyma

Bir üye başka üyelere sigarayı bırakabilmeleri için onlara duydukları güveni ifade etmektedir.

“Biz size inanıyoruz hep destek tam destek insallah bu günleri sizde göreceksiniz inanin yurekten istiyorum bırakmanızı bıraktığınızda kendiminki kadar sevineceğim eminim....”

3.9.2.2.2.3. Harekete Geçirme

Bir üye başka üyeleri sigarayı bırakabilmeleri için harekete geçirmeye çalışmaktadır.

“Hadi kızlar yarın için niyetleniyoruz :) Başarabiliriz hayyydiiii yeniden ayağa kalkıp bu mücadelemizle başa çıkalım”

3.9.2.2.2.4. Kararlılık Gösterme

Bir üye bir başka üyeye bu süreçte kararlı olması gerektiğini belirtmektedir.

“Karar vereceksin ve asla kararından donmeyeceksin krizler gelince ben siğara içince rahatlarım diye düşünme krizler bitecek diye düşün yani siğarayı çare olarak gorme.”

3.9.2.2.2.5. Birlikte Deneme

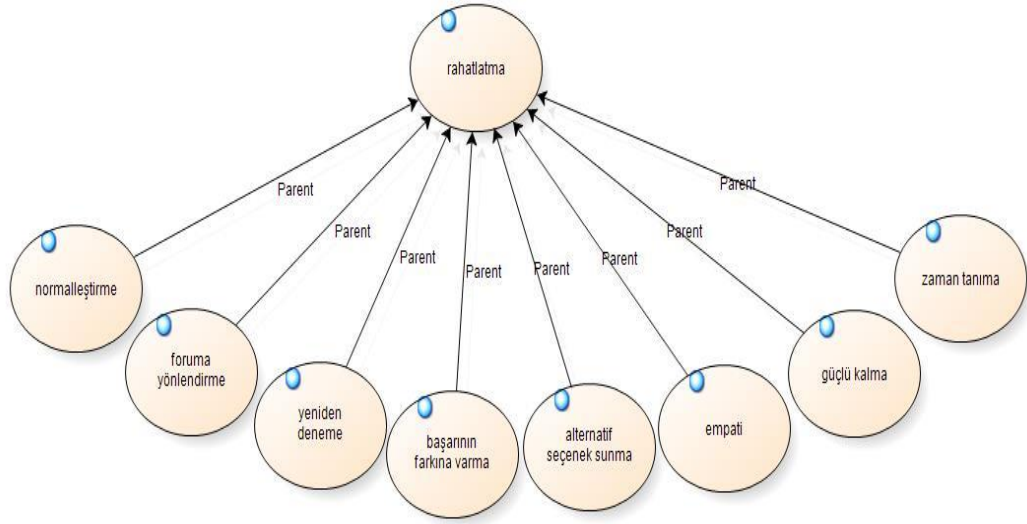
Bir üye kendisi gibi sigara bırakmak isteyen bir başka üyeye birlikte denemeyi teklif etmektedir.

“Ah bended iki yıl önce bırakmış ve bir yıl hiç icmenistim. sonra tam bir salak gibi yeniden başladım. şimdi o içmediğim zamanlardaki sağlıklı halimi arıyorum. Tekrar bırakmak istiyorum. birlikte deneyelim mi?”

3.9.2.2.3. Rahatlatma

Üyelerin sigara bırakma konusunda birbirlerini rahatlatarak teşvik ve motivasyon sağlamaktadırlar

Şekil 13. Üyelerin Rahatlatmaya Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.2.3.1. Normalleştirme

Bir üye sigara bırakırken sorun yaşayan bir üyeye bu sorununun sigara bırakma sürecinde normal bir durum olduğunu ifade etmektedir.

“tabii ki sinirlilik hali huzursuzluk ve uyku probleminizin olması çok doğal yıllardır süregelen bir alışkanlığınızı arkanızda bırakıp yola devam etmeyi tercih ettiniz”

3.9.2.2.3.2. Foruma Yönlendirme

Bir üye sigara krizi ile başa çıkmayan çalışan bir üyeyi foruma yönlendirmektedir.

“Hayır dur sakın ol!!! bu içmeyi isteme anları çok kötü oluyor. Yaz buraya sürekli vakit geçsin o arada aklından da gider”

3.9.2.2.3.3. Zaman Tanıma

Bir üye sigara bırakma sürecinde zorlanan bir başka üyeye kendisine zaman tanınması gerektiğini ifade etmektedir.

“İstediğin kadar mesaj yazabilirsin seve seve okurum elimden geldiğince yardım ederim yeterki bir kişi daha kurtulsun sigaradan birden bırakmak zor geliyorsa eğer bir müddet azlatarak dene canım vücudun az sigaraya alışsın sonra tamamen bırakırsın buda bi seçenek olabilir senin için mesala bende azaltmak hiç işe yaramadı ben hep eskiye döndüm bir paket içtim bende ya hep ya hiç oluyodu sigara kaç kere denersen ben sana yine destek olurum canım sen yeterki sigarayı bırakmayı iste”

3.9.2.2.3.4. Başarının Farkına Varma

Bir üye sigarayı bırakırken motivasyonunu kaybeden bir üyeye başarısının farkına varması gerektiğini ifade etmektedir.

“Olsun ama ne kadar azalttığınızı bile düşünüp mutlu olabilirsiniz. Eskiden bir sigara çerez gibiydi öyle düşünün”

3.9.2.2.3.5. Alternatif Seçenek Sunma

Bir üye sigara bırakırken sıkıntılar yaşayan bir üyeye bırakma konusunda başka alternatifler arayabileceklerini belirtmektedir.

“istersen kendini bu kadar zorlama yani kendini hazır hissetmediğin sürece başaramayacaksın ve bu kendine olan inancını kıracak senin için başka yollar düşünelim ne dersin?”

3.9.2.2.3.6. Güçlü Kalma

Bir üye sigara krizini atlarmaya çalışan bir üyeye güçlü kalması gerektiğini belirtmektedir.

“Yapma ya zor olan ilk gün bitti biraz güçlü ol bırakma kendini şimdi bırakırsan bi daha cesaretin kırılır ve sonrasında çok pişman olursun”

3.9.2.2.3.7. Yeniden Deneme

Bir üye sigarayı bırakamayan bir başka üyenin yeniden denemesini belirtmektedir.

“Üzülme canım en azından deniyoruz bak koyverip içmeye devam etmiyoruz. İllaki bir gün bırakacağız başaracağız. İnsan bu kadar iradesiz oluşuna çok sinirleniyor ama işte... Aslında bunlara dayanabileceğimizi düşünüyorsak bırakmaya girişmeliyiz belki de zamanlama hatası yapıyoruz. Deneyecek misin bidaha?”

3.9.2.2.3.8. Empati

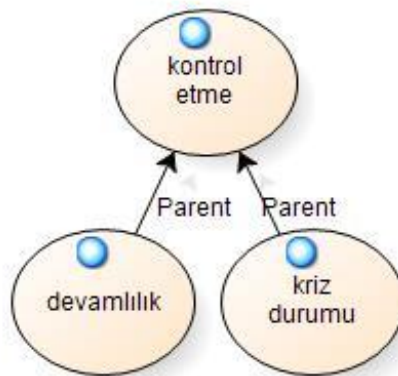
Bir üye sigara bırakmada zorluk yaşayan bir başka üyeyi kendisine benzeterek onu anlayabildiğini belirtmektedir.

“ben senin sigarayı bırakacağına inanıyorum. niyemi bende yaklaşık bir senedir hep bırakmayı istiyodum artık içtiğim sigara keyf vermiyordu bana sürekli sigara içtiğim için kendimi yargılıyodum sende şimdi o durumdasın aslında bırakmayı istiyosun ama başaramamaktan korkuyosun ama bu sefer başaracaksın tek yolu kendine inan bende sigarayı bırakma iradesi var ben sigaradan çok daha güçlüyüm de yani kendine gaz ver gerçekten çok işe yarıyo bide iki üç gün sonra sigara içerim bi deniyim diye beynini şartlandırma hayır bu sefer yeter artık sigara bitti de yani nacizane bunlar bende işe yaradı inşallah sende bırakacaksın bu illeti.”

3.9.2.2.4. Kontrol Etme

Üyelerin sigara bırakma konusunda birbirlerini kontrol ederek teşvik ve motivasyon sağlamaktadırlar.

Şekil 14. Üyelerin Kontrol Etmeye Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.2.4.1.Devamlılık

Bir üye sigara bırakma sürecinde diğer üyelerin son durumlarını kontrol etmektedir.

“Kızlar son durumlar nasıl, umarım başlamadan devam halindesinizdir”

3.9.2.2.4.2. Kriz Durumu

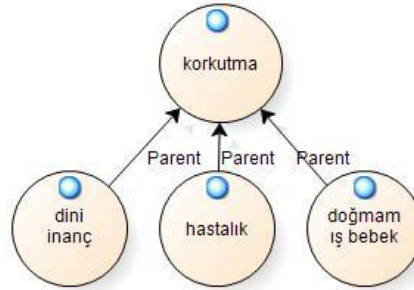
Bir üye sigara bırakma sürecinde diğer üyelerin kriz durumlarını atlatıp atlattıklarını kontrol etmektedir.

“Naptınız kriz geçti mi başarıyla?”

3.9.2.2.5. Korkutma

Üyelerin sigara bırakma konusunda birbirlerini korkutarak teşvik ve motivasyon sağlamaktadırlar

Şekil 15. Üyelerin Korkutmaya Yönelik Paylaşımlarının Alt Boyutları



3.9.2.2.5.1. Hastalık

Bir üye sigara içmeye devam eden bir başka üyeyi ileride başına gelecek olan hastalıkla korkutmaktadır.

“İçmeye devam edersen ömrünün geri kalanı oksijen makineleriyle geçer.”

3.9.2.2.6.2.Doğmamış Bebek

Bir üye hamilelik sürecinde sigara içmeye devam eden bir başka üyeyi doğmamış bebeği ile korkutmaktadır.

“Suyu , havası , yiyeceği sizsiniz o ise belki de bir kilo bile değil. Kordondan ona zehir gönderiyorsunuz. Vitamin , protein yerine nikotin doluyor kanında. Dogunca elline sigarayı verip al ic demezseniz değil mi? Suan yaptığınız öyle bir şey ama. Hamilelikte Allah korusun bir şey olsa bebeginize , suçlu hissetmiyecek misiniz? Onun stresi , sigarasızlık stresinden daha mı az olacak.? Allah korusun. Hic bırakamıyorsanız hamilelik boyunca icmeyeyim sonra icerim.diyin bari.”

3.9.2.2.5.3. Dini İnanç

Bir üye sigara içmeye devam eden bir başka üyeyi dini inancı ile korkutmaktadır.

“Ee madem bedenın Allah’ın emaneti olduğuna olan inanca istinaden sadece ramazanda değil yılın her günü sigara orucu tutmak gerekmez mi :)?”

3.9.2.2.6. Başarı Dileme

Bir üye sigarayı bırakmaya çalışan bir üyeye başarı dilemektedir.

“bence zor fakat çok doğru karar vermişsin çıktığın bu yolda başarılar diliyorum”

3.9.2.2.7. Başarının Kutlanması

Bir üye sigarayı bırakan bir üyenin başarısını kutlamaktadır.

“Sizin adınıza çok sevindim. Gözünüz aydın.Darısı eşimin başına”

3.9.2.2.8. Teşekkür

Bir üye topluluğun desteği ile sigarayı bıraktığını belirterek diğer üyelere teşekkür etmektedir.

“merhaba canlar.... ne zamandır yazmayı bıraktım biliyorum bile yazmadım çünkü sigarayı içmiş olduğumu artık hatırlamak dahi istemeyişimdendirSonunda daha kaliteli bir yaşam sürmeye başladım.....bunun için gerçekten çok mutluyum ve kendimle gurur duyuyorum.....kendimi çok güçlü hissediyorum hayata karşı :nazar:110 gün olmuş sigarayı bırakalı inanın artık kendimi sigarayla özdeşleştirmiştim kurtuldum ya ne mutlu bana

.....benim için başlarda çok zor olmuştu fakat sadece sigarayla değil gerçekten kendimle de mücadele verdim ne bir sigarayı bırakma yöntemi ne de ilaç gerçekten istemek önemli hani hep derlerya gerçekten kafada bitirmek lazım darısı sizin başınıza En Büyük KKE En Büyük KKE En Büyük KKE En Büyük KK üyeleri hepinize çok çok teşekkürler bu benim sigarayı ilk bırakma deneyimim daha önce hiç bırakmaya bile kalkışmamıştım neyse inşallah bende bir daha başlayanlardan olmam benim için ilk ve son sigarayı bırakma deneyimim olursevgilerimle Hepinize sigarasız bol oksijenli sağlıklı günler dileğiyle

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzün dijital dünyasında sanal topluluklar, insanların bilgileri oluşturduğu ve başkalarıyla paylaştığı önemli platformlar haline gelmiştir. Bu şekilde çevrim içi ortamda üyelerine çeşitli sosyal desteği sağlayabilen forum siteleri, bireylerin diğer bireyler ile sosyal destek arayabileceği ve sosyal desteği karşılayabileceği bir ortam yaratmaktadır. Bu araştırma, KadınlarKulubu.com sitesi üyelerinin sigarayı bırakmaları konusunda birbirleri ile olan sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini ve topluluğa yön veren üyeleri incelemeye odaklanmıştır.

Araştırma, Türkiye’de kadınların oluşturduğu sanal topluluk üzerinden sigara bırakmaya yönelik sosyal destek alışverişinin keşfedilmesi amacıyla netnografi yöntemiyle yapılan bir araştırma özelliği göstermektedir. Araştırma, konuya kadınların bakış açısından yaklaşarak hem sosyolojik hem de genel bir halk sağlığı problemi olması nedeniyle gelecekte bu forumlarda destek arayan birçok birey için bir arşiv görevi görmektedir.

Sanal topluluk kullanıcıları, sigara bırakma ile olan ilişkilerine göre sekiz temel üye tipi altında ele alınmıştır. Sanal topluluk içerisinde tiryakiler olarak adlandırılan üyeler, sigarayı uzun zamandır kullanmakta ve sigara ile aralarında önemli derecede bir bağ kurmuşlardır. Sigaranın onlara verdikleri zararın farkında olmalarına rağmen sigarayı bırakmak gibi bir istekleri yoktur. Özellikle sigarayı kahvenin ve çayın yanında vazgeçilmez bir dost olarak görmekte, sempati duymakta ve sigarasız hayatı anlamsız bulmaktadırlar. Bu üyelerin sigara bırakma düşüncesi akıllarından geçmediği gibi diğer üyelerle de zayıf ilişkiler kurarak sosyal desteğin aranması ve karşılanmasında tarafsız bir duruş sergilemektedirler.

Topluluğa yön veren bir diğer üye tipi ise bahanecilerdir. Bahaneciler, sigara bırakma konusunda istekli gibi görünseler de yeterli motivasyona sahip değildir. Bu konuda gerçek anlamda herhangi bir eyleme geçmemekte ve sigara bırakmayı her seferinde başka bir zamana ertelemektedirler. Bu üye tipi de tiryakiler gibi topluluk

içerisinde sosyal desteğin aranması ve karşılanması benzer şekilde davranış göstermektedirler.

Topluluğun bir diğer üye tipi olan keyifçiler için sigarayı bırakmak bir zorluk olarak görülmemektedir. Çünkü bu üyeler sigaraya bağımlı değildirler. Onlar için bu durum, istedikleri anda bırakabilecekleri bir eylemdir. Özellikle bu üyelerin sigara ile olan ilişkileri; eş, dost yanında canları istediği için keyif amaçlı, zevk için gerçekleştirdikleri bir eylemdir. Bu üyeler, topluluk içerisinde katılım gösteren diğer üyelerin sigara bırakma eyleminde üyelere dilek ve temennide bulunmaktadırlar.

Topluluk içerisinde yer alan bir başka üye tipi ise aile üyeleridir. Aile üyeleri özellikle kendi yakınlarının bu durumundan muzdarip, üzgün ve düşüncelidirler. Kendileri için değil, aile üyelerinin sağlık durumlarından korktukları için bu topluluğa katılarak onları temsil etmektedirler. Bu üyeler topluluğa katılan diğer üyelere karşı oldukça ılımlı ve sıcakkanlı yaklaşmakta ve onların da bu sorunlarını aşmaları için destek vermektedirler.

Topluluk içerisinde en çok özenilen üye tipi eski içicilerdir. Özellikle bir ya da birkaç senedir, sigara ile olan ilişkisini bitirmiş ve yeniden başlamamış irade sahibi olan bu üyeler topluluk içerisinde sigarayı bırakmak isteyen üyelere, geçmiş deneyim ve tecrübelerini paylaşarak destek sağlamaktadırlar.

Topluluk içerisinde yer alan diğer bir üye tipi isteklilerdir. Özellikle bu topluluğa katılımı gösteren üyelerin çoğunluğunu oluşturmaktadır. Çünkü istekliler eylemi gerçekleştirmek için içsel motivasyonu kendisinde hisseden üyeleri oluşturmaktadır. İstekliler topluluk içerisinde sosyal desteği arama ve sosyal desteğin karşılanmasında aktif olarak rol oynayan üyelerdir.

Son olarak topluluğa katılım gösteren bir başka üye tipi de eleştirenlerdir. Eleştirenler, aile üyeleri gibi sigara ile ilişkisi olmayan fakat topluluk içerisinde varlığını devam ettiren üyelerdir. Bu üyeler topluluk içerisinde diğer üyeler ile en az empati kurabilen üye tipidir.

Sanal topluluğa katılım gösteren bir başka üye tipi de başarısızlardır. Başarısızlar, sigara bırakmayı defalarca deneyen fakat bu konuda gerekli motivasyon ve iradeyi sağlayamayan üyelerden oluşmaktadır. Bu üyeler, topluluk içerisinde yeniden destek isteyerek amaçlarına ulaşma isteğindedirler.

Topluluk içerisinde üyelerin birbirleri ile olan sosyal destek alışverişi iki boyutta incelenmiştir. Bunlar üyelerin bilgi paylaşımı içeren mesajları, teşvik ve cesaretlendirme içeren mesajlarını oluşturmaktadır. Üyelerin topluluk içerisindeki bilgi içerikli mesajları hem bilgi arayışlarını hem de bilgi sağlamayı kapsamaktadır. Topluluk içerisinde üyelerin gerçek hayatlarında başkalarına sormaya çekinebilecekleri durumları olabilmektedir. Özellikle bu nedenle sanal topluluk içerisinde bilgi sağlanması önemli bir boyuttur. Üyelerin özellikle sigara bırakma ile ilgili bilgi arayışları, üyelerden edinmek istedikleri; tecrübe isteği, bırakma süresi, durum değerlendirmesi olarak gözlenmiştir. Sigara bırakma sürecine yeni adım atmış üyeler topluluk içerisinde bilgi arayışı içerisindeyler. Bu anlamda diğer üyelerin deneyim ve tecrübesine, ne kadar zamanda bırakıldığını merak etmekte ve yaşadıkları durumun normal olup olmadığını sorgulamaktadırlar. Bunların yanında üyeler, sigara krizini nasıl atlatabileceklerini ve krizin geçme süresi, sigaraya alternatif seçenekleri öğrenme, çeşitli ürünler hakkında bilgi edinmeyi ve üyelerin kilo durumlarını da ayrıca merak etmektedirler.

Üyeler sigara ile tanışma geçmişleri; arkadaş çevresi ve anneden özenme şeklinde olduğu gözlenmiştir. Üyelerin sigara ile tanışmaları bu anlamda anneyi örnek alma ve arkadaş çevresi ile kurulan ilişkilerin bir sonucu olarak açıklanabilir.

Üyelerin bırakma sürecindeki güncel durumları; bu süreçte edindikleri fiziksel fayda; sağlıklı olma, güzellik, temizlik, maddi fayda; tasarruf, kişisel fayda; imrenilme ve hayranlık uyandırma şeklindedir. Üyelerin sigarayı bırakma girişimleri beraberinde olumlu sonuçlarda ortaya çıkarmaktadır. Fiziksel anlamda güzel görünmek ve temiz hissetmek bunun yanında sigaraya harcanacak parayı başka şekillerde kullanmak üyeler için oldukça önemlidir. Bunun yanında bireyin çevresi tarafından imrenilmesi ve hayranlık duyulması da üyeler için oldukça önem taşımaktadır.

Üyelerin sigara bırakma sürecinde karşılaştıkları fiziksel sorunlar; baş dönmesi/mide bulantısı, cilt problemleri, kilo alma, psikolojik sorunları; sinir/ağlama, odaklanamama, uykusuzluk, yalnızlık hissi, akıldan çıkaramama, sosyal sorunları özellikle destek bulamama; bırakmayan eş ve bırakmayan arkadaş olarak gözlenmiştir. Bunun yanında bir başka sosyal sorun da çevrenin inançsızlığıdır. Üyelerin kişisel sorunları; alışkanlık ve irade zayıflığı olarak gözlenmiştir. Üyelerin yaşadıkları problemler üyelerin bu süreci atlatabilmelerini zorlaştırmaktadır.

Üyeler sigara bırakma sürecine ilişkin son durumlarını da birbirleri ile paylaşmaktadırlar. Bunlar; bırakma başarısı, pişmanlık duyma ve çaresizlik olarak gözlenmiştir. Üyeler içerisinde bırakmaya yönelik motivasyonunu koruyan ve devamlılığını sağlayan üyelerin varlığı gibi bırakma sürecinde başarısız olmuş üyeler de pişmanlıklarını dile getirmektedir. Bunların yanında topluluk içerisinde çaresizlik durumunda olduğunu belirten üyeler de bulunmaktadır.

Üyelerin topluluk içerisinde diğer üyeler ile paylaştığı bir başka bilgi de sigarayı bırakma hikayeleridir. Üyelerin sigara bırakma hikayeleri; çocuklar, hamilelik, korku duyma; hastalık korkusu ve ölüm korkusu, eş olarak gözlenmiştir. Topluluk içerisinde sigarayı bırakmak isteyen üyelerin varlığı gibi topluluğa katılım gösteren eski içiciler özellikle sigara bırakma hikayelerini aktarmaktadır. Verilen yanıtlar özellikle kadın üyeler için çocuk sahibi olmanın, hamilelik durumunun bırakma eylemini gerçekleştirmede rolünün olduğuna değinmektedir. Bunun yanında üyelerin yakın çevrelerinden gömüş oldukları hastalar ve başlarından geçen olumsuz sağlık problemlerinin de rolü vardır. Bir diğer bırakma nedenleri ise eşlerinin bu durumdan rahatsızlık duyması olarak açıklanabilir. Karşılaştıkları problemlerle mücadele vererek sorunlarını aşan başarılı üyeler, diğer üyelere kişisel deneyimlerini paylaşarak bilgi desteği sağlamaktadırlar. Bu paylaşımlar üyelerin sigarayı bırakma sürecinde karşılaştığı ve yaşadıkları deneyimleri içermektedir. Kişisel deneyimler genellikle üyelerin yaşadıkları olumsuz deneyimlerdir. Özellikle üyelerin yakınlarının karşılaştıkları hastalıklar ve onların yaşamış oldukları sıkıntı ve üzüntüler bu konuda üyeleri korkutmuş ve bırakmalarında rol oynamıştır.

Üyeler aynı zamanda topluluk içerisinde birbirlerine sigara bırakma ile nasıl başa çıkabileceklerine dair bazı tavsiyelerde sağlamaktadırlar. Tavsiye; bitkisel otlar, sosyal aktivite, terapi yöntemi, uzman, cihaz, tıbbi tedavi, video/kitap, ilaç, ilişki kurma olarak gözlenmiştir.

Üyelerin bu süreçte üstesinden gelmeye çalıştıkları durum sigarayı bırakırken yaşadıkları kriz durumudur. Kriz geldiği anda kendilerine hakim olmak istemekte, bu iradeyi nasıl sağlayacaklarına ilişkin tavsiye vermektedirler. Üyelerden gelen mesajlara durumun ciddiyetine göre diğer üyeler tarafından farklı tavsiyelerde bulunulmakla birlikte, bunların içerisinde her zaman bir sağlık profesyoneline danışılması vurgulanmaktadır. Ayrıca üyeler, kendi başlarına bu problemin üstesinden gelmek

isterseler onlara yardımcı olabilecek çeşitli kitap ve videoların da varlığından haberdar etmektedirler. Üyeler sigara bırakma sürecinde hastaneler tarafından verilen tıbbi tedavi ve ilaçlarla da bu sürecin maliyetsiz bir şekilde atlatılabileceğine değinmişlerdir. Bunun yanında elektronik sigaralarda ilk etapta problemin çözümünde başvurulacak bir seçenek olarak belirtilmektedir. Üyelerin belirtmiş olduğu bir başka önemli konu ise bu süreçte özellikle bireylerin arkadaş çevrelerine dikkat etmesi gerektiğidir. Bu konuda onları destekleyecek ve özendirmeyecek arkadaş gruplarının varlığı oldukça önemlidir. Bilgi teknolojilerinin her geçen gün gelişim gösterdiği günümüzde, bilgisayarın ve sosyal ağların yardımıyla sanal topluluklarda kişilerin bilgi edinme ve paylaşma alanları da genişlemiştir. Bu şekilde ulaşılmak istenen bilgi için sanal topluluklar bir veri kaynağı görevi göstermektedir.

Sanal topluluk içerisinde sosyal desteğin sağlanmasına yönelik bir başka boyutta teşvik ve motivasyon içerikleri paylaşımlardır. Teşvik ve motivasyonda bilgi paylaşımında olduğu gibi üyeler tarafından karşılıklı olarak paylaşılmaktadır. Topluluk içerisinde katılım gösteren üyelerin sigara bırakma konusunda istekli olduğu fakat zaman zaman motivasyonlarını kaybettikleri gözlenmiştir. Bu nedenle bilgi edinme ihtiyacının yanında üyeler, yaşam tarzı değişikliklerine devam etmek, hatalardan kurtulmak ve engellerini aşmak için motivasyon kazanmayı istemektedirler. Topluluk üyeleri de bu şekilde başkalarının deneyimlerine, çabalarına, başarılarına yargılamadan tanıklık ederek birbirlerine umut ve güven verici, teşvik edici bir ilişki içerisine girerler ve duygusal anlamda da bu süreçte onları yalnız bırakmak istememektedirler.

Üyeler birbirlerinden destek arayışı içerisinde. Bu destek arayışını üyeler, direk olarak açıkça dile getirebilecekleri gibi bırakma arkadaşı ve kurtulma isteği şeklinde de ifade etmektedirler. Üyelerin birbirlerine gösterdiği teşvik ve motivasyon desteği cesaretlendirme; özgüven aşılama, inanç duyma, harekete geçirme ve kararlılık gösterme, birlikte deneme, rahatlatma; normalleştirme, foruma yönlendirme, zaman tanıma, başarının farkına varma, alternatif seçenek sunmak, güçlü kalma ve yeniden deneme, empatidir. Kontrol etme; devamlılık, kriz durumunu öğrenme olarak gözlenmektedir. Üyelerin birbirlerine gösterdikleri cesaret verici paylaşımları sigara bırakmaya istekli üyeler için oldukça önemlidir. Yaşanan çeşitli üye sorunları ve motivasyon kaybı bu noktada diğer üyelerin birbirlerine sağladıkları motivasyon desteği ile üstesinden gelinebilecek bir duruma dönüşmektedir. Birçok üye sigara bırakma

konusunda inancını kaybetmekte olduğu durumlarda topluluk içerisinde ki diğér üyeler tarafından başarabilecek olduğuna inandırılmaktadır. Bu inancı kaybettiklerinde ya da bu süreçte başarısız olduklarında ise yargılamadan üyelerin olumsuz hissetmelerine engel olmaktadırlar. Aynı zamanda üyeler birbirlerini harekete geçirecek şekilde de destek vermektedirler. Harekete geçmiş ve devamlılık gösteren motivasyon sahibi üyeleri de takip ederek kontrol etmektedirler. Bunların yanında özellikle üyelerle empati kurarak onları anlayabildiklerini hissetmektedirler. Üyelerin iletişim tarzları ve toplulukla olan bağılılıkları diğér üyelerin tepkileri üzerinde farklı etkilere sahiptir. Kimi zaman topluluk içerisinde empati kuramayan üyeler, diğér üyelerin içinde bulundukları durumu hafife alarak zaman zaman korkutucu şeylerde bahsedebilmektedirler.

Teşvik ve motivasyon paylaşımları cesaretlendirmenin yanında korkutarak da gerçekleşmektedir. Özellikle eleştirel üyeler diğér üyelerin sigarayı bırakmaları için onları; hastalık, doğmamış bebek ve dini inançları ile korkutarak bırakmalarını sağlamaktadırlar. Eleştiren üyeler diğér üyeler ile empati kuramadıkları gibi onları yargılayıcı bir tutum içerisine girmektedirler. Her ne kadar olumsuz bir tutum sergileseler de üyelerin gerçekleri görmelerini sağlayacak rasyonel nedenlere değinmektedirler. Üyeleri özellikle hastalık, aile ve dini inanç yönünden korkutarak dikkatlerini bu yöne çekmeye çalışmışlardır. Bireylerin motivasyonlarını kaybettiklerinde ya da hiç başlamayı düşünmediklerinde bu gerekçeleri düşünerek hareket etmelerini sağlamaktadırlar. Özellikle üyeleri kendi sağlıklarının değerini bilmemekle suçlayarak kendilerini suçlu hissetmelerini sağlamaktadırlar. Sağlıklarını kaybettiklerinde aile üyelerinin yalnız ve kimsesiz kalacağı düşüncesini aşılıyarak kendileri için olmasa bile aile üyeleri için bırakmaları gerektiğine değinmişlerdir. Son olarak bedenlerine verdikleri zararın farkına varmaları ve bu durumu dini bir zorunluluk olarak algılamaları konusunda üyeleri ikna etmeye çalışmaktadırlar.

Bunların yanında üyeler birbirinden bağımsız olarak başarı dileme, başarının kutlanması ve teşekkür mesajlarını da dile getirmektedirler. Üyeler topluluk içerisinde motivasyonun devamlılığı için başarı gösteren her üyenin gerçekleştirmiş olduğu eylemi önemli görmekte ve başarılarını tebrik etmektedir. Ayrıca başarının devamlılığının sağlanmasının içinde temennilerini dile getirmektedirler.

Üyelerine çeşitli şekillerde sağlayan bu sanal topluluklar; gerçek yaşamda var olan destek topluluklarının yerini tutamayabilirler ancak, üyelerine sağladıkları bilgi

paylaşımı ve duygusal yakınlık sayesinde onlar için bir yol gösterici olabilir ve kendilerini yalnız hissetmemeleri için yardımcı olabilmektedirler. Topluluk içerisinde üyeler arasındaki sosyal destek alışverişi gözlemlendiğinde üyelerin destek aramasına nazaran sosyal desteği sunma çok daha önemlidir. Topluluk içerisindeki üyeler uzman kişiler olmasa da aynı coğrafi bölgede yaşamaları da yardım amaçlı varlıklarını sürdürmektedirler. Kalafatoğlu (2015: 411)'nın da ifade ettiği üzere günümüzde internet, bireylerin bilgi ve destek aramak ve sağlamak için başvurduğu kaynaklardır. Sanal topluluklar bilgisayar aracılı iletişim biçimi ile ortaya çıkan sosyal ağlar olup bireylerin sanal olarak bir araya gelerek deneyimlerini paylaşmalarına; sorularına cevap, duygusal destek ve yardım bulmalarına aracılık etmektedir. Bu araştırmada sanal topluluklar özellikle hedef kitleyi tanıma, hedef kitlenin; beklentilerini, taleplerini, sorunlarını bunların yanında destek arayışlarını motivasyon kaynaklarını kavrayabilme açısından ve günümüzün genel bir sağlık problemi olan özelde kadınlara yönelik iç görüler elde ederek bazı bulgular ortaya koymuştur.

Türkçe literatürde sanal topluluklarda sosyal destek kavramını ele alan sınırlı sayıda kaynak olduğu söylenebilir. Bu açıdan sanal topluluklarda sosyal desteğin araştırılması hususunda özellikle insanların sigarayı bırakmalarına yardımcı olma, sağlık ve sosyal medya müdahalelerinin etkinliği konusunda gelecekteki araştırmalara ihtiyaç vardır. Sosyal desteğin sosyal medya kullanımı ile sigarayı bırakma arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğinin araştırılması da gereklidir. Ek olarak, bireylerin sanal topluluklara katılımını ve sigara bırakma davranışlarının topluluktan nasıl etkilendiğini araştırmak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2011). Sosyal medya pazarlaması. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Algesheimer, R., Dholakia, U. M ve Herrmann, A. (2005). The social influence of brand community: Evidence from european car clubs, *Journal of Consumer Research*, 59 (3), 19-34. 16 Ocak 2021 tarihinde, https://www.jstor.org/stable/pdf/30162054.pdf?casa_token=CWoQuDoNcVEA-AAAA:l28TAzrut_q3iB3DSAm9X5465zIheeZ-JDZoyoKy0EZhw-sA-BfP_H8mA-tkN332KFQDJttvVsJanAe_EBHbfoZhc4stmOoGSjQL7s-LWcGvieVR7fQ adresinden erişildi.
- Algtewi, E. E., Owens, J., ve Baker, S. R. (2015). Analysing people with head and neck cancers use of online support groups. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(4), 1-15. <https://doi.org/10.5817/CP2015-4-6>
- Anderson, W. T. (1999). Communities in a world of open systems, *Futures*, 31 (5), 457-463. [https://doi.org/10.1016/S0016-3287\(99\)00005-1](https://doi.org/10.1016/S0016-3287(99)00005-1)
- Ardahan, M. (2006). Sosyal destek ve hemşirelik. Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 9, 68-75. 6 Ocak 2020 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/29313> adresinden erişildi.
- Armstrong, A. ve Hagel, J. (1996). The real value of online communities. *Harvard Business Review*, 74, 134-141. 21 08 2019 tarihinde, <https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities> adresinden erişildi.
- Bagozzi, R.P. ve Dholakia, U.M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, 16 (2), 2-21. 8 Ağustos 2019 tarihinde, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/dir.10006?casa_token=cZhMjynpenYAAAAA:vHBx9sYCn0CTfDbGc0LtR-wWg7vkgUs6xOioBbgIgJJI9x3U3OCZ4ayYZIt7pv5xGRdM0ih53KA8W1A adresinden erişildi.
- Balasubramanian, S. ve Mahajan, V. (2001). The economic leverage of the virtual community. *International Journal of Electronic Commerce*, 5 (3), 103-138. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044212>.

- Ballantine, P. W. ve Stephenson, R. J. (2011). Help me, i'm fat! social support in online weight loss networks, *Journal of Consumer Behaviour*, 10(6), 332–337. <https://doi.org/10.1002/cb.374>
- Beiz, F. M. ve Baumbach, W. (2010). Netnography as a method of lead user identification. *Creativity ve Innovation Management*, 19(3), 304-313. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00571.xb>
- Blanchard, A. L. (2004). Blogs as virtual communities: Identifying a sense of community in the Julie/Julia project. *Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture*, 1-12. 15 Ocak 2020 tarihinde, https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172837/Blanchard_Blogs%20as%20Virtual%20Communities.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden erişildi.
- Blanchard, A. L. ve Markus, M. L. (2004). The experienced sense of a virtual community: characteristics and processes. *The Data base for Advances in Information Systems*, 35(1), 65-79. 20 Eylül 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Anita_Blanchard/publication/220627671_The_Experienced_Sense_of_a_Virtual_Community_Characteristics_and_Processes/links/5450d560cf24e8f7375e0d1.pdf adresinden erişildi.
- Bogdan, R. ve Taylor, S.J. (1999, Şubat). Building stronger communities for all: Thoughts about community participation for people with developmental disabilities. Prepared for President's Committee on Mental Retardation's Forgotten Generations Conferance. Syracuse University, 1-18. 15 Mart 2019 tarihinde, <https://thechp.syr.edu/building-stronger-communities-for-all-thoughts-about-community-participation-for-people-with-developmental-disabilities/> adresinden erişildi.
- Bowler, G.M.J. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270-1275. 9 Ekim 2019 tarihinde, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1045.4141&rep=rep1&type=pdf> adresinden erişildi.

- Boyd, D. ve Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bozkurt, V. (1999). Yıkıcı gemeinschaft'tan öteki'siz postmodern kabilelere: Sanal cemaatler. *Birikim Dergisi*, 127, 65-72. 19 Nisan 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/319350721_Yikici_Gemeinschafttan_Otekisiz_Postmodern_Kabilelere_SANAL_CEMAATLER adresinden erişildi.
- Bradford, T.W., Grier, S. A. ve Henderson, G. R. (2017). Weight loss through virtual support communities: A role for identity-based motivation in public commitment. *Journal of Interactive Marketing*, 40, 9-23. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.06.002>
- Braithwaite, D. O., Waldron, V. R., ve Finn J. (1999). Communication of social support in computer-mediated groups for people with disabilities. *Health Communication*, 11, 123–151. https://doi.org/10.1207/s15327027hc1102_2
- Brandtzaeg, P. B. ve Heim, J. (2008). User loyalty and online communities: Why members of online communities are not faithful. In *Proceedings of the Second International Conference on Intelligent Technologies for Interactive Entertainment*. 11, 1-10. 11 Aralık 2020 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Petter_Brandtzaeg/publication/247927823_User_Loyalty_and_Online_Communities_Why_Members_of_Online_Communities_are_not_Faithful/links/0046352a83619315ee000000/User-Loyalty-and-Online-Communities-Why-Members-of-Online-Communities-are-not-Faithful.pdf adresinden ulaşıldı.
- Buchanan, H. ve Coulson, N. S. (2007). Accessing dental anxiety online support groups: an exploratory qualitative study of motives and experiences. *Patient Education and Counseling*, 66 (3), 263–269. 10 05 2019 tarihinde <https://core.ac.uk/download/pdf/162671445.pdf> adresinden erişildi.
- Buhrmann, C.H. (2003). Virtual communities: İmplications for companies. *South African Journal of Information Management*. 5(4), 1-13. <https://pdfs.semanticscholar.org/8a78/9b1d3de45ba292865975033c5fbd264fb60a.pdf>

- Burnet, G. (2000). Information exchange in virtual communities: a typology. *Information Research*, 5(4). 1 Mart 2019 tarihinde, <http://informationr.net/ir/5-4/paper82> adresinden erişildi.
- Buss, A. ve Strauss, N. (2009). *Online communities handbook: Building your business and brand on the Web*. USA: New Riders Press.
- Cheung, C. M. K. ve Lee, M. K. O. (2009). Understanding the sustainability of a virtual community: Model development and empirical test. *Journal of Information Science*, 35(3), 279–298. 26 Ocak 2021 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Matthew_Lee3/publication/220195901_Understanding_the_sustainability_of_a_virtual_community_model_development_and_empirical_test/links/5475e0e40cf29afed612be2b.pdf adresinden erişildi.
- Chiang, J. K. H. ve Suen, H. Y. (2015). Self-presentation and hiring recommendations in online communities: Lessons from LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, 48, 516-524. 1 Ocak 2021 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Johannes_Chiang/publication/273400295_Self-presentation_and_hiring_recommendations_in_online_communities_Lessons_from_LinkedIn/links/558bbdd308aee99ca9ca5754/Self-presentation-and-hiring-recommendations-in-online-communities-Lessons-from-LinkedIn.pdf adresinden erişildi.
- Chung, J. E. (2014). Social networking in online support groups for health: How online social networking benefits patients, *Journal of Health Communication*, 19(6), 639-659. <https://doi.org/10.1080/10810730.2012.757396>
- Cobb, S. (1995). Social support as a moderator of life stress. A. M. Eward, J. E. Dimsdale, B. T. Engel, D. R. Lipsitt, D. Oken, J. D. Sapira, ... H. Weiner (Der.), *Toward an integrated medicine: Classics from psychosomatic medicine içinde*. (ss. 377–397). Arlington, VA: American Psychiatric Association.
- Cothrel, J. ve Williams, R.L. (1999). On- line communities: helping them form and grow, *Journal of Knowledge Management*, 3(1), 54-60. <https://doi.org/10.1108/13673279910259394>.

- Coursaris, C. K. ve Liu, M. (2009). An analysis of social support exchanges in online HIV/AIDS selfhelp groups. *Computers in Human Behavior*, 25, 911-918. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.006>
- Çetin, İ. ve Özhanlı, Y. (2018). Cerrahi hastalarının sağlık bilgisine ulaşmada internet kullanım özellikleri. *Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(2), 44-49. 5 Temmuz 2019 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/479619> adresinden erişildi.
- Dahan, G. S. ve Levi, E. (2012). Netnografya: Sosyal mecralarda tüketici araştırmaları üzerine yeni bir metot. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(3), 33-54. 12 Mayıs 2019 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/en/pub/e-gifder/issue/7472/98391> adresinden erişildi.
- De Souza, C. S. ve Preece, J. (2004). A framework for analyzing and understanding online communities. *Interacting with Computers*, 16 (3), 579-610. 27 Mart 2019 [http://www-di.inf.puc-rio.br/~clarisse/docs/2004desouzaIwC16\(3\).pdf](http://www-di.inf.puc-rio.br/~clarisse/docs/2004desouzaIwC16(3).pdf) adresinden erişildi.
- De Valck, K., Bruggen, H. ve Wierenga, B. (2009). Virtual communities: A marketing perspective. *Decision Support Systems* 47, 185–203. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.02.008>
- Delanty, G. (2015). Bir kavramın anatomisi: Topluluk. (F.B. Atay, Çev.). İstanbul: Everest Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 2003).
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P. ve Pearo, K. L. (2004). Social influence model of consumer participation in network and small group based virtual communities. *Intern. J. of Research in Marketing* 21, 241–263. 9 Haziran 2019 tarihinde, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.322.5622&rep=rep1&type=pdf> adresinden erişildi.
- Dijk, J. V. (2006). *The network society: Social aspects of new media*. London: Sage Publications.
- Driskel, R.B. ve Lyon, L. (2002). Are virtual communities true communities? Examining the Environments and Elements of Community. *City and Community*, 1(4), 373-390. 18 Şubat 2019 tarihinde, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1540-6040.00031> adresinden erişildi.

- Dyson, E. (1997). Release 2.0. New York: Broadway Books
- Ellis, O., Vasconelos, (2004). Community and Virtual Community. Annual Review of Information, Sciences and Technology 38, 145–186. 18 Ağustos 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/David_Ellis12/publication/37146887_Community_and_Virtual_Community/links/5a0de55e0f7e9b7d4dba5471/Community-and-Virtual-Community.pdf adresinden erişildi.
- Erzurum, F. (2017, Kasım). Paylaşmak hafifletir mi? Kanser hastalarının YouTube paylaşımları. Uluslararası Sağlık İletişimi Sempozyumu, 362-382. 24 Ağustos 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Yunus_Tunc2/publication/323551954_SAGLIK_HIZMETLERI_MESLEK_YUKSEKOKULU_OGRENCILERININ_ILETISIM_BECERILERI_IGDIR_UNIVERSITESI_ORNEGI/links/5a9d2875aca2721e3f326f73/SAGLIK-HIZMETLERI-MESLEK-YUEKSEKOKULU-OeGRENCILERININ-ILETISIM-BECERILERI-IGDIR-UeNIVERSITESI-OeRNEGI.pdf#page=394 adresinden erişildi.
- Etzioni A. ve Etzioni O. (1999). Face-to-face and computer-mediated communities, a comparative analysis. The Information Society, 15 (4), 241-248. <https://doi.org/10.1080/019722499128402>
- Fernback, J. (1999). There is a there there. S. Jones (Der.). In doing internet research: Critical issues and methods for examining the net içinde (ss. 203-220). Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me. Journal of Interactive Advertising, 8(2), 5-15. <https://doi.org/10.1080/15252019.2008.10722138>
- Genç, K. (2007). Sözel dünyadan sanal dünyaya bir iletişim hiyerarşisi: mektup- e-posta, msn. Millî Folklor, 75. 8 Ekim 2020 tarihinde, <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=75&Sayfa=140> adresinden erişildi.
- Gonzalez, G. R. ve Cox, A. (2012). Redefining participation in online community some neglected topics. H. Li (Der.), Virtual community participation and motivation: cross disciplinary theories: Cross disciplinary theories içinde (ss.72-90). Hershey PA: Information Science Reference Publisher.

- Gupta, S. ve H. W. Kim. (2004). Virtual Community: Concepts, implications, and future research directions. Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems. New York, Ağustos, 2679-87. 8 Ağustos 2019 tarihinde, <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.110.5353&rep=rep1&type=pdf> adresinden erişildi.
- Güçdemir, Y. (2015) Sanal ortamda iletişim bir halkla ilişkiler perspektifi. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gwinner, K. P., Dwayne D. G. ve Mary J. B. (1998). Relational benefits in service industries: The customer's perspective. Journal of the Academy of Marketing Science, 26 (2), 101-14. 11 Aralık 2020 tarihinde, https://www.jstor.org/stable/pdf/3203367.pdf?casa_token=cx7Ud2ipzIgAAAAA:1ElIJ_7lxolIhm1Hu-JSnOQnAQ4-Ru84FmOahLekkGfSXkijBe1L9WIJ-449rH5M0dVmZR7EVbQeoaTarVB0cGC4eX496eB700EOlQPuUQi2vSCEDQ adresinden erişildi.
- Hagel, J. (1999). Net gain: Expanding markets through virtual communities. Journal of Interactive Marketing, 13 (1), 55-65. 21 Ağustos 2019 tarihinde, [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/\(SICI\)1520-6653\(199924\)13:1%3C55::AID-DIR5%3E3.0.CO;2C?casa_token=IJggn9B5xDsAAAAA:mg8cy7voagTSirvKfYSaKvDZREduTL7jPVXsUnRLXoTEgo3ErY8fP5WCrokCQhnjgK7UgOOhWKmajS0](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/(SICI)1520-6653(199924)13:1%3C55::AID-DIR5%3E3.0.CO;2C?casa_token=IJggn9B5xDsAAAAA:mg8cy7voagTSirvKfYSaKvDZREduTL7jPVXsUnRLXoTEgo3ErY8fP5WCrokCQhnjgK7UgOOhWKmajS0) adresinden erişildi.
- Hagel, J. ve Armstrong, A. G. (1997). Net gain: Expanding markets through virtual communities. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hu, Y., Manikonda, L., ve Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 8 (1), 595-598. 17 Mart 2021 tarihinde, <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14578/14427> adresinden erişildi.

- Hummel, J. ve Lechner, U. (2002). Social profiles of virtual communities. Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences, 10, 2245-2254. 13 Aralık 2019 tarihinde, <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=994154> adresinden erişildi.
- Hupcey, J.E. (1998). Clarifying the social support theory research linkage. Leading Global Nursining Research, 27(6), 1231-1241. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1998.01231.x>
- Hwang, K. O., Ottenbacher, J., Green, A. P., Cannon-diehl, M. R., Richardson, O., Bernstam, E. V., Thomas, E. J. (2010). Social support in an internet weight loss community. International Journal of Medical Informatics, 79(1), 5–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2009.10.003>
- Iriberry, A. ve Leroy, G. (2009). A life-cycle perspective on online community success. School of Information Systems and Technology. 1, 11- 29. 1 Ocak 2021 tarihinde, <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.592.1587&rep=rep1&type=pdf> adresinden erişildi.
- İspir, B. (2013). Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi. M. C. Öztürk (Der.), Dijital İletişim ve Yeni Medya içinde (ss. 4-26). Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Java, A., Song, X., Finin, T., ve Tseng, B. 2007. Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities. In Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis, 56 65. San Jose, CA: ACM. 10 Ocak 2021 tarihinde, https://ebiquity.umbc.edu/_file_directory_/papers/369.pdf adresinden erişildi.
- Jihyun, K., Jinyoung, K. ve Chad, C. (2021). First impressions in 280 characters or less: Sharing life on Twitter and the mediating role of social presence. Telematics and Informatics, 61 (1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101596>
- Jones, Q. (1997). Virtual communities, virtual settlements and cyber archaeology: A theoretical outline. Journal of Computer Mediated Communication, 3(3),0-0. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00075.x>
- Jones Q. ve Rafaelı S. (2000). Time to split, virtually: Discourse architecture and community building create vibrant virtual publics. Electronic Markets 10(4), 214-223. 4 Ağustos 2020 tarihinde,

https://www.researchgate.net/publication/220505578_Time_to_Split_Virtually_'Discourse_Architecture'_and_'Community_Building'_Create_Vibrant_Virtual_Publics adresinden erişildi.

Jones, S. G. (1995). Understanding community in the information age. In S. G. Jones, (Ed.), *Cybersociety: Computer- mediated communication and community* (pp. 10–35). Thousand Oaks , CA : Sage.

Kalafatoğlu, Ş. (2015). Kadın katılımcıların sanal topluluklarındaki deneyimleri: Çevrim içi bir hamilelik topluluğu. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 385-412. 26 Kasım 2019 tarihinde, <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/S%CC%A7termin%20TAG%CC%86%20KALAFATOG%CC%86LU%20.pdf> adresinden erişildi.

Kaplan, A.M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. 15 Ocak 2021 tarihinde, <https://nohemosentendidonada.com/wp-content/uploads/2018/02/18-kaplanhaenlein2010-usersoftheworldunite-businesshorizons.pdf> adresinden erişildi.

Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beya Yayıncılık.

Kardaras, D., Karakostas, B. ve Papathanassiou, E. (2003). The potential of virtual communities in the insurance industry in the UK and Greece. *International Journal of Information Management*, 23 (1), 41–53. [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(02\)00067-1](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(02)00067-1)

Kaye, B. K. (2005). It's a blog, blog, blog world: Users and uses of weblogs. *Atlantic Journal of Communication*. 13(2), 73-95. 21 Eylül, 2020 tarihinde, https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/s15456889ajc1302_2?casa_token=WXnSLClwPYgAAAAA:OxE94ilF-MAXwDsiShkX-Q1cAGgIm4NtnwqSZS8JNb1SnzSI7aw7URedK1_nHTizDA8ZcvnTHw0s adresinden erişildi.

Kim, A. J. (2000). *Community building on the web: Secret strategies for successful online communities*. Berkley, CA: Addison-Wesley Longman Publishing.

- Koçak, A. ve Bulduklu, Y. (2010). Sağlık iletişimi: Yaşlıların televizyonda yayınlanan sağlık programlarını izleme motivasyonları. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(3), 5-17. 18 Haziran 2019 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19021/200613> adresinden erişildi.
- Koçyiğit, M. ve Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve gelişen dijital iletişim: yazılabilir web teknolojisi (web 2.0). Çakmak, V.ve Çavuş S. (Der.), Dijital kültür ve iletişim içinde (ss.20-48). Konya: Literatürkacademia.
- Kollock, P. (1999). The Economics of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace. M. Smith ve P. Kollock (Der.), Communities in Cyberspace içinde (ss.220-243). London: Routledge.
- Komito, L. (1998). The net as a foraging society: Flexible communities. The Information Society, 14(2), 97-106. <https://doi.org/10.1080/019722498128908>
- Kozinets, R. (1999). E-tribalized marketing? The strategic implications of virtual communities of consumption. European Management Journal, 17(3), 252-264. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(99\)00004-3](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(99)00004-3)
- Kozinets, R. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. Journal of Marketing Research, 39, 61-72. 4 Mayıs, 2019 tarihinde, https://www.jstor.org/stable/pdf/1558584.pdf?casa_token=Q8dU4w2gVxoAAA:AA:0Ysk5zxmZ99DivfLTpoXUMGDqhzydLOi1h8spABRIMP5M3rSn2WthC V84R38A6zBMynTx6sBSnJF5O2Bj0pKC-Q0igbF2ch4jbdMOEm2RpMUN4m1gI adresinden erişildi.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography. Doing ethnographic research online. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Langer, R. ve Beckman, S. C. (2005). Sensitive research topics: Netnography Revisited. Qualitative Market Research, 8(2), 189-203. 1 Ocak 2020 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Suzanne_Beckmann/publication/233742156_Sensitive_research_topics_Netnography_revisited/links/02e7e521f308bc9f2b000000.pdf adresinden erişildi.
- Lazar, J. ve Preece, J. (1998). Classification scheme for online communities. Proceedings of the Fourth Americas Conference on Information Systems, 84-86. 29 Mart 2019 tarihinde,

<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1457&context=amcis1998>
adresinden erişildi.

- Lee, C. S., Bakar, N.A.B.A., ve Sin, S.C.J. (2015). Instagram this! Sharing photos on Instagram. *Lecture Notes in Computer Science*, 9469, 132- 141. 17 Mart 2021 tarihinde, https://dr.ntu.edu.sg/bitstream/10220/40496/1/ICADL2015_submission_33_finalv1submit.pdf adresinden erişildi.
- Malinen, S. (2015). Understanding user participation in online communities: A systematic literature review of empirical studies. *Computers in Human Behavior*, 46, 228–238. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.004>
- Maret, P., Akerkar, R. ve Vercouter, V. (2017). Virtual communities, a typology. *Journal: Web Intelligence*, 15, 185-187. 14 Ekim 2019 tarihinde, <https://pdfs.semanticscholar.org/b559/84b141fac7bb4f7fde5e435ff560ee96a0ae.pdf> adresinden erişildi.
- Mc Millan, D. W. ve Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23. 17 07 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/David_Mcmillan7/publication/235356904_Sense_of_Community_A_Definition_and_Theory/links/59e65cc6aca2721fc227a799/Sense-of-Community-A-Definition-and-Theory.pdf adresinden erişildi.
- Memmi, D. (2006). The nature of virtual communities. *AI and Society*, 20(3), 1-16. 09 Şubat 2019 tarihinde, <https://archipel.uqam.ca/5432/1/AI%26S-2006.pdf> adresinden erişildi.
- Muniz, A. M. ve O’Guinn, T. (2001). Brand community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412-432. 3 Eylül 2019 tarihinde, https://www.jstor.org/stable/pdf/10.1086/319618?casa_token=v-_Aw5zYnmIAAAAA:2xB0tXM289zpXsx6zPPwTaMRE2f_EYBAEmZ1tWG8dWPwK-17Zudy4XYkzCoXwUgx_5m4YYXz_KkRXAbFgPOvuSkSuujAIna5Rhj-hB-9WeExJCyosms adresinden erişildi.
- Myrick, J.G., Holton, A. E., Himelboim I. ve Love, B. (2015). #Stupidcancer: exploring a typology of social support and the role of emotional expression in a social media community, *Health Communication*, 31(5), 596-605. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.981664>

- Neil S. C., Heather B. ve Aimee A. (2007). Social support in cyberspace: A content analysis of communication within a Huntington's disease online support group. *Patient Education and Counseling*, 68 (2) 173–178. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2007.06.002>
- Nelson, M.R. ve Otnes, C. (2005). Exploring cross-cultural ambivalence: A netnography of intercultural wedding message boards. *Journal of Business Research*. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00477-0](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00477-0)
- Ng, D. (2011), *Online Community Management For Dummies*. Canada: John Wiley
- Nip, J. Y. N. (2004). The Relationship between Online and Offline Communities: The Case of the Queer Sisters. *Media, Culture and Society*, 26(3), 409-428. <https://doi.org/10.1177/0163443704042262>
- Okleshen, C. ve Grossbart, S. (1998). Usenet groups, virtual community and consumer behaviors. *Advances in Consumer Research*, 25(1), 276-282. 10 Ekim 2020 tarihinde, <https://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=00989258&AN=83386446&h=0dLa6pVMxsEXnu64PqNEviXiw8RRClczHHo20q1sglXSy9j7kYuSr3upCrwdvPIUzHCBOpkzn4SlkYccwviZRw%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d00989258%26AN%3d83386446> adresinden erişildi.
- Özel, Aybike. Sert, Nuray. (2015). *Dijital halkla ilişkiler*. İstanbul: Derin Kitap.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. (S. Demir, Çev.) Ankara: Pegem Akademi. (Oriijinal eserin yayın tarihi 2014).
- Pfeil, U. (2009). *Online Support Communities*. Z. Panayiotis ve A. Chee Siang (Der), *Social computing and virtual communities içinde* (ss.121-150). New York, CRC Press.
- Pfeil, U. ve Zaphiris P. (2009). Applying qualitative content analysis to study online support communities. *Universal Access in the Information Society*, 9(1), 1-16. 10 Mayıs 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Panayiotis_Zaphiris/publication/40865379_Applying_qualitative_content_analysis_to_study_online_support_communities/1

inks/02e7e51914d4b0556e000000/Applying-qualitative-content-analysis-to-study-online-support-communities.pdf adresinden erişildi.

- Pitta, D. A. ve Fowler, D. (2005). Internet community forums: An untapped resource for consumer marketers. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 265-274. 15 Eylül 2019 tarihinde https://mdsoar.org/bitstream/handle/11603/4041/Internet_community_forums_An_untapped_resource_for.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden erişildi.
- Plant, R. (2004). Online Communities. *Technology in Society*, 26(1), 51-65. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2003.10.005>
- Porter, C. E. (2004). A typology of virtual communities: a multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (1), 00-00. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*. Chichester, England: John Wiley and Sons.
- Preece, J. ve Maloney-Krichmar, D. (2003). Online communities. J. Jacko ve A. Sears (Der.), *Handbook of human-computer interaction içinde* (ss. 596-620). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers.
- Preece, J., Maloney-Krichmar, D. ve Abras, C. (2003). History of online communities. K. Christensen ve D. Levinson (Der.), *Encyclopedia of community: from village to virtual world içinde* (ss.1023-1027). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Preece, J., Nonnecke, B., ve Andrews, D. (2004). The top five reasons for lurking: Improving community experiences for everyone. *Computers in Human Behavior*, 20 (2), 201- 223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2003.10.015>
- Rageh, A., Melewar, T.C. ve Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126-149. 24 Aralık 2020 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Ahmed_Ismail46/publication/49402775_A_netnography_study_on_branded_customer_experience_evidence_from_the_red_sea/links/5b3b70dc0f7e9b0df5e93a06/A-netnography-study-on-branded-customer-experience-evidence-from-the-red-sea.pdf adresinden erişildi.

- Reich, S. (2010). Adolescents sense of community on myspace and facebook: A mixed methods approach. *Journal Of Community Psychology*, 38(6), 688-705. <https://doi.org/10.1002/jcop.20389>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Toronto, Canada: Addison-Wesley.
- Ridings, C. M., David, G. ve Arinze B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities, *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), 271-295. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00021-5](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00021-5)
- Ridings, C., Gefen David ve Bay A. (2006). Psychological barriers: Lurker and poster motivation and behavior in online communities. *Communications of the Association for Information Systems*, 18(16), 329-354. 9 Şubat 2019 tarihinde, <https://pdfs.semanticscholar.org/8085/10fda60f169e7eaa94a06825b32a98603ac7.pdf> adresinden erişildi.
- Ridings, C.M. ve Gefen, D. (2004). Virtual community attraction: Why people hang out online. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10(1), 1-20. 31 Aralık 2019 tarihinde, https://people.eng.unimelb.edu.au/vkostakos/courses/socialweb10F/reading_material/2/Virtual%20Community%20Attraction_Why%20People%20Hang%20Out%20Online.pdf adresinden erişildi.
- Roffeei, S. H. M., Noorhidawati, A. ve Basar, S. K. R. (2015). Seeking social support on Facebook for children with Autism Spectrum Disorders (ASDs). *International Journal of Medical Informatics*, 81(5), 80-95. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2015.09.007>
- Romm, C.T., Pliskin, N. ve Clarke, R.J. (1997). Virtual communities and society: Toward an integrative three phase model. *International Journal of Information Management*, 17(4), 261-270. 8 Ağustos 2019 tarihinde, https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51332649/Virtual_communities_and_society_Toward_a20170113-3958-1u8x5mn.pdf?1484304736=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DVirtual_communities_and_society_toward_a.pdf&Expires=1611996670&Signature=V57kgp1XsZkNyoAu3Wk9PP2kYhUzRePHDupZeBhWJj7fuFd3sUZp3iJgcrFRRhXai-TaKJJ6pk37Osei83WKz-t-bQHUBkxELpT1mYCHCcppDN9Ahs6oJu-

8a86vom8N5REgEKi94T0PXMJr8icKepQm6DTkMpt3Uh1USnStb~KNeriQO
LyXfZ1w3LdheEXlpD0zzq4K8YX6uh~slTWf-
Orjni49pV9AelF1XApNq5wgcNcgBCXx6NmFuvPEtf1YQ6j19-
LtptVDOQXGJFI-wmGleEtbFzR7O8YOHQEskCFRXwMyJCHVCICqeNmQ-
YaXHqqRaNFL43Env9Cwdi2X7zA__&Key-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA adresinden erişildi.

- Rothaermel, F. T. ve Sugiyama, S. (2001). Virtual internet communities and commercial success: Individual and community-level theory grounded in the atypical case of TimeZone.com. *Journal of Management*, 27(3), 297-312. 19 Ağustos 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/publication/271558390_Virtual_Internet_Communities_and_Commercial_Success_Individual_and_Community-Level_Theory_Grounded_in_the_Atypical_Case_of_TimeZonecom adresinden erişildi.
- Rotman, D. ve Preece, C. (2010). The ‘WeTube’ in YouTube creating an online community through video sharing. *Web Based Communities*, 6(3), 317-333. 10 Ocak 2021 tarihinde, <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJWBC.2010.033755> adresinden erişildi.
- Roy, A. (2015, Mayıs). A typology of virtual communities on the internet: contingency marketing approaches. *Proceedings of the First International Academic Research Conference on Marketing and Tourism Conference*. 6 Mayıs 2019 tarihinde, http://globalbizresearch.org/Dubai_Conference2015_May_2/conference/psd/DM509.pdf adresinden erişildi.
- Royo Vela, M. ve Casamassima, P. (2009). The influence of belonging to virtual brand communities on consumers' affective commitment, satisfaction and Word of mouth advertising: The zara case. *Online Information Review*, 35(4), 517-541. 1 Ocak 2021 tarihinde, https://www.researchgate.net/publication/220207718_The_influence_of_belongi ng_to_virtual_brand_communities_on_consumers'_affective_commitment_satisf action_and_word-of-mouth_advertising_The_ZARA_case adresinden erişildi.

- Safko, L. ve Brake, D. K. (2009). The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, Inc.
- Sayımer, İ. (2012). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.
- Schrammel, J., Köffel, C. ve Tscheligi, M. (2009). How much do you tell? Information disclosure behaviour in different types of online communities. Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies, 285-284. 11 Aralık 2020 tarihinde, https://www.researchgate.net/publication/221144129_How_Much_do_You_Tell_Information_Disclosure_Behaviour_in_Different_Types_of_Online_Communities adresinden erişildi.
- Sethi, A.ve Adhikari, B. (2010). Business Communication. New Delhi: Tata McGraw Hill
- Shumaker, S. A. ve Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: Closing conceptual gaps. Journal of Social Issues, 40, 11-36. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1984.tb01105.x>
- Solis, B. ve Breakenridge D. (2010). PR 2.0 in a web 2.0 world: What is public relations 2.0. New Jersey: FTPress Delivers.
- Sproull, L. ve Faraj, S. (1997). Atheism, sex and databases: The net as a social technology. S. Kiesler (Der.), Culture of the Internet içinde (ss. 35-51). Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Stanoevska Slabeva, K. (2002). Toward a community-oriented design of internet platforms. International Journal of Electronic Commerce. 6(3), 71-95. <https://doi.org/10.1080/10864415.2002.11044244>
- Stanoevska Slabeva, K. ve Schmid B. F. (2001). A Typology of online communities and community supporting platforms. Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 7, 1-10. 4 Mayıs 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Katarina_Stanoevska-Slabeva/publication/224071769_A_typology_of_online_communities_and_community_supporting_platforms/links/0fcfd506ada5c67fa6000000.pdf adresinden erişildi.
- Şahin, İ. (2013). Online alevi topluluklar ritüel desenli bir gruptan mit desenli bir inanç topluluğuna. Konya: Çizgi Kitabevi.

- Tardini, S. ve Cantoni, L. (2005). A semiotic approach to online communities: Belonging, interest and identity in websites and videogames communities. IADIS International Conference e-Society, 371-378. 4 Mayıs 2019 tarihinde, https://www.researchgate.net/profile/Lorenzo_Cantoni2/publication/266218884_A_SEMIOTIC_APPROACH_TO_ONLINE_COMMUNITIES_BELONGING_INTEREST_AND_IDENTITY_IN_WEBSITES_AND_VIDEOGAMES_COMMUNITIES/links/5510112b0cf224726ac4f2a6/A-SEMIOTIC-APPROACH-TO-ONLINE-COMMUNITIES-BELONGING-INTEREST-AND-IDENTITY-IN-WEBSITES-AND-VIDEOGAMES-COMMUNITIES.pdf adresinden erişildi.
- Tönnies, F. (2019). Cemaat ve cemiyet. (E. Güler, Çev.). İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1887).
- Typaldos, C. (2000, Eylül): The 12 principles of collaboration: Guidelines for designing internet services that support group collaboration. Fast Company Magazine, 38. 1-32. 7 Ağustos 2019 tarihinde, <http://immersion.gmu.edu/immsite/student/spring04/docs/12principles.pdf> adresinden erişildi.
- Varnalı, K. (2013). Dijital kabilelerin izinde: Sosyal medyada netnografik araştırmalar. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Wang, Y. ve Fesenmaier, D. R. (2003). Assessing motivation of contribution in online communities: an empirical investigation of an online travel community. Electronic Markets, 13(1), 33-45. 4 Mayıs 2019 tarihinde, http://www.electronicmarkets.org/fileadmin/user_upload/doc/Issues/Volume_13/Issue_01/V13I1_Assessing_Motivation_of_Contribution_in_Online_Communities.pdf adresinden erişildi.
- Wang, Y. ve Fesenmaier, D. R. (2004). Towards understanding members general participation in and active contribution to an online travel community. Tourism Management, 25(6), 709-722. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.011>
- Wang, Y., Yu, Q. ve Fesenmaier, D. R. (2002). Defining the virtual tourist community: Implications for tourism marketing. Tourism Management, 23(4), 407-417. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00093-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00093-0)

- Wellman, B. ve Gulia, M. (1999). Virtual communities as communities: Net-surfers don't ride alone. P. Kollock ve M. Smith (Der.), Communities and cyberspace içinde (ss. 167-194). New York: Routledge.
- White, M. ve Dorman, S.M. (2001). Receiving social support online: implications for health education. Health Education Research, 16(6), 693-707. <https://doi.org/10.1093/her/16.6.693>
- Whittaker, S., Isaacs E. ve Vicki O. (1997). Widening the net. Workshop report on the theory and practice of physical and network communities. SIGCHI Bulletin, 29(3), 27-30. 16 Ağustos 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Ellen_Isaacs/publication/238066023_Widening_the_net_Workshop_report_on_the_theory_and_practice_of_physical_and_network_communities/links/0deec5339cba2b9d1a000000/Widening-the-net-Workshop-report-on-the-theory-and-practice-of-physical-and-network-communities.pdf adresinden erişildi.
- Winzelberg, A. (1997). The analysis of an electronic support group for individuals with eating disorders. Computers in Human Behavior, 13(3), 393-407. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(97\)00016-2](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(97)00016-2)
- Wise, K., Hamman, B. ve Thorson, K. (2006). Moderation, response rate, and message interactivity: Features of online communities and their effects on intent to participate. Journal of Computer-Mediated Communication, 12, 24-41. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00313.x>
- Wu, M.Y. ve Pearce, P.L. (2014). Appraising netnography: Towards insights about new markets in the digital tourist era. Current Issues in Tourism, 17(5). <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.833179>
- Yeygel Çakır, S. (2006). Postmodern toplumsal yapının pazarlamaya getirdiği yeni boyut topluluk pazarlaması tribal marketing. Bilig, 197-228. 3 Ocak 2021 tarihinde, https://www.researchgate.net/publication/228469480_Postmodern_Toplumsal_Yapinin_Pazarlamaya_Getirdigi_Yeni_Boyut_Topluluk_Pazarlamasi_Tribal_Marketing adresinden erişildi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları

- Yıldırım, İ. (2004). Eş destek ölçeğinin geliştirilmesi, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 3 (22), 19-25. 5 Mayıs 2019 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/tpdrd/issue/21442/229709> adresinden erişildi.
- Yılmaz, M. ve Candan, F. (2016). Sağlık iletişimi çerçevesinde çevrim içi destek grubu işlevi: Böbrekle hayat bulanlar. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6 (3), 20 Mart 2019 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/odusobiad/issue/26332/280102> adresinden erişildi.
- Yuvakgil, Z. (2017). Yaşlılarda algılanan sosyal destek düzeyleri, sosyal ağ büyüklükleri ile sağlıklı yaşam biçimi davranışları arasındaki ilişki ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> . (478863).
- Zhang, Y., He, Dan. ve Sang, Y. (2013). Facebook as a platform for health information and communication: a case study of a diabetes group. Journal of Medical Systems, 5 Eylül 2019 tarihinde, https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Zhang2013_FB_Diabetes.pdf sitesinden erişildi.

EKLER

EK 1.Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Onay Formu

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

(Proje Onay Formu)

TARİH :
YER :
KATILIMCILAR : Prof.Dr. GÜNAY ÇAKIR (Başkan)
Prof.Dr. BAHRİ BAYRAM (Üye)
Prof.Dr. MÜGE YILMAZ (Üye)
Prof.Dr. BAYRAM NAZIR (Üye)
Prof.Dr. EKREM CENGİZ (Üye)
Prof.Dr. SAİME ŞAHİNÖZ (Üye)
Prof.Dr. FERKAN SİPAHİ (Üye)

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU	
Projenin Adı:	SANAL TOPLULUKLARDA SİGARA BIRAKMA MÜCADELESİNİN NETNOGRAFİK İNCELENMESİ: KADİNLARKULUBU.COM ÖRNEĞİ
Projenin Niteliği:	Yüksek Lisans Tezi
Proje Araştırmacıları:	Doç. Dr. Salih Güran Gizem Mercimek
Proje Yürütücüsünün Haberleşme Bilgileri:	Doc. Dr. Salih GÜRAN
Araştırmanın Amacı:	Araştırmanın amacı, sanal toplulukların en önemli işlevleri arasında olan sosyal destek olgusunu sanal topluluk üyeleri üzerinden incelemektir. Özellikle üyelerin sanal topluluklarda sigarayı bırakmaları konusunda birbirleri ile olan sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini buna bağlı olarak üyeler arasında ki iletişim pratiklerini, ve çevrimiçi deneyimlerini, çevresel sorunlarını, beklenti ve taleplerini ortaya koymak ve topluluğa yön veren etkin üyeleri incelemek çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

	<p>Araştırmanın amacına bağlı olarak aşağıdaki sorular araştırma soruları olarak belirlenmiştir.</p> <p>1) Topluluğun üye tipi nasıldır?</p> <p>2) Topluluk üyelerinin birbirleri ile olan sosyal destek alışverişi nasıl gerçekleşmektedir?</p>
Araştırmanın Gerekçesi:	<p>İnternetin gelişimi ile birlikte bireyler sosyal hayatta katılabilecekleri topluluklar dışında sanal toplulukları da aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Özellikle bireylerin sanal topluluklara katılım göstermelerinde önemli bir faktör olan sosyal destek olgusu Türkçe literatürde henüz kapsamlı bir şekilde araştırılmamıştır. Bu nedenle bireylerin sanal topluluklar üzerinden sosyal destek alışverişlerinin nasıl gerçekleştiğini incelemek önem arz etmektedir. Özellikle günümüzde kadınların sigara kullanım oranının erkeklere oranla artış göstermesi hem anne hem de çocuk açısından tehlike yaratmaktadır. Bu nedenle sigara bırakma konusunda incelenmesi ise genel bir halk sağlığı problemi olduğu için ayrıca önemlidir.</p>
Araştırmanın Yöntemi:	<p>“Netnografi” veya “internetteki etnografya” terimi ilk olarak Robert Kozinets tarafından geliştirilmiştir. Etnografik araştırma tekniklerini bilgisayar aracılı iletişim yoluyla ortaya çıkan kültür ve toplulukların çalışmasına uyarlayan yeni bir kalitatif araştırma metodolojisidir. İlk olarak bir pazarlama araştırması tekniği olarak ortaya çıkan netnografi, ilgili çevrimiçi tüketici gruplarının ihtiyaç ve karar etkilerini tanımlamak ve anlamak için çevrimiçi forumlarda kamuya açık olan bilgileri kullanmıştır (Kozinets, 2002, 62).</p>

	<p>Araştırmacılar insanların sanal ortamlarda ne yaptıkları, kendilerini nasıl ifade ettikleri, onları neyin motive ettiği, kendilerini nasıl yönettikleri, insanları katılmak için neyin cezbedtiği, neden bazı insanların katılmaktansa gözlem yapmayı tercih ettikleri gibi konuları aydınlatmak üzere bu araştırma yöntemini kullanmaktadırlar. Etnografi belirli bir bağlamda çevrim içi davranışa ilişkin daha kapsamlı bir anlayış geliştirmek için kullanılan bir yöntemdir (Preece ve Maloney-Krichmar, 2005, s. 2)</p>
<p>Kullanılacak biyolojik, psikolojik ve teknik vb. tüm yöntemleri açıklayan etik ile ilgili özet:</p>	<p>Araştırma netnografi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilecek olan nitel bir çalışmadır. Kadınarkulubu.com üzerinden üye yorumları çevrimiçi olarak gözlenecektir. Üyelerin topluluk içerisinde yapmış oldukları yorumlar herhangi bir gizlik taşımamaktadır. Üyelerin yorumları tüm internet kullanıcılarına açık bir sanal ortamda bulunmaktadır. Kullanıcılar genel olarak bu sanal topluluklarda anonim isimler kullanmaktadır. Ayrıca tez içerisinde örnek olarak yer verilecek olan kullanıcı yorumları da kullanıcı numarası verilerek gösterilecektir. Bu nedenle ifade edildiği gibi kullanıcılara zarar verecek durumlar bulunmamaktadır.</p>

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Sayın Doç. Dr. Salih GÜRAN'ın "Sanal Topluluklarda Sigara Bırakma Mücadelesinin Netrografik İncelenmesi: Kadınarkulubu.com Örneği" adlı projesi değerlendirilmiştir.

- Proje etik açısından uygun bulunmuştur. ☒
- Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir. ☐
- Proje etik açısından uygun bulunmamıştır. ☐

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Gizem Mercimek

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Karadeniz Teknik Üniversitesi/Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

Yüksek Lisans Öğrenimi : Gümüşhane Üniversitesi/Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İş Deneyimi

Stajlar : Bayburt Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Basın Müdürlüğü

Çalıştığı Kurumlar : Vakıfbank Bayburt Şubesi

Tarih : 10.03.2021