



T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM SÜRECİNDE GÜVEN
OLGUSU: ÜNİVERSİTE LİSANS ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Doktora Tezi

Mustafa Erdi ÇELEBİ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı

İZMİR

2024

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM SÜRECİNDE GÜVEN
OLGUSU: ÜNİVERSİTE LİSANS ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Doktora Tezi

Mustafa Erdi ÇELEBİ
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Gaye EREL

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
İletişim Araştırmaları Doktora Programı

ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne sunduğum “BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM SÜRECİNDE GÜVEN OLGUSU: ÜNİVERSİTE LİSANS ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA” adlı doktora tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

Mustafa Erdi ÇELEBİ

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında; güven eğiliminin bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusu ile ilişkisi incelenmiştir. Tez çalışmamın temel motivasyonu, güven eğiliminin iletişim süreçlerine olan etkisini anlamak ve günümüzdeki iletişim teknolojilerinin güven olgusu üzerindeki rolünü ortaya çıkarmaktır.

Tez danışmanım Prof. Dr. Gaye EREL, kişilerarası iletişim alanında uzman bir akademisyendir, onun bu alandaki rehberliği ve desteği sayesinde bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusu üzerine ilgi çekici bir çalışma yapma fırsatı buldum.

Toplam internet kullanıcıları sayısı içinde z kuşağı önemli bir yere sahiptir. Günümüzde z kuşağının temsilcileri arasında yer alan üniversite öğrencilerinin birbirleri arasında iletişim kurmak için sıklıkla internete başvurması sonucunda gençlerin bilgisayar aracılı iletişim hakkındaki tutum ve davranışlarına yönelik literatürdeki ilgi artış eğilimindedir. Söz konusu ilgiye cevap verebilmesi amacıyla bu çalışmada 18-26 yaş aralığında üniversite lisans öğrencileri üzerinde bir araştırma yaptım. İnternet kullanımının yoğun olduğu bu yaş grubunun güven olgusundaki farklılıkları anlamamızı sağlayacağını düşünüyorum. Örnekleme, çalıştığım üniversitedeki öğrencilerden seçtim ve onların değerli katkılarıyla araştırmamın sonuçlarına ulaştım.

Son olarak, bu tezin bilimsel dünyaya katkı sağlaması ve güven olgusu hakkındaki anlayışımızı zenginleştirmesi dileğiyle, okuyucuların ilgisini çekecek bir çalışma olmasını temenni ediyorum.

Ankara, 22.02.2024

Mustafa Erdi ÇELEBİ

ÖZET

Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki gelişmelerin kişilerarası iletişim süreçlerine kazandırdığı yeni etkileşim teknikleri ‘‘Bilgisayar Aracılı İletişim’’ kavramının hayatımıza girmesini sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak çevrimiçi iletişim araçlarının yaygınlaşması neticesinde literatürde bu konuya olan ilgi her geçen gün artmaktadır.

Ancak, bilgisayar aracılı iletişim ve yüz yüze iletişimde güven olgusunun nasıl inşa edildiği arasındaki farklılıklar ve benzerlikler literatürde tartışmalıdır. Literatürde bu tartışmalar bilgisayar aracılı iletişimin teknik özelliklerine odaklanmaktadır. Bu durum güvenen öznenin ‘‘güvenme yatkınlıkları’’nın göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bu tezde ise üniversite lisans öğrencilerinin güven eğilimleri ve bilgisayar aracılı iletişim süreçlerine ilişkin tutum ve güven algılarıyla ilişkisi ölçülmüştür. Böylece bilgisayar aracılı iletişimde güven inşa etme sürecinin kişilerin güven eğilimleriyle ilişkisi ortaya çıkarılmıştır. Karma yöntemin benimsendiği araştırmada öncelikle anket tekniği ile güven eğilimi ve bilgisayar aracılı iletişimde güvenin ilişkisi analiz edilmiş, ardından bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusu röportaj tekniği ile derinlemesine irdelenmiştir.

Uygulanan anket ve röportajlar neticesinde güvenme eğilimi yüksek olan öğrencilerin bilgisayar aracılı iletişim süreçlerine daha fazla güven atfettikleri sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Güven, Güven Eğilimi, Kişilerarası İletişim, Bilgisayar Aracılı İletişim, İnternet, Sosyal Medya

ABSTRACT

New interaction techniques brought to interpersonal communication processes by the developments in Information and Communication Technologies have enabled the concept of "Computer Mediated Communication" to enter our lives. In parallel with the advancement of technology, as a result of the proliferation of online communication tools interest in this subject in the literature has been increasing day by day.

However, the differences and similarities in how trust is constructed in computer-mediated communication and face-to-face communication are debated in the literature. The discussions in the literature focus on the technical features of computer-mediated communication. This situation leads to the neglect of the trusting subject's "propensity to trust." In this dissertation, the correlation between university undergraduate students' propensity to trust and their attitudes and trust perceptions related to computer-mediated communication processes has been measured. Thus, the relationship between the construction of trust in computer-mediated communication and individuals' propensity to trust has been revealed. In the research where the mixed-method approach was adopted, the relationship between propensity to trust and trust in computer-mediated communication was first analyzed using a survey technique, and then the concept of trust in computer-mediated communication was examined in-depth using the interview technique.

As a result of the surveys and interviews, it was concluded that students with a high tendency to trust attributed more trust to computer-mediated communication processes.

Key words: Trust, Propensity to Trust, Interpersonal Communication, Computer-Mediated Communication, Internet, Social Media

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT	III
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR	XIII
GİRİŞ	1
Araştırmanın Konusu	1
Araştırmanın Amacı	3
Araştırmanın Önemi.....	7
Araştırmanın Yapısı	12
Sınırlılıklar.....	17
BİRİNCİ BÖLÜM: GÜVEN OLGUSU	18
1.1. Tarihsel Gelişimi	21
1.1.1. Antik Yunan Öğretileri	21
1.1.2. Doğu Felsefesi.....	24
1.1.3. Rönesans Dönemi Düşünürleri	25
1.1.4. Aydınlanma Çağı	27
1.1.5. Güvenin Modern Yorumları ve Günümüz	28
1.2. Kişilerarası İletişimde Güven Kavramı	28
1.3. Kişilerarası İletişimde Güven Modelleri.....	32
1.3.1. Davranışsal Yaklaşım Modeller	34
1.3.1.1. Deutsch'un Güven ve Şüphe Modeli	37
1.3.1.2. Zand'ın Bilgi, Etki ve Kontrol ile Güven İlişkisi Modeli	39
1.3.1.3. Axelrod'un İş Birlikçi Yaklaşım Modeli	41
1.3.1.4. Hardin'in Rasyonel Seçim Teorisine Dayalı Güven Modeli	44
1.3.2. Psikolojik Yaklaşım Modeller.....	52
1.3.2.1. Tek Boyutlu Psikolojik Yaklaşım Modelleri	53
1.3.2.2. İki Boyutlu Psikolojik Yaklaşım Modelleri	69
1.3.2.3. Çok Boyutlu ve Dönüşümsel Psikolojik Yaklaşım Modelleri	76
1.3.3. Güven Modellerinden Çıkarılan Sonuçlar	85

1.3.3.1. Güvenenin Özellikleri Faktörü.....	86
1.3.3.2. Güvenilenin Özellikleri Faktörü	88
İKİNCİ BÖLÜM: BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM	90
2.1. BAİ'nin Tarihçesi.....	90
2.2. Literatürde BAİ Hakkında Tartışmalar	91
2.2.1. Bilgisayar Aracılı İletişimin Avantajları.....	92
2.2.2. Bilgisayar Aracılı İletişimin Dezavantajları.....	93
2.3. Bilgisayar Aracılı İletişimde Güven Olgusu	94
2.3.1. BAİ'de Güvenin Önemi	97
2.3.2. Güven Duygusunun Bilgisayar Aracılı İletişimdeki Rolü	98
2.3.3. Online ve Offline Güven Arasındaki Farklar.....	99
2.3.3.1 BAİ'de Fiziksel Mesafe ve Anonimlik Kavramları	105
2.3.4. BAİ'de Güvenin Oluşumu ve Bileşenleri	107
2.3.4.1. Önceki Deneyimler	109
2.3.4.2. Üçüncü Taraf Bilgileri	109
2.3.4.3. İlk İzlenimler	109
2.3.4.4. Karşılıklılık	115
2.3.4.5. Güvenilirlik ve Doğruluk	115
2.3.4.6. İtibar Sistemleri	117
2.3.4.7. Sosyal Kanıt	117
2.3.4.8. İletişim Kurulan Platformun Tasarımı	117
2.3.4.9. Gizlilik ve Güvenlik.....	118
2.3.5. BAİ'de Güvenin Sürdürülmesi ve Bozulması	118
2.3.5.1. Güvenin Sürdürülmesi	118
2.3.5.2. Güvenin Bozulması ve Yeniden Kurulması.....	118
2.3.6. Güveni Engellenen Faktörler	119
2.3.7. BAİ'de Algılanan Risk ve Güven	120
2.3.8. BAİ'de Güven Oluşumunda Kişi, Bilgi ve Teknoloji Özellikleri.....	121
2.3.8.1. BAİ'de Kişiye Güven.....	121
2.3.8.2. BAİ'de Bilgiye Güven	122
2.3.9.3. Teknolojiye Güven.....	131
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: NİCEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	135

3.1. Nicel Araştırma Yöntemi.....	135
3.1.1. Nicel Araştırma Hipotezleri	135
3.1.2. Nicel Araştırma Araçları	136
3.1.3. Nicel Araştırmada Evren ve Örneklem	138
3.1.4. Nicel Araştırmada Veri Toplama Süreci.....	143
3.1.5. Nicel Araştırmada Veri Analizi ve Değerlendirme Yöntemi.....	144
3.2. Nicel Araştırma Verilerinin Analizi	146
3.2.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı	146
3.2.2. Öğrencilerin BAİ Kullanım Özelliklerinin Dağılımı	149
3.2.2.1. Öğrencilerin Kullandıkları BAİ Aletleri	152
3.2.2.2. Öğrencilerin Günlük BAİ Kullanım Süreleri.....	153
3.2.2.3. Öğrencilerin Sosyal Medya Platformu Kullanımları	154
3.2.2.4. Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulaması Kullanımları.....	156
3.2.2.5. Öğrencilerin Kişilerarası İletişim Platformu Kullanımları	158
3.2.2.6. Bilgisayar Aracılı İletişim Kullanım Amaçları	160
3.2.2.7. Hipotezler Kapsamında BAİ Kullanım Özellikleri.....	161
3.2.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri	163
3.2.3.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	163
3.2.3.2. Güvenilirlik Analizi	167
3.2.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Betimsel İstatistikleri	168
3.2.5. Hipotez Testleri.....	170
3.2.5.1. Ölçek Puanlarının BAİ ile Geçirilen Süreye Göre Karşılaştırılması ...	171
3.2.5.2. Ölçek Puanlarının Kullanılan Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Karşılaştırılması	174
3.2.5.3. Ölçek Puanlarının Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Karşılaştırılması	179
3.2.5.4. Ölçek Puanlarının Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu Sayısına Göre Karşılaştırılması	182
3.2.5.5. Ölçek Puanlarının Kullanılan BAİ Platformları Toplam Sayısına Göre Karşılaştırılması	184
3.2.5.6. Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Kurumsal ve Bireysel Güven Boyutlarının Karşılaştırılması	190
3.2.5.7. Ölçek Puanlarının İlişkisi	191

3.2.5.8. Regresyon Analizleri.....	193
3.2.5.9. Kümeleme Analizi	202
3.3. Nicel Araştırma Bulgularının Yorumu	203
3.3.1. Reddedilen Hipotezlerin Tartışılması	204
3.3.2. Ölçek Puanların BAİ Kullanım Özelliklerine Göre Tartışılması	211
3.3.2.1. Güven Eğilimi ve Toplam BAİ Platformu Kullanım Sayısı	211
3.3.2.2. Güven Eğilimi ve Toplam Sosyal Medya Hesabı Sayısı	213
3.3.3. Güven Eğiliminin Diğer Değişkenler ile Etkileşimleri.....	215
3.3.4. Diğer Bulguların Tartışılması	224
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: NİTEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	225
4.1. Nitel Araştırma Yöntemi	225
4.1.1. Nitel Araştırmada Evren ve Örneklem.....	227
4.1.2. Nitel Araştırmada Veri Toplama Süreci	230
4.1.3. Nitel Araştırmada Veri Analizi ve Değerlendirme Yöntemi	230
4.2. Nitel Araştırma Verilerinin Analizi ve Yorumu	231
4.2.1. Katılımcıların Bilgisayar Aracılı İletişim Süreciyle İlgili Görüşleri.....	239
4.2.1.1. BAİ Hakkında Pozitif Görüşler.....	246
4.2.1.2. BAİ Hakkında Negatif Görüşler	256
4.2.2. Katılımcıların BAİ’de Güven Olgusu Hakkındaki Görüşleri	259
4.2.3. Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklar	264
4.2.4. BAİ’de Güvenin İnşa Edilmesi Süreçleri.....	270
4.2.4.1. BAİ’de Güvenin Artması	278
4.2.4.2. BAİ’de Güvenin Göstergeleri	279
4.2.4.3. BAİ’de Güvenin Hissettirdikleri	282
4.2.5. BAİ’de Kişi, Bilgi ve Teknolojiye Güven	285
4.2.5.1. BAİ’de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği	285
4.2.5.2. BAİ’de Bilgi Güvenilirliği	297
4.2.5.3. Teknolojiye Güven Olgusu Üzerine Görüşler.....	302
4.2.6. BAİ’de Riskler, Engeller ve Güvene Zarar Veren Faktörler	312
4.2.6.1. Katılımcıların Algılanan Riskleri.....	312
4.2.6.2. Katılımcılara Göre Güveni Engelleyen Unsurlar	319
4.2.6.3. BAİ’de Güvenin Azalması ve Yok Olması.....	324

4.2.7. BAİ’de Güven Deneyimleri	327
4.2.7.1. Olumlu Deneyimler.....	328
4.2.7.2. Olumsuz Deneyimler	333
4.3. Sonuç ve Öneriler	338
4.3.1. Temel Çıkarımlar	338
4.3.2. Katkılar.....	339
4.3.3. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler	341
KAYNAKÇA	343
EKLER.....	355
Ek A: Anket	355
Ek B: Röportaj	359
Ek C: Öğrencilerin Araştırma Ölçeklerine Katılım Düzeyleri.....	360
TEŞEKKÜR	364
ÖZGEÇMİŞ.....	365

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Mahkumun İkilemi Oyununda Ceza Oranları	36
Tablo 2: Shapiro, Sheppard ve Cheraskin'e Göre Güven Türleri	80
Tablo 3: Yüz Yüze ve Online İletişimde Güveni Etkileyen Farklar	100
Tablo 4: Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Testleri	145
Tablo 5: Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı	147
Tablo 6: Öğrencilerin BAİ Kullanım Özelliklerinin Dağılımı	149
Tablo 7: Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri	164
Tablo 8: Güvenilirlik Analizi Sonuçları	167
Tablo 9: Ölçek Puanlarının Betimsel İstatistikleri	168
Tablo 10: Ölçek Puanlarının BAİ ile Geçirilen Süreye Göre Karşılaştırılması	172
Tablo 11: Ölçek Puanlarının Kullanılan Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Karşılaştırılması	175
Tablo 12: Ölçek Puanlarının Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Karşılaştırılması	180
Tablo 13: Ölçek Puanlarının Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu Sayısına Göre Karşılaştırılması	183
Tablo 14: Ölçek Puanlarının Kullanılan BAİ Platformları Toplam Sayısına Göre Karşılaştırılması	185
Tablo 15: Sosyal Medya Güveni Kurumsal Boyutu ile Bireysel Boyutu Karşılaştırması	190
Tablo 16: Ölçek Puanlarının İlişkisi	191
Tablo 17: Güven Eğiliminin Diğer Faktörler Üzerinde Etkisi	193
Tablo 18: Motivasyonun Diğer Faktörler Üzerinde Etkisi	195
Tablo 19: İnternet Kullanım Alışkanlığının Diğer Faktörler Üzerindeki Etkisi	196
Tablo 20: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Kurumsal Güven Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler	197
Tablo 21: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Bireysel Güven Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler	198
Tablo 22: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Teyit Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler	199
Tablo 23: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Geneli Üzerinde Etkili Faktörler	200
Tablo 24: İnternet Kullanım Alışkanlıkları Üzerinde Etkili Faktörler	201
Tablo 25: Güven Eğilimine Göre Kümeleme Analizi Sonuçları	202
Tablo 26: Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi	203
Tablo 27: Röportaj Katılımcılarının Demografik Verileri	229
Tablo 28: BAİ Hakkında Pozitif Görüşler	247
Tablo 29: BAİ Hakkında Negatif Görüşler	257
Tablo 30: BAİ'de Güven Olgusu Hakkındaki Görüşler	259
Tablo 31: Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklar	265
Tablo 32: BAİ'de İlk İzlenimde Dikkat Edilen Hususlar	272
Tablo 33: BAİ'de Güveni Arttıran Unsurlar	278

Tablo 34: BAİ'de Güvenin Göstergeleri.....	280
Tablo 35: BAİ'de Güvenin Hissettirdikleri	283
Tablo 36: BAİ'de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği.....	286
Tablo 37: BAİ'de Bilgi Güvenilirliği.....	297
Tablo 38: Teknolojiye Güveni Olumlu Etkileyen Unsurlar.....	303
Tablo 39: Teknolojiye Güveni Olumsuz Etkileyen Unsurlar	307
Tablo 40: Katılımcıların Algılanan Riskleri	312
Tablo 41: Katılımcılara Göre Güveni Engelleyen Unsurlar	320
Tablo 42: BAİ'de Güveni Azaltan ve Yok Eden Unsurlar	325
Tablo 43: BAİ'de Olumlu Güven Deneyimleri	328
Tablo 44: BAİ'de Olumsuz Güven Deneyimleri.....	333



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Dünyada Yıllara Göre İnternet Kullanıcıları Sayısı	2
Şekil 2: Deutsch'un Güven Modeli'nin Görselleştirilmiş Hali	38
Şekil 3: Zand'ın Bilgi, Etki ve Kontrol ile Güven İlişkisi Modeli.....	40
Şekil 4: Mahkumun İkilemi Oyunlarında Kısasa Kısas Stratejisi.....	43
Şekil 5: Hardin'in Kapsülleştirilmiş Çıkarlar Teorisinin Görselleştirilmiş Hali	46
Şekil 6: Düşük, Optimal ve Yüksek Güvenin Getiri Grafiği	51
Şekil 7: Mayer, Davis ve Schoorman'ın Güven Modeli	54
Şekil 8: Jones ve George'un Etkileşimci Güven Modelinin Görselleştirilmiş Hali	63
Şekil 9: Jones ve George'un Etkileşimci Güven Modelinde Koşulsuz Güvenin Etkileri	69
Şekil 10: Lewicki, McAllister ve Bies'in Güven Modeli	72
Şekil 11: McAllister'in İlişkisel Güven Modeli	74
Şekil 12: Lewis'in Güven Türleri Kategorizasyonu	79
Şekil 13: Lewicki ve Bunker'ın Güven Modeline Göre Güven Aşamalarının Gelişimi.	83
Şekil 14: Öğrencilerin Fakülte, Bölüm ve Sınıf Dağılımları	148
Şekil 15: Öğrencilerin Yaş ve Cinsiyet Dağılımları	149
Şekil 16: Öğrencilerin Kullandıkları BAİ Aletleri.....	153
Şekil 17: Günlük BAİ Kullanım Süresi	154
Şekil 18: Sosyal Medya Platformu Kullanımı	154
Şekil 19: Öğrencilerin Aktif Olarak Kullandığı Toplam Sosyal Medya Hesabı Sayıları	155
Şekil 20: En Sık Kullanılan Sosyal Medya Hesabı	156
Şekil 21: Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulaması Kullanımları	157
Şekil 22: Kullanılan Toplam Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Sayıları	157
Şekil 23: En Sık Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması	158
Şekil 24: Öğrencilerin Kişilerarası İletişim Platformu Kullanımları	159
Şekil 25: Öğrencilerin Kullandığı Toplam Kişilerarası İletişim Platformu Sayıları.....	159
Şekil 26: En Sık Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu	160
Şekil 27: Bilgisayar Aracılı İletişim Kullanım Amaçları.....	161
Şekil 28: Hipotezler Kapsamında BAİ Kullanım Özellikleri	162
Şekil 29: Güven Eğilimi Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli	165
Şekil 30: İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli	165
Şekil 31: BAİ Motivasyon Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli	166
Şekil 32: SM Teyit/Güven Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli.....	166
Şekil 33: Ölçek Puanlarının Toplam Puanlara Göre Düzeyleri	169
Şekil 34: Ölçeklerin BAİ Kullanım Süresine Göre Puan Ortalamaları.....	173
Şekil 35: GE, BAİM, İKA Ölçeklerinin Kullanılan Sosyal Medya Sayısına Göre Puan Ortalamaları.....	177
Şekil 36: Sosyal Medya Güven Ölçeğinin Kullanılan Sosyal Medya Sayısına Göre Puan Ortalamaları.....	178

Şekil 37: BAİM ve İKA Ölçeklerinin Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Puan Ortalamaları	182
Şekil 38: GE, BAİM, İKA Ölçeklerinin Kullanılan BAİ Platformu Toplam Sayısına Göre Puan Ortalamaları.....	188
Şekil 39: Sosyal Medya Güven Ölçeğinin Kullanılan BAİ Platformu Toplam Sayısına Göre Puan Ortalamaları.....	189



KISALTMALAR

BAİ	: Bilgisayar Aracılı İletişim
BAİM	: Bilgisayar Aracılı İletişim Kullanım Motivasyonu
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
CMC	: Computer Mediated Communication
GE	: Güven Eğilimi
ICTs	: Information and Communication Technologies
ITU	: International Telecommunication Union
İKA	: İnternet Kullanım Alışkanlıkları
ÖRN.	: Örnek, Örneğin
S.	: Sayfa
SMG	: Sosyal Medyada Güven
VB.	: Ve Benzeri
VE DİĞ.	: Ve Diğerleri

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Tarih boyunca iletişim; hayatın devamı ve sürdürülebilirliğini sağlayan gelişme ve ilerleme yolunda ihtiyaç duyulan en temel unsurlardan biri olmuştur. İletişim yaşamın özüdür; bireyin doğumundan itibaren geçmişten bugüne, başlangıcı veya sonu olmayan fikir alışverişinin evrensel olarak sürekli olduğu bir süreçtir. Kişilerarası iletişim ise iki ya da daha fazla insanın birbirleri arasında fikir, duygu ve bilgi alışverişi yapmasını sağlayan en faydalı süreçler arasında ön plana çıkmıştır. Kişilerarası iletişimde bilgi aktarımı yoluyla, karşılıklı etkileşimi içeren iletişim kurulmaktadır. Bu tür iletişim, bireyler arasında doğru anlayışı sağlamak için uygun kaynakların, ortamların ve kodların kullanılmasıyla mümkündür (Karadoğan, 2003, s. 1).

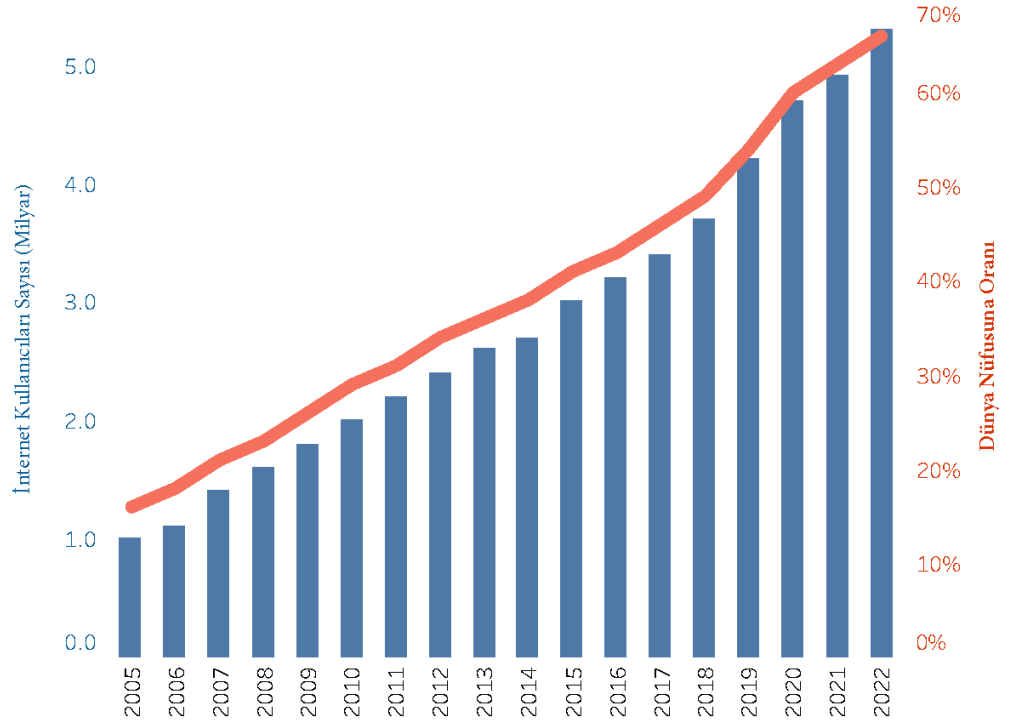
Kişilerarası iletişim her ne kadar ilk olarak yüz yüze iletişim modeliyle doğmuş olsa da; teknolojiye paralel olarak insanlar daima yeni yollar bulmuştur. İnsanların yüzlerce yıl boyunca geliştirdiği teknolojik araçlar, insan bilgisinin artmasına ve iletişim tekniklerinin çeşitlendirilmesine olanak sağlamıştır. Teknoloji artık insanların hayatlarının vazgeçilmez bir bileşeni haline gelmiştir. Günümüz post-modern toplumlarında insanların büyük bir çoğunluğu günlük hayatlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (BİT) gelişmeler ışığında kişilerarası iletişim için en yeni yol internettir.

Çeşitli insan ihtiyaçlarını karşılayan teknolojinin insana sağladığı faydalar bilgi sağlamak, çalışmayı kolaylaştırmak ve iletişimi kolaylaştırmak olmak üzere genel olarak üç başlık altında kümelenebilir (Means'ten (1994) aktaran Miller, 2015, s.1). Bilgi sağlamak için teknoloji kullanımı hızlı bir şekilde istenilen bilgilere erişilebilmesini kapsamaktadır. Örnek olarak, internet arama motorları ve dijital kütüphaneler, geniş bir yelpazede bilgiye ulaşılmasını sağlamaktadır. Bu sayede akademik araştırmalar yapılması, güncel haberlerin takip edilebilmesi veya herhangi bir konuda öğrenmek istenilen bilgilere ilişkin kaynaklara ulaşılması mümkün olmaktadır. Çalışmayı kolaylaştırmak için teknoloji kullanıldığında ise, işlerin daha etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmesine olanak sunmaktadır. Bu çalışmanın temelini oluşturan "iletişimi kolaylaştırma" hususunda ise teknoloji; insanların zaman ve mekân kısıtlarını bertaraf

ederek, farklı yerlerde bulunan kişilerle hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurabilmelerinin önünü açmaktadır. Örneğin, cep telefonları ve sosyal medya platformları, insanların anlık mesajlar gönderip almasını ve görüntülü konuşmalar yapmasını sağlamaktadır. İnternet temelli bu teknolojiler sayesinde uzak mesafedeki insanların birbirleri arasındaki iletişim engelleri azaldığından ve daha sıkı bir bağ oluşturulabildiğinden söz edilmektedir (Miller, 2015, s. 1).

Birleşmiş Milletler bünyesinde, Bilgi ve İletişim Teknolojileri alanında araştırmalar yapan bir kuruluş olan International Telecommunication Union (ITU) (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği) tarafından yayınlanan istatistiklere göre 2022 yılında toplam internet kullanıcısı sayısı 5.3 milyara ulaşmıştır (ITU, 2022, Web).

Şekil 1: Dünyada Yıllara Göre İnternet Kullanıcıları Sayısı



Kaynak: International Telecommunication Union, 2022

Şekil 1’de internet kullanıcı sayılarının dünya nüfusuna oranının son yıllarda hızla arttığı gözlemlenmektedir. İnternet kullanımının dramatik boyutlara ulaştığı böyle bir dönemde internet üzerinde birçok iletişim cihazı ve platformu kullanıcılara yenilikçi iletişim fırsatları sunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) hayatımıza

girmesiyle, kişilerarası iletişimde e-posta, anlık mesajlaşma, fotoğraf ve video paylaşımı ya da görüntülü görüşme gibi yeni iletişim yetenekleri kazanılmıştır. Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki gelişmelerin kişilerarası iletişim süreçlerine kazandırdığı yeni etkileşim teknikleri “Bilgisayar Aracılı İletişim” (BAİ) (Computer Mediated Communication – CMC) kavramının hayatımıza girmesini sağlamıştır.

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak çevrimiçi iletişim araçlarının yaygınlaşması neticesinde literatürde bilgisayar aracılı iletişim olgusuna olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda bilgisayar aracılı iletişim ile yüz yüze kişilerarası iletişimin benzerlikleri ve farklılıkları günümüzün araştırmaya değer bir konusu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede irdelenmesi gereken kavramlardan birinin de “güven” olgusu olduğu düşünülmektedir. Çünkü kişilerarası iletişim süreçlerinin sürdürülebilirliğini etkileyen temel faktörlerden biri güvendir. Bu nedenle, bilgisayar aracılı iletişim süreçlerini incelerken sorgulanması gereken en temel unsurlardan birisi iletişim sürecinin sürdürülebilirliği için söz konusu iletişim sürecinde kişilerin güven algılarıdır. Sonuç olarak, bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güven olgusu bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amaçları maddeler halinde şu şekilde sıralanabilir:

1. Literatürdeki araştırmalardan elde edilen bilgileri kullanarak, güven olgusunun ne olduğu, nasıl oluştuğu, nasıl ilerlediği ve nelere dikkat edilmesi gerektiği konularında bilgi sağlamak,
2. Güvenin çok boyutlu ve karmaşık yapısını inceleyerek, güven olgusunun farklı bileşenlerini anlamak,
3. Kişilerarası ilişkilerin başlaması ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynayan güvenin unsurlarını incelemek,
4. Bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güveni etkileyen unsurlar olan iletişim ipuçlarının yetersiz olduğunun iddia edilmesi nedeniyle, bilgisayar aracılı iletişimde yüz yüze iletişimde olduğu kadar güvenin inşa edilip edilemeyeceği konusunu tartışmak,

5. İletişim teknolojilerinin güven düzeyini nasıl etkilediği konusunda eleştirel ve destekleyici görüşleri karşılaştırarak analiz etmek,
6. Güvenin algılanma şeklinin, gerçek durumdan daha önemli olduğunu vurgulayarak, kişilerin güvenme eğilimlerini dikkate almak,
7. Güvenenin eğilimi (güvenmeye yatkınlık) faktörünü vurgulayarak, bu faktörün kişinin başkalarına güven duygusunu nasıl etkilediğini anlamak,
8. Güven eğiliminin, bilgisayar aracılı iletişimde güven oluşturma süreci ile ilişkisini incelemek.

Bu araştırmanın amaçları yukarıda maddeler halinde verilmiştir. Söz konusu amaçların oluşturulması sürecini tetikleyen faktörler şu şekilde detaylıca açıklanabilir: İlişkilerin başlaması ve geliştirilmesinde kilit öneme sahip olan güveni etkileyen unsurlara ilişkin, literatürde uzun yıllardır süregelen araştırmalar neticesinde, günümüzde birçok soruya yanıt verilebilmektedir. Literatürdeki bu araştırmalar neticesinde ortaya çıkan teoriler, güven olgusunun ne olduğu, nasıl oluştuğu, ne yönde ilerlediği, nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi soruların cevaplanmasında yolumuza ışık tutmaktadır. Ancak, söz konusu güveni etkileyen unsurların bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde eksik kalması dolayısıyla bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde yüz yüze iletişimde olduğu kadar güven inşa edilip edilemeyeceği tartışma konusudur. Bir tarafta, bilgisayar aracılığıyla iletişim kurma yeteneğinin sağladığı olağanüstü faydalara rağmen, bilgisayar aracılı iletişim sırasında değişen “iletişim işaretleri”nin düşük kalitesi ve miktarının, güvenin gelişimini engelleyebildiği iddia edilirken (örn. Taddeo, 2011; Karadoğan, 2003; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Lippert, 2009), öte yandan bazı akademisyenler tarafından (örn. Dutton & Shepherd, 2006; Miller, 2015) bilgisayar aracılı iletişim teknolojilerinin iletişim işaretlerinin kalitesini artıracak yeni yöntemler sunduğu dolayısıyla güven inşa etmenin mümkün olduğu savunulmaktadır. Bu çalışmada bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde yüz yüze iletişimde olduğu kadar güven inşa etmenin mümkün olup olmadığı tartışmasının tarafları “kritikler” ve “destekleyiciler” olarak adlandırılmıştır. Kritik tarafta yer alanlar bilgisayar aracılı iletişimde güvenin azaldığını iddia ederken destekleyici tarafta ise bilgisayar aracılı iletişimde en az yüz yüze iletişimde olduğu kadar güven inşa etmenin mümkün olduğunu savunanlar yer almaktadır. Kritik tarafta yer alan akademisyenlere göre; iletişim teknolojileri yüz yüze

karşılaşmaların yerini aldıkça, güven düzeyi düşük etkileşimlerin çoğalması tehlikesi ortaya çıkmaktadır (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 760). Destekleyici taraftaki akademisyenlere göre ise; bilgisayar aracılı iletişimde iletişim ipuçlarındaki eksikler kişilere yeni güven okuma yetenekleri kazandırmakta dahası bu teknolojiler daha yeni güven işareti imkanları sunmaktadır (Miller, 2015, s. 5).

Yukarıdaki tartışmalarda yüz yüze kişilerarası iletişim ile bilgisayar aracılı iletişimin “güvenilirlik”lerini etkileyen özelliklerine odaklanıldığı gözlenmektedir. Ancak, insanların hangisine daha çok güvendiğini tespit etmenin hangisinin daha “güvenilmez” olduğunu tespit etmekten daha önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü bir şeyin nasıl algılandığı gerçekte nasıl olduğundan daha önemlidir. Başka bir deyişle, literatürde sadece yüz yüze ve bilgisayar aracılı iletişim tekniklerinin kendi özelliklerine odaklanan tartışmaların “güvenilirliği” tespit etmek için genellikle iki iletişim türü arasındaki farklılıkları irdelemesi için temelde güvenen kişinin kişisel özelliklerinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

Bu araştırmada ise, “bir şeyin nasıl algılandığı gerçekte nasıl olduğundan daha önemlidir” düşüncesinden hareketle; kişilerin güvenme eğilimleri dikkate alınmıştır. Bu amaçla; “Güven eğilimi yüksek olan bir insan bilgisayar aracılı iletişime daha fazla güven atfediyor olabilir mi?” sorusundan hareketle, araştırma konusu belirlenmiş ve insanların güven eğilimleri paralelinde bilgisayar aracılı iletişim süreçlerindeki güven davranışları analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Kişilerin güven duygusunun nasıl oluştuğu ve nasıl işlediği üzerine birçok araştırmacının farklı görüşleri bulunmaktadır. Güvenin çok boyutlu ve karmaşık yapısı üzerinde duran güven olgusu araştırmacıları, güvenin farklı boyutlarını yansıtan farklı bileşenler önermişlerdir (örn. Jones ve George, 1998; Lewicki, McAllister, Bies, 1998; Lewis ve Weigert, 1985; Mayer, Davis, Schoorman, 1995; Shapiro, Sheppard, Cheraskin, 1992; Zand, 1972). Güven araştırmacılarının fikirlerinin ayrıştıkları nokta genelde güvenilenin özellikleri üzerine olsa da esasında ortak noktada buluştukları temel husus güvenenin eğilimi (güvenmeye yatkınlığı) faktörü olmuştur. Bir kişinin başkalarına olan güven duygusunun, kendi kişisel huyları, karakteristik özellikleri ve geçmiş sosyal deneyimlere dayanarak geliştiği fikrini destekleyen güvenin “yatkınlık bileşeni”nin, kişinin sosyal etkileşimlerde başkalarına güvenme kararları üzerinde önemli bir etkiye

sahip olduğu birçok akademisyen tarafından savunulmaktadır (örn. Hardin, 1992; Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Kramer, 1999; Uslaner, 2002; Wrightsman, 1991; 1992)

Güven eğilimi bileşeni genellikle stabil kabul edilmektedir çünkü doğrudan bağlamdan etkilenmez ve sadece karakteristik olarak ve önceki etkileşimlerden öğrenme sonucu değişmektedir (Colquitt ve diğ., 2007, s. 910). İşte bu noktada güven eğilimi olgusu bu tezin temel bağımsız değişkeni olmaya hak kazanmaktadır. Çünkü, kişinin, başkalarına güvenme eğiliminin, duruma bakılmaksızın genel bir eğilim olarak kabul edilmesi güvenmeye yatkın bir insanın farklı durum ve bağlamlarda, genel olarak, başkalarına güvenme eğiliminde olacağı anlamına gelmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim yüz yüze iletişime göre daha farklı bir durum ve bağlam olduğuna göre; bu araştırmanın amacı güven eğiliminin bilgisayar aracılı iletişim sürecinde etkili olup olmadığı sorusunu yanıtlamaktır. Başka bir deyişle, bu tezde temel olarak güven eğiliminin bilgisayar aracılı iletişimde güvenme süreci ile ilişkisi incelenmiştir.

Güven eğiliminin bu tezde temel bağımsız değişken olarak belirlenmesinin bir başka önemli motivasyonu ise şu şekilde açıklanabilir: Yukarıda da bahsedildiği gibi nasıl ki yüz yüze kişilerarası iletişimde güven olgusu üzerine yapılan araştırmalar güvenilenin özellikleri üzerinde fikir ayrılıklarına sahiplerse, bilgisayar aracılı iletişim ile yüz yüze iletişimin karşılaştırıldığı teoriler de genel olarak her iki olgunun kendi özelliklerine odaklanmakta ve fikir ayrılıkları bu noktadan çıkmaktadır. Bir taraf bilgisayar aracılı iletişimde iletişim ipuçlarının eksiklerinden dolayı güvenilir olmadığını iddia ederken (örn. Lippert, 2009; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Taddeo, 2011), karşı taraf yeni teknolojilerin yeni imkanlar sunduğu dolayısıyla en az yüz yüze iletişimde olduğu kadar güven bağı kurabilmenin mümkün olduğunu savunmaktadır (örn. Dutton ve Shepherd, 2006; Lee & See, 2004; Miller, 2015). Ancak, temelde kişinin kendi güvenme yatkınlıkları olduğu hususu göz ardı edilmemelidir. Bu çalışmada kişi güvenme eğilimine sahipse yüz yüze iletişimde olduğu gibi bilgisayar aracılı iletişimde de karşı tarafa güvenebilir varsayımıyla yola çıkılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın sonunda kişinin genel bir güvenme eğilimi ile bilgisayar aracılı iletişime ilişkin tutumları arasında ilişki olup olmadığı sorusunun yanıtlanması hedeflenmektedir.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışmanın önemini anlayabilmek için; işe ‘‘Neden güveniriz?’’ sorusuna yanıt aramakla başlamak gerekmektedir. Bu sorunun kısa ve net bir şekilde ‘‘Çünkü mecbur olduğumuz için!’’ diye yanıtlanması mümkündür. Bir insanın kendi kendine yetmesi pek olası değildir. Dolayısıyla insan başkalarıyla ilişki kurmak zorundadır denilebilir. Bu perspektif, güvenin temelde bir insan ilişkisi ve etkileşimi meselesi olduğunu hatırlatmaktadır. Çünkü insan etkileşimlerinde tam ve eksiksiz bilgiye sahip olmanın genellikle imkansız olması, bireylerin başkalarının niyetleri, düşünceleri ve davranışları konusunda belirli bir miktar güven geliştirmeleri gerektiği anlamına gelmektedir. Söz konusu gereklilik, Luhmann’ın (1979, s. 4, 14) güven kavramına ilişkin görüşleriyle uyumludur; ona göre güven, bireylerin gelecek olaylar ve diğer kişilerin davranışları hakkındaki belirsizliği azaltmalarına yardımcı olan bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Bu nedenle güven, insan ilişkilerinin yapı taşıdır. İnsanlar için, ilişki kurdukları kişilere, kurum ve topluluklara güven duymak bir gereksinimdir. Hayatın pek çok yönünü etkileyen bu temel ihtiyaç, toplumsal düzenin sağlıklı işlemesi için kritik bir öneme sahiptir (Fukuyama, 1995, s. 11, 37).

Yukarıda da bahsedildiği gibi insanların temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için bile birbirleri ile iletişim halinde olmaya ihtiyacı vardır. Bir toplum içinde yaşamak çoğu zaman karşılıklı bağımlılığı gerektirmektedir ve bu nedenle insanlar kişisel çıkarları için başkalarına bağlı olmak zorundadır (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 710). Özellikle de insanlar ortak bir hedef uğruna bir araya geldiklerinde başarıya kavuşmak için; güven hayati bir kriter haline gelebilmektedir.

Bir zamanlar Anette Baier’in de dediği gibi güven ‘‘soluduğumuz hava gibidir.’’ (Baier, 1986, s. 234). Tıpkı soluduğumuz hava gibi günlük hayatımızın her anında bizimledir, yaşamımızın bir parçasıdır ve tıpkı nefes alıp vermek gibi çoğu zaman güvenme eyleminde bulunduğumuzun farkına bile varmayarak onun üzerine düşünmeyiz. Ne zaman ki ‘‘kıt veya kirli’’ hale gelirse o zaman güven olgusunu fark ederiz (Baier, 1986, s. 234). Baier, bu metaforu güvenin insan hayatında ne kadar temel bir konumda olduğunu vurgulamak için kullanmıştır. Birçok toplumsal etkileşimde, bilinçli veya bilinçsiz olarak başkalarına güveniriz. Örneğin, bir restoranda yemek sipariş ederken, servis edilen yemeğin güvenli olduğunu varsayarız. Bir otobüse veya trene bindiğimizde,

sürücünün veya makinistin işini doğru yapacağını düşünerek hareket ederiz. Bunlar, güvenin hayatımızın her anında nasıl var olduğunu gösteren sadece birkaç örnektir. Güven, sosyal dokumuzun temel taşlarından biridir ve onu korumak, bireysel ve toplumsal düzeyde refah için kritik öneme sahiptir.

Güvenin önemini en iyi ifade eden anlatımlardan bir diğeri de Sissela Bok tarafından şu şekilde dışa vurulmuştur: ‘İnsanoğlu için ne önemli olursa olsun, güven onun yeşerdiği atmosferdir.’ (Bok, 1999, s. 69). Bu basit, ancak güçlü ifade, güvenin insan yaşamındaki önemini mükemmel bir şekilde özetlemektedir. Peki, güven neden bu kadar kritik bir rol oynar ve neden tüm değerli insan etkileşimlerinin temelini oluşturur?

İlişki temelli olarak bakıldığında; ister aile içinde, ister arkadaşlar arasında, isterse bir iş ortamında olsun, güven olmadan derin ve anlamlı ilişkiler kurmak neredeyse imkânsızdır. İnsanlar birbirlerine güvendiklerinde, daha açık, dürüst ve samimi olma eğilimindedir (Zand, 1972, s. 229; Fukuyama, 1995, s. 153).

İnsan hayatının başladığı ilk andan itibaren güvenin insan hayatındaki önemini gözlemlemek mümkündür (Baier, 1986, s. 244). Bebekler, doğduklarında annelerine güvenme ihtiyacı hissederler. Başka bir deyişle güven doğuştan gelen bir ihtiyaçtır. Bu güven, bebeklerin temel ihtiyaçlarının karşılandığına inanmalarını sağlamaktadır (Tarhan, 2006, s. 12-13). Dolayısıyla doğduğu andan itibaren anne bakımına muhtaç olan bebek güvenli bir sığınak arayışı içine girmektedir. Aynı zamanda çocuklar, aile üyelerine ve bakıcılarına güvenerek duygusal bağlarını geliştirirler. Bu erken dönemde oluşan güven temeli, ilerleyen yaşlarda diğer insanlarla kurulan ilişkilerde de rol oynamaktadır (Tarhan, 2006, s. 14).

Her ilişkinin özü güvenle yoğurulmuştur denilmektedir (Ülker, 2008, s. 189). İnsanlar birbiriyle iletişim haline girdiklerinde, davranışlarını ve iletişimin devamını etkileyen temel faktörlerden biri güvendir. Güven iletişim süreçlerinde insanlar arasında bilgi paylaşım oranını, iş birliği yapma eğilimini, birbirlerini destekleyici davranışları, kısacası iletişimin kalitesini doğrudan etkilemektedir (Jones & George, 1998, s. 540). Dolayısıyla birbirine güvenmeyen iki insanın arasında iletişim kurulurken bazı sıkıntılar yaşanması kaçınılmazdır. En iyi zamanlama ve ortamda, en uygun araçlar ve önceden belirlenmiş hedeflerle bir iletişim kurulmasına rağmen eğer kişiler arasında karşılıklı

güven yoksa başarılı ve yapıcı bir diyalog kurmanın imkansız olduğu iddia edilmektedir (Karadoğan, 2003, s. 1).

Sosyolojik perspektiften bakıldığında; toplumlar, bireylerin birbirlerine ve kurumlara olan güveni üzerine inşa edilmiştir. İnsanlar trafikte diğer sürücülere, sağlık hizmetlerinde doktorlara, eğitimde öğretmenlere güvenmektedir. Bu güven, toplumun düzenli ve etkili bir şekilde işlemlerini sağlamaktadır (Lewis & Weigert, 1985, s. 976-977). Toplumsal düzende güven, iş birliği ve dayanışmanın anahtarıdır. İnsanlar, iş yerlerinde çalışma arkadaşlarına ve yöneticilere güvenmeli, ticaret yaparken iş ortaklarına güvenmelidir (Metzger, 2017, Web). Ayrıca, toplumun adalet sistemine, eğitim kurumlarına ve hükümete güven duyması, sosyal düzenin sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Karadoğan, 2003, s. 6). Toplum içindeki her bir bireyin kendisini güvende hissetmesinin ve toplumun bir arada kalmasının yolu güvenden geçmektedir (Ülker, 2008, s. 189; Fukuyama, 1995, s. 37-38). Dolayısıyla güvenin toplumsal yapıları bir arada tutmaya yarayan bir "sosyal yapıştırıcı" olduğunu iddia edilmektedir (Puusa ve Tolvanen'den (2006) aktaran Ülker, 2008, s. 189).

Güven, ekonomik işlemlerde de hayati bir rol oynamaktadır. Müşterilerin bir ürünü veya hizmeti satın alırken şirketlere duyduğu güven, piyasanın düzgün işleyişini sağlamaktadır (Axelrod, 1984, s. 16). Ekonomik kalkınmanın anahtarı olan güvenin ticari ilişkilerde zedelenmesi ekonomik faaliyetin zarar görmesine neden olabilmektedir (Hardin, 1992, s. 174-175; Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 992; Fukuyama, 1995, s. 35-40).

Yukarıdaki ifadelerden hareketle insanların bir arada yaşama ve belli amaçlara ulaşabilmesi için birbirlerine güvenmek zorunda oldukları iddia edilebilir. Çünkü kişiler arasında güven olmadan ilişkinin devam etmesi pek mümkün görülmemektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın temel dayanağını şu motto olmuştur: "Güvenmek bir ihtiyaçtır!". Sonuç olarak; güvenin insan hayatında bu kadar önemli olması nedeniyle bu çalışmanın ana konusunun güven olması başlı başına önem arz eden bir husustur.

Yüz yüze iletişim insanlık tarihinde önemli bir yere sahiptir. İletişim araçlarında teknolojilerin gelişmesinden önce bin yıllar boyunca yüz yüze iletişim tekniği ile etkileşim halinde bulunan insan; diğer insanların başta makro ve mikro ifadeler olmak üzere beden dili, yüz ifadeleri, ses tonları vb. fiziksel ve işitsel iletişim işaretlerini

(iletişim ipuçları) okumayı öğrenerek, karşısındakinin dürüstlüğünü ve niyetlerini tespit etme yeteneği geliştirmiştir (Miller, 2015, s. 2; Alaçam Akşit, 2015, s. 29; zşenler, 2015, s. 57). Bu sayede insanlar bir kişiyle ilişkiye devam edip etmeme hususunda belirli hükümler ortaya koymuştur. 19. Yüzyıl’da telefonun icadıyla başlayan süreçte hayatında ilk kez ‘’anlık’’ iletişim kurmak için karşısındakinini görmek zorunda kalmayan insan, görsel iletişim işaretlerinin yoksunluğundan doğan handikapları bertaraf etmek için yeni teknolojiye adapte olma mücadelesine girmiştir. O zamandan beri teknoloji hızla gelişmekte ve insan bir göz kırpması hızında değişen teknolojilere ayak uydurmaya çalışmaktadır (Miller, 2015, s. 2).

Postmodern toplumlarda teknolojinin gelişimi, insanların iletişim biçimlerini değiştirmiştir. İnternetin, sosyal medyanın ve diğer dijital araçların, insanların farklı mekanlarda bulunan insanlarla iletişim kurmasını sağlaması kişilerarası ilişkileri daha uzak mekanlara yayarken aynı zamanda daha fazla bağlantı sağlama fırsatı sunmaktadır. Öte yandan, bu değişim kişilerarası ilişkileri de etkileyerek güven inşasını zorlaştırabilmektedir. Başka bir deyişle, teknolojide yaşanan her bir yeni gelişme; bir yandan iletişimi kolaylaştırırken öte yandan iletişim ipuçlarındaki eksiklikler yüzünden karşıdakine güvenmeyi zorlaştırmaktadır. Güven, bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde özellikle daha önemlidir çünkü bu etkileşimler, yüz yüze etkileşimlere kıyasla daha büyük risk içermektedir. İnsanlar bilgisayar aracılığıyla etkileşime girdiğinde iletişim ipuçlarındaki eksiklerden dolayı yanlış anlamalar ve anlaşmazlıkların daha olası olduğu iddia edilmektedir (Karadoğan, 2003, s. 10).

Ayrıca bilgisayar aracılı iletişim noktasında sadece karşıdakine güven yetmemekte teknolojiye güven hususu da devreye girmektedir. Yeni bir faktörün devreye girmesi, BAİ’de güven sürecinin karmaşıklığını artırmaktadır (Miller, 2015, s. 3). Bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla gerçekleşen kişilerarası etkileşimler hem insanlar arasındaki hem de teknoloji ile olan bir etkileşimi içermeleri dolayısıyla özellikle ilgi çekicidir (Lee & See, 2004, s. 52). Bu nedenle başarılı bir şekilde gerçekleşen bilgisayar aracılı iletişim, hem kişiyle hem de teknoloji ile başarılı bir etkileşime bağlı olmaktadır. Söz konusu güven referanslarından herhangi birinde güvenin gelişmemesi, genel etkileşim üzerinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir (Lee & See, 2004, s. 53).

Güven, iletişim sürecinde ayrılmaz bir role sahiptir. Güvenin doğası ve gerek yüz yüze etkileşimlerde gerekse bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde olsun, kişilerarası güvenin etkileri üzerine pek çok araştırma yapılmıştır. Literatürde yüz yüze iletişimde güvenin rolüne ilişkin yapılan araştırmalara; (Dirks, 1999; Schoorman, Mayer, & Davis, 2007; Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006) örnek gösterilebilir. Bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güvenin rolüne ilişkin de literatürde bazı araştırmalar mevcuttur (örn. Lee & See, 2004; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Dutton & Shepherd, 2006; Taddeo, 2011). Ancak söz konusu araştırmalar daha çok bilgisayar aracılı iletişimin kendi özelliklerine odaklanmıştır.

Bu çalışma ise güvenen kişinin kendi içsel özelliği olan güven eğiliminin bilgisayar aracılı iletişim sürecinde güveni etkileyen bir unsur olup olmadığı tespit edilerek bu alanda literatüre katkı sağlaması dolayısıyla önem arz etmektedir. Başka bir deyişle, bu çalışmada özellikle güvenenin kendi güvenme eğilimi üzerine odaklanılmıştır. Böylece güven eğilimi yüksek olan bir insanın yüz yüze iletişimde olduğu gibi bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güvenme eğiliminde olup olmadığı irdelenmiştir.

Bu konunun araştırılması hem pratik hem de teorik öneme sahip olabilir. Çünkü bilgisayar aracılı iletişim hem insanların kişisel yaşamlarında hem toplumsal hayatta hem de iş dünyasında yaygınlaşmaktadır. Teknolojinin getirdiği kolaylıklar sayesinde insanlar arasındaki iş birliği eğilimi her geçen gün artmaktadır. Gelişme ve ilerleme yolunda iş birliğinin bu denli önemli olduğu bir ortamda insanlar daha önce hiç olmadığı kadar birbirine güvenmek durumundadır. Bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güven olgusunu anlamak böyle bir ortamda en etkin güven mekanizmalarının oluşturulması süreçlerine katkı sağlayabilir.

Kişilerarası iletişimde güven olgusu uluslararası akademik dünyada uzun zamandır ilgi gören bir konudur. Başta da belirtildiği gibi bu konu üzerine birçok teori ve modeller geliştirilmiştir. Kişilerarası iletişimde güven bağını kuran geniş anlamda iki faktör güvenenin özellikleri ve güvenilenin özellikleridir. Literatürde her kadar farklı akademisyenler farklı şekillerde kavramsallaştırılmış olsalar da (örn. güven eğilimi, güvenme yatkınlığı, güvenilebilme yeteneği, beklenen güven algısı, güvenme motivasyonu) güvenenin özelliklerine yönelik; kişinin kendi eğilimleri olduğu, kendi

deneyimleri veya karakteristik özelliklerinin güvenme sürecini etkilediği yönünde fikir birliği vardır.

Güvenilenin özellikleri yönünden ise çalışmalar çok boyutlu ve karmaşık bir yapı sergilemektedir. 2000’li yıllardan itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinin gündelik hayatta yer bulmaya başlamasıyla birlikte kişilerarası iletişim sürecindeki güven tartışmaları bilgisayar aracılı iletişim düzeyine kaymıştır. Ancak bundan kişilerarası iletişimdeki güven olgusu sorunlarının çözümlendiği, sonuçlandırıldığı, fikir birliğine varıldığı ve bunun sonucunda farklı bir bileşene yönelim sağlandığı çıkarımı yapılamamaktadır. Aksine benzer tartışmalar bilgisayar aracılı iletişimin teknik özellikleri düzleminde devam etmektedir.

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde güven olgusuna yönelik benzer tartışmaların yaşandığı bir ortamda güven eğilimi olgusunun göz ardı edilmemesi ve gündemde tutulması için bu tez gibi çalışmalara ihtiyaç olduğuna inanılmaktadır. Güvenme süreçlerinin temelinde bütün bağlamlarda stabil bir varlık gösteren güven eğilimi yatmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişimin özellikleri her ne olursa olsun önemli olan nasıl algılandığıdır. Bu araştırma bu fenomeni vurgulayarak güven tartışmaları literatürüne güvenenin özellikleri perspektifinden dahil olmaktadır. Uluslararası literatürde daha çok teknolojiye güven çerçevesinde bir akış gösteren tartışmaların ötesine geçerek bu çalışma sadece teknolojinin (nesnenin) özelliklerinden ziyade araştırma öznesinin kendi özellikleri yönünden bir bakış açısıyla katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak; anket ile elde edilen nicel verilerin analizi sayesinde öğrencilerin bilgisayar aracılı iletişim sürecindeki tutumlarının güven eğilimi ile ilişkisi tespit edilmiş olup tamamlayıcı olarak seçilen röportaj tekniği ile nicel verinin ortaya çıkardığı sonuçlar derinlemesine irdelenerek literatürde var olan bilgiye katkı sağlanmaktadır.

Araştırmanın Yapısı

Araştırmanın teorik temelleri Mayer, Davis ve Schoorman’ın 1995 yılında geliştirdikleri Güven Modeline dayandırılmaktadır. Güvenenin özellikleri çerçevesinde ‘‘güven eğilimi’’ faktörünü ele alan model güvenilenin özellikleri çerçevesinde ‘‘yetenek’’, ‘‘iyilik’’ ve ‘‘dürüstlük’’ faktörlerinden oluşmakta olup literatür taraması başlığı altında detaylıca incelenmiştir.

Bhattacharjee (2012, s. 35) çalışmanın amacına ve yapısına uygun bir araştırma yapmak için bilimsel yöntemler olarak adlandırılan bir dizi farklı sistematik teknik olduğunu belirtmektedir. Bu yöntemler temel olarak nitel ve nicel olmak üzere iki farklı kategoriye ayrılmaktadır. Berger (2011, s. 203); nicel analizi, istatistiksel verilerden yararlanarak bir araştırma sorusunu analiz etmek olarak tanımlamaktadır. Nicel bir araştırmanın temel amacı, belirli bir konu hakkında “nesnel” gerçekleri anlamaktır (Gilbert, 2008, s. 33; Bhattacharjee, 2012, s. 6). Bu nedenle, Wimmer ve Dominick (2011, s. 49) nicel araştırmanın ana yönlerinin tarafsızlık ve kesinlik olduğunu iddia etmektedir.

Öte yandan, nicel araştırma yönteminin, bazı durumlarda bir konuyu derinlemesine kavramak için yetersiz kaldığı literatürde tartışılan bir konudur. Nicel araştırma, bir fenomeni tanımlama, mevcut durumu belirleme, değişkenler arasındaki ilişkileri test etme, hipotezleri doğrulama veya reddetme ve örüntüleri analiz etme gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Berger, 2011, s. 222; Gilbert, 2008, s. 31). Bununla birlikte, nicel araştırma, değişkenler arasındaki ilişkinin altında yatan özgül nedenleri veya katılımcıların bireysel deneyimlerini derinlemesine anlamak için sıklıkla yetersizdir (Bhattacharjee, 2012, s. 8; Bryman, 2012, s. 28, 178). Bu derinlemesine anlayışı elde etmek için nitel araştırma yöntemlerine başvurulması önerilmektedir (Bhattacharjee, 2012, s. 104). Nedensel ilişkileri inceleyen nicel çalışmalar gibi bazı nicel araştırmaların, mevcut durumu sadece tanımlamakla kalmayıp aynı zamanda değişkenler arasındaki ilişkileri de açıklayabildiği unutulmamalıdır. Yine de, bazı nicel çalışmalar, mevcut durumu derinlemesine açıklamaktan ziyade tanımlama eğilimindedir ve bu nedenle yüzeysel oldukları şeklinde değerlendirilebilmektedir (Bryman, 2012, s. 28-29, 179). Bir konunun özelliklerinin değerlendirilmesi olarak tanımlanan (Berger, 2011, s. 22) nitel araştırma ise “neden” sorusuna cevap vermeyi mümkün kılmakta ve konuyu daha derinlemesine değerlendirmeyi sağlamaktadır (Davies & Mosdell, 2006, s. 34). Fakat nitel araştırmaların öznel olduğu iddia edilmiştir çünkü araştırma sonucunda ortaya çıkan bulguların değerlendirmeleri araştırmacının bakış açısından bağımsız olamayacağından, araştırmacının perspektifinden etkilenme riskine sahiptir (Bryman, 2012, s. 405).

Görüldüğü üzere nicel ve nitel teknikler birbiriyle örtüşen ve birbirini tamamlayan içsel özelliklere sahiptir. Örneğin; nicel araştırmanın nesnel olduğu savunulurken nitel araştırma öznel olmakla eleştirilmektedir ya da nicel araştırma yüzeysel olmakla

eleştirilirken nitel araştırmanın derinlemesine analiz imkanı sunduğu savunulmaktadır. Dolayısıyla; nicel ve nitel araştırma yöntemleri, kendi içlerinde eşsiz avantajlar ve dezavantajlar barındırırken, bir araya getirildiklerinde çok daha zengin ve kapsamlı bir bilgi sunabilmektedirler.

Nicel yöntemler, objektif ve sayısal veri analizleriyle olguları ortaya koyarken; nitel yöntemler, bireylerin deneyimleri ve perspektifleri üzerinden derinlemesine bilgi sağlamaktadır. Bu çeşitliliğin, 'üçgenleme' olarak bilinen yaklaşım ile bir araya getirildiğinde, araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırabildiği savunulmaktadır (Bryman, 2012, s. 390; Wimmer & Dominick, 2011, s. 49) Çünkü farklı araştırma tekniklerini birleştirerek bir fenomeni daha bütüncül bir şekilde anlamayı amaçlayan üçgenleme (triangulation) yönteminde; nicel yöntemler genellikle geniş örneklem gruplarıyla çalışırken, nitel yöntemlerin bireysel deneyimleri ve perspektifleri daha derinlemesine keşfetmesi dolayısıyla, her iki yöntemin birleştirilmesi neticesinde araştırmanın kapsamının genişletilebildiği ve daha bütüncül sonuçlara ulaşılmasının sağlandığı savunulmaktadır (Bryman, 2012, s. 391; Wimmer ve Dominick, 2011, s. 49). Bu bütüncül yaklaşımı benimsemek, hem objektif veriye dayalı sonuçların elde edilmesine olanak tanımakta hem de subjektif yorumların daha doğru bir şekilde kavranmasına yardımcı olmaktadır. Bu argümanlar neticesinde; bu çalışma için, üçgenleme olarak adlandırılan entegratif yaklaşım takip edilerek, nicel veri toplama yöntemi olarak anket, nitel tamamlayıcı yöntem olarak da röportaj tekniklerinden faydalanılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Bu “Giriş” bölümünü; güven olgusu hakkında literatür taramasının yer aldığı birinci bölüm takip etmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim kavramı hakkındaki literatür taraması ise ikinci bölümde yer almaktadır. “Literatür Taraması” bölümü olan birinci ve ikinci bölümlerde çalışmanın teorik kapsamı temellendirilirken araştırma konusu hakkındaki daha önce yapılmış olan akademik çalışmalara yer verilmiştir. Bu çerçevede literatürdeki bilgilere dayanarak araştırma soruları ortaya çıkarılmıştır.

“Üçgenleme” tekniği ile nicel ve nitel araştırma tekniklerinin bir arada kullanıldığı bu çalışmanın üçüncü bölümünde nicel araştırma bulguları ve tartışma başlıklarına yer verilirken dördüncü ve son bölümde ise nitel araştırma bulgularına yer

verilmiştir. Araştırmanın kapsamlı analiz sürecinin ürünü olan hem nicel hem de nitel verilerin detaylı bulgularını içeren üçüncü ve dördüncü bölümlerde; araştırmanın kurgusuna uygun olarak, ilk olarak nicel verilere dayanan bulgular ele alınmış, ardından nitel bulgular analiz edilmiştir. Nicel bölümde, demografik verilerden başlayarak, ankette yer alan soruların sıralamasını takip eden bir yapı benimsenmiştir. Her bir sorunun cevapları, tablolar ve grafikler ile desteklenerek sunulmuş, bu sayede verilerin görsel olarak da anlaşılması kolaylaştırılmıştır. Daha sonra, araştırmanın hipotezlerinin test edildiği bölüme geçilmiş ve bu testlerin sonuçları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Nicel bulguların verilmesi ve yorumlanmasına takiben, araştırma sorularıyla doğrudan ilişkili nitel verilerin bulguları, analitik bir yaklaşımla irdelenmiştir.

Nicel analiz bölümünde bulgular ve tartışma ayrı ayrı başlıklar halinde ele alınmıştır. Nitel analiz bölümünde ise çalışmanın nitel veri türünün derinlemesine analiz edilmesini ve bulguların geniş bir perspektifte değerlendirilmesini sağlamak için; elde edilen bulgular yalnızca sunulmakla kalmayıp, aynı zamanda bu bulguların anlamlandırılması ve tartışılmasının da eş zamanlı olarak gerçekleştirildiği analitik bir yöntem benimsenmiştir. Başka bir deyişle, analiz sonuçlarını yazarken ve yorumlarken tekrara düşmemek adına bulgular ve tartışma bölümleri ayrı ayrı ele alınmak yerine, bulgular verildiği anda detaylı bir şekilde yorumlanmış, bu sayede bulguların ve tartışmaların iç içe geçtiği bir yapı oluşturulmuştur.

Üçüncü ve dördüncü bölümler, araştırmanın çok yönlü ve katmanlı yapısını yansıtabilecek şekilde, nicel ve nitel bulguları bütünsel bir biçimde ele almakta ve her bir bulgu üzerinde detaylı bir tartışma sunmaktadır. Dördüncü bölümün finalinde ‘‘Sonuç’’ başlığı altında ise araştırmanın genel bulguları özetlenmekte, çalışmanın katkı ve sınırlılıkları tartışılarak gelecekteki çalışmalar için öneriler sunulmaktadır.

Araştırmanın nicel aşamasında; güven eğiliminin, bilgisayar aracılı iletişim (BAİ) motivasyonu, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medyada kurumsal ve bireysel güven davranışları ile pozitif yönlü güçlü bir ilişkisi olduğu açıkça ortaya koyulmuştur. Regresyon analizleri, özellikle sosyal medyada kurumsal ve bireysel güven davranışında güven eğiliminin güçlü bir etken olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlar, literatürde yer alan ve güven eğiliminin bağlamdan bağımsız olarak sabit bir özellik olduğuna dair öğretileri destekler niteliktedir.

Güven eğilimi, Mayer, Davis ve Schoorman'ın geliştirdiği güven modelinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu model, güven eğiliminin güven sürecinde önemli bir bileşen olduğunu ancak bu sürecin tam anlamıyla açıklanabilmesi için yeterli olmadığını öne sürmektedir. Bu sebeple, güvenilen kişinin algılanan özellikleri - yetenek, iyilik ve dürüstlük - üzerine odaklanmış ve algılanan riskin de bu süreçteki önemini vurgulamışlardır. Teorik temelleri Mayer, Davis ve Schoorman'ın güven modeline dayanan bu çalışmanın nitel araştırma aşamasında, katılımcıların bilgisayar aracılı iletişime ve güven oluşturma süreçlerine ilişkin algıları incelenerek, "güvenilen" in özellikleri üzerine odaklanılmıştır. Özellikle, BAİ'de güven oluşturma süreci, sadece karşıdaki bireye olan güvenle sınırlı kalmayıp, iletişim kanalına olan güveni de içermektedir. Bu nedenle, katılımcıların BAİ hakkındaki görüşleri, avantajları ve dezavantajları üzerine düşünceleri ve yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında farkları hakkındaki fikirleri tespit edilerek BAİ'ye karşı genel algıları belirlenerek başlanmıştır.

Röportajlar sırasında, bilgisayar aracılı iletişimde güven inşasında etkili olan faktörlerin - hem kişisel hem de teknolojik güvenilirlik özelliklerinin - belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede tematik kodlama yöntemiyle güven eğilimi düşük ve yüksek olanların verdikleri cevaplar arasında karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Bu bulgular, güven eğiliminin farklı bağlamlarda, özellikle de bilgisayar aracılı iletişim gibi teknolojik bağlamlarda nasıl etkili olduğunu göstermektedir. Röportaj aşamasında elde edilen bulgular, temalar ve tartışma iç içe geçmiş bir şekilde yukarıda bahsedilen sırayla nitel bulgular başlığı altında ayrı ayrı başlıklar halinde sunulmuştur.

Ayrıca, hem veri toplama sürecinde hem de tez yazımının bütün aşamalarında etik kurallara uymak araştırmanın bütünlüğünü, güvenilirliğini ve topluma olan katkısını artırması için önem arz etmektedir. Araştırmacıların çalışmalarını sürdürürken takip etmeleri gereken ahlaki ilke ve kuralları ifade eden bilimsel araştırmalarda etik kavramı; araştırma sürecinde uyulması gereken bir dizi etik kurallar çerçevesinde araştırmacılara rehberlik etmektedir. Bu kapsamda Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) bağlı Akademik Bilim Etiği Komisyonu'nun hazırladığı "Bilimsel Araştırmalarda Etik ve Sorunları" başlıklı rapor incelenerek aynı zamanda Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı (2016) tarafından yayımlanan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"nde

bilimsel araştırma ve yayın etiğine aykırı eylemler göz önünde bulundurularak çalışma tamamlanmıştır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma, temel olarak bir üniversitenin öğrenci popülasyonu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu durum, araştırmanın bulgularının genel nüfusa veya çeşitli demografik gruplara uygulanabilirliğini sınırlayıcı bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Özellikle, farklı kültürel, eğitimsel ve yaş gruplarına mensup bireylerin güven eğilimleri, incelenen öğrenci grubunun gösterdiği özelliklerden farklılık gösterebilir. Ayrıca çalışmanın yalnızca bir üniversitede gerçekleştirilmiş olması, elde edilen verilerin diğer üniversite ortamlarına ve öğrenci topluluklarına genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Farklı üniversitelerdeki öğrenciler, çeşitli sosyoekonomik ve eğitimsel geçmişlere sahip olabilmeleri ihtimali onların güven eğilimlerini ve iletişim tercihlerini etkileyebilir.

Bu çalışmada nicel ve nitel araştırma metodolojileri, her birinin mevcut zayıflıklarını dengelemek ve gidermek amacıyla entegre edilmiştir. Ancak, nitel analizin gerçekleştirilmesi, analizin nesnellik düzeyini potansiyel olarak azaltabilir. Bu durum, nitel analizlerin doğası gereği, anket yöntemlerinde olduğu gibi, araştırmacının subjektif yorumlarından tamamen bağımsız olamamasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, her ne kadar bütün katılımcıların kullandıkları ifadelerle eşit şekilde yer vermeye ve bütün ifadeleri kullanmaya özellikle dikkat edilse de; bu çalışmada her katılımcıya benzer sorular yöneltilmiş olmasına rağmen, analiz sürecinde, bu çalışmanın argümanlarını destekleyen ve güçlendiren cevaplar öncelikli olarak kullanılmıştır. Nitel analizler, nicel yöntemdeki gibi tüm cevapların eşit ve bağımsız bir şekilde analiz edilmesi yaklaşımından farklılık göstermektedir. Bu yaklaşım, nitel verilerin yorumlanması sürecindeki subjektif etkilerin farkında olmayı gerektirdiğinden, araştırma bulgularının genel yorumlanması ve uygulanabilirliği açısından dikkate alınmalıdır.

Bu araştırma, BAİ ortamındaki güven dinamiklerine önemli iç görüler sağlasa da, kişilerin BAİ dışındaki farklı kanallarda gerçekleştirdikleri güvenme davranışları kapsam dışı bırakılmaktadır. Farklı iletişim bağlamlarında güven oluşumu ve güven eğilimleri arasındaki etkileşimler, bu çalışmanın dışında kalmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM: GÜVEN OLGUSU

Güven olgusunun anlaşılması için, güveni oluşturan unsurları ve dinamikleri incelemek esastır. Bu inceleme güvenin nasıl oluştuğu, sürdürüldüğü, kaybolduğu ve yeniden kazanıldığına dair derinlemesine bir anlayış sağlayabilir. Güven olgusunun sadakat, itibar, güvenilirlik, umut ve inanç gibi kavramlardan ayırt edilmesi gerekmektedir çünkü bu terimler arasındaki farklar kişilerarası iletişimde güvenin rolünü anlamak için kritiktir (Lewis & Weigert, 1985, s. 972).

Güven farklı biçim, şekil, yönelim ve derinlikleriyle varlık bulan çok boyutlu ve temelleri iç içe geçmiş bir dizi unsurdan, etkileyen ve etkilenen birbirinden farklı değişkenlerden meydana gelen karmaşık bir olgudur (Luhmann, 1979, s. 9-11). Güven, en narin duygularımızı, düşüncelerimizi ve davranışlarımızı, bazen fark edilemez bir hafiflikle, bazen de derin bir ağırlıkla etkileyebilen, birbirine sıkı sıkıya bağlı etmenler bütünüdür denilebilir.

Genel güven ve duruma özgü güven gibi farklı güven türleri bulunmaktadır (Hardin, 1992, s. 154). Güven duygu temelli veya rasyonel (mantıklı) temelli olabilir (Lewis & Weigert, 1985, s. 972). Güven ilişkileri, belirsizlik, kişisel kayıp riski ve seçim özgürlüğü içeren durumlarla başlar (Luhmann, 1979, s. 10). Mayer, Davis, & Schoorman (1995, s. 715-720); güvenin güvendiğimiz kişinin güvenilebilir bir şekilde davranacağı beklentisine dayandığını iddia etmektedirler.

Araştırmacılar güvenin iyilik, güvenilirlik, yetenek, bütünlük ve açıklık da dahil olmak üzere çeşitli beklentilere dayandığı konusunda hemfikirdirler (örn. Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006; Kramer, 1999; Svare, Gausdal, & Möllering, 2020; Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer, 1998). Kişiler güvendiklerinde, güvendikleri kişinin fırsatçı bir şekilde davranma riskini kabullenerek kendilerini savunmasızlığı göze alırlar (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 712). Daha açık bir ifadeyle, güven, bir kişinin başkalarına bağlılık gösterirken kendini potansiyel zarara açık hale getirmesi anlamına gelmektedir.

Güven, kişilerarası ilişkilerin temel taşlarından biri olarak inşa etmesi zor yıkılması kolay yönüyle kırılgan bir bitkiye benzetilmektedir (Baier, 1986, s. 260). Güven oluşturmak zaman alır, emek ister, sabır gerektirir; fakat yalnızca birkaç saniyede yok olabilir. Güvenin bu kırılgan doğası, ilişkilerde nasıl hareket edeceğimizi ve birbirimizle

nasıl etkileşimde bulunacağımızı şekillendirmektedir. Tıpkı bir bitki gibi, güven de düzenli bakım ve beslenme gerektirebilir. Su, güneş ışığı ve besin maddelerine ihtiyaç duyan bir bitki gibi, güven de saygı, dürüstlük, sadakat ve iletişim gibi unsurlara ihtiyaç duymaktadır. Maalesef güven, bir defa kırıldığında onarmak oldukça zordur. Yalanlar, aldatmalar ve ihanetler güveni sarsar ve zamanla yeniden inşa etmek büyük bir çaba gerektirir. Kırılan bir bitkiyi düzeltebilmek için zaman, emek ve sabır gerekirken, güveni yeniden tesis etmek de aynı şekilde zaman ve emek ister (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 999-1001).

Güven, karşılıklı anlayış ve saygı üzerine kurulmaktadır. Bir insan güvendiği kişilere, kendisini daha açık bir şekilde ifade edebilmekte, duygularını, düşüncelerini ve sırlarını daha rahat paylaşabilmektedir. Bu sayede güçlü ve sağlam ilişkilerin kurulabilmesi mümkün olmaktadır (Kramer, 1999, s. 580-582). Ostrom ve Walker (2003, s. 13-20) güvenin bir karşılıklılık fenomeni olarak işlediğine vurgu yapmaktadır. Bir kişi bir başkasına güvendiğinde, bu durumun karşılıklı bir güven ilişkisi yaratma potansiyeli bulunmaktadır. Çünkü bir kişi bir başkasına güvenmesi, güvenilen kişi üzerinde bir ahlaki yükümlülük oluşturmaktadır. Başka bir deyişle, güvenilen kişi, ona güvenen kişinin beklentilerini karşılamaya meyilli hale gelmektedir. Güvenin kendi kendini güçlendirme mekanizması vardır; bir kişinin başlangıçta güven göstermesi, karşılıklı yarar sağlayan bir güven ilişkisi başlatabilir (Axelrod, 1984, s. 1393). Uslaner (2002, s. 6-8), bu yönüyle güveni, kendi kendini gerçekleştiren bir olumlu beklenti, yani “optimizm” ile karşılaştırmıştır. Güvenin, tıpkı optimizm gibi, olumlu sonuçlar doğurma eğiliminde olan bir beklenti şeklinde çalıştığı iddia edilmiştir (Hosmer, 1995, s. 382). Dolayısıyla, kişiler arası güven ilişkilerinde, bir tarafın güvenilir davranması, diğer tarafın da güvenilir davranmasını teşvik edebilir. Söz konusu teşvik optimizmin kendi kendini gerçekleştiren doğasıyla paraleldir; olumlu beklentiler olumlu sonuçları tetikleyebilir.

Genel olarak güven, değerli bir kaynak olarak görülmekte ve biriktirmeye değer bir sosyal ya da insan sermayesi olarak kabul edilmektedir (Fukuyama, 1995, s. 355). Güvenilirliği sağlayan bir sosyal sermaye başkaları tarafından kişinin doğruluğuna, dürüstlüğüne ve güvenilirliğine inanmayı içerdiğinden bireylerin birbirleriyle iş birliği yapmalarını, bilgi paylaşımlarını ve kaynaklarını birleştirmelerini sağlamaktadır. Sosyal sermaye yönüyle güven, kişilerarası iletişimde güvenilen kişiye önemli avantajlar

kazandırmaktadır (Kramer, 1999, s. 582; Flew & Smith, 2014, s. 130). Sosyal kapital ve güven, toplumları bir arada tutan bir zincirin iki temel parçasıdır (Cugelman, Thelwall, & Dawes, 2009, s. 461).

Bir bireyin, diğer insanlara, sistemlere veya kurumlara güvenmesi, onun sosyal çevreyle daha olumlu ve üretken ilişkiler kurmasına olanak tanıyabilmektedir. Güven, bireyin stres, kaygı ve belirsizlikle başa çıkmasına yardımcı olabilir, çünkü güvenen bireyler, güvendiklerinde çevrelerine ve içinde bulundukları durumlara daha pozitif bakma eğiliminde olabilmektedirler. Dolayısıyla güven duygusu, bireyin toplum içinde daha memnun ve mutlu hissetmesine katkıda bulunabilir. Kişinin çevresine duyduğu güven, onu daha güvende hissettirmekte ve yaşam kalitesini artırmaktadır. Diğer yandan, güvensizlik, sosyal çevreyle ilişkilerde gerginlik, stres ve huzursuzluğa yol açabilir, kişiyi sürekli bir tehdit altında hissettirebilir, ve en nihayetinde yaşam memnuniyetini ve mutluluğunu azaltabilir. Sonuç olarak güvenin kişilerin yaşam kaliteleri, memnuniyet ve mutlulukları üzerinde etkili olduğu savunulmaktadır (Uslaner, 2002, s. 20-25).

Swift'e göre (2001, s. 18), güven üzerine yazılmış literatür parça parça, yetersiz araştırmaya tabi tutulmuş ve bir dizi disiplin boyunca parçalanmıştır. Bu durum, güvenin doğası ve işleyişi üzerine yapılan çalışmalarda bir bütünlüğün olmadığını ve bu konuda daha derinlemesine, disiplinler arası araştırmalara ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, güven üzerine yapılan araştırmaların, güvenin bu çok boyutlu doğasını anlamak ve bu kavramı daha etkili bir şekilde incelemek için disiplinler arası bir yaklaşım benimsemesi önemlidir.

Kişilerarası ilişkilerde güven, yalnızca bireyin diğerine olan inancını değil, aynı zamanda sosyal bağların, etkileşimlerin ve bağlantıların temel taşı oluşturmaktadır, bu nedenle insanlık tarihinde her zaman merkezi bir öneme sahiptir. Bu çalışmanın temelini oluşturan güven kavramı öncelikle tarihsel gelişimi ile ele alınmış, disiplinler arası tanımlamaları incelenmiş ve güven olgusu üzerine düşünen farklı disiplinlerden araştırmacıların ortaya çıkardığı teori ve güven modelleri felsefe, psikoloji, sosyoloji, ekonomi vb. bilim dalı ayrımı gözetmeksizin irdelenmiştir.

1.1. Tarihsel Gelişimi

İnsanın “güven” olgusuna duyduğu ilgi neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir (Ülker, 2008, s. 189). Çünkü güven, insanların birbirlerine ve dünyaya olan ilişkilerini temelinden etkileyen evrensel bir olgudur. Güvenin evrensel boyutları, insanların birbirlerine ve dünyaya olan temel ihtiyaçlarına işaret etmekte ve güveni insanlık tarihinin başlangıcından bu yana mercek altına alınmasını gerektiren bir faktör olarak ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla güven olgusu insan topluluklarının oluşmaya başladığı dönemlerden bu yana derinlemesine incelenmiştir. İnsanlık tarihine bakıldığında, güvenin kökenlerini ve evrimini anlamak için önemli bir yolculuğa çıkmak mümkündür.

Bunun için öncelikle güvenin felsefi boyutuna değinmeye ihtiyaç vardır. Antik Yunan öğretilerine kadar geriye gidildiğinde felsefenin güven kavramının daha iyi anlaşılması yolunda katkıları olduğu gözlenebilir. Doğrusu güven, felsefi alanda bir ana odak noktası olmamıştır. Felsefi literatürde güven kavramı daha çok dolaylı bir şekilde işlenmiştir. Sokrates, Platon, Aristoteles, Konfüçyüs, Machiavelli, Hobbes ve diğerleri güveni çeşitli yollarla referans almış, fakat esasen bu fenomeni doğrudan açıklamaya çalışmamışlardır.

Fakat güvenin felsefi literatürde doğrudan ana bir odak noktası olmamış olması, bu konunun felsefi olarak önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Güven, sosyal ve politik düşüncenin temel taşlarından biri olmuş ve etik, epistemoloji, politik felsefe gibi birçok felsefi disiplinde ele alınmıştır. Bu bağlamda, güven kavramının, dolaylı yoldan da olsa, felsefi düşünceye önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

Felsefi düşünce, güvenin nasıl oluşturulduğu, korunduğu ve yeniden kazanılabileceği gibi konular üzerinde derinlemesine düşünmeyi sağlayabilir. Ayrıca, bu tür bir inceleme, güvenin, kişilerarası etkileşimleri şekillendirmede nasıl kritik bir rol oynadığını öğretebilir. Felsefi analizler, güvenin daha geniş anlamını, etkilerini ve bireyler ile toplumlar için taşıdığı değerini anlamasına yardımcı olabilir.

1.1.1. Antik Yunan Öğretileri

Güven, insanın düşünce tarihinde önemli bir rol oynamıştır. Antik Yunan filozofları, insan ilişkilerini ve toplumun işleyişini anlamaya yönelik düşüncelerini güven

kavramı üzerinden şekillendirmişlerdir. Sokrates, güvenin insanlar arasındaki etkileşimlerin temel taşı olduğunu savunmuş ve güvenin bilgelikle bağlantılı olduğuna dikkat çekmiştir (Platon, (orj. MÖ 399) 2021b, s. 79, 172). Temel felsefi yaklaşımı, bilgeliğin bilinçli bir sorgulama ve öğrenme süreci olduğu düşüncesine dayanan Sokrates'in güven hakkındaki görüşleri, onun felsefi düşüncesi ve ahlaki yaklaşımıyla derin bir bağlantı içindedir. Güven ile erdemi ve bilgeliği bağdaştıran Sokrates'in felsefesinden çıkarılabilecek en önemli derslerden biri, güvenin bireysel gelişimin temel taşlarından biri olduğudur. Çünkü bir kişinin güvenilir olması onun ahlaki erdemlere sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla güven insanların birbirine ve kendilerine olan inançlarını güçlendirirken, daha adil ve dürüst bir etkileşim içinde olmalarını sağlamaktadır (Fukuyama, 1995, s. 153).

Sokrates'in "Sokratik yöntem" olarak bilinen bir düşünceyi veya öğretiyi diyaloga dayalı sınıyarak bilgelik arayışına girmesi yöntemi onun diyaloga ve iletişime verdiği önemi gösterdiğinden; karşılıklı dürüst ve anlayışlı bir diyalog sağlamak için güvene de oldukça önem atfettiğini iddia etmek mümkündür. Sonuçta eleştirel düşünme, sorgulama ve problem çözmeye yardımcı olan ve temelinde diyalog yatan bu yöntemin işleyebilmesi güven olgusuyla doğrudan bağlantılıdır. Dolayısıyla, Sokrates'in sorular sorma yönteminin, insanların birbirlerini daha iyi anlamalarına ve güven oluşturmalarına yardımcı olduğu düşünülmektedir. Bu noktada, felsefi perspektiften bakıldığında bu çalışmanın henüz en başında bahsedilen "gelişme ve ilerleme" yolunda güvenin önemi daha iyi idrak edilmektedir. Sokrates'in güvenmenin ve güvenilirliğin değerinin bilinmesini sağlayan öğretilerine ek olarak Platon; "Devlet" adlı eserinde, güvenin toplumsal düzenin sağlam bir temeli olduğunu ve adaletin güven üzerine kurulduğunu öne sürmüştür (Platon, (Orj. MÖ 375) 2021a, s. 219).

Platon'un "Devlet" adlı eserinde ((Orj. MÖ 375) 2021a, s. 6-8), Sokrates ile yaşlı ve zengin bir Atinalı olan Kephalos ile onun oğlu Polemarkhos arasında, Sokratik yöntemin tipik bir örneği olarak, adalet kavramı üzerine yapılan bir diyalog yer almaktadır. Adaletin doğası ve bir kişinin dürüstlük veya sadakat gibi erdemlerle ilgili olarak nasıl davranması gerektiği konusunu ele alan diyalogta doğruluktan ve bir kişiye olan borcu ödemekten söz edilmektedir. Bu noktada bir kişiden akli başındayken silah emanet alınması ve eğer bu kişi delirirse (kendine ya da başkasına zarar verecekken) silahı

geri istemesi hususu tartışılmaktadır. Böyle bir durumda silahın geri verilmemesinin her ne kadar “dürüstçe” bir hareket olmasa da daha adil bir davranış olduğuna karar verilerek, adil bir insana daha fazla güvenilebileceği sonuca varılmaktadır. Görüldüğü üzere Sokrates’e göre adalet dürüstlüğün de ötesinde doğru bir davranış olarak görünen ve güvenin temelini oluşturan yegane unsurdur.

Aristoteles ise; güveni insanların erdemi kazanarak iyi bir karakter oluşturmasıyla ilişkilendirmiştir. Ona göre, bir insanın güvenilirliği, onun karakterinin ve erdeminin bir yansımasıdır (Aristoteles, (Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 57-58). Aristoteles güveni ayrıca ikna ile ilişkilendirmiştir. Karadoğan’a (2003, s. 9) göre ikna; “insanların, güdülerini denetim altına almaya çalışarak düşüncelerini ve davranışlarını, önceden belirlenmiş amaçlar doğrultusunda değiştirmek için gösterilen bilinçli çabadır.” Dolayısıyla ikna etmeyi amaçlayan bir insan güvenilmek durumundadır denilebilir. Aristoteles’e ((Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 82) göre bir insanın başka birisini ikna edebilmesi uğruna güvenilir olmasını sağlayan üç karakteristik vardır: sağduyu, ahlaklı olma ve iyi niyet.

Aristoteles’e ((Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 82) göre, konuşmacıların sahip olmaları gereken önemli özelliklerden biri sağduyudur. Sağduyu, kişinin mantıklı düşünme, olayları değerlendirme ve doğru kararlar verme yeteneğini ifade etmektedir. Bir konuşmacının, olayları ve argümanları sağduyulu bir şekilde ele alarak dinleyicilere mantıklı ve akılcı bir şekilde hitap etmesi dinleyicilerin konuşmacının söylediklerine güvenme ihtimalini artırmaktadır. Aristoteles ayrıca konuşmacıların ahlaki değerlere sahip olmalarının önemini vurgulamaktadır. Ahlaklı olma, konuşmacının dürüstlük, adalet ve etik değerlere uygun davranışlarına odaklanmaktadır. Bir konuşmacının ahlaklı biri olduğu düşünülüyorsa, dinleyiciler onun söylediklerine daha fazla güvenme eğiliminde olmaktadır. Ahlaklılık, bir konuşmacının etkileyciliğini ve inandırıcılığını artırmaktadır (Aristoteles, (Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 82).

İyi niyet, bir konuşmacının dinleyicilere karşı samimiyet ve dostane bir tavır sergilemesini ifade etmektedir. İyi niyetli bir konuşmacının, dinleyicilere yardım etmeye ve onların ihtiyaçlarını gözetmeye istekli olduğu savunulmaktadır. İyi niyet, konuşmacının amacının sadece kişisel kazanç değil, dinleyicilerin iyiliği olduğunu göstererek konuşmacı ile dinleyiciler arasında bir bağ oluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla iyi niyet, konuşmacının niyetleri samimi ve dürüstçe bulunması gerekçesiyle,

dinleyicilerin konuşmacının sözlerine güvenmelerini artırmaktadır (Aristoteles, (Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 82). Yukarıda bahsedilen üç özellik, Aristoteles'in retorikte (hitabet sanatında) etkili bir konuşmanın temel bileşenleri olarak kabul ettiği unsurlardır. Bir konuşmacının sağduyulu, ahlaklı ve iyi niyetli olduğu düşünülüyorsa, dinleyiciler konuşmacının sözlerine daha fazla güvenme eğiliminde olmakta ve onun argümanlarını daha inandırıcı bulmaktadırlar. Bu nedenle, hitabet sanatıyla ilgilenenler için bu özelliklerin önemi büyüktür.

1.1.2. Doğu Felsefesi

Antik çağda farklı coğrafyalara gidildiğinde daha kapsamlı öğretilere erişilmektedir. Örneğin Uzak Doğu Çin düşünce geleneği, güveni insan ilişkilerinin merkezine koymuştur. Konfüçyüs, güveni toplumun temel taşı olarak görmektedir. Ona göre, ahlaki değerlerin korunması, güvene dayalı ilişkilerle mümkün olmaktadır (Konfüçyüs, (Orj. MÖ 4. YY) 2021, s. 5, 8, 37, 77). Konfüçyüs'ün öğretileri, insanların birbirlerine saygı duymasını ve güven oluşturmalarını teşvik etmiştir.

Laozi ise Taoizm öğretileriyle güveni farklı bir açıdan ele almıştır. Ona göre, güven, doğanın akışına uyum sağlamakla ilgilidir. Onun öğretilerinden yola çıkılarak insanların doğanın akışına güvendiklerinde daha mutlu ve dengeli bir yaşam sürdürebildikleri iddia edilebilir. Laozi'nin düşünceleri, iç huzurun ve doğayla uyumun güveni nasıl etkilediğini vurgulamıştır (Laozi, (Orj. MÖ 6 YY veya MÖ 4. YY) 2021). Laozi (2021, s. 8) Tao Te Ching adlı eserinde şöyle demiştir:

En büyük iyilik su gibidir.

Suyun iyiliği bin bir şeyi beslemesindedir.

...

O Yol'a yakındır.

Mekanı en uygun yerde,

Kalbi kusursuz derinlikte,

Eli açıklığı kusursuz doğallıkta,

Sözleri kusursuz dürüstlüktedir...

Laozi'ye göre güvenilmenin yolu öncelikle güvenilir bir insan olmaktan geçmektedir (Laozi, (Orj. MÖ 6 YY veya MÖ 4. YY) 2021, s. 17). Ona göre bilgelik ve erdem; dürüstlüğün ve neticesinde güvenin sağlayıcılarıdır (Laozi, (Orj. MÖ 6 YY veya MÖ 4. YY) 2021, s. 43): ‘‘...Erdem dürüstlüktür: Dürüst olana dürüstlükle karşılık verdiği gibi, dürüst olmayana da dürüstlükle karşılık verir...’’ (Laozi, (Orj. MÖ 6 YY veya MÖ 4. YY) 2021, s. 53).

Hindistan'da yaygın bir inanış olan Budizm'de ise, insanların acı ve sıkıntıdan kurtuluşu araştırılmıştır. Güven, anlayış ve iç huzur gibi kavramları vurgulayan Buddha'nın öğretileri, insanların olgunlaşmasında ve kişisel gelişimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Budizm öğretilerinde güven merkezi bir role sahiptir. Budizm'de güven(mek) (ya da güvenebilmeyi öğrenmek); Dharma (Budizm öğretileri) yolunda ilerlemek için temel bir gerekliliktir. Buddha'nın öğretilerine güvenmek, onun öğretilerini anlamak ve izlemek için bir temel oluşturur (Aşvaghosha, (Orj. MS 1. veya 2. YY) 2022, s. 24-38). Budist öğretileri anlatırken özellikle içsel gelişim ve aydınlanma yoluna vurgu yapan Şantideva ise güven kavramının aydınlanma yolunun temel taşlarından biri olduğuna vurgu yapmaktadır (Şantideva, (Orj. MS 8. YY) 2021, s. 6). Bu öğretilerden hareketle insan olgunlaştıkça güvenmeyi öğrenir denilebilmektedir.

Antik Yunan'dan Uzak Doğu Çin'e kadar farklı kültürlerdeki filozoflar, güvenin insan ilişkileri ve toplum düzeninin temeli olduğunu vurgulamışlardır. Her bir geleneğin öğretileri, güvenin insan doğasının derinliklerine işlediğini göstermektedir. Antik Yunan ve Uzak Doğu Çin düşünce geleneği, güvenin evrensel bir kavram olduğunu ve insanlar arasındaki ilişkilerin olmazsa olmaz bir unsuru olduğunu hatırlatmaktadır. Bu düşünce gelenekleri, güvenin sadece bireysel ilişkilere değil, aynı zamanda toplumsal düzenin ve huzurun oluşturulmasına da katkı sağladığını savunmaktadır.

1.1.3. Rönesans Dönemi Düşünürleri

İtalya'da başlayan Rönesans dönemi, güvenin felsefi olarak idealize edildiği bir dönem olmuştur. Bu dönemde, insanların doğasındaki iyilik ve güven duygularına vurgu yapılmıştır. İnsanlar arasındaki güvenin, toplumların refahı için temel bir unsur olduğu düşünülmüş ve bu düşünce Rönesans filozoflarının eserlerine yansımıştır. Bu dönemde, güvenin sanat, edebiyat ve felsefeyle iç içe geçtiği eserler de ortaya çıkmıştır.

Dönemin öne çıkan isimlerinden olan Niccolo Machiavelli; güvenin nasıl kazanılması gerektiği ve güveni sürdürmek için hangi stratejilerin kullanılması gerektiği konularında önemli ipuçları sunmuştur (Machiavelli, (Orj. 1513 ve 1532) 1994, s. 106-131). Güvenin insan ilişkilerinde en önemli kazanımlardan biri olduğunu vurgulayan Machiavelli'nin güven hakkındaki sıra dışı yorumları bu olguya yeni bir perspektif kazandırmıştır.

Machiavelli'nin liderlik üzerine yazdığı Prens (Hükümdar) adlı eserden yola çıkarak; ona göre sağlıklı bir iletişim kurabilmek için insanlar güvendiklerini hissetmelidir (Machiavelli, (Orj. 1513 ve 1532) 1994, s. 60-61). Bu yüzden Machiavelli'ye göre karşıdaki kişinin bu güveni hak edip etmediği hususu ikinci planda kalmaktadır (Machiavelli, (Orj. 1513 ve 1532) 1994, s. 109-110). Başka bir deyişle; insanların doğası gereği zaten güvenilmez varlıklar olduklarını iddia eden Machiavelli'ye göre; bir insan karşısındaki tarafından güvenildiği sürece gerçekten güvenilir biri olup olmadığı önemli değildir ve yeter ki kendisine inanılsın ama her zaman dürüst olması gerekmez (Machiavelli, (Orj. 1513 ve 1532) 1994, s. 110, 118). Machiavelli'nin yukarıdaki öğretilerinden yola çıkarak bu çalışmanın da temelini oluşturan “asıl önemli olan bilgisayar aracılı iletişimin gerçekte güvenilir olup olmadığı değil başkaları tarafından güvenilip güvenilmediğidir” görüşüne dayanak oluşturmak mümkündür.

Rönesans Dönemi'nde hümanizm akımının önde gelen isimlerinden biri olan Erasmus ise "Delilik Üzerine Övgü" adlı eserinde, insanlar arasındaki iletişimin ve ilişkilerin temelinde güvenin yattığını savunarak dürüstlüğün ve açık iletişimin güveni artırdığını iddia etmiştir (Erasmus, (Orj. 1511) 2016, s. 10). Bir başka örnek olarak; dönemin İngiliz temsilcilerinden olan Thomas More'un ideal bir toplum yapısını ve daha sağlıklı insan ilişkilerinin dinamiklerini anlattığı “Utopia” adlı eserinde birçok kez üzerinde durduğu dürüstlük, adalet ve eşitlik vurguları o dönemde güven olgusuna ne derece kafa yorulduğunun kanıtı niteliğindedir (More, (Orj. 1516) 2022, s. 9, 14, 34).

Dönemin Fransız temsilcilerinden biri olan Montaigne'nin “Denemeler” adlı eserinde özellikle makro-mikro ifadelere yer verdiği görülmektedir (Montaigne, (Orj. 1580) 2011, s. 165). İnsanın ifade ve mimikleri ile çok şey anlattığını ve duygularını yansıtmaması neticesinde kişiler arasında güven bağlarının kurulduğunu belirten Montaigne; yalnızca sözlü iletişimin dahi ne denli önemli olduğunu yansıtmak için; “İnsan yalnız

sözle insandır ve yalnız sözle bağlanırsınız birbirimize.” demiştir (Montaigne, (Orj. 1580) 2011, s. 166).

1.1.4. Aydınlanma Çağı

Aydınlanma çağı, bireysel özgürlüklerin ve insan haklarının ön plana çıktığı bir dönem olarak Avrupa siyasi yapısında köklü değişimlere sebep olmuştur. 17. ve 18. yüzyıllarda Avrupa’yı etkisi altına alan Aydınlanma Çağı’nın, fikir ve düşüncelerinin etkisi ile neticelenen Fransız İhtilali ile özdeşleştiği söylenebilir. İnsanların toplumsal düzenlerini ve ilişkilerini daha rasyonel ve adaletli bir temele oturtma arayışında olan dönemin düşünürleri için güven, bu dönemde toplumsal düzenin temeli olarak görülmüştür. Aydınlanma filozofları, toplumsal sözleşme teorileri aracılığıyla, güvenin insanların doğal haklarına saygı duyan bir hükümetin oluşturulmasında kritik bir rol oynadığına inanmışlardır.

Dönemin John Locke (Yönetim Üzerine İkinci İnceleme, (Orj. 1689) 2019), Thomas Hobbes (Leviathan, (Orj. 1651) 2006), ve Jean-Jacques Rousseau (Toplum Sözleşmesi, (Orj. 1762) 2012) gibi düşünürlerinin ortak özelliği hükümetlerle halk arasında toplumsal bir sözleşme fikri doğrultusunda insanların güven içinde yaşama sorununa cevap aramış olmalarıdır. Bu dönemde güven olgusunun daha çok ‘‘sosyolojik’’ yönüne odaklanıldığı görülmektedir. Düşünce ve ifade özgürlüğüne hak ettiği değerin verildiği (Hobbes, (Orj. 1651) 2006, s. 43) bu dönemde insanların çekinmeden fikir alışverişinde bulunmaları ve fikirlerini tartışabilmelerinin temelinde güven olduğu iddia edilebilir. Bilimsel keşiflerin ve yeni düşünce biçimlerinin gelişimine zemin hazırlayan bu ortamın oluşabilmesi ancak kişilerin birbirlerine güven duymaları ile mümkündür. Dönemin düşünürleri tarafından ortaya atılan; insanların eşit ve adil bir şekilde muamele görmesi gerektiğini savunan fikirlerin (Rousseau J.-J. , (Orj. 1762) 2012, s. 5, 21-22), o dönemde insanların birbirlerine güven duymasını sağlayan unsur olduğu savunulabilir.

1.1.5. Güvenin Modern Yorumları ve Günümüz

Güvenin tarihsel ve felsefi izini sürmek, insan ilişkilerinin ve toplumun evrimini anlamamıza yardımcı olmuştur. Bu olgu, insanlık tarihinde her dönemde mercek altına alınmış ve güvenin insanların bir arada yaşama ihtiyaçlarına temel bir cevap olduğu kabul edilmiştir. Güvenin rolü, antik filozoflardan modern düşünceye kadar geniş bir perspektiften incelenmiş ve bu inceleme neticesinde, insanların daha güvenli, adil ve sürdürülebilir toplumlar kurma çabalarını şekillendirmeye devam ettikleri gözlemlenmiştir. Aydınlanma çağıyla birlikte pozitif bilimlere yönelimin artması neticesinde modern ve post-modern dönemlere kadar geçen süreçlerde, güvenin iletişim, psikoloji, sosyoloji, ekonomi ve siyaset gibi birçok farklı disiplinde incelendiği görülmektedir.

Psikoloji biliminde güvenin daha çok bilişsel ve duygusal boyutlarına odaklanılırken, sosyoloji biliminde ise güvenin toplumsal etkileri üzerine bir irdelemeye girilmiştir. Benzer bir şekilde siyaset biliminde liderlik, hükümetlerin meşruiyeti, seçim sonuçları, kişilerin politik şartlanmaları vb. birçok konu tartışılmaktadır. Ekonomi biliminde ise iş dünyası, iş ilişkileri, yatırımlar, ticaret vb. birçok alanda güvenin rolü araştırma konusu olmaktadır (Axelrod & Hamilton, 1981, s. 1394; Metzger, 2017, Web). İletişim biliminde dahi güven birbirinden çok farklı dallara ayrılarak tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Örneğin gazetecilikte güven olgusu ana-akım medyaya olan güven, alternatif arayışları, vatandaş haberciliği vb. çerçevesinde şekillenirken, halka ilişkiler alanında örgütsel yönetim, liderlik, grup ve takım içi güven, kurum aidiyeti ve kişilerin birbirleri arasındaki güven ilişkileri olmak üzere çok farklı noktalardan konuya yaklaşılmaktadır. Bu çalışmada iletişim bilimindeki güven kavramı “kişilerarası iletişimde güven kavramı” başlığı altında açıklanarak güven modelleri incelenmiş ve ardından bilgisayar aracılı iletişim teknolojilerine değinilmiştir.

1.2. Kişilerarası İletişimde Güven Kavramı

Kişilerarası iletişimde güven olgusu literatürde uzun yıllardır ilgi duyulan bir araştırma konusu olmuştur. Hosmer (1995, s. 379) güvenin insan ilişkilerinde ve işlerin yürütülmesinde ne kadar kritik olduğunu vurgulamakta ve bu görüşünü destekleyen pek

çok ekonomist, psikolog, sosyolog ve yönetim teorisyeninin olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla farklı zamanlarda farklı akademisyenler tarafından çeşitli tanımları yapılmıştır. Çoğunlukla psikolojik ya da sosyolojik bir olgu olarak güvene odaklanan çeşitli yaklaşımları kapsayan güven tanımları, güvenle ilgili araştırmaların oldukça geniş bir alanı kapsadığını göstermektedir. Araştırmaların çoğu, araştırmacıların teorik yönelimiyle orantılı olarak farklı boyutlara ayrılmaktadır (Clark & Payne, 1997, s. 205). Bir tarafta bireysel farklılıklarla ilgilenen kişilik teorisyenleri, güvenin, kişisel deneyimlere dayalı olarak geliştirilen bir kişilik özelliği olarak doğasını vurgulamışlarken diğer tarafta güvenin davranışsal boyutuna odaklanarak deneyler ile güvenme eylemini inceleyen yaklaşımlar vardır (Baier, 1986, s. 239). Öte yandan güvenin psikolojik ve sosyolojik boyutlarına sonraki yıllarda ilgi artmıştır (Clark & Payne, 1997, s. 205; Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 992)

1980'lerden önce yapılan tanımların genellikle güvenin davranışsal boyutuna odaklandığı gözlemlenmekle birlikte davranışsal yaklaşımın en erken tanımlarından biri Deutsch (1958, s. 266) tarafından şu şekilde yapılmıştır: "Eğer bir kişi bir olayın gerçekleşmesi beklentisi içindeyse ve kişinin bu beklentisi, o kişinin beklentisinin gerçekleşmemesinin, gerçekleşmesinin doğuracağı pozitif motivasyonel sonuçlara göre daha büyük negatif motivasyonel sonuçlar doğuracağını algılaması şeklinde bir davranışa yol açıyorsa; o kişinin o olayın gerçekleşeceğine güven duyduğu söylenebilir." Güvenme davranışı burada kişinin savunmasızlığını artıran, sonuçları kendisine değil karşısındakinin kararlarına bağlı olan, karşıdaki kişi bu savunmasızlığı kötüye kullanırsa göreceği zarar kötüye kullanmaması durumunda göreceği faydadan çok daha büyük olan riskler içermektedir (Zand, 1972, s. 230). Davranışsal yaklaşımın sonraki dönem temsilcilerinden biri olan Hardin ise güveni: "Güvenme eyleminin risk ve faydalarını ölçerek mantıksal bir temelde karar verilen davranıştır." şeklinde tanımlamıştır (Hardin, 1992, s. 52).

Kişilerarası iletişimde güvenin tanımını ilk yapanlardan bir diğeri de Rotter (1967) olmuştur. 1967 yılına dayanan Rotter'ın güven tanımının günümüze kadar birçok akademisyen tarafından atıf aldığı görülmektedir. Rotter'ın tanımına göre güven "bir birey veya grup tarafından tutulan, başka bir bireyin veya grubun söylediği bir kelimeye,

verdiği bir söze, sözlü veya yazılı beyanına inandırmayı sağlayan bir beklenti” olarak tanımlanmıştır (Ayrıca bkz. Mayer ve diğ., 1995, s. 714; Ülker, 2008, s. 192).

1985 yılında Baier (s. 235) tarafından yapılan “bir başkasının birine karşı olası ama beklenmeyen kötü niyetine (ya da iyi niyet eksikliğine) karşı kabullenilmiş savunmasızlık” şeklindeki tanım ise günümüzde en çok atıf alan tanımlardan biri olan Mayer, Davis ve Schoorman’ın güven tanımına zemin hazırlamıştır. 1995 yılında Mayer, Davis ve Schoorman tarafından yapılan o tanıma göre ise güven: “bir tarafın; diğer tarafı izleme veya kontrol etme kabiliyetine bakılmaksızın, diğer tarafın güvenen için önemli olan belirli bir eylemi gerçekleştireceği beklentisine dayalı olarak diğer tarafın eylemlerine karşı savunmasız olma istekliliği” olarak tanımlanmaktadır (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 712). Mayer ve diğerlerine göre buradaki “savunmasızlık” kavramı kişinin kaybedecek önemli bir şeyi olması hususunu ifade etmektedir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 712). Bu tanıma göre güven, güvenen tarafın beklentisi doğrultusunda diğer tarafın belirli bir eylemi gerçekleştireceği beklentisine dayanarak onun eylemlerine karşı kendi zayıf noktalarını açık hale getirme isteğini ifade etmektedir. Öyleyse güven; diğer tarafın eylemlerini izleme veya kontrol etme yeteneği gözetmeksizin güvenen tarafın, güven duyduğu kişinin istenilen eylemi gerçekleştireceğine inanmasıdır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 993).

Mayer ve diğ. tarafından yapılan yukarıdaki tanımda savunmasızlık, isteklilik ve beklenti olmak üzere 3 faktör önem arz etmektedir. Savunmasızlık unsuru güvenin risk faktörünü ifade etmektedir. Güvenen kişinin güvenilen kişiye isteyerek güven atfetmesi ise güvenin amaca yönelik bir olgu olduğuna dikkat çekmektedir (Ülker, 2008, s. 193). Ayrıca bir insanın güven duyduğunda bundan faydalı sonuçlar ortaya çıkması beklentisi içine girmesi fayda ne kadar çoksa o kadar çok güvenme eğiliminde olacağı iddiasını ortaya çıkarmıştır (Ülker, 2008, s. 193).

Mayer’in tanımından ayrıca güvenme eyleminin gönüllülük esaslı bir süreç olduğu çıkarımı yapılabilir. Luhmann’ın dediği gibi, "Başkalarından güven istemek mümkün değildir; güven sadece sunulabilir ve kabul edilebilir." (Luhmann, 1979, s. 48). Dolayısıyla bir kişinin karşısındakine güvenmek için kendi gerekçeleri yoksa karşısındakinin “güven bana” demesi tek başına bir anlam ifade etmez (Baier, 1986, s. 244). Öte yandan bir kişi karşısındakine hali hazırda güveniyorsa o kişinin güven bana

dememesi sadece eylemi tasdiklemekten öteye gidemez. Güvenin gönüllülük esasına dayanması, insanların başkalarına güvenmeyi seçebilmesi veya seçememesi anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle, güven, talep edilemez veya zorlayıcı bir şekilde inşa edilemez; yalnızca kişisel deneyimler, etkileşimler ve değerlendirmeler temelinde geliştirilebilir. Bir başkasına güvenmek, karşılıklı bir anlayış ve saygı çerçevesinde, bir kişinin diğerine güvendiği konularda hassas ve korunaklı bilgileri paylaşmaya istekli olmasıdır.

Güven, zamanla ve karşılıklı olumlu etkileşimlerle inşa edilmektedir. İnsanlar, birbirlerine güvenmeye başlamadan önce, genellikle bir dizi değerlendirme ve gözlem sürecinden geçmektedirler. Karşılıklı saygı, açıklık ve dürüstlük, güvenin inşasında kritik öneme sahiptir. Bu değerler, bireyler arası ilişkilerde olduğu kadar, toplumun genelinde de güvenin geliştirilmesi ve sürdürülmesi için kritiktir (Baier, 1986, s. 246).

Literatürde güven inşa etmenin psikolojik bir süreç olduğu savunulmaktadır (Kramer, 1999, s. 571; Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 996; Clark & Payne, 1997, s. 205). Mayer ve diğerlerinin ‘savunmasızlık’ faktörüne paralel bir tanımla; psikolojik perspektiften açıklandığında güven: ‘Güvenilen kişinin tutum ve davranışına ilişkin olumlu beklentilere dayalı olarak savunmasızlığı kabul etme niyetini içeren psikolojik bir durum’ olarak tanımlanmıştır (Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer, 1998, s. 395).

Psikolojik bir durum olarak kavramsallaştırıldığında güven, birbiriyle ilişkili çeşitli bilişsel süreçler ve yönelimler açısından tanımlanmıştır. Her şeyden önce güven, bireylerin bağımlı oldukları diğer kişilerin güdülerini, niyetlerini ve olası eylemlerine ilişkin belirsizliklerinden kaynaklanan, algılanan bir kırılganlık veya risk durumunu gerektirmektedir. Örneğin, Lewis ve Weigert (1985, s. 971) güveni, ‘eylemde yer alan tüm kişilerin yetkin ve görev bilinciyle hareket edeceğine dair kendinden emin bir beklentiyle riskli bir eylem planının üstlenilmesi’ olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde Robinson (1996) güveni, bir kişinin ‘bir başkasının gelecekteki eylemlerinin faydalı, olumlu ya da en azından kişinin çıkarlarına zarar vermeyeceği ihtimaline ilişkin beklentileri, varsayımları veya inançları’ olarak tanımlamıştır (Aktaranlar Kramer, 1999, s. 571; Lewicki ve diğ., 2006, s. 997). Kramer’in aktardığı güven tanımları psikolojik bir durum olarak güvenin birkaç temel bileşenini vurgulamaktadır:

Algılanan Güvenlik Açığı veya Risk: Güven, bir güvenlik açığı veya risk duygusunu içermektedir. Bu kırılganlık, bireylerin bağımlı oldukları diğer kişilerin güdülerini, niyetleri ve gelecekteki eylemleri hakkında hissettikleri belirsizlikten kaynaklanmaktadır. Başka bir deyişle güven, belirli düzeyde belirsizlik veya riskin söz konusu olduğu durumlarda mevcuttur.

Güvenli Beklenti: Güven, kendinden emin bir beklentiyle ilişkilidir. İnsanlar, güvindikleri kişilerin yetkin ve görev bilinciyle hareket edeceğine inandıklarında güvenmektedirler. Buradan hareketle başkalarından yeterlilik ve sorumlu davranış beklentisine dayandığı söylenebilir.

Faydalı veya Olumlu Sonuçlar: Güven, başka bir kişinin gelecekteki eylemlerinin faydalı, olumlu veya en azından kişinin çıkarlarına zarar vermeyeceğine dair inanç veya beklentiyle bağlantılıdır. Başka bir deyişle güven, etkileşimin veya ilişkinin sonucuna ilişkin olumlu bir beklentiye ifade etmektedir sonucuna varılabilir.

Güven, insan etkileşimlerinin ve ilişkilerinin temel bir yönüdür ve kişisel ilişkiler, iş dünyası ve bir bütün olarak toplum dahil olmak üzere yaşamın çeşitli yönlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, spesifik bağlama ve ilgili kişilere bağlı olarak yoğunluk ve kapsam bakımından da farklılık gösterebilmektedir (Dirks, 1999, s. 447).

1.3. Kişilerarası İletişimde Güven Modelleri

Literatürde güvenin oluşumunu anlatan modeller geliştirildiği gözlemlenmektedir. Bu bölümde söz konusu modeller ayrıntılı bir şekilde ele alınarak güven olgusu açıklanmaya çalışılmıştır. Literatürde güven modellerini davranışsal ve psikolojik yaklaşımlar olarak kategorize etmenin oldukça yaygın bir uygulama olduğu görülmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 992; Kramer, 1999, s. 570; Lewis & Weigert, 1985, s. 974-975). Buna göre, her iki gelenek şu başlıklar altında gruplanabilir;

- Güveni, bir deneydeki işbirliğine dayalı seçimler gibi rasyonel seçim davranışı olarak gören davranışsal güven geleneği (Örn. Hardin, 1992; Deutsch, 1958; Zand, 1972; Axelrod & Hamilton, 1981).
- Beklentiler, niyetler, duygulanımlar ve eğilimler dahil olmak üzere güven ile ilişkili karmaşık kişisel durumları anlamaya çalışan psikolojik güven

geleneği (Örn. Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer, 1998; Jones & George, 1998; McAllister, 1995; Lewicki, McAllister, & Bies, 1998; Lewicki & Bunker, 1995; Lewis & Weigert, 1985)

Bu tür bir sınıflandırma güven modellerinin yapısının daha iyi anlaşılmasını sağladığı için söz konusu kategorileştirmeden faydalanılmakla birlikte kişilerarası iletişimde güven modelleri bu çalışmada niceliksel ve içeriksel yönden oldukça kapsamlı bir şekilde ele alındığından daha da detaylandırmak adına literatürde genel kabul gören şekliyle psikolojik yaklaşımlar da kendi için alt kategorilere ayrılmıştır (örn. Lewicki ve diğ., 1998):

- Güven ve güvensizliği iki kutuplu zıtlıklar olarak ele alan tek boyutlu modeller (Örn. Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Jones & George, 1998)
- Güven ve güvensizliğin bağımsız olarak değişebilen, birbirinden tamamen farklılaştırılabilen ve bilişsel ile duygusal olmak üzere birbirinden farklı iki boyutu olduğunu savunan iki boyutlu modeller (Örn. Lewicki, McAllister, & Bies, 1998; McAllister, 1995).
- Güvenin zaman içinde gelişen ve ortaya çıkan farklı biçimleri olduğunu öne süren veya birden fazla alt faktörlerden etkilendiğini öne süren çok boyutlu/dönüşümsel modeller (Örn. Lewicki & Bunker, 1995; Lewis & Weigert, 1985)

Yukarıdaki kategorizasyonlara benzer bir şekilde Lewicki ve diğerleri güven modelleri kategorize ederlerken temelde üç anahtar soru üzerinden belirledikleri kriterlere göre ayırım yapmışlardır. Bu çerçevede her modelin temel varsayımları açıklanmıştır. Bu analitik yaklaşım, güvenin karmaşık doğasını anlamada ve farklı durumlarda nasıl değişkenlik gösterebileceğini belirlemede önemli bir yol gösterici olmuştur. Güven gelişimini kavramsallaştırmayla ilgili ele alınan üç temel soru şunlardır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 992-993):

1. "Güven Nasıl Tanımlanır?" sorusu, güvenin özünü ve temel özelliklerini keşfetmeye yöneliktir. Bu soru, güvenin bireysel ve toplumsal ilişkilerde nasıl algılandığını ve bu algının farklı kültürel, sosyal ve psikolojik bağlamlarda nasıl değişebileceğini ele almaktadır.

2. "Başlangıçta Güvenin Düzeyi Nedir?" sorusu, ilişkilerin başlangıcında güvenin varsayılan düzeyini sorgulamaktadır.
3. "Güven Düzeyinin Zamanla Değişmesine Ne Sebep Olur?" sorusu, güvenin dinamik doğasını ve zaman içinde nasıl evrildiğini keşfetmektedir.

Tek boyutlu psikolojik modellere güven kendinden emin beklentiler ve/veya savunmasız olma isteği olarak tanımlanmıştır. Başlangıçta sıfır veya orta-yüksek olabilir ve kişilik, sosyal sınıflandırma süreçleri ve güvenilenin itibarı gibi çeşitli faktörlere bağlıdır. Güven, güvenilen kişinin niteliklerine, ilişki geçmişine ve iletişim süreçlerine dayanarak zamanla artabilir. Olumlu beklentiler doğrulanmadığında ise azalmaktadır. İki boyutlu modellerde güven, ilişkinin farklı yönlerindeki beklentilere dayanmaktadır. Başlangıçta hem güven hem de güvensizlik düşüktür. Güven ve güvensizlik, etkileşimlerin kapsam ve derinliği veya karşılıklı bağımlılık yapısı nedeniyle değişebilmektedir. Çok boyutlu ve dönüşümsel modellerde ise güven beklenen faydalar, diğerinin bilgisi ve paylaşılan değerlere dayalı faktörlere göre tanımlanmaktadır. Başlangıçta hesaplama dayalı bir aşamada olup, olumlu bir ilişki geçmişi, bilgi artışı ve ortak değerlerin geliştirilmesiyle artabilmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 993).

Görüldüğü üzere; her model, güvenin anlaşılmasını sağlayan farklı perspektifler ve odak noktaları sunmaktadır. Davranışsal modelden çok boyutlu/dönüşümsel psikolojik modele kadar olan bu spektrum, güvenin nasıl tanımlandığı, başlangıçtaki derecesi ve zamanla nasıl değiştiği üzerine derinlemesine bilgi vermektedir. Kişilerarası iletişimde güven gelişiminin daha bütünsel bir şekilde anlaşılmasını ve değerlendirilmesini sağlayan çeşitli modeller bu çalışmanın kavramsal dayanağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada güven modellerine oldukça büyük önem atfedilmektedir. Güven fenomenini en iyi anlamanın yolunun bu modelleri iyi analiz etmekten ve özümsemekten geçtiğine inanılmaktadır.

1.3.1. Davranışsal Yaklaşım Modeller

Güvene yönelik davranışsal yaklaşımlar, bir insanın kişilerarası bağlamda yaptığı gözlemlenebilir seçimlere dayanmaktadır. Davranışsal gelenek içinde çalışan

araştırmacılar, kişilerarası etkileşimi en aza indiren laboratuvar koşulları altında, “Mahkumun İkilemi” gibi simüle edilmiş etkileşimlerde ve oyunlarda davranışları gözlemlemişlerdir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 993; Lewis & Weigert, 1985, s. 975).

1950’li yıllarda Merrill Flood ve Mervin Dresher tarafından geliştirilen (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 762) Mahkumun İkilemi (Prisoner's Dilemma), farklı oyuncuların kararlarını ve stratejilerini inceleyerek matematiksel ve analitik bir çerçeve sunan bir disiplini ifade eden oyun teorisi ve sosyal bilimlerde sıkça kullanılan bir modeldir (Orbell, Dawes, & Peregrine, 1994, s. 110; Lewis & Weigert, 1985, s. 975). Bu model, iki veya daha fazla kişinin karar verme süreçlerini analiz etmek için kullanılmakta ve genellikle iş birliği ve rekabet arasındaki zorlu tercihleri ele almaktadır (Dawes & Orbell, 1995, s. 63-64). Mahkumun İkileminin temel amacı, bireylerin kişisel çıkarlarını ve toplumsal çıkarları nasıl dengelediklerini anlamaktır (Orbell, Dawes, & Peregrine, 1994, s. 112; Dawes & Orbell, 1995, s. 63).

Mahkumun İkilemi, genellikle şu şekilde açıklanır: İki suçlu, bir suçun işlendiği bir olayın şüphelileri olarak tutuklanmış ve ayrı hücrelere konulmuştur. Polis, suçlarını ispat edecek yetersiz kanıtlara sahiptir ve her iki suçlu da sessiz kalma veya birbirlerini ihbar etme seçeneği arasında bir karar vermelidir. Her iki suçlu için de dört farklı sonuç olasılığı vardır (Deutsch, 1958, s. 269; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 760):

1. Her ikisi de sessiz kalırsa (iş birliği yaparlar): İkisi de kısa bir hapis cezasına çarptırılır (Örn. 1 yıl).
2. İkisi de birbirlerini ihbar ederse (rekabet ederler): İkisi de daha uzun bir hapis cezasına çarptırılır, ancak birbirlerini ihbar ettikleri için cezaları hafifletilir (Örn. 2 yıl).
3. Birisi sessiz kalırken diğeri ihbar ederse (ihanet eder): İhanet eden suçlu ceza almazken diğere suçlu daha uzun bir hapis cezasına çarptırılır (Örn. 3 yıl).
4. Birisi diğeri tarafından ihbar edilirken sessiz kalırsa (ihanet edilir): Sessiz kalan suçlu daha uzun bir hapis cezasına çarptırılırken (Örn. 3 yıl), ihanet eden suçlu ceza almaz.

Tablo 1: Mahkumun İkilemi Oyununda Ceza Oranları

	İş Birliği	İhanet
İş Birliği	1	0
İhanet	3	2

Kaynak: Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 763'ten uyarlanmıştır. (Değerler örnek amaçlıdır.)

Tablo 1’de Mahkumun İkilemi oyununa katılan iki oyuncunun davranışları satırlar ve sütunlar kısımlarına yazılmıştır. Satır kısmındaki oyuncunun davranışının sütun kısmındaki oyuncunun davranışının sonucuna göre aldığı ceza sol alt kısma, sütun kısmındaki oyuncunun davranışının satır kısmındaki oyuncunun davranışının sonucuna göre aldığı ceza ise sağ üst kısma yazılmıştır. Tablo 1’e göre; belirli bir oyuncu için en az cezayı sağlayan sonuçlar sırasıyla;

1. Diğer oyuncu iş birliği yaparken ihanet etmek,
2. Ortak iş birliği,
3. Her iki oyuncunun da ihanet etmesidir.

En fazla cezaya neden olan sonuç ise diğer oyuncu ihanet ederken işbirliği yapmaktan kaynaklanmaktadır. Mahkumun İkilemi, her iki suçlu için “ortak” en iyi sonucun iş birliği yapmak olduğunu göstermektedir, çünkü bu durumda her ikisi de daha düşük bir hapis cezası almaktadır. Ancak, bireyler kendi çıkarlarını düşündüğünde, ihanet etmek (diğer suçlunun sessiz kalmasını bekleyerek) genellikle daha cazip görülebilir, çünkü bu durumda serbest bırakılmak mümkün olabilmektedir. İşbirliği ve rekabet arasındaki gerilimi ve toplumsal düzeyde optimal sonuçların nasıl elde edilebileceğinin oldukça başarılı bir şekilde anlaşılmasını sağlayan mahkumun ikilemi, ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve siyaset bilimi gibi birçok farklı disiplinde incelenmiştir ve çeşitli uygulamalara sahiptir (Hardin, 1992, s. 153).

Davranışsal yaklaşımlarda anahtar kelimeler genel olarak; iş birliği, rekabet ve rasyonel seçimlerdir. Davranışsal modellerde yaygın olarak kabul edilen görüş, güven ve güvensizliğin esasen rasyonel olduğu yönündedir. Rasyonel seçim ve davranışsal güven

açıklamaları, güvenmenin riskleri ve yararlarının objektif değerlendirmelerine dayanmaktadır (Hardin, 1992, s. 152).

1.3.1.1. Deutsch'un Güven ve Şüphe Modeli

Deutsch, insanların güven ve şüphe oluşturma süreçlerini ve bu duyguların davranışları nasıl etkilediğini açıklayan bir model geliştirmiştir (Deutsch, 1958; Deutsch, 1962). Güveni bir kişinin başka bir kişiye, gruplara veya organizasyonlara yönelik niyetlerini ve davranışlarını önceden tahmin etme yeteneği olarak tanımlayan Deutsch; güveni bir insanın diğerine bağımlı olduğu ve bu bağımlılık durumunun güven oluşturmada önce varlığını sürdürdüğü bir süreç olarak görmüştür (Deutsch, 1958, s. 265; Deutsch, 1962, s. 277). Deutsch'a göre; kişilerarası ilişkilerin temel bir unsuru olan güven, insanların birbirlerine karşı açık ve işbirlikçi davranmalarını teşvik etmektedir (Deutsch, 1962, s. 276; Cugelman, Thelwall, & Dawes, 2009, s. 461). Tahmin edilebilirliği güvenin bir boyutu olarak gören Deutsch öne sürdüğü güven modelinde, güveni rasyonel beklentiler üzerinden ele almıştır (Deutsch, Trust and Suspicion, 1958, s. 265; Kalemci Tüzün, 2007, s. 100).

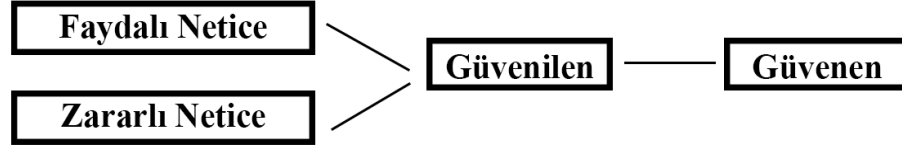
Öte yandan, şüphe, bir kişinin başkalarının niyetlerine dair kuşkular taşıması durumudur. Gerçekleşmesi bireyin refahına zarar veren bir olayla ilgili olarak, yani kötü niyetli veya istenmeyen bir olayla ilgili olarak "şüphe" teriminin kullanılması uygun görünmektedir. Dolayısıyla, eğer olayın gerçekleşeceğine ilişkin beklentinin doğrulanmaması, doğrulanmasına tercih ediliyorsa ve olayın gerçekleşmesi beklentisi, olayın olumsuz motivasyonel sonuçlarını azaltmaya yönelik bir davranışa yol açıyorsa, bireyin bir olayın meydana gelmesinden şüphelendiği söylenebilir. Şüphe, insanların birbirlerine karşı mesafe koymalarına ve koruyucu davranmalarına neden olmaktadır (Deutsch, 1958, s. 266-267).

Deutsch'un güven ve şüphe modelinde güvenme ya da güvenmeme davranışı temel olarak şu şekillerde ortaya çıkmaktadır:

1. Bir kişi karşısındaki kişinin motivasyonel eğilimine göre beklenen eylemi yapacağına ve bunun neticesinde fayda sağlayacağına inanıyorsa güvenme eyleminde bulunur.

2. Bir kişi karşısındaki kişinin motivasyonel eğilimine göre beklenen eylemi yapacağından şüphe duyuyorsa ve bunun neticesinde zarar göreceğine inanıyorsa güvenmeme eyleminde bulunur.

Şekil 2: Deutsch'un Güven Modeli'nin Görselleştirilmiş Hali



Kaynak: Cugelman, Thelwall, & Dawes, 2009, s. 461

Deutsch'un Şekil 2'de gösterilen güven modeline göre, güvenilen kaynak, güvenen ile motivasyonla ilgili bir nesne (faydalı sonuç) arasında aracılık rolü oynamaktadır (Cugelman, Thelwall, & Dawes, 2009, s. 461). Güvenme eyleminin sonuçları güvenilen tarafından güvenen kişiye iletilmektedir. Başka bir deyişle; güvenen kişinin güvenme davranışının neticesinde fayda veya zarar göreceğı hususu güvenilen kişinin beklentiyi karşılayıp karşılamamasına bağılıdır (Zand, 1972, s. 230). Zararlı neticeden kaçınma eğiliminde olan güvenen faydalı neticeye erişebilmek için istenen sonucun sağlanması hususunda güvenilen kişiye bağılı olmak durumundadır. Güvenen, sonucun sağlanması konusunda güvenilen kişiye bağımlı olduğunda, zararlı bir sonucun ortaya çıkabileceğı riskli bir girişimde bulunmuştur (Deutsch, 1962, s. 278). Deutsch'a göre; güvenen kişi, güvenilen kişinin davranışını tahmin edecek kadar güvene sahip olduğunda, girişimin sonucunu güvenle tahmin edebileceğini hissederek riski ima eden güvenilir bir eylemde bulunabilmektedir (Deutsch, 1958, s. 266; Cugelman, Thelwall, & Dawes, 2009, s. 461).

Deutsch'un zararlı netice kavramından ne kast ettiğı ise şu şekilde açıklanabilir: güvenilen kişi güvenenin beklentisini yerine getirmediğinde güvenen kişinin hoş olmayan bir sonuca maruz kalacağı anlamına sahiptir (Deutsch, 1958, s. 265). Güvenen birey, güvenmesi ve güveninin yerine getirilmemesi durumunda, güvenmemesine göre daha kötü durumda olacağını algılamaktadır. Deutsch bu durumu bebek bakıcısı örneğı ile açıklamıştır (Deutsch, 1958, s. 265): anne bakıcıya güvenme davranışında bulunup bebeğini bakıcıya emanet ederse; kendine vakit ayırabileceğı için; güvenme eylemi

neticesinde güvenmeme eylemine göre daha avantajlı olacaktır. Ancak, bakıcı beklentiyi karşılamazsa ve güveni kötüye kullanırsa bu bebek için “zararlı” neticeler ortaya çıkaracaktır.

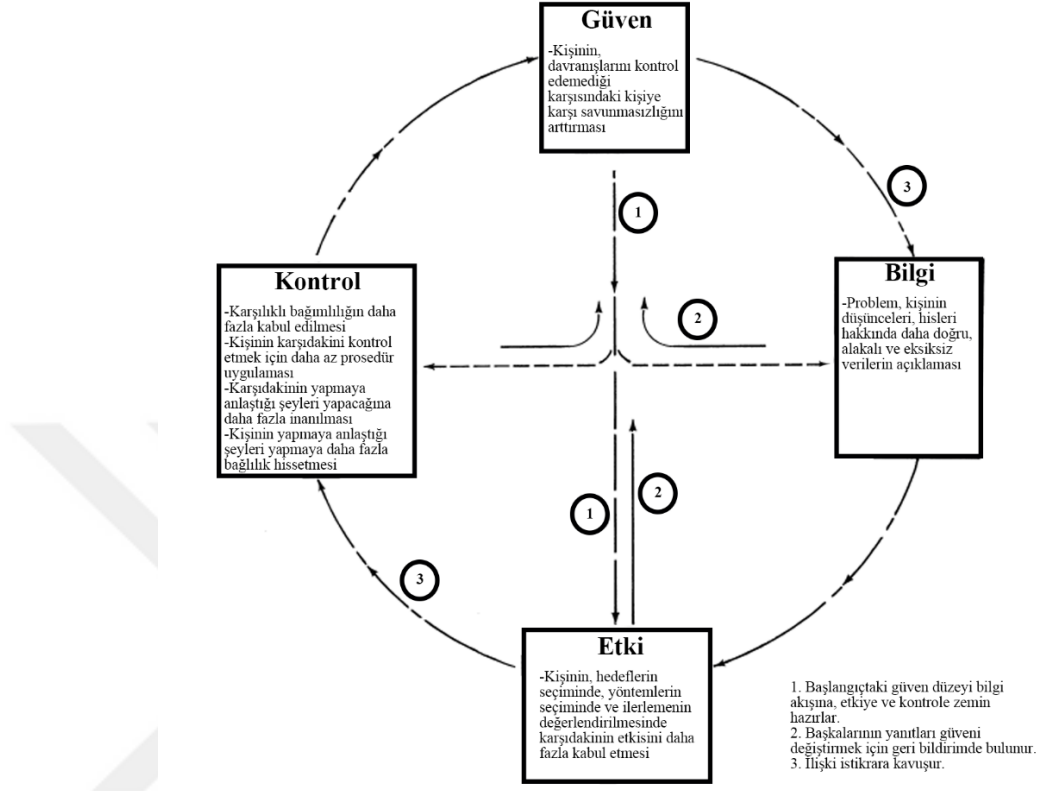
Sonuç olarak; Deutsch’un güven ve şüphe modeline göre bir kişinin güvenme eyleminde bulunması tamamen karşısındaki kişinin motivasyonuna bağlı olarak güvenme eyleminin neticesine güven ya da şüphe duyması olarak nitelendirilmektedir. Deutsch’un modeline göre güvenen kişinin güvenme eyleminin neticesi tamamen güvenilen kişinin eylemine bağlıdır ve eğer güvenen kişi bunun neticesinde faydalı bir sonuç alacağına inanıyorsa güvenmeyi tercih ederken zararlı bir sonuç alacağına inanıyorsa – başka bir deyişle karşısındaki kişinin niyetinden (motivasyonundan) şüphe duyuyorsa güvenmemeyi tercih etmektedir. Bu çerçevede güvenilirlik kavramına da değinen Deutsch güvenilir kişinin güvenildiğini bildiğini ve kendisine duyulan güvene bir şekilde bağlı olduğunu ima etmiştir. Bu noktada daha spesifik bir anlam için "sorumlu" terimini kullanan Deutsch’a göre bir kişinin güvenme davranışından sorumlu olan bir insan her ne kadar güveni sabote etmenin daha verimli sonuçları olsa da güveni boşa çıkarmama eğiliminde olabilmektedir. Dolayısıyla güvenen kişi bir kişiye güvendiğinde olumlu sonuçlar elde edeceğine inanmaktadır (Deutsch, 1958, s. 268).

1.3.1.2. Zand’ın Bilgi, Etki ve Kontrol ile Güven İlişkisi Modeli

Dale Zand 1972 yılında yayımladığı “Trust and Managerial Problem Solving” başlıklı makalesi ile güvenin bilgi akışı, etki ve kontrol ile etkileşimini sunan bir güven modeli geliştirmiştir.

Zand’a göre güven: “Diğer tarafın eylemleri üzerinde kişisel zayıflık ve denetim eksikliği oluşturan, bireyin belirsiz olayların sonucu olarak faydacı beklentiye dayanan kararı”dır (Aktaranlar Kalemci Tüzün, 2007, s. 97; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 761). Şekil 3’te Zand’ın Bilgi, Etki ve Kontrol ile Güven İlişkisi Modeli görülmektedir. Zand’ın güven modeli, kişinin içsel güven (veya güvensizlik) durumunun (1) bilgi, (2) etki ve (3) kontrol yoluyla güvenme (veya güvenmeme) davranışına dönüştürülmesini kavramsallaştırmıştır (Zand, 1972, s. 230).

Şekil 3: Zand’ın Bilgi, Etki ve Kontrol ile Güven İlişkisi Modeli



Kaynak: Zand, 1972, s. 231

1.3.1.2.1. Güven’in Bilgi ile İlişkisi

Zand’a göre güvenin bilgi ile ilişkisi doğru orantılıdır. Başka bir deyişle güven arttıkça bilgi paylaşımı artmakta ya da güven azaldıkça bilgi paylaşımı azalmaktadır. İletişim halinde olan kişilerin birbirlerine güven duymaları sağlıklı bir bilgi akışı için elzemdir. Çünkü karşısındakine güvenen bir kişi paylaştığı bilgilerin karşısındaki tarafından kötüye kullanılmasından daha az korkmakta ve bilgi paylaşmaya daha açık olmaktadır. Böylece birbirlerine güvenen kişiler, herhangi bir konuyla ilgili, kapsamlı, doğru ve zamanında bilgi sağlayabilmekte ve böylece sorun çözme çabalarında ihtiyaç duyacakları gerçekçi veriler sağlanabilmektedir (Zand, 1972, s. 230-231).

1.3.1.2.2. Güven'in Etki ile İlişkisi

Zand'a göre güven ile etki arasında da orantısal bir ilişki vardır. Karşısındakine güvenen bir insan onun düşüncelerine daha çok önem vermektedir. Bu nedenle güvenen bir insan karşısındakinin söylemlerinden daha çok etkilenmektedir. Öte yandan güvensizlik hisseden bir kişi karşısındakinin etki sağlama girişimlerine karşı direnmeyi veya bu etkileri savuşturmayı tercih etmektedir. Çünkü güvenmeyen bir insan karşısındakinin görüşlerine şüpheyile yaklaştığından onların önerilerine karşı kapalı olmaktadır (Zand, 1972, s. 230).

1.3.1.2.3. Güven'in Kontrol ile İlişkisi

Kontrol özellikle karşılıklı iş birliği anlaşmalarında ya da birlikte bir problemin çözümünde hayati önem arz etmektedir. Eğer bir kişi karşısındaki ile bir anlaşma yaparsa ve karşısındaki kişinin davranışlarını anlamaya uygun olarak kontrol edeceklerine güvenirse, o kişiyle karşılıklı bağımlılığı kabul edebilmektedir. Böylece karşısındaki kişiyi daha az kontrol etme ihtiyacı hissetmektedir (Zand, 1972, s. 231).

Karşısındakine güvenmeyen bir insan güvenmediği kişiye olan bağımlılığını en aza indirmeye çalışmaktadır. Böyle bir durumda ortak hedeflere ulaşmak için iş birliği gerektiği herhangi zamanda güven hissetmeyen bir kişi karşısındakinin davranışları üzerinde kontroller uygulamaya çalışırken aksine onların kendi davranışını kontrol etme girişimleri karşısında ise direnmeye çalışmaktadır (Zand, 1972, s. 230).

1.3.1.3. Axelrod'un İş Birlikçi Yaklaşım Modeli

Politik bilimci Robert Axelrod'un, evrim biyolojisti William D. Hamilton ile birlikte 1981 yılında yayımladığı ve aslen Richard Dawkins'in evrim teorisine atıfta bulunmayı amaçlayan "The Evolution of Cooperation" başlıklı makalede; Axelrod'un uyguladığı Mahkumun İkilemi türündeki oyunlar iş birliği, çatışma yönetimi ve karşılıklı güvenin sonuçları hakkında önemli ipuçları sunmuştur. Axelrod, daha sonra, aslen 1984 yılında yayımladığı ve aynı taşıyan kitabıyla oyun teorisi bazlı iş birliği modelini genişletmiş ve ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır.

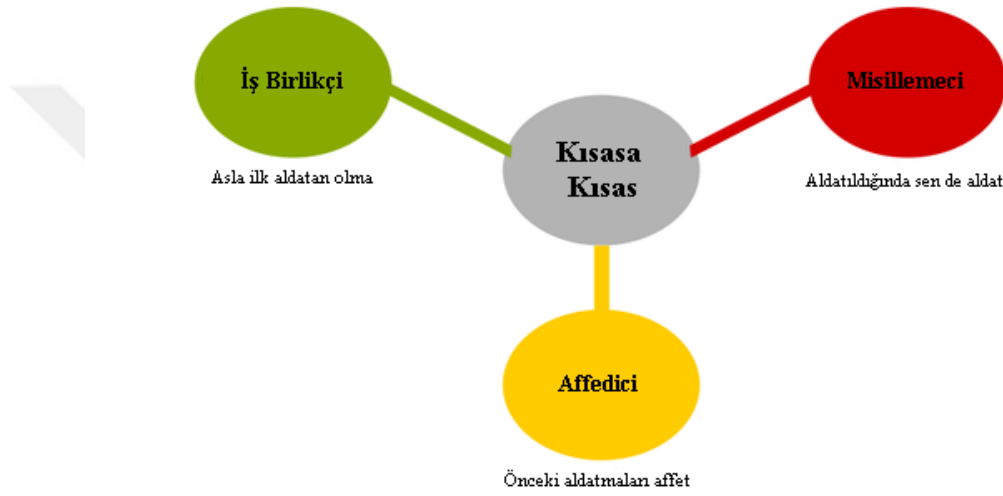
Oyun teorisinin uygulanmasıyla iş birliğinin nasıl ortaya çıkabileceğini ve nasıl sürdürülebileceğini inceleyen bir model ortaya çıkaran Axelrod; geleneksel oyun teorisinin ötesinde, iş birliğinin evrimini detaylı bir şekilde açıklamaktadır (Axelrod, 1984, s. 5-35). Bu çerçevede oyun teorisyenlerinden Mahkumun İkilemi oyunu için stratejiler talep eden Axelrod ve Hamilton (1981, s. 1391), teorisyenler tarafından geliştirilen stratejileri turnuva formatında birbiriyle karşı karşıya getirmişlerdir. İlgili karşılaşmaların kazananı Viyana İleri Araştırmalar Enstitü'sünde profesör olan Anatol Rapoport tarafından tasarlanan ‘‘Kısasa Kısas’’ (Tit-for-tat) olarak adlandırılan strateji olmuştur (Axelrod & Hamilton, 1981, s. 1393). En basit haliyle ‘‘ilk seçimde işbirliği yapmak ve ardından diğer oyuncunun sonraki hamlelerdeki seçimini taklit etmek’’ (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 995; Axelrod & Hamilton, 1981, s. 1393) olarak açıklanabilecek Kısasa Kısas stratejisinin taktikleri şu şekildedir:

1. İlk hamlede işbirliği yapmak
2. Sonraki hamlelerde, diğer oyuncunun önceki hamlede yaptığını yapmak
 - a. Diğer oyuncu işbirliği yaparsa, bir sonraki turda işbirliğiyle karşılık vermek
 - b. Diğer oyuncu ihanet ederse (güveni bozar), bir sonraki turda ihanet ederek karşılık vermek
3. İhanete karşı hemen misilleme yapmak
4. Karşı taraf ihanetten vazgeçtiğinde hemen affedici olmak

İş birliği yapmayı ve güven inşa etmeyi teşvik etmek için en başarılı yaklaşım olarak kabul edilen kısasa kısas stratejisi; karşıdaki kişiye ‘‘kendine nasıl davranılmasını istiyorsan karşıdakine öyle davran’’ fikrini empoze etmek için ideal bir taktik olarak görülmektedir. Yukarıdaki şekilde Kısasa Kısas (Tit-for-tat) stratejisinin temel prensipleri resmedilmiştir. Bu stratejide anahtar kelimeler; ‘‘misilleme’’, ‘‘affedicilik’’ ve makalenin özünde ‘‘nice’’ (nezaket, iyi niyet) olarak bahsedilen ama bu çalışmada teorisinin temel noktasını vurgulamak amacıyla; araştırmacı tarafından Türkçeye özellikle bu şekilde uyarlanan ‘‘iş birlikçilik’’tir (Axelrod & Hamilton, 1981, s. 1394). Çünkü bu modele göre iş birlikçi davranış güvenin gözlemlenebilir bir tezahürü olarak kabul edilmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 994-995). Buradan hareketle

insanların veya tarafların iş birliği yapma eylemleriyle güvenlerini gösterdikleri sonucuna varılabilmektedir. Başka bir deyişle, bir kişinin karşısındaki kişiyle iş birliği yapması, aralarındaki güvenin bir işareti olarak yorumlanabilir. Eğer taraflardan biri diğerine güvenmiyorsa, iş birliği yapma olasılığı düşebilir. Bu nedenle, işbirliği yapma davranışı, güvenin somut ve gözlemlenebilir bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Şekil 4: Mahkumun İkilemi Oyunlarında Kısasa Kısas Stratejisi



Kaynak: <http://www.philipmediation.com/blog/tit-for-tat> (Erişim: 20.09.2023)

Bu modelde güven bir kişinin diğeriyle karşılıklı olarak iş birliği yapmayı seçmesi sonucunda zamanla kademeli olarak inşa edilen ve diğer kişinin karşılık vermemeyi seçmesi durumunda büyük ölçüde azalan bir olgu olarak tasvir edilmiştir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 995). Bu cümleden hareketle güven hakkında önemli çıkarımlarda bulunmak mümkündür: Görünen o ki güven, hemen ortaya çıkan sabit bir özellik değildir. Bunun yerine, iki kişi arasında sürekli pozitif ve karşılıklı etkileşimler sonucunda zamanla inşa edilmektedir. Bu nedenle, özellikle yeni ilişkilerde, tarafların birbirlerini daha iyi tanıdıkça ve birbirlerine güven duygusunu pekiştirdikçe arttığı sonucuna varılabilir.

Çıkarım yapılabilecek bir başka kavram ise karşılıklılıktır. Güven, karşılıklı bir etkileşim sonucu inşa edilmektedir. Eğer bir taraf işbirliği yapmayı seçerse ve diğer taraf da aynı şekilde karşılık verirse, bu karşılıklı olumlu davranışların güvenin artmasına

neden olacağı savunulabilir. Öte yandan kırılabilirlik hususuna dikkat çekmek gerekmektedir: Bir taraf iş birliği yapmayı seçerken diğer taraf karşılık vermemeyi seçerse (örn. bir tarafın güvenini kötüye kullanması), inşa edilmiş olan güvenin hızla azalmasına neden olabilir. Görünen o ki, kırılabilir bir olgu olan güven bir kez bozulduğunda onarılmak için ekstra çaba gerektirebilmektedir. En nihayetinde güvenin sürekli ve karşılıklı olumlu etkileşimlere dayanarak inşa edilen, ancak kolayca zedelenen bir olgu olduğu sonucuna varmak mümkündür. Ne aşırı saldırgan ne de aşırı affedici olan bu stratejinin aslında tam bir denge politikası olduğundan söz etmek mümkündür. Bu strateji ihanet için (güveni bozma) hemen misilleme yaparken aynı zamanda işbirliğine hemen geri dönüş yolunu da sunmaktadır. Bu durum, kısa vadeli teşviklerin bencil davranışı teşvik edebileceği durumlarda bile güvenin ve iş birliğinin nasıl inşa edilebileceğini göstermektedir.

1.3.1.4. Hardin'in Rasyonel Seçim Teorisine Dayalı Güven Modeli

İnsanların mantığa dayalı olarak sahip oldukları bilgiler ışığında seçim yaptıklarına ve bu bilginin onların güven kapasitelerini belirlediğine inanan Hardin, kişilerin rasyonel seçimlerine dayanan bir model sunan teorik çerçeve oluşturmuştur (Hardin, 1992, s. 152). Hardin'e göre, mantıksal bir güven tercihi hesabının uygulanmasında; güvenilen kişinin güveni yerine getirmesi için çıkarları (fayda) ve güvenenin güvenmesine (veya güvenmemesine) olanak tanıyan bilgi olmak üzere iki temel unsur vardır (Hardin, 1992, s. 152). Hardin bu iki temel dayanak üzerinden güven modelini rasyonel seçim teorisine dayalı olarak kişilerin güvenme kapasiteleri doğrultusunda şekillenmiştir. Güvenme kapasitesi bu çalışmada üzerinden durulan "güven eğilimi" kavramıyla paralellik göstermektedir. Bu bölümde öncelikle güvenme davranışında çıkar meseleleri ve güvenenin bilgi birikimi konuları açıklanarak güvenenin güvenme kapasitesine dayalı olarak Hardin'in güven modeli ele alınmıştır.

1.3.1.4.1. Hardin'in Modelinde Güven ve Fayda İlişkisi

Rasyonel seçimlere dayalı güvenme davranışında bulunma kararı Hardin tarafından "Kapsülleştirilmiş (Kapalı) Çıkar Teorisi" ile açıklanmıştır (Hardin, 1992, s.

153). Güveni temel olarak bir başkasına kendi çıkarlarını etkileme yetkisi vermek olarak tanımlayan Hardin, potansiyel olarak güvenin çok daha üretken bir seçenek olduğunu varsaymıştır. Çünkü ona göre; güvensizlik, fırsatların kaçırılmasına yol açarken güven başarılı ve karşılıklı yararlı etkileşimlere yol açabilmektedir (Hardin, 1992, s. 154).

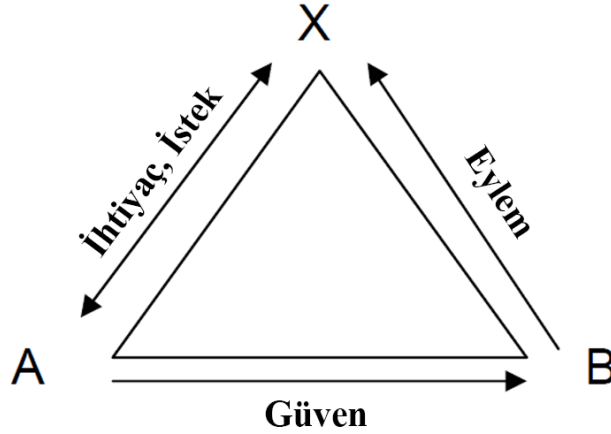
Genel olarak; güven, bazı gerçek kayıpların yanı sıra bazı gerçek kazançların bir araya geldiği bir toplama işlemi meselesidir. Hardin'e göre toplamda, kazançlar kayıpları büyük ölçüde aşabilmekte, böylece güvenden elde edilen kazançlar güvensizlikten tasarruf edilenlerden çok daha fazla olabilmektedir (Hardin, 1992, s. 154). Başka bir deyişle, güvensizlik, fırsatların kaçırılmasına yol açabilirken, güven başarılı ve karşılıklı yararlı etkileşimlere yol açabilir. Bu çıkarımdan güvenme eyleminin güvenmeme eyleminden daha faydalı bir davranış olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Hardin'in teorisinde asıl konu ise güvenen kişinin kendi çıkarı değil güvenilen kişinin bu güveni yerine getirme motivasyonudur. Hardin güvenilen kişinin beklentiyi ancak kendi çıkarı varsa karşılayacağına inanmaktadır. Dolayısıyla Hardin; bir kişinin karşısındaki kişiye güvenmesi için karşısındaki kişinin güvenilir olmasının o kişinin kendi çıkarına olacağına inanmasını sağlayan yeterli nedenler olması gerektiğini iddia etmektedir (Hardin, 1992, s. 153). Başka bir deyişle, güvenen kişi, güvendiği kişinin kendi çıkarlarını korumak için güvenilir olması gerektiğini düşünmektedir. Bu açıklamalarda, Hardin'e göre kişinin güvenme davranışı o kişinin kendi çıkarına ek olarak karşısındaki kişinin çıkarlarına bağlı olduğu şeklinde bir anlam çıkarmak mümkündür.

Şekil 5'te Hardin'in kapsülleştirilmiş güven teorisinin temelde basitleştirilmiş, Newcomb'un ABX iletişim modeline benzer, görsel bir ifadesi yer almaktadır. Güven A kişinin B kişisine X'i yapacağı hususunda güvenmesinden oluşan üç parçalı bir ilişkidir (Hardin, 1992, s. 154). Böyle bir ilişkide karşılıklı çıkar ilişkisinden söz etmek mümkündür. A kişisi X'e ihtiyaç veya istek duyduğu için ve bu isteğin karşılanması B'ye bağlı olduğu için, B'nin de bu eylemi gerçekleştirmekten bir çıkar sağlayacağına inanıyorsa; B kişinin bu eylemi gerçekleştireceğine güvenmeyi seçecektir. B kişisi de X eylemini gerçekleştirmesine yönelik bir motivasyona sahipse ve A'nın güvenliğini karşılamasının kazanımları B kişisi için A'nın güvenliğini boşa çıkarmanın kaybettireceklerinden ağır basıyorsa B kişisi X eylemini gerçekleştirmeyi tercih

edecektir. İşte Hardin'in kapsüleleştirilmiş çıkar teorisi kapsamında güven açıklaması en basit haliyle bu şekilde zihinlerde imgelenmektedir.

Şekil 5: Hardin'in Kapsüleleştirilmiş Çıkarlar Teorisinin Görselleştirilmiş Hali



Kaynak: Baron, 2005, s. 2

1.3.1.4.2. Hardin'in Modeli'nde Geçmiş Tecrübelerin Etkisi

Hardin, rasyonel seçim teorisi bağlamında geliştirdiği güven modelini; belirli bir olay veya durum hakkında kesin bilgilere sahip olunmadığında, mevcut bilgiye dayalı olarak olasılıkların hesaplanması şeklinde ifade edilen Bayesçi Yaklaşım'a dayandırmıştır. Bir kişinin başka bir kişinin ne kadar güvenilir olduğuyla ilgili ipuçlarını bilme veya inanma yollarına odaklanan Hardin'in modelinde kişinin bilgi birikimine göre hareket edeceği düşünülmektedir (Hardin, 2002, s. 13). Bu noktada Hardin; bir kişinin güvenme ya da güvenmeme davranışında bulunurken geçmiş deneyimlerine göre karar verdiğini savunmaktadır (Can, 2019, s. 49). Başka bir deyişle Hardin belirli bir kişiye veya duruma güvenme kararının, kişinin sahip olduğu bilgilere ve deneyimlere dayalı olarak alındığını düşünmektedir (Can, 2019, s. 51). Bir örnekle açıklamak gerekirse; bir kişi karşısındaki insan hakkında sınırlı bilgiye sahipse, benzer durumlarda güvenin işe yarayıp yaramadığını ancak geçmiş deneyimlerine dayanarak değerlendirebilmektedir. Ek olarak kişinin şu anda verdiği bir güvenme kararının neticesinde elde ettiği kazanç ya

da kayıplar gelecekteki güvenme kararı üzerinde de etkili olmaktadır (Hardin, 1992, s. 155; Baier, 1986, s. 238).

Hardin'in güven modelindeki bu iddialar; güven kararının bir kişinin veya durumun güvenilirliği hakkındaki subjektif bir tahmin olduğunu düşündürmektedir. Çünkü Hardin güvenin kişisel bir tahmin olduğunu ve bu tahminin subjektif olduğunu, kişinin deneyimleri ve bilgisi tarafından şekillendirildiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, güvenin zaman içinde değişebileceğini ve gelecekteki güven değerlendirmelerinin bu değişime bağlı olarak güncellenebileceğini açıklamaktadır. Öyleyse bu modele göre güven eyleminin kişisel bir tahminden kaynaklandığı söylenebilir.

İnsanların güven duygusunu nasıl geliştirdiği ve nasıl inandırıcı bir şekilde güvendikleri konusuna odaklanan Hardin, güvenin büyük ölçüde öğrenilen bir "kapasite" meselesi olduğunu ve güvendikleri veya güvenmedikleri insanları anlamak için insanların bağlılık ve güven yeteneklerini öğrenmeleri gerektiğini öne sürmüştür. Güvenin bir kişiye veya duruma karşı nasıl başladığını ve bu sürecin sağduyulu bir epistemoloji (bilgi teorisi) gerektirdiğini vurgulayan Hardin, insanların bir kişiye güvenmeye başlamadan önce, o kişi hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıklarından başlangıçta yeni tanışılan bir kişiye karşı şüpheli bir yaklaşım benimseyebileceğini de kabul ederek (Hardin, 2002, s. 25) şüpheliğin öncelikle yeni kişiye yönelik olmadığını ve güven kararlarının geçmiş deneyimler ve genellemeler temelinde şekillendiğini belirtmiştir (Hardin, 2002, s. 13). Başka bir deyişle, insanların yeni bir kişiye olan güvenlerinin, geçmişteki deneyimlerine ve diğer insanlarla yaşadıkları ilişkilere dayalı olarak oluştuğunu ifade eden Hardin'e göre; yeni bir kişiye olan güven, bu geçmiş deneyimler ve genellemelerle şekillenmekte ve bu nedenle başlangıçta şüpheli bir tutum benimsemek gibi bir eğilim mümkün olabilmektedir (Hardin, 1992, s. 155). Hardin'e göre bir kişi güvenme eylemine karar verirken iki olası senaryo vardır: Birincisi, geçmişteki iyi deneyimlerin kişiyi yeni bir kişiye iyimser bir şekilde güvenmeye yönelttiği durumlar, ikincisi ise geçmişte yaşanan olumsuz deneyimlerin kişiyi yeni bir kişiye karamsar bir şekilde güvenmemeye yönelttiği durumlardır (Hardin, 1992, s. 155).

Yukarıdaki iki durumda da güvenin temellerinin geçmiş deneyimlere dayandığına dikkat çekilse de Hardin'in bu açıklamalarında gözden kaçırılmaması gereken önemli bir husus bulunmaktadır. Şöyle ki Hardin'in modeli tamamen iyimserlik ve karamsarlık

üzerine kurgulanmış bir seçim teorisi gibi yansıtılmaktadır. Ancak, bir kişi yeni tanıştığı bir kişiye güvenme ya da güvenmeme kararı verirken sadece geçmiş deneyimlerine göre; kendi kişisel ‘‘iyimserlik’’ ya da ‘‘karamsarlık’’ eğilimlerine göre davranırken aslında o kişiyi ‘‘tanımadığı’’ hususu dikkatlerden kaçmamalıdır. Kişi kendi tecrübelerine dayanarak güvenmemeyi seçerken karşısındaki kişi aslında güveni yerine getirecek ‘‘dürüst’’ bir insan olabilir. Aksine kişi kendi tecrübelerine dayanarak ‘‘güvenme’’yi tercih ederken karşısındaki kişi ‘‘yalancı’’ güvenilmez bir insan olabilir. Elbette ki Hardin’in Bayesçilik yaklaşımına göre kişi bu tecrübeyi de bilgi birikimine ekleyecek ve gelecekteki davranışlarında daha tutarlı olacaktır ama şu anda dürüst olduğu halde güvenilmeyen kişinin suçu nedir? Bir kişinin daha önce aldatıldığı birinin özelliklerine göre bir genelleme yapması ve daha sonraki kişiye buna göre güven atfetmesi tartışılması gereken bir husustur. Yine de bu durum tam da bu çalışmanın bilgisayar aracılı iletişime güven olgusunda ‘‘kişinin kendi iyimserliği ya da karamsarlığı etkilidir’’ inancına dayanak oluşturmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar Hardin’in yeni tanışan insanlar için varsayımlarını ifade etmektedir. Ancak, insanlar tanıdıkları insanlara karşı da güven ya da güvensizlik duyabilir. Hardin bu olguyu, birbirlerini tanıyan ve yakın ilişki içinde olan insanların birbirlerine daha fazla güvendiği ve iş birliği yapma olasılıklarının arttığını iddia eden ‘‘Sıkı İlişki Teorisi’’ kapsamında irdelemiştir (Hardin, 1992, s. 157; Hardin, 2002, s. 21). Hardin (1992, s. 157) yakın çevre, aile, arkadaşlar gibi daha yakın ve tanıdık ilişkilerde güvenin daha yaygın olduğunu savunmaktadır. Ona göre; insanlar bu tür ilişkilerde birbirlerini daha iyi tanımakta ve bu ilişkilerdeki beklentilerini daha iyi belirleyebilmektedir (Hardin, 2002, s. 22). Yukarıdaki açıklamalardan ve bu paragraftan hareketle güvenin temelde epistemolojik bir sorun olduğu ve güvenilen kişinin güvenilirliği hakkında bilgi edinmenin bir yolu olarak sıkı ilişkilerin önemli olduğu çıkarımı yapılabilir (Baron, 2005, s. 3).

1.3.1.4.3. Güvenebilme Yeteneği

Hardin’in güven öğretilerinin başlıca argümanlarından biri de güvenebilme yeteneğidir. Güvenebilme yeteneği doğrudan kişinin güvenme kapasitesini etkilemektedir. Hardin bu olguyu güven ve güvenilirlik (kredibilite) kavramlarındaki

ayrımına dikkat çekerek ele almaktadır. Ona göre güvenebilme yeteneği kredibiliteden bağımsız bir olgudur. Kişinin güvenebilme kapasitesini ifade eden güvenebilme yeteneği, kişinin karşılaştığı dış dünyadan bağımsızdır (Hardin, 1992, s. 160).

Hardin ayrıca güvenebilme yeteneğinin faydalarına vurgu yapmaktadır. Örneğin, genel olarak makul düzeyde güvenilir bir toplum içinde yaşayan bir kişinin güvenebilme yeteneği yüksekse, bu kişi bu güvenilirliği avantaja çevirebilmektedir. Ancak bu yeteneğe sahip olmayan bir kişi, potansiyel olarak kaybeden taraf olabilmektedir. Çünkü Hardin güvenin birçok maliyeti kurtarabileceğini ve yaşamı daha keyifli hale getirebileceğini öne sürmektedir. Güvenebilme yeteneği, insanların birbirlerine güvenme konusundaki kararlarını etkilemekte ve bu kararlar yaşam kalitesini ve toplumsal ilişkileri belirlemektedir (Hardin, 1992, s. 160).

Hardin'e göre güvenebilme yeteneği çocukluktan gelen öğrenimler sonucunda kazanılmış bir yetenektir ve erken yaşlarda güven konusunda az yatırım yapılmışsa, bu eksikliği telafi etmek için sonraki yıllarda daha büyük çaba gerekmektedir. Erken yaşlarda güven davranışları yeterince ödüllendirilirse, güvenebilme yeteneğinin daha fazla gelişmesini ve pekiştirilmesini teşvik etmektedir (Hardin, 1992, s. 163).

Tıpkı güvenme eğiliminde olduğu gibi güvensizlik de geçmiş tecrübelerle dayanmaktadır. Erken yaşlarda güvene yatırım yapılmamışsa, kişi başkalarına güvenmekte zorlanmakta ve güvenin ne zaman haklı çıkarıldığını öğrenme fırsatı bulamamış olmaktadır (Hardin, 1992, s. 163). Zor koşullarda yetişen, suç oranının yüksek olduğu ortamlarda büyüyen ya da travmatik derecede ihanetlere maruz kalan bir insanın yetişkinlik döneminde güvensiz hissetmesi kaçınılmazdır (Hardin, 1992, s. 162).

Hayatlarına kötü başlayanlar, güven kapasitelerinin düşük olmasından kaynaklanan fırsatların kaybedilmesiyle sürekli olarak dezavantajlıdır (Hardin, 1992, s. 165). Bu dezavantaj, düşük güven kapasitesinin neden olduğu fırsat kayıplarıyla ilgilidir. Örneğin, çocukluğunda kötü muamele gören bir kişi, yetişkinlikte başkalarına güvenmekte zorluk yaşayabilmekte ve potansiyel faydalı etkileşimlerden mahrum kalabilmektedir. Bir kişi, başlangıçta düşük güvene sahipse, bu düşük güveni deneyimlerle düzeltebilmek için birçok olumlu etkileşime ihtiyaç duyacağından daha az etkileşime girmeye istekli olacaktır. Dahası genel olarak güvensiz olan bir insan daha az etkileşime gireceği için yukarıda bahsedildiği şekliyle tecrübeler kazanması ve bu

tecrübelerini gelecek dönemlerdeki güvenme davranışlarına yansıtabilme olanağı da çok daha kısıtlı ve zordur. Dolayısıyla kötümser bir insanın değişebilmesi ve güvenme yeteneği kazanmak uğruna yol katedebilmesi oldukça zordur (Hardin, 1992, s. 165).

Bir insanın başkalarına güven konusunda çok fazla iyimser olduğu bir senaryoda ise kişi her ne kadar zaman zaman hayal kırıklığına veya başkalarının istismarına uğrayabilse de güvendiği için birçok etkileşime girmekte ve Bayesçi tahminlerini hızla güncellemek için veri toplayabilmektedir. Zaman içinde biriken deneyimler, toplam ortalama ile uyumlu hale gelmekte ve bu kişi, çoğu etkileşiminde olumlu sonuçlar elde edebilmektedir. Hardin'e göre bu olumlu sonuçlar, başkalarının güvenilirliğini yanlışlıkla aşırı derecede yüksek değerlendirdiği durumlar dâhil, ağırlıklı olarak gerçekleştiğinden, olumsuz deneyimleri telafi etmek için yeterlidir (Hardin, 1992, s. 165). Öte yandan unutmamak gerekir ki güvenmek aynı zamanda çeşitli riskleri almak demektir. Güvendiğimiz ve iş birliği yaptığımız kişilerin düşünce ve motivasyonları bizim için kısmen belirsiz olduğundan birine güvenmek her zaman bir risk taşımaktadır (Hardin, 1992, s. 164). Dolayısıyla aşırı iyimser bir güvenme eylemi neticesinde güvenin karşılanmaması durumunda zarar görmek de olasıdır (Hardin, 2002, s. 7). Sonuç olarak, iyimser güvende geçmiş deneyimin gelecekteki fırsatlarla ne kadar iyi uyduğu hususu hayati derecede önem arz etmektedir (Hardin, 1992, s. 162).

Görünen o ki; iyimser güvenin, kişinin genel toplumsal koşullarına bağlı olarak nasıl etkili veya zararlı olabileceği konusunun ele alınması gerekmektedir. İyimser güven, kişinin olumlu bir şekilde geleceğe baktığı, güvenin eylemlerini güvenilirlikle ödüllendirdiği koşullarda yararlı olabilir. Ancak, toplumun koşulları olumsuzsa, güvenin haklı çıkarılmadığı durumlarla karşılaşma olasılığı artabilir. Örneğin, ciddi bir ekonomik kriz veya hayatta kalma mücadelesi gerektiren koşullar altında, iyimser bir şekilde güvenmek riskli olabilir.

Şekil 6'da Hardin'in düşük, optimal ve yüksek güvenin getiri grafiği modelinin varsayımlar üzerine oluşturulduğu görülmektedir. Hardin sorunu basitleştirmek için modelini 'objektif' değerler çerçevesinde şu varsayımlar üzerine kurgulamıştır (Hardin, 1992, s. 165):

1. Etkileşimde bulunan potansiyel partnerin güvenilirliği %0'dan %100'e doğrusal olarak dağılmaktadır,

Güvenme eylemi yüksek olan iyimser kişi ise optimal orana bile kıyasla çok daha erken güvenmeye başladığından çok daha sık güvenme eyleminde bulunmuş olmaktadır. Ancak bu kişi için optimal güvenmenin başlangıç noktası olan T noktasından daha önce güvenme eylemi başladığı için Y ile T arasındaki periyotta aldatılacağı için beklenen kazanç sıfırın altında kalacak yani bu kişi bu aralıkta kaybedecektir. Ancak, bu kayıplar T ile S arasındaki periyotta kazanca dönüştüğünden iyimser kişinin kayıpları ile kazançları dengelenmektedir. Optimal güvenli alan T ile Z aralığının tamamında güvenme eyleminde bulunacak ve bu aralık boyunca beklenen net kazancı elde edecektir (Hardin, 1992, s. 166).

Şekil 6'da görüleceği üzere en fazla kazanç sağlayan kişi optimal güven kapasitesine sahip kişidir. Çünkü bu kişinin güvenme eylemi tam da beklenen kazancın sıfır seviyesinde başlamakta olup güvenme eylemi neticesinde hiçbir kayba uğramamaktadır. Optimal düzeydeki güvenme eyleminin gerçekleşen kazancı TST^1 aralığındaki taralı alanla tasvir edilmektedir. Güvenme kapasitesi düşük olan kişinin ise beklenen kazancı sadece DSD^1 aralığındaki taralı alan kadardır. Oysa gerçekte DST^1D^{11} aralığındaki kadar gerçekleşen kazanç elde etmiştir. Kısacası düşük kapasiteli bir güvenin kazancı beklentisinin üzerinde olmuştur. Güvenme kapasitesi yüksek olan kişi ise beklenen getirisi YSY^1 aralığındayken, kaybını hariç tutarsak getirisi optimal düzeyin altında getiri elde etmiştir (TST^1). Yüksek güvenli kişinin ayrıca $YY^{11}T$ güvenilirlik aralığında kaybı söz konusudur (Hardin, 1992, s. 166-170).

1.3.2. Psikolojik Yaklaşım Modeller

Davranışsal geleneğin gözlemlenebilir davranışa (ve çıkarılan beklentilere) odaklandığı yerde, psikolojik geleneğin vurgusu bilişsel ve duygusal süreçlerdedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 996). Davranışsal yaklaşımı benimseyenler, eylemlerin hızla gerçekleştiğini ve bu eylemlerin ardında rasyonel bir düşünce olduğunu kabul ederlerken; diğer yandan, psikolojik yaklaşım, eylemlerin arkasındaki nedenleri, inançları, beklentileri ve duygusal etkileri dikkate alarak daha derinlemesine bir incelemeye odaklanmaktadır. Psikolojik yaklaşım çerçevesinde araştırmacılar, bireylerin birbirlerine olan niyetleri, duyguları, kişilikleri, yetenekleri ve özellikleri hakkındaki algılarına odaklanarak, yüz yüze ve doğrudan insanlar arası ilişkilerde veri toplamışlardır.

Bu nedenle, psikolojik yaklaşımlar, rasyonelliğe ek olarak veya bunun yerine güvenin bilişsel ve duygusal vb. diğer faktörlerden kaynaklanabileceği olasılığını kabul etmektedir. Psikolojik yaklaşımlar odak noktası güven seçimlerini şekillendiren veya değiştiren iç psikolojik süreçleri ve eğilimleri anlamak üzerinedir. Çalışmanın bu bölümünde, psikolojik yaklaşımlar kendi içinde ayrılan tek boyutlu yaklaşım, iki boyutlu yaklaşım ve çok boyutlu/dönüşümsel yaklaşım olmak üzere üç ayrı kategori altında incelenmiştir.

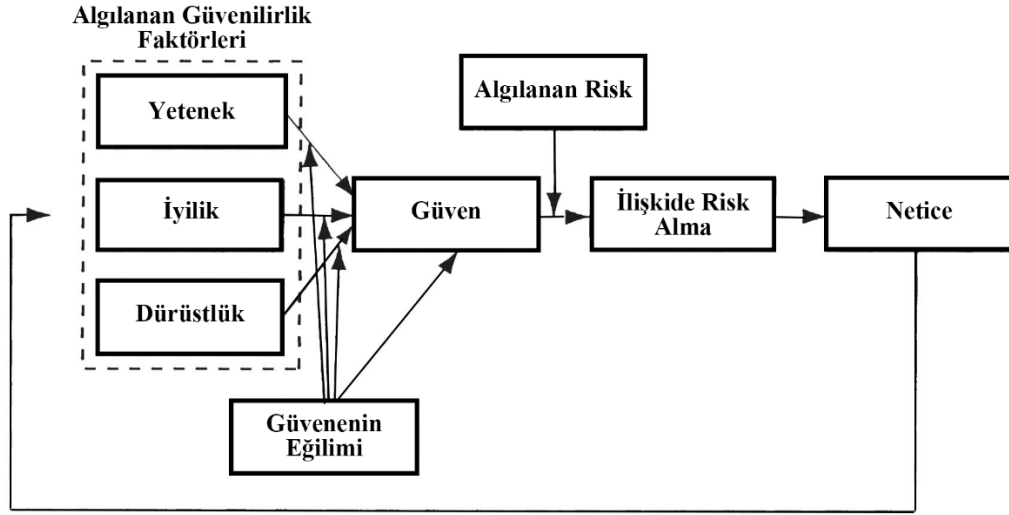
1.3.2.1. Tek Boyutlu Psikolojik Yaklaşım Modelleri

Bu kısımda, güven ve güvensizliğin bir boyut içinde iki karşıt kutup olarak ele alındığı tek boyutlu yaklaşımlar incelenmiştir. Tek boyutlu psikolojik yaklaşım araştırmacıları tarafından yapılan güven tanımlarının ortak özelliği güvenin bireyin bir başkasına olan kırılganlığını kabul etme niyetiyle ilişkilendirilen bir psikolojik durum olduğu üzerine hemfikir olmalarıdır. Bireyin bu kırılganlığı, diğer tarafın niyetleri, motivasyonları ve davranışlarına dair olumlu beklentilere dayanmaktadır. Bu olumlu beklentiler, olası ama beklenmeyen kötü niyetlere veya diğer bireyin gelecekteki olumlu veya zararlı olmayan eylemlerine dair varsayımları üzerine kurulmuştur (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 996-997).

1.3.2.1.1. Mayer, Davis ve Schoorman'ın Güven Modeli

Kişilerarası ilişkilerde güven literatüründe geniş bir kabul gören ve sonraki birçok çalışmaya ilham kaynağı olan Mayer, Davis ve Schoorman'ın Güven Modeli literatürde en yaygın atıf alan modellerden biridir. Hatta bu çalışma kapsamında incelenen hemen hemen bütün makalelerde yer alması dolayısıyla belki de en yaygın model olduğu iddia edilebilir. Öyle ki Mayer, Davis ve Schoorman'ın bu model neticesinde çeşitli ödüller almışlıkları bile vardır (<https://poole.ncsu.edu/people/rcmayer/>, erişim tarihi 15.11.2023). Bütün bu yönleriyle Mayer, Davis, Schoorman'ın modeli araştırmacı tarafından ‘‘Temel Güven Modeli’’ olarak nitelendirilmektedir.

Şekil 7: Mayer, Davis ve Schoorman'ın Güven Modeli



Kaynak: Mayer ve diğ., 1995, s. 715

Şekil 7’de Mayer, Davis ve Schoorman’ın 1995 yılında oluşturdukları güven modeli yer almaktadır. Mayer ve diğ. birbirleriyle ilişki halindeki tarafları “güvenen” ve “güvenilen” olarak ayırıştırarak ilgili güven modelini oluşturmuşlardır. Mayer, Davis ve Schoorman’ın modeli, güvenin üç temel bileşenine odaklanmaktadır: Güvenilen Kişinin Yeteneği (Ability), Güvenilen Kişinin Bütünlüğü (daha iyi anlaşılabilmesi için araştırmacı tarafından Türkçe’ye “Dürüstlük” olarak çevrilmesi tercih edilmiştir) (Integrity), ve Güvenilen Kişinin İyiliği (Yardımseverlik, Hayırseverlik) (Benevolence). Bu yönüyle sanki güvenin üç boyutu varmış gibi algılanması dolayısıyla literatürde çok boyutlu bir yaklaşım olduğunu iddia eden çalışmalar olsa da esasen bahsedilen bileşen güvenin boyutlarından ziyade güveni belirleyen faktörler olması ve makalenin tamamında güven ve güvensizliğin iki zıt kutup olarak kabul görmesi dolayısıyla bu çalışmada tek boyutlu model olarak kategorize edilmiştir. Çünkü Mayer ve diğerleri güveni bir bütün olarak ele almıştır ve güvenin çeşitli bileşenleri arasındaki ilişkiyi analiz etme odaklı güveni/güvensizliği etkileyen faktörler açık ve net bir şekilde analiz edilmiştir.

1.3.2.1.1.1. Güvenenin Eğilimi

Mayer ve diğerlerinin modelinde üzerinde durulması gereken en önemli husus olarak; bir tarafın diğerine olan güvenini etkileyecek faktörler arasında ‘güvenenin özellikleri’nin yer aldığı görülmektedir. Güvenenin özelliklerine paralel olarak bazı insanların güvenme olasılığı diğerlerinden daha fazla denilmektedir (Ülker, 2008, s. 194). Başka bir deyişle güven bir kişinin başkalarına güvenme konusundaki genel istekliliği perspektifinden değerlendirilmiştir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 714-715). Bu yaklaşımda güven, başkalarının güvenilirliğine ilişkin genel bir beklentiye yol açan bir özellik olarak görülmektedir. Mayer ve diğerlerinin temel güven modelinde bu özelliğe ‘güvenenin eğilimi’ adı verilmektedir.

Mayer ve diğerleri tarafından güvenenin eğiliminin bir tarafın güvenme olasılığını etkileyecek istikrarlı, o tarafın kendi içinden gelen bir faktör olduğu ileri sürülmektedir (Clark & Payne, 1997, s. 206). Bu nedenle insanların doğuştan gelen güvenme eğilimleri bakımından farklılık gösterdiği iddia edilmektedir. Burada ‘eğilim’, başkalarına güvenmeye yönelik genel isteklilik olarak düşünülmektedir. Eğilim bir kişinin henüz güvenileni tanımadan ve onun hakkında hiçbir fikir sahibi olmadan önce bile ona ne kadar güveneceğini etkilemektedir. Başka bir deyişle; Mayer ve diğerleri tarafından güvenenin güvenme eğilimi ne kadar yüksek olursa, güvenilen hakkında bilgi edinilmeden önce güvenilene olan güven de o kadar yüksek olacağı iddia edilmiştir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 716).

İnsanların deneyimleri, kişilikleri, kültürel farklılıkları güvenme eğilimlerini etkilemektedir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 715). Mayer ve diğerleri tarafından bu durumun en uç örnekleri ‘kör güven’ şeklinde ifade edilmiştir. Örneğin, birçok insanın asla güvenmeyeceği koşullarda bile bazı insanların ısrarla güvenmeye devam ettikleri gözlemlenebilmektedir. Öte yandan, güvenme için elverişli bütün koşulların oluşmasına rağmen bazı insanların ısrarla güvenmedikleri örnekler de mevcuttur (Dirks, 1999, s. 448).

İnsanların önceki deneyimleri daha sonraki güvenme eğilimini büyük ölçüde etkilemektedir. Örneğin, kötü deneyim daha düşük güven düzeylerine ve dolayısıyla daha az karşılıklı kazanç fırsatına yol açmaktadır (Hardin, 1992, s. 152). Mayer ve diğerlerine göre güven eğilimi yaklaşımının güvenme eylemini etkilediğine dair bazı kanıtlar

mevcuttur. Örneğin, Conlon ve Mayer tarafından 1994 yılında yürütülen bir araştırmada başkalarına güvenme isteğinin, bir kurum simülasyonunda çalışan kişilerin davranışları ve performansı ile önemli ölçüde ilişkili olduğu bulunmuştur (Aktaran Mayer ve diğ., 1995, s. 716). Mayer ve diğ. oluşturdukları bu güven modelinde her ne kadar güven eğilimine odaklanarak güvenen kişiyi göz ardı etmemiş ve güvenenin kişilik özelliklerine yer vermiş olsalar da güvenenin özelliklerinin güven inşa etme süreçlerinde tek başına yeterli olmadığı kanısıyla ve kişilerin farklı kişilere farklı güven dereceleri atfettikleri düşüncesinden hareketle modele güvenilenin özelliklerini irdellemek için “Algılanan Güvenilirlik Faktörleri” başlığı eklemişlerdir.

1.3.2.1.1.2. Algılanan Güvenilirlik Faktörleri

1.3.2.1.1.2.1. Yetenek

Mayer ve diğerleri (1995, s. 717) tarafından yetenek; bir kişinin belirli bir konu hakkında nüfuz sahibi olmasını sağlayan beceri, yeterlilik ve özellikler grubu olarak açıklanmaktadır. Buna göre, belli bir alanda uzmanlığı olan bir kişiye o alana ilişkin konularda daha fazla güvenilmektedir. Dolayısıyla yeteneğe bağlı güvenin oluşması alanlara özgüdür ve belli koşullara bağlıdır (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 717). Bahsedilen tanımlamadan hareketle uzmanlığın güvene yol açan bir faktör olduğunu ileri sürülmektedir. Bir kişi bir konuda uzmanlaştıkça o konuda daha güvenilir bir insan olmaktadır denilebilmektedir (Ülker, 2008, s. 195). Güvenilen kişinin sahip olduğu bilgi ve becerileri ifade eden yetenek kavramı kişinin belirli bir görevi başarılı bir şekilde yerine getirebileceğine olan inancı içermektedir. İnsanlar, başkalarına güvenmek için onların görevlerini başarıyla yerine getirebileceğine inanmak istedikleri için; yetenek, güvenin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

1.3.2.1.1.2.2. İyilik

Mayer, Davis ve Schoorman'ın geliştirdiği güven modeline göre, güvenilen kişinin karakteristik özellikleri arasında yer alan "iyilik", kişilerarası ilişkilerde güven oluşumunu anlamak için önemli bir faktördür. İyilik, bir bireyin başkalarına yönelik olumlu niyetlerinin ve olumlu davranışlarının bir yansıması olarak tanımlanmaktadır

(Ülker, 2008, s. 193). Başka bir deyişle iyilik; güvenilenin benmerkezci çıkar güdüsü dışında, güvenene iyilik yapmak istediğine inanılma derecesi olarak ifade edilmektedir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 719). Bu tanıma göre; iyi bir insan, yalnızca kendi çıkarlarını göz önünde bulunduran değil, aynı zamanda bu çıkarı diğer insanlara iyilik yapma niyetiyle uyumlu hale getirebilen bir insandır (Svare, Gausdal, & Möllering, 2020, s. 588). Dolayısıyla güvenilen kişinin güvenen kişiye belirli bir bağlılığı olduğu öne sürülmektedir. Güvenen kişinin güvenilen kişiye duyduğu güven güvenilen kişinin iyilik davranışı göstermesinden beslenmektedir. Başka bir deyişle bir kişi karşısındakine ne kadar yardım etme niyetindeyse o kadar güvenilir olmaktadır (Kalemci Tüzün, 2007, s. 107). Güvenilen kişinin başkalarının ihtiyaçlarına ve çıkarlarına duyarlılık göstermesini ifade eden iyilik kavramı; güvenilen kişinin samimiyeti, iyi niyeti ve başkalarının iyiliğini gözetmesi özellikleriyle ilişkilendirilmiştir. İnsanlar, başkalarına güvenmek için onların iyi niyetlerini ve empati yeteneklerini değerlendirmek isterler. Dolayısıyla bir insanın iyi olduğuna ne kadar çok inanılırsa o kişiye o kadar çok güvenilir.

İyilik, insanlık tarihinin en temel ve evrensel değerlerinden biridir. Toplumların oluşumundan bu yana, bireylerin birbirlerine yardım etme, destek olma ve başkalarının ihtiyaçlarını gözetme eğilimleri, insan ilişkilerinin ve toplumsal yapıların temelini oluşturmuştur. İyilik, sadece bireyler arasındaki etkileşimlerde değil, aynı zamanda toplumsal gelişmede, kültürel zenginlikte ve insan haklarına saygıda da önemli bir role sahiptir. İyilik, bireylerin birbirlerine duyduğu iyi niyeti ifade ederken, aynı zamanda güvenilen kişinin başkalarının gereksinimlerini anlayışla karşılayabilme yeteneğini ifade etmektedir. Bir kişinin iyilik niyeti, güvenin oluşmasında temel bir unsurdur çünkü güven, bir kişinin başkalarının ihtiyaçlarını önemseyip önemsemediği konusunda bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Jones & George, 1998, s. 532). Mayer, Davis ve Schoorman'ın modeline göre, iyilik kavramı, güvenin duygusal boyutunu oluşturan bileşenlerden biridir. Bir kişi, başkalarına yönelik iyi niyetler taşıdığı ve onların gereksinimlerini anladığında, bu kişiye karşı duygusal olarak daha olumlu bir tutum geliştirilmesi güvenin temelini oluşturan bir unsurdur (Svare, Gausdal, & Möllering, 2020, s. 590).

1.3.2.1.1.2.3. Dürüstlük

Mayer ve diğerleri (1995, s. 719) dürüstlüğü ‘‘güvenenin kabul edilebilir bulduğu bir dizi prensiplere güvenilenin uyacağı algısı’’ olarak tanımlamışlardır. Svare ve diğ.’e (2020, s. 519) göre güvenilen kişinin geçmiş eylemlerinin tutarlılığı, diğerlerinden güvenilen kişi hakkında alınan olumlu referanslar, güvenilen kişinin adalet duygusuna sahip olduğuna inanma ve güvenilen kişinin eylemlerinin sözleriyle uyumlu olma derecesi dürüstlük algısını belirleyen faktörlerdir. Bir kişi, önceden belirlenmiş anlaşmalara uyduğu ve adalet normlarına göre hareket ettiği sürece dürüst olarak algılanmaktadır (Svare, Gausdal, & Möllering, 2020, s. 519). Dürüstlük kavramı, bireylerin başkalarıyla iletişim kurarken doğru bilgi verme, taahhütlerini yerine getirme ve sözlerine sadık kalma yeteneklerini içermektedir.

Mayer ve diğerleri (1995, s. 720) dürüstlüğün güven ilişkisinin oluşumu ve sürdürülmesi açısından kritik bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bir birey, dürüstlük ilkesine uygun davrandığında, başkaları tarafından güvenilmekte ve güvene layık olarak algılanma olasılığı artmaktadır (Jones & George, 1998, s. 532). Dolayısıyla insanlar dürüstlüğü bir ilişkinin temel dayanağı olarak görmekte ve bu özelliğe sahip bireylerin daha güvenilir olduğunu düşünebilmektedir.

Dürüstlüğün, güven ilişkisinin oluşumunu sağlamlaştırmak ve sürdürmek için gerekli olduğu savunulmaktadır (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 521). Bir birey, sözlerine uygun davranışlar sergilediğinde, bu durum diğer insanlar arasında olumlu bir etki yaratmaktadır. Böylece insanlar, bu bireye karşı güven duygusu geliştirme eğiliminde olmaktadır. Dolayısıyla dürüstlüğün uzun vadeli ilişkilerin temelini oluşturduğu ve insanların birbirlerine olan güvenlerini artırdığı söylenebilir.

1.3.2.1.1.3. Algılanan Güvenilirlik Faktörlerinin Birbirleriyle İlişkisi

Yetenek, iyilik ve dürüstlük birbirine bağımlı olarak güvenilen açısından güveni etkileyen üç temel faktördür. Mayer ve diğerleri (1995, s. 721-722) söz konusu üç faktörün birbiriyle bağlantılı olduklarını ve güven inşa etmekte birbirlerini desteklediklerini vurgulamıştır. Söz konusu durum şöyle bir örnekle açıklanabilir: Bir usta çırak ilişkisinde ustanın çırağın kariyeri üzerinde maksimum olumlu etkiye sahip

olması ve çırağa mümkün olan her şekilde yardım etmesi ve rehberlik etmesi beklenmektedir. Çırağın bu hususlarda ustaya ne derece güveneceği yukarıdaki üç faktörle ilişkilidir. Ustanın meslek hakkında bilgi sahibi olması, sektör hakkında kapsamlı bilgiye sahip olması, kişilerarası ilişkilerde başarılı olması vb. gerekir. Bu niteliklerin tümü, ustanın yardımcı olma yeteneğine sahip olduğu yönündeki algıyı oluşturmaktadır. Ancak bu algı tek başına ustanın yardımcı olacağını garanti etmemekte; yalnızca olasılığın var olduğu anlamına gelmektedir (Mayer ve diğ., 1995, s. 722).

Ustanın başkalarıyla ilişkilerinde daha önce olumlu olarak değerlendirilen eylemleri, ustanın söz ve eylemlerinin uyumluluğu ve ustanın onurlu eylemleri hakkında başkalarından gelen güvenilir iletişimler, ustanın dürüstlüğünün göstergeleridir. Bununla birlikte, bir usta yüksek dürüstlüğe sahip olduğu kabul edilse bile çırağa yardımcı olacak kadar bilgi ve tecrübeye sahip olmayabilir. Dolayısıyla dürüstlük tek başına kişiyi güvenilir bir akıl hocası yapmamaktadır (Mayer ve diğ., 1995, s. 722).

Öte yandan, bir usta hem yeteneğe hem dürüstlüğe sahipse aynı zamanda iyiliğe sahip olması güvenilir olmanın tamamlayıcısı olmaktadır. Çünkü usta çırağa yardım etme isteği içinde olmadığı sürece yetenekli ve dürüst olması bir anlam ifade etmemektedir. Ne zaman ki usta çırağa işi öğretmeye niyet ederse o zaman yeteneğe ve dürüstlüğe sahip olması bir işe yarayacaktır (Mayer ve diğ., 1995, s. 722).

Görüldüğü üzere Mayer ve diğerlerinin güven modelinde yetenek, iyilik ve dürüstlük tümüyle birbirine bağlı ve bağımlıdır. Eğer yetenek, iyilik ve dürüstlük kavramlarının üçü birden güvenen tarafından yüksek olarak algılanırsa, güvenilen kişiye oldukça yüksek bir güven atfedilecektir. Ancak, üç faktörden herhangi birinin eksik olmasının güveni zayıflatmasının mümkün olduğu düşünülebilir. Yine de Mayer ve diğerleri (1995, s. 722) tarafından bir kişinin bir başkasına güvenmesi için illa 3 faktörün bir arada olması gerekmediği iddia edilmektedir. Bu durum şöyle bir örnekle açıklanmıştır: yetenekli bir amir dürüst olmayabilir, hatta iş yerindeki birçoklarına iyi de davranmıyor olabilir. Ancak söz konusu amir çalışanlarından birine özel bir bağlılık hissederek ona iyi davranıyor ve yardım ediyor olabilir. Böyle bir durumda, Mayer ve diğerleri kendisine iyi davranılan çalışanın amirine güvenebileceğini ileri sürmektedir. Öte yandan, amirin dürüst olmadığını düşünen çalışanın amirin ileride kendisine de ihanet edebileceği düşünmesi mümkündür. İşte bu noktada çalışanın amirine güvenip

güvenmeyeceği hususunda çalışanın güvenme eğilimi devreye girmektedir (Mayer, ve diğ., 1995, s. 722).

Yukarıdaki senaryoda çalışanın amirine güvenip güvenmeyeceği hususu tam olarak bu çalışmanın konusunu temel teşkil etmektedir. Güveni etkileyen faktörlerden herhangi birinin eksik olması durumunda güvenenin ‘güven eğilimi’ devreye giriyorsa; benzer bir durumun bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusunda geçerli olacağı savunulabilir. Her ne kadar literatürde bilgisayar aracılı iletişimde (BAİ) bazı iletişim ipuçlarının eksikliğinden bahsedilmiş olsa da güvenenin eğilimi BAİ süreçlerinde kişinin karşısındakine güvenip güvenmeyeceğinde belirleyici olabilir.

Ek olarak, Mayer ve diğerlerinin güven modeli ‘güvenme eğilimi’ kavramı sayesinde iki taraf arasında herhangi bir ilişki gelişmeden önce güveni (eğilim temelinde) açıklayabilmektedir. Bir ilişki gelişmeye başladıkça, güvenen kişi, çok az doğrudan etkileşimle, üçüncü taraf kaynakları ve gözlemleri yoluyla, güvenilen kişinin dürüstlüğüne ilişkin verileri elde edebilmektedir. Güvenilen kişinin güvenene karşı yardımseverliği hakkında çok az bilgi olduğundan, ilişkinin erken safhalarında güven oluşumunda dürüstlüğün önemli olacağını öne sürülmektedir. İlişki geliştikçe, güvenilen kişiyle etkileşimler güvenenin, güvenilen kişinin yardımseverliği hakkında fikir sahibi olmasına olanak tanımakta ve yardımseverliğin (iyilik) güven üzerindeki göreceli etkisi artmaktadır (Mayer ve diğ., 1995, s. 722). Bu nedenle, ilişkinin gelişmesinin güvenilirlik faktörlerinin göreceli önemini değiştirmesi muhtemeldir. Dolayısıyla Mayer ve diğerlerinin güven modelinde güven olgusunun kademeli olarak ilerlediği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla dürüstlüğün güven üzerindeki etkisinin anlamlı iyilik verilerinin geliştirilmesinden önce, ilişkinin erken dönemlerinde en belirgin olduğundan söz edilebilmektedir. Ek olarak, algılanan iyiliğin güven üzerindeki etkisinin, taraflar arasındaki ilişki geliştikçe zamanla arttığını söylemek mümkündür.

Yukarıdaki bölümde Mayer ve diğerlerinin güven modelinde güvenen ve güvenilenin özellikleri açıklanmıştır. Mayer ve diğerlerinin oluşturduğu modelde ayrıca risk faktörü de dikkate alınmıştır. Bundan sonraki bölümde modelde bahsedilen risk faktörü açıklanmıştır.

1.3.2.1.1.4. İlişkide Risk Alma

Mayer ve diğerleri (1995, s. 725), ilişkide risk alma kavramını, güven ilişkisinin karmaşıklığını ve dinamiklerini anlamak için ele almışlardır. Bu kavram, insanların güven ilişkilerinde karşılaştıkları riskleri değerlendirmelerini ve güven ilişkilerindeki hareketlerini şekillendirmelerini sağlayan önemli bir faktördür. İlişkide risk alma, bir bireyin başka bir kişiye veya kuruluşa karşı duyduğu güveni yansıtan bir özelliktir (Kalemci Tüzün, 2007, s. 98). Risk alma, bir bireyin, başkalarına olan güveni doğrultusunda riskli durumlara girmeye ve belirli bir ilişkide belirsizliklerle yüzleşmeye ne kadar istekli olduğunu ifade etmektedir. Bir birey, ilişkide risk almaya istekli olduğunda, potansiyel olumsuz sonuçlara rağmen, güvendiği tarafın olumlu davranışlarını bekler ve buna göre hareket edebilmektedir (Mayer ve diğ., 1995, s. 725).

Bu kavram, güven ilişkisinde önemli bir rol oynamaktadır. İlişkide risk alma, güveni artırabilmekte ya da azaltabilmektedir. Eğer bir birey, güvendiği tarafın pozitif davranışlarını ve taahhütlerini yerine getireceğine inanıyorsa, ilişkide daha fazla risk almaya istekli olabilmektedir. Ancak, güvendiği tarafın sözlerine uygun davranmadığını gözlemlediğinde veya güvenin ihlal edildiğini düşündüğünde, ilişkide risk alma eğilimi düşebilmektedir (Mayer ve diğ., 1995, s. 725).

Mayer ve diğerlerinin anlatısına göre kişilerarası iletişimde bir güven modeli oluştururken risk faktörünü de mutlaka dikkate almak gereklidir. Çünkü ortada herhangi bir risk olmadığı sürece güvenmek kolaydır denilebilir. Bir ilişkide güvenme eylemi karşılığında alınan risk ne kadar artarsa güvenme davranışında bulunup bulunmamaya karar vermek o derece önem arz etmektedir. Mayer ve diğerlerine göre (1995, s. 727) risk alma davranışı meselenin önemiyle doğrudan ilişkilidir. Yetenek, iyilik, dürüstlük ve güven eğiliminden doğan güven sabit kalsa da güvenme eyleminin sonuçları çıkar ilişkileri, ilişkideki güç dengeleri, algılanan risk dereceleri, güvenen için uygun alternatifler gibi belli başlı bağlamsal faktörler tarafından belirlenmektedir.

Ayrıca her risk alma davranışı güven içermeyebilir ancak güvenmek eylemi belirli ölçüde risk almayı içinde barındırmaktadır. Mayer ve diğerleri burada hava durumu hususunda risk alan bir çiftçi örneği vermişlerdir (Mayer ve diğ., 1995, s. 725). Çiftçinin ekinlerinin büyümesi için yağmura ihtiyaç vardır, dolayısıyla çiftçi ekin ekerken bu riski almıştır, ancak yağmurun yağıp yağmayacağı kesin olarak bilinemeyeceği için bu kararı

alırken kimseye güvenmemiştir. Bu örnek, güvenin temel bileşenlerini ve güven ilişkisinin karmaşıklığını anlamayı kolaylaştırmak amacıyla kullanılmıştır. Mayer ve diğerlerinin bu anlatısından yola çıkılarak kişilerin bazen risk almak zorunda kaldıkları sonucuna varılabilir. Başka bir deyişle bir kişi kendi çıkarları için ortada bir risk olsa da o davranışa girebilir. En nihayetinde çiftçi ürün elde edebilmek için bu riske girmiştir. Eğer bu riske girmeseydi zaten hiçbir şey ekmeyerek hiçbir ürün elde edemeyecekti. Mayer'in modelinin risk alma faktörü bu yönüyle araştırmaya katkı sağlamaktadır. Buradan temelde kişilerin herhangi bir gaye uğruna bir çıkar elde etmek amacıyla risk almak zorunda oldukları veya karşısındakilere güvenmek zorunda oldukları düşüncesinden hareketle bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde de bu faktörün kişinin güvenme eğilimini etkileyeceğinden söz edilebilir.

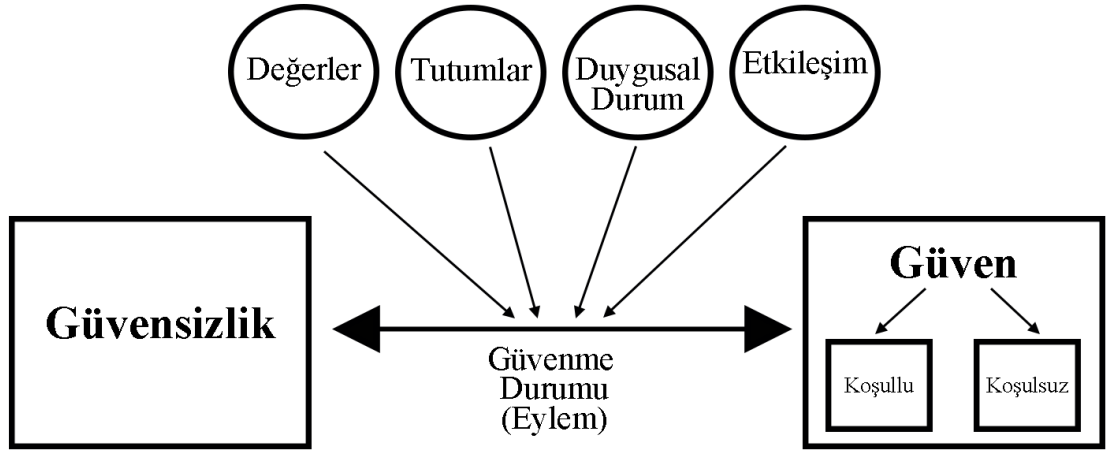
Bu çalışmanın başında belirtilen “güvenmek bir ihtiyaçtır” mottosu buradaki durumu da karşılamaktadır. Ortada bir güven olmadığı halde risk alma eylemine giren bir insan için güven gerektiren durumlarda kendi çıkarları için güvenmek istediğinden söz edilebilir. Dolayısıyla insanların genel olarak daha çok güvenme eğiliminde olduklarını iddia etmek mümkün olacaktır. Burada gazetecilik literatüründen bir örnek verilebilir. Son yıllarda yapılan çalışmalar insanların çeşitli sebeplere ana akım medyaya olan güvenleri azaldıklarında bir alternatif arayışı içine girdiklerini göstermiştir. O alternatif ise genellikle “alternatif medya” olarak nitelendirilen bağımsız medya organları ya da vatandaş haberciliği olmaktadır. Buradan çıkarılması gereken sonuç insanların bir şeye güvenme ihtiyacından doğan boşluğu doldurma arzusu olduğu savunulabilir (Flew & Smith, 2014).

1.3.2.1.2. Jones ve George'un Tek Boyutlu Etkileşimci Güven Modeli

Güven deneyiminin, insanların değerleri, tutumları, ruh halleri ve duygularının etkileşimi tarafından belirlendiği iddiasıyla ortaya çıkarılan Jones ve George'un etkileşimci güven modeli; sembolik etkileşimcilik perspektifini kullanarak, koşullu ve koşulsuz olmak üzere iki farklı güven durumunu veya formunu tanımlamaktadır (Jones & George, 1998, s. 531). George Herbert Mead tarafından geliştirilen ve Herbert Blumer tarafından daha da genişletilerek detaylandırılan sembolik etkileşimcilik perspektifi insanların birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşimde bulunma şekillerini inceleyen

sosyolojik bir teoridir (Jones & George, 1998, s. 535). Bireyler arası etkileşimlerin, sosyal yapıların ve süreçlerin anlaşılmasını amaçlayan bu perspektife göre, bireyler arası etkileşimler, kişilerin birbirlerine attettikleri anlamlar çerçevesinde gerçekleşmektedir. İnsanlar, sosyal etkileşimlerde bulundukları kişilere, nesnelere ve olaylara anlamlar yüklemekte ve bu anlamlar, etkileşimlerin seyrini belirlemektedir. Anlam, sosyal süreçler aracılığıyla oluşup değiştiğinden; sembolik etkileşimcilik, sosyal yaşantının sürekli değişen doğasını vurgulamaktadır. Bu nedenle Jones ve George güvenin evrimini incelerken, güveni sembolik etkileşimcilik perspektifinden modellemek için faydalı olduğunu savunmuşlardır (Jones & George, 1998, s. 535).

Şekil 8: Jones ve George'un Etkileşimci Güven Modelinin Görselleştirilmiş Hali



Kaynak: Jones & George, 1998, s. 537 ("The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork" başlıklı makaledeki açıklamalardan görselleştirilmiştir.)

Şekil 8'de görüleceği üzere; Jones ve George'un etkileşimci güven modelinde; güven deneyiminin (1) güvensizlik, (2) koşullu güven ve (3) koşulsuz güven olmak üzere üç farklı durumu veya formu olduğunu öne sürülmektedir (Jones & George, 1998, s. 537). Buna rağmen bu çalışmada bu modelin iki ya da çok boyutlu yerine tek boyutlu güven modeli olarak kabul edilmesinin sebebi; bu üç güven durumunu farklı yapılar olarak değil, aynı yapı içinde üç farklı durum olarak kavramsallaştırılmasından kaynaklanmaktadır (Jones & George, 1998, s. 537). Güven ve güvensizliği tek boyutun zıt kutupları olarak ele alan bu modele göre; değerler, tutumlar ve duygusal durumlar,

hem güvenin hem de güvensizliğin oluşumunda rol oynamakta ve bu etkileşimler, güvenin var olup olmadığını ve eğer varsa, koşullu mu yoksa koşulsuz mu olacağını belirlemektedir (Jones & George, 1998, s. 537). Bu açıklamalardan hareketle Jones ve George'un modelinde farklı tür güven durumlarının farklı tür belirleyicilerden meydana gelmek yerine bütün belirleyicilerin tek bir şekilde ya güvenmeye ya da güvensizliğe yol açtığı iddia edildiği anlaşılmaktadır.

Farklı belirleyicilerin farklı güven türlerine yol açtığını iddia etmek yerine, değerlerin, tutumların ve ruh hali ile duyguların genel bir güven ya da güvensizlik durumunu üretmek için eşzamanlı olarak çalıştığı, değişen veya evrilen bir deneyim olarak güveni kavramsallaştıran bu modelde güvenin hızlıca değişebilen dinamik bir özelliğe sahip olduğu düşünülmektedir (Jones & George, 1998, s. 537). Başka bir deyişle; güven, sabit bir durum olmaktan ziyade, bireylerin ve etkileşimlerin durumlarına ve koşullarına yanıt olarak değişebilen bir yapıdır denilebilir. Güvenin farklı seviyeleri ve durumları arasındaki geçişin mümkün olduğunu ifade eden bu açıklama paralelinde; koşullu güven, belirli şartlar altında, koşulsuz güvene evrilebilir. Ancak, bu süreç tersine de dönebilir, yani koşulsuz güven, koşullu güvene ya da güvensizliğe dönüşebilir. Bu durum güvenin ne kadar kırılgan ve değişken olabileceğini göstermektedir.

Yukarıdaki görüş, güvenin yalnızca olumlu koşullar altında gelişip sabit kalacağı yönündeki daha statik perspektiflere bir meydan okuma niteliğindedir. Güvenin sürekli değişebileceği ve etkileşimlerin, deneyimlerin ve algıların bu değişim üzerinde önemli bir etkisi olabileceği anlamına gelmesi, bireylerin ve grupların birbirleriyle etkileşimde bulunma şekillerini anlamak ve yönetmek adına önemli bilgiler sunabilir.

1.3.2.1.2.1. Başlangıçtaki Güven Seviyesi

Sosyal etkileşimde bulunan kişilerin başlangıçtaki yaklaşımlarını ve güven oluşturma sürecini açıklayan bu model; sosyal etkileşimde bulunan insanların, karşısındaki kişinin güvenilir olup olmadığına dair başlangıçtaki belirsizliği ele almaktadır. Jones ve George; bir sosyal etkileşimin başlangıcında, bir kişinin karşısındakinin güvenilir olduğunu basitçe varsaymadığını; aksine, her kişinin diğerinin değerlerinin kendi değerlerinden farklı olabileceği (diğerinin güvenilir olmayabileceği) inancını "askıya aldığını" iddia etmektedir (Jones & George, 1998, s. 535, 538). Burada

“inancın askıya alınması” ifadesinin kişilerin etkileşime girerken genellikle karşısındaki kişilerin değerleri ve güvenilirliği konusunda tarafsız bir pozisyon aldığı anlamında kullanıldığı görülmektedir. Başka bir deyişle, karşıdaki bireyin güvenilir veya güvenilmez olduğuna dair önceden var olan bir inançları yoktur, bu yüzden bu inanç askıya alınır. İki kişi arasındaki etkileşimde, her birey diğerinin güvenilir olup olmadığına dair bir varsayım içinde bulunabilir, fakat genellikle bu varsayım, karşılıklı değerlerin ve beklentilerin çakışıp çakışmadığını görmek için bir keşif ve değerlendirme sürecini gerektirmektedir.

İnsanlar karşısındaki kişinin güvenilirliğini sorgularken, aynı zamanda kendilerini potansiyel risklere maruz bırakmamaya çalışmaktadırlar. Başka bir deyişle, kolayca kandırılmak istemezler. Bunu yaparken, diğerinin güvenilirliğine inanıp inanmamakta özgürdürler ve bu inanç, sürekli olarak değerlendirilmekte ve güncellenmektedir. George ve Jones’un modelinde; sosyal etkileşimin başlangıcında genellikle karşılıklı bir anlayış ve saygı zemininde gerçekleşen bir süreçte; etkileşimde bulunan kişinin, karşısındaki kişinin kendisiyle benzer değerlere ve normlara sahip olduğunu ve bu nedenle güvenilir olabileceğini varsaydığı iddiası vardır (Jones & George, 1998, s. 535).

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılan o ki; başlangıçta bir insanın karşısındaki bireyin güvenilmez olduğuna dair inancını askıya alarak hareket ettiğini belirten bu açıklama kişinin bir keşif sürecinde olduğunu ve diğer bireyle olan etkileşimleri aracılığıyla karşısındakinin güvenilir olup olmadığını değerlendirdiği anlamına gelmektedir. Güvenin nasıl inşa edildiğine ve bireylerin bu süreçte nasıl bir yaklaşım sergilediğine dair derinlemesine bir bakış sunan bu açıklama; insanların birbirlerine karşı başlangıçtaki tarafsız duruşları, etkileşimlerin devamıyla birlikte güvenin nasıl şekillendiği hususlarının daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

Jones ve George’un yukarıdaki açıklamaları Luhmann’ın (1979, s. 5) güven olgusuna ilişkin başlangıçta başkalarına güvenmenin, güvenmemeye göre, genellikle daha kolay ve tercih edilen bir yol olduğu görüşüne paralellik göstermektedir. İnsanların başkalarının da kendi değerlerini paylaştığına dair bir varsayımı, güveni başlangıçta güvensizlikle karşılaştırıldığında daha çekici bir seçenek haline getirmektedir. Çünkü başkasının değer sistemini tam anlamıyla anlamak ve keşfetmek genellikle çok zaman ve enerji gerektirmektedir (Jones & George, 1998, s. 535). Jones ve George’un bu ifadesi;

insanların genellikle, başkalarının kötü niyetli olabileceği konusundaki inançları askıya alarak, ilişkilere güven içinde başlamaya teşvik olmalarını gayet net bir şekilde açıklamaktadır. Başkasına güvenmek, ilişkilerde zaman ve enerji tasarrufu sağlayabilir, çünkü diğer bireyin gerçek doğasını ve niyetlerini anlama ihtiyacını azaltabilir. Böylece, bireyler, güvensizlik yerine güven oluşturmayı tercih edebilirler, çünkü bu onlara “pratik avantajlar” sağlamaktadır. Bu perspektife göre, bireyler arasında güven oluşturma eğilimi, ilişkilere başlarken güçlü bir motivasyon kaynağı olabilir. Bu motivasyon, bireylerin başkalarının değer sistemlerini keşfetme sürecini basitleştirir ve güvensizlik hislerini aşmalarına yardımcı olabilir.

Jones ve George’un buraya kadarki açıklamaları bu çalışmanın temel sorununun şekillenmesi yolunda aydınlatıcı bir ışık tutmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişimde kişilerin karakteristik özelliği gereği kendi güvenme eğilimlerinin etkisini anlamaya odaklanan bu çalışmada eğer sonuçlar Jones ve George’un iddia ettiği gibi çıkarsa kişilerin çoğunluğun bilgisayar aracılı iletişimde başlangıçta temkinli olsa da inanmaya eğilimleri olduklarına dair bulgular elde edilecektir. Bu varsayımların tutarlı ve geçerli olup olmadıkları bu çalışmanın sonunda ortaya çıkarılacaktır.

Jones ve George’a göre bir kişinin başlangıçta karşısındakine güvensizlik hissetmesinin tek koşulu o kişinin kendi değer yargılarına uymadığını gösteren bariz kanıtların olmasıdır. Diğer her koşulda insanlar güvensizlik inançlarını askıya aldıklarından güvenme eğilimindedirler (Jones & George, 1998, s. 536).

1.3.2.1.2.2. Güvenin Gelişimi

Eğer ilişkilerde güvenin zamanla artması bekleniyorsa, her iki tarafın da birbirinin rolünü anlaması ve kabullenmesi, aynı zamanda duygularını ve düşüncelerini paylaşması gerekmektedir. Her bir tarafın, diğer tarafı güvenilir olarak görmesi ve bu doğrultuda tutum geliştirmesi güvenin gelişimini sağlamaktadır (Jones & George, 1998, s. 536). Güven deneyimlerinin gelecekte nasıl şekilleneceğini belirleyen kritik bir faktör olduğunu vurgulayan bu açıklamaya göre, taraflar arasında olumlu davranışsal değişimler, güvenin artmasına ve ilişkinin güçlenmesine yol açabilir. Güvenin artması için, tarafların birbirlerinin rolünü, duygularını ve düşüncelerini anlaması ve bu unsurları paylaşması gerekmektedir. Bu durum; karşılıklı anlayış ve paylaşım sürecinin, her bir

tarafın diğeriini daha doğru bir şekilde anlamasına ve güveninin artmasına olanak tanıdığı şeklinde yorumlanabilir.

Jones ve George; davranışsal değişimler aracılığıyla olumlu tutumların geliştirilmesine dayanan güvenin evrimi sürecinde ruh halleri ve duyguların kritik bir rol oynadığını savunmuşlardır (Jones & George, 1998, s. 536). Onlara göre; olumlu duygusal tepkiler, bir tarafın diğer tarafı daha güvenilir olarak değerlendirmesine yardımcı olabilirken, olumsuz duygusal tepkiler güven eksikliğine işaret etmektedir. İlişkilerdeki başarılı etkileşimler, olumlu duygusal tepkilerle güçlenirken, olumsuz tepkiler güveni zedelemektedir (Jones & George, 1998, s. 536). Beklentilerin karşılanması şeklinde yorumlanabilecek bu durumda bir kişinin başlangıçtaki güvenme eylemi karşı taraftan destek gördüğünde (yani karşı taraf bu durumu kötüye kullanmadığında) karşılıklı olumlu duyguların gelişmesi neticesinde güvensizliği askıya alma eylemi birbirlerine güvenme arzusuna dönüşmektedir. Çünkü her ikisi de diğerinin eylemleriyle zarar görmeyecekleri veya riske atılmayacakları konusunda güvende hissetmeye başlamaktadırlar (Jones & George, 1998, s. 536). Tam tersi durumda ise güveni geri çekme eylemi ortaya çıkmaktadır.

1.3.2.1.2.3. Koşullu ve Koşulsuz Güven

Jones ve George güvenin evrimiyle ilgili yukarıdaki açıklamalarını koşullu ve koşulsuz güven durumları arasında bir ayrım yaparak temellendirmişlerdir. Koşullu güven, tarafların birbirlerine uygun davranışlarda bulunduğu, benzer bir anlayışla hareket ettiği ve olumlu bir etkileşim sürdürebildiği bir durumu ifade etmektedir. Bu durumda, tarafların olumlu tutumları, gelecekteki etkileşimleri desteklemek için yeterlidir. Koşulsuz güven ise, bireylerin paylaşılan değerlere dayalı olarak tam bir güven deneyimlediği bir durumu tanımlamaktadır. Koşulsuz bir güvende, tarafların birbirlerinin güvenilirliğine olan inancı, önceki etkileşimlerden elde edilen ampirik kanıtlarla desteklenmektedir. Sosyal ilişkilerde arzu edilen bir durum olan koşulsuz güven olduğunda, ilişkiler daha anlamlandırılmakta ve genellikle taraflar arasında bir özdeşleşme duygusu pekişmektedir (Jones & George, 1998, s. 537).

Jones ve George güvenin ve güvensizliğin etkileşimler ile sürekli olarak değişkenlik gösterebileceğini tıpkı güvensizliğin zamanla güvene dönüştüğü gibi

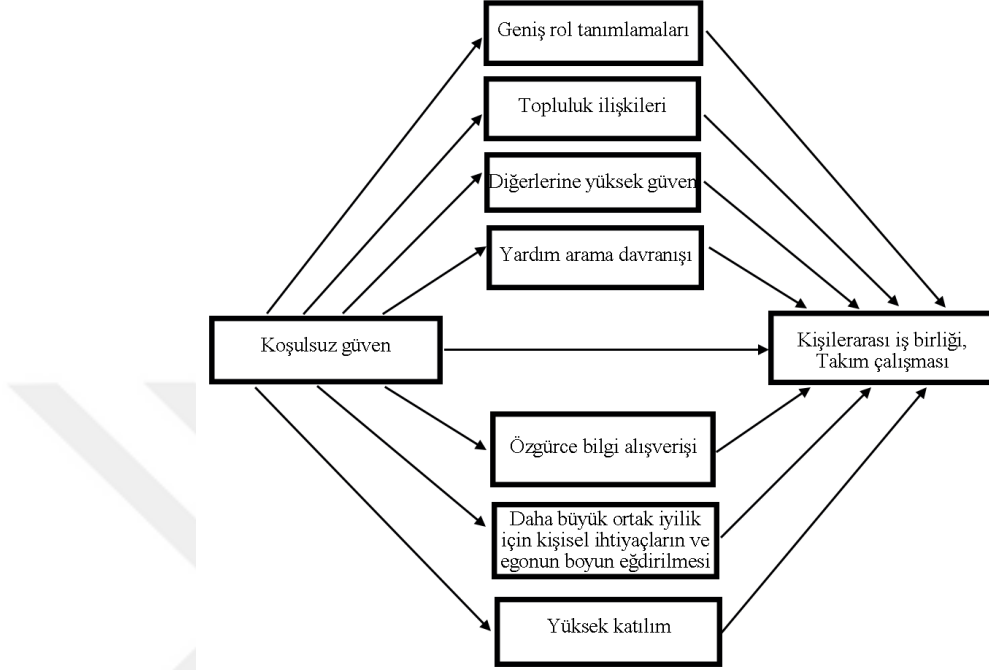
olumsuz deneyimler neticesinde güvenin de güvensizliğe dönüşebileceğini vurgulamaktadır. Ancak, koşulsuz güven var olduğunda, ilişki paylaşılan değerlerden kaynaklanan olumlu anlam ve etkileşimle beslenmektedir. Bir tarafın yapabileceği küçük davranış hataları, koşulsuz güvende ortak değerlerin varlığı nedeniyle diğer tarafça muhtemelen affedilebilir. Ancak, bu tür hatalar, ilişkideki güveni zedelemekten, duygusal tepkilere yol açabilmektedir. Oumsuz duygusal tepkiler, bir sorun olduğunu göstererek ilişkinin gözden geçirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Söz konusu duygusal tepkiler, güvenin azaldığını diğer tarafa göstermektedir (Jones & George, 1998, s. 538). Görünen o ki koşulsuz güvenin koşullu güvene ya da güvensizliğe dönüşüp dönüşmeyeceği tamamen güvenen tarafından algılanan güven ihlalinin gücüne ve büyüklüğüne bağlıdır.

1.3.2.1.2.3.1. Koşulsuz Güvenin Etkileri

Jones ve George'a göre koşullu güven, bir grubun ortak bir amaç etrafında bir araya gelmesine olanak tanırken, koşulsuz güven, grup dinamiklerini daha da derinleştirerek grubu daha uyumlu, iş birliği yapan bir takıma dönüştürebilir. Takım içinde bireylerin eylemlerinin, diğer tüm üyeleri etkilemesi nedeniyle, herkes diğerlerinin davranışlarına dikkatli olmalı ve uygun şekilde yanıt vermelidir (Jones & George, 1998, s. 539). Jones ve George'un etkileşimli güven modelindeki koşulsuz güven kavramının topluluk içindeki etkileri şekil 9'da gösterilmiştir.

Koşulsuz güvenin, sadece kişilerarası iş birliği ve takım çalışmasını direkt olarak etkilemekle kalmadığını, aynı zamanda dolaylı etkilere de sahip olduğunu iddia eden Jones ve George; koşulsuz güvenin, (1) geniş rol tanımları, (2) topluluk ilişkileri, (3) başkalarına yüksek güven, (4) yardım arama davranışı, (5) bilgi serbest değişimi, (6) daha büyük ortak iyilik için kişisel ihtiyaçların ve egonun bastırılması ve (7) yüksek katılım üzerinde etkili olduğunu savunmuştur (Jones & George, 1998, s. 540).

Şekil 9: Jones ve George'un Etkileşimci Güven Modelinde Koşulsuz Güvenin Etkileri



Kaynak: Jones & George, 1998, s. 540

Jones ve George; koşullu güven durumunda, bireyler genellikle rollerini, beklenen iş davranışları ve atanmış görevlere uygun şekilde tanımladığını söylemiştir. Fakat onlara göre; koşulsuz güven mevcut olduğunda, paylaşılan değerler ve olumlu etkileşimler bireyleri, iş birliği yapmaya ve ortak iyilik için ellerinden geleni yapmaya teşvik ettiğinden bireyler genellikle rollerini daha geniş bir şekilde tanımlarlar (Jones & George, 1998, s. 540). Başka bir deyişle koşulsuz güven sayesinde roller, ortak hedeflere katkı sağlayacak ve performans ile rekabet avantajını artıracak şekilde genişletilmektedir.

1.3.2.2. İki Boyutlu Psikolojik Yaklaşım Modelleri

Bilişsel değerlendirmeler ve duygusal bağlar arasındaki dengeyi ortaya koyarak, güvenin dinamik yapısını aydınlatan iki boyutlu güven modelleri güvenin çeşitli yönleri ve etkileri hakkında daha derin bir anlayış kazanılmasını sağlamaktadır. Bu kategori bünyesinde güven ve güvensizliği ayrı boyutlar olarak görerek güvenme eyleminin aynı kişiler arasında farklı durumlarda değişkenlik gösterebileceğine dikkat çeken bazı teoriler

mevcuttur. Güvenin dinamik bir olgu olduğu ve aynı bireyler arasında farklı durum ve bağlamlarda değişebileceğı iddiasıyla bu teoriler, güvenin ve güvensizliğin birbirine zıt uçlar olarak yer almadığını, bir kişinin güven ve güvensizlik hislerinin aynı anda var olabileceğini öne sürmektedir. Farklı durumlar ve bağlamlar, bireylerin güven düzeylerini etkileyebilir ve güvenme eyleminin değişkenlik göstermesine yol açabilir. Söz konusu düşünce güvenin ve güvensizliğin nasıl oluştuğunu, geliştiğini ve değiştiğini anlamak için kapsamlı bir perspektif sağlamaktadır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1002). Güven olgusunun “başka birinin davranışı hakkında olumlu beklentilere duyulan güven” olarak algılandığı bu perspektifte güvensizlik ise “başka birinin davranışı hakkında olumsuz beklentilere duyulan güven” olarak kabul edilmektedir (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 439).

İki boyutlu güven modelleri yaklaşımında, düşük güven ve yüksek güvensizlik arasında bir eşdeğerlik yoktur. Düşük güven, bireyin karşı tarafın davranışları konusunda belirsiz ve tereddütlü olduğu bir durumu ifade ederken genellikle umutsuzlukla ilişkilendirilmiştir. Öte yandan, yüksek güvensizlik, bireyin karşı tarafın davranışları konusunda korkulu, şüpheli ve uyanık olduğu bir durumu ifade etmektedir. (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1002-1003). Bu tür modellerde aynı ilişki içinde bir başkasına hem güvenmek hem de güvensizlik beslemek için eş zamanlı nedenler olabileceğı görüşü hakimdir (Hardin, 1992, s. 156). İlişkiler içinde, güven ve güvensizlik nedenleri, diğer kişiyle olan etkileşimler daha çok çeşitlilik ve/veya daha fazla derinlik (bir yön içindeki zenginlik) sağladıkça birikmektedir (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 1004).

1.3.2.2.1. Lewicki, McAllister ve Bies’in Güven Modeli

Lewicki, McAllister ve Bies tarafından 1998 yılında geliştirilen iki boyutlu güven modeli; güven ile güvensizlik arasındaki dinamikleri ve ilişkileri incelemektedir. Güvenin ve güvensizliğin birbirinden bağımsız olduğunu ve aynı zamanda birbirleriyle etkileşim içinde olabileceğini iddia eden model, bu iki kavramın birbirleri üzerindeki etkilerini, ilişkilerin nasıl gelişip değişebileceğini detaylı bir şekilde ele almaktadır. Güven ve güvensizliğin birbirinden ayrı, bağımsız kavramlar olduğunu ve aynı ilişki içerisinde bir arada bulunabileceğini ileri süren bu modele göre; kişilerin, aynı ilişkide bir başkasına

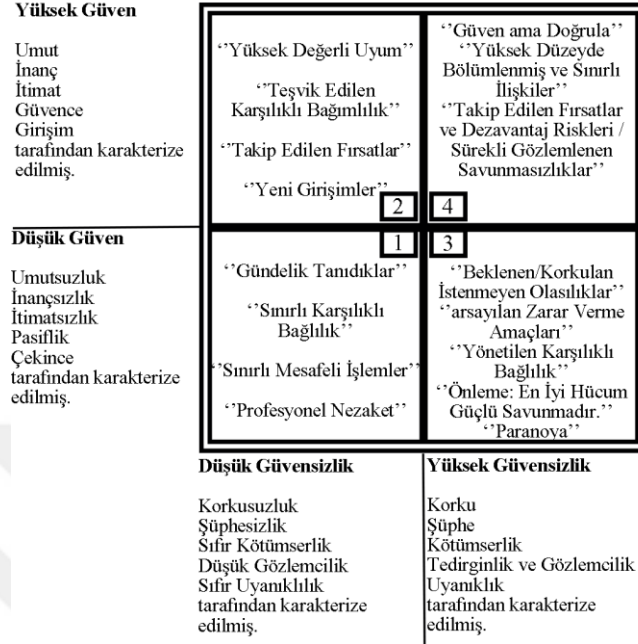
hem güvenmesi hem de güvensizlik besleyebilmesi mümkündür (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 438). Güven ve güvensizlik arasında bir süreklilik olmadığını ifade etmek, bu iki kavramın birbirlerine zıt uçlar olmadığı anlamına gelmektedir. Her iki kavramın aynı anda var olabilmesi, bireyler arası ilişkilerde çeşitli dinamiklerin mevcut olabileceği anlamına gelmektedir (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 440).

Şekil 10'da Lewicki, McAllister ve Bies'in güven ve güvensizlik boyutlarının birbirine dik olarak temsil edildiği güven modeli gösterilmektedir. Güven ve güvensizliğin ayrı boyutlar olarak öne sürülmesi, düşük güven ve yüksek güvensizlik kavramları karşılaştırıldığında daha açık hale gelmektedir. Bu çerçevede, düşük güvenin varlığı, kişinin başka birinden faydalı eylemler beklemeyeceği, belki de umutsuz olduğu anlamına gelmektedir. Buradaki "umutsuzluk", kişinin olumlu sonuçlar beklemediği ve bu durumun kişide negatif bir his yarattığı durumları tanımlamaktadır. Öte yandan, yüksek güvensizlik, kişinin başka birinden zararlı eylemler beklediği anlamına gelmektedir. Bu durum, kişinin olası zararlı eylemleri yönetebilir olduğu ve bunlara karşı tedbir alması gerektiğine işaret ettiği için korku ve şüphecilikle ilişkilendirilmektedir (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 445).

Şekil 10'da "güven" dikey olarak sunulmuş ve düşük veya yüksek olarak karakterize edilmiştir. Yüksek güven ilişkilerinin inanç, güven, güvence, girişim ve çalışkanlık ile nitelendirildiği bu modelde güven, başka türlü girişimi boğabilecek olan sosyal karmaşıklıkla ilişkilendirilen risklerin üstesinden gelinmesine aracılık eden mekanizmadır (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 445).

"Güvensizlik" ise yatay olarak sunulmuş ve düşük veya yüksek güvensizlik olarak karakterize edilmiştir. Güvensizliğin tedirginlik, şüphecilik ve gözlemlenen savunmacılık, uyanıklık ve tetikte olma gibi davranışlarla ifade edildiği bu modelde, bir kişinin diğer taraftan kasıtlı zarar beklentisi olarak algılanan tehditlere karşı tetikte olma eğilimi kendini göstermektedir (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 446, 447).

Şekil 10: Lewicki, McAllister ve Bies'in Güven Modeli



Kaynak: Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 445

İlişkiler içerisinde meydana gelen gelişmelerin dengesi, güven ve güvensizlik seviyelerinin belirli bir düzeyde kalmasına sebep olabilir. İlişkilerdeki yüzeylerin ve deneyimlerin değişimi, bu dengeyi bozabilir ve güven ve güvensizlik düzeylerini değiştirebilir. Örneğin, diyalog, ortak karar alma ve etkileşim gibi boyutlar üzerindeki değişiklikler, güven ve güvensizlik düzeylerini artırabilir ya da azaltabilir. İnsan ilişkilerinde güven ve güvensizlik seviyelerinin statik olmadığını, dinamik ve sürekli değişen kavramlar olduğunu iddia eden bu modele göre; ilişkilerde yaşanan olumlu ve olumsuz deneyimler, bireylerin birbirine olan güven ve güvensizlik duygularını şekillendirmektedir. Belirli bir süreçte, birbirine güvenen bireyler, ilişkilerinde yaşanan olumsuzluklar sonucunda güvensizlik hissedebilirler veya tersi, güvensizlik içinde olan bireyler, yaşanan olumlu deneyimler sonucunda birbirine güvenebilirler (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, s. 446-447).

1.3.2.2.2. McAllister’ın İlişkisel Güven Modeli

Duygu temelli (affect-based) güven ve biliş temelli (cognition-based) güven olmak üzere güvenin iki temel bileşeni üzerinde bir model oluşturan McAllister, organizasyonel bağlamda güvenin nasıl oluştuğu ve iş birliğini nasıl etkilediği konusunda derinlemesine bir anlayış sunmaktadır. Bilişsel ve duygusal olmak üzere güvenin iki boyutuna odaklanması dolayısıyla aslında iki boyutlu olan ve literatürde genel olarak bu şekilde kabul edilen model bu çalışmada iki boyutlu psikolojik yaklaşım modelleri kategorisine yazılmıştır.

1.3.2.2.2.1. Biliş Temelli Güven

Biliş temelli güven, bir bireyin karşısındaki kişinin yeteneklerini, güvenilirliğini ve sorumluluğunu değerlendirerek oluşan güvendir. Başka bir deyişle, bir bireyin başka bir bireye güvenip güvenmemeye karar verirken kullandığı mantıksal değerlendirme süreçlerini içermektedir (McAllister, 1995, s. 25).

McAllister’e göre biliş temelli güven, duygu temelli güvene zemin hazırlamaktadır (McAllister, 1995, s. 30). Kişiler arasında duygu temelli güvenin oluşabilmesi için, başlıca bir biliş temelli güvenin öncelikli olarak mevcut olması gerekmektedir. İnsanlar, birbirleriyle daha derin ilişkilere girmeye yatırım yapmadan önce, karşılıklı güvenilirlik beklentilerinin karşılanmış olması gerektiğini düşünürler (McAllister, 1995, s. 30).

1.3.2.2.2.2. Duygu Temelli Güven

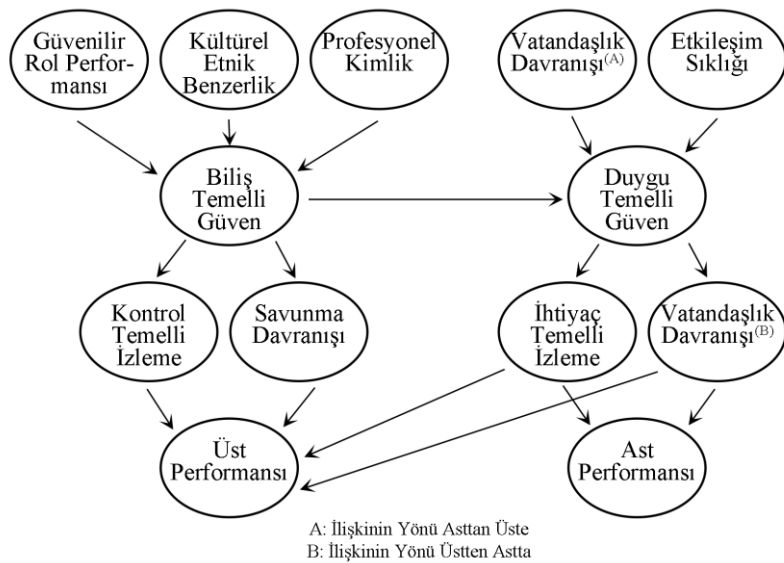
Duygu temelli güven, kişilerarası bağlardan, duygusal yakınlıktan ve empatiden kaynaklanan güvendir (McAllister, 1995, s. 25). McAllister’e göre; duygu temelli güven, bireyler arasında duygusal bir bağ oluşturmalarını sağlayarak, iş birliği ve yardımlaşmayı kolaylaştırabilir (McAllister, 1995, s. 51-52). Karşılıklı kişilerarası ilgi ve endişeyi temel alan bağların meydana gelmesine olanak tanıyan duygu, taraflar arasındaki ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır (McAllister, 1995, s. 26).

McAllister (1995, s. 29) tarafların davranışlarını öngörülebilir kılan dış faktörler, biliş temelli güven için temel sağlarken, tarafların motivasyonlarına dair iç görülerin ise

duygu temelli güven için temel sağladığını iddia etmiştir. Bilişsel ve duygusal temelli güvenin temelini ve gelişimini açıklamakta oldukça bilgilendirici olan bu ifade; biliş temelli güvenin, genellikle gözlem ve deneyime dayanarak oluştuğunu ve bu güven türünün, tarafların davranışlarını öngörülebilir kıldığını ispatlıyor olabilir. Başka bir deyişle, bir kişi biliş temelli güven oluşturduğunda, karşısındakinin davranışları üzerinde belli bir anlayışa ve kontrol beklentisine sahip olabilir. Bu durum, ilişkide bir dereceye kadar güvenlik ve istikrar sağlayabilir, çünkü bireyler birbirlerinin tepkilerini ve davranışlarını daha iyi anlamaları ve tahmin edebilmeleri mümkün görünmektedir.

Öte yandan, duygu temelli güven, tarafların birbirlerinin motivasyonlarına dair daha derin bir anlayışa ve iç görüye dayandığına göre; bu tür bir güvenin kişiler arasında bir bağ oluşturması ve ilişkide daha yoğun bir birlik ve yakınlık hissi yaratması mümkün olabilir. Dolayısıyla, bireylerin birbirlerine daha yakın hissetmelerini ve birbirlerinin ihtiyaçlarına, isteklerine ve duygusal durumlarına daha duyarlı olmalarını sağlayacağını düşündürmektedir. Kısacası; iki güven türünün ilişkide nasıl farklı roller üstlendiğini ve ilişki dinamikleri üzerindeki etkileri hususlarında aydınlatan McAllister'ın bu görüşlerinden, biliş temelli güvenin, öngörülebilirlik ve anlayış sağlarken; duygu temelli güvenin, derin bir empati ve birlik hissi oluşturduğu sonucuna varılabilir. Görünen o ki her iki güven türü de, sağlıklı ve başarılı bir ilişkinin temel taşlarındandır.

Şekil 11: McAllister'in İlişkisel Güven Modeli



Kaynak: McAllister, 1993, s. 27'den uyarlanmıştır.

McAllister'in ilişkisel güven modeliyle geliştirdiği tartışmaların teorik çerçevesi Şekil 11'de özetlenmiştir. Bu model ilişkilerin ve güvenin, bir organizasyon içinde nasıl geliştiğini ve bunların bireylerin performansını nasıl etkileyebileceğini anlatmaktadır. İlişkilerin sıralaması bireyler arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin belirli bir sıra veya düzen içinde geliştiğini ima etmektedir. Bu, etkileşimlerin ve ilişkilerin zamanla ve belirli bir düzen içinde evrildiğini göstermektedir. Bir kişinin karşısındakiyle kurduğu ilişkiler, karşısındaki kişinin özellikleri ve davranışlarına büyük ölçüde bağlıdır. Bu model ilişkilerin, güvenin ve performansın birbirine bağlı olduğunu ve birinin diğerini etkileyebileceğini göstermektedir. Etkili ve pozitif yönetici yanıtları, güvenilir bir ortam oluşturabilir ve bu da daha yüksek iş arkadaşı ve yönetici performansına yol açabilir (McAllister, 1995, s. 28).

Bu modele göre; bir yöneticinin (üst) bir çalışana (ast) olan bilgi tabanlı güven seviyesi, o kişinin güvenilir rol performansı seviyesiyle pozitif bir şekilde ilişkilidir (McAllister, 1995, s. 28). Bu ifade, bir üst ve bir ast arasındaki güven dinamiğine işaret etmektedir. Buradaki "bilgi tabanlı güven", genellikle yöneticinin, çalışanın yetenekleri, bilgisi, becerileri ve deneyimine dayanarak oluşturduğu bir güven türünü temsil eder. Bu durumda, bilgi tabanlı güven, çalışanın belirli bir iş veya görevi gerçekleştirme kapasitesine olan inançla doğrudan ilgilidir. Eğer bir yönetici, bir meslektaşının güvenilir rol performansı seviyesi hakkında olumlu bir görüşe sahipse, bu genellikle yöneticinin meslektaşına olan bilgi tabanlı güveninin de yüksek olacağı anlamına gelmektedir. Bir çalışanın iş rollerini etkili ve tutarlı bir şekilde yerine getirmesiyle ilişkilendirilen güvenilir rol performansı, yöneticinin o kişiye olan güvenini arttırabilir (McAllister, 1995, s. 29).

Güvenilir rol performansı bir organizasyon veya takım içinde bir meslektaş veya muadilin atanmış roller ve sorumlulukları tutarlı ve güvenilir bir şekilde yerine getirmesi anlamına gelmektedir. Bu tür bağlamlarda, rollerini güvenilir bir şekilde yerine getiren meslektaşlara sahip olmak, organizasyon veya takım içinde sorunsuz işleyişi, koordinasyonu ve güveni teşvik etmektedir. Meslektaşların güvenilir performansı, daha öngörülebilir ve etkili iş birliği ve organizasyonel süreçlerde genel olarak iyileştirilmiş sonuçlar için stabil bir ortam sağlamaktadır (McAllister, 1995, s. 35-38).

1.3.2.3. Çok Boyutlu ve Dönüşümsel Psikolojik Yaklaşım Modelleri

Çok boyutlu güven modelleri, güven kavramını bir bütün olarak ele alırken, güvenin farklı yönlerini, boyutlarını ve seviyelerini tanımlayan bir yaklaşımdır. Bu tür modellerde, güvenin sadece tek bir yönü veya özelliği üzerinden değerlendirilemeyeceğini, bunun yerine çok daha geniş ve karmaşık bir yapıya sahip olduğu savunulmaktadır. Güvenin genellikle kişilerarası ilişkiler, beklentiler, deneyimler ve risk algıları gibi farklı faktörler ve boyutlar arasındaki etkileşimler sonucu oluştuğunu savunan bu modellere “çok boyutlu” denmesinin nedeni, güvenin farklı alanlarda, seviyelerde ve boyutlarda incelenebilmesidir. Dönüşümsel psikolojik yaklaşım, farklı türde güvenler olduğunu ve güvenin doğasının zamanla dönüştüğünü öne sürmektedir. Bu yaklaşım, araştırmacıların basit işlem tabanlı değiş tokuşların ötesinde, çeşitli ilişki biçimlerinde güvenin doğasını daha iyi anlamayı ve yakın ilişkilerde derin güven ile işlem tabanlı güven arasında bir ayrım olup olmadığını keşfetmeyi amaçlamaktadır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1006).

1.3.2.3.1. Lewis ve Weigert'in Çok Boyutlu Güven Modeli

Güvene psikolojik yaklaşım ekolünün yanı sıra sosyolojik açıdan da bir pencere açan J. David Lewis ve Andrew Weigert, 1985 yılında yayımlanan "Trust as a Social Reality" başlıklı makalelerinde güvenin hem bilişsel, hem duygusal, hem de davranışsal boyutlarına dikkat çekmişlerdir. Güvenin sadece bireyin iç dünyasına ya da basit ölçümlere indirgenemeyeceğini ve daha geniş bir sosyal gerçeklik olarak anlaşılması gerektiğini savunan araştırmacılar, güveni bireysel bir psikolojik durum olarak ele almaktan ziyade daha geniş bir sosyal gerçeklik, yani insanlar arasındaki etkileşimler veya toplumun genel yapılarıyla ilgili bir olgu olarak değerlendirmişlerdir (Lewis & Weigert, 1985, s. 967).

Bu modelde; güvenin tanımında bilişsel, duygusal ve davranışsal niyet olmak üzere üç alt faktörün olduğu görüşü benimsenmektedir. Bu çok faktörlü model, güveni sadece rasyonel ve bilişsel süreçlere dayalı olarak ya da deneysel oyunlar bağlamında ele alan önceki araştırmaların eleştirileri temelinde ortaya çıkmıştır. Bu yeni yaklaşım, güvenin değerlendirilmesinde duygunun ve davranışsal niyetlerin önemini

vurgulamaktadır (Lewis & Weigert, 1985, s. 970). Her türlü inançta bilişsel, duygusal ve davranışsal niyetlerin temel bileşenler olduğunu belirten bu yaklaşımın savunucuları, bilişsel, duygusal ve davranışsal niyetlerin birbirlerini etkileyebileceği ve farklı güven ilişkileri arasında bu etkileşimlerin farklılık gösterebileceğini iddia etmişlerdir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 997).

1.3.2.3.1.1. Güvenin Bilişsel Alt Faktörü

Güvenin bilişsel alt faktörü güvenilen, güvenilmeyen ve bilinmeyenler arasında ayırım yapan bilişsel bir sürece dayanmaktadır. Bu anlamda; kişi kime hangi durumda ve hangi koşullar altında güveneceğini bilişsel olarak seçmekte ve bu seçimi, güvenilirlik kanıtı oluşturan “iyi nedenler”e dayandırmaktadır (Lewis & Weigert, 1985, s. 970). Birinin güvenilirliği hakkındaki inanç ve yargıları kapsayan güvenin bilişsel alt faktörü, diğer alt faktörlere kıyasla, güven üzerine yapılan araştırmalarda en çok vurgulanmış olanıdır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 997). Lewis ve Weigert'e göre (1985, s. 970), bir insan güvendiği kişilere ve durumlara bilişsel bir yaklaşımla karar vermektedir. Kişi bu kararlarını, birinin güvenilir olup olmadığına dair sağlam nedenlere dayandırmaktadır. Bilişsel alt faktör, araştırmacıların deneyim ve mantığın ötesinde bir sonuca ulaşmasına yardımcı olacak belirsizlikleri azaltma kapasitesi sunmaktadır (Lewis & Weigert, 1985, s. 970).

1.3.2.3.1.2. Güvenin Duygusal Alt Faktörü

Güvenin duygusal alt faktörü ise psikolojik yaklaşımlarda güven araştırmalarında ele alınarak; özellikle yakın kişilerarası ilişkilerde, taraflar arasındaki duygusal bağa odaklanmıştır (Lewis & Weigert, 1985, s. 971). Birinin bir diğerine hissettiği duygular, özellikle bu duygular aşırı bir güven ihlalden kaynaklanan öfke veya yakın bir ilişki partnerine yönelik derin bir sevgi şeklinde tezahür ediyorsa, bu duygular bilişsel olarak kişinin nasıl güvendiğini etkileyebilmektedir (Lewis & Weigert, 1985, s. 971).

1.3.2.3.1.3. Güvenin Davranışsal Alt Faktörü

Güvenin davranışsal boyutu, güven duygusunun somut eylemlerde nasıl tezahür ettiği ile ilgilidir. Bir başka deyişle, bir kişiye ne kadar güvendiğimizi ve bu güvenin nasıl davranışlarla dışa vurulduğunu ele almaktadır. Bir insan hem bilişsel (neye inandığı) hem de duygusal (nasıl hissettiği) güven algıları ile birine güvenerek risk alma davranışında bulunur. Bir insanın güvendiği kişilere olan davranışları, onların da kendisine karşı olan davranışlarını da etkileyebilmektedir. Dolayısıyla birine güvenildiğini göstermek, onun da karşısındakine güvenmesini teşvik edebilmektedir (Lewis & Weigert, 1985, s. 971)

Lewis ve Weigert yukarıda bahsedilen güven üç alt faktör neticesinde güvenin bilişsel temelindeki göreceli öneminin, onun duygusal temeline kıyasla farklılıklar göstermesinin; iki önemli güven alt türünü ayırt etmek için zemin hazırladığını savunmaktadır (Lewis & Weigert, 1985, s. 970).

1.3.2.3.1.4. Güvenin Türleri

Lewis ve Weigert'e göre (1985, s. 972); güvenin her örneğinde bilişsel, duygusal ve davranışsal alt faktörler belirli bir ölçüde mevcut olsa da, güven örnekleri arasında bu özelliklerin nitel karışımı değişmekte ve bu farklar güven ilişkisi türlerini ayırt etmek için temel oluşturmaktadır. Bazı güven türleri daha baskın bir bilişsel içeriğe sahipken, diğerleri daha yoğun bir duygusal içerikle karakterize edilmektedir. Bu ayrım, güvenin nasıl deneyimlendiği ve uygulandığı konusunda önemli farklara yol açmaktadır. Bilişsel güven, daha çok mantığa, bilgiye ve kanıta dayanırken, duygusal güven daha çok duygusal bağlantılara, hissedilen empatiye ve duygusal yakınlığa dayanmaktadır. Ayrıca, davranışsal sınırların bilişsel güvende daha belirgin, duygusal güvende ise daha belirsiz veya açık uçlu olduğunu göstermektedir (Lewis & Weigert, 1985, s. 972).

Lewis ve Weigert'in yukarıdaki açıklamaları, güvenin sadece monolitik bir kavram olmadığını, aksine farklı türleri ve boyutları olan kompleks bir sosyal gerçeklik olduğunu göstermektedir. Özellikle sosyal ilişkilerde ve etkileşimlerde, güvenin bu farklı yönlerini tanımlamak ve anlamak önemlidir.

Şekil 12: Lewis'in Güven Türleri Kategorizasyonu

		DUYGUSALLIK		
		Yüksek	Düşük	Neredeyse Yok
MANTIKSALLIK	Yüksek	İdeolojik Güven	Bilişsel Güven	Mantıklı Tahmin
	Düşük	Duygusal Güven	Sıradan, Rutin Güven	Muhtemel Beklenti
	Neredeyse Yok	İnanç	Kader	Belirsizlik, Panik

Kaynak: Lewis & Weigert, 1985, s. 973

Şekil 12’de mantıksallık ve duygusallık arasındaki ilişki çerçevesinde güven türleri gösterilmektedir. Güvenilen kişiye yönelik güçlü olumlu duygusal etki (duygusal güven) veya güvenilen kişinin güveni neden hak ettiğine dair "mantıklı sebepler" (bilişsel güven) ya da daha sık olarak, her ikisinin bir kombinasyonu ile güvenme eylemi gerçekleştirilmektedir. Duygusal güven, bir kişi veya objeye karşı hissedilen sıcak, olumlu duygularla motive edilirken, bilişsel güven, mantıklı ve rasyonel nedenlere dayanarak oluşmaktadır. Lewis ve Weigert güveni mantıksallık ve duygusallık derecelerine göre sınıflandırmışlardır. Hem mantıksallık hem de duygusallık derecesi yüksek olan güven türü ideolojik güven olarak adlandırılırken her ikisinin de neredeyse hiç olmadığı güven türü ise panik olarak nitelendirilmiştir. İdeolojik güven bireyin bir şeye veya birine hem rasyonel nedenlerle hem de derin duygusal bağlarla güvendiği durumları ifade etmektedir. Lewis ve Weigert’e göre; bilişsel güven mantıksallığın yüksek, duygusallığın ise düşük olduğu güven türüdür. Bilişsel güven somut nedenlere dayanmaktadır. Duygusal güvende ise duygusallık yüksekken mantıksallık düşüktür. Duygusallığın yüksek olduğu durumlarda mantıksallığın neredeyse hiç olmaması ise inanç olarak tanımlanmaktadır. Duygusallık olmadan yüksek mantığa dayalı güven ise ‘‘mantıksal tahmin’’den ibarettir. Rutin güven ise alışkanlık veya rutinler nedeniyle oluşan, üzerinde çokça düşünülmemiş güvenmiş gibi görünmektedir.

Duygusal güvenin varlığı, bilişsel kanıtların ve rasyonel düşüncenin etkilerini zayıflatabilir. Böyle bir durum, bir kişinin sevdiği biri tarafından yapılan olumsuz bir eylemi göz ardı edebilmesi veya bu eylemi mazur görebilmesi gibi durumlarda görülebilir. Dolayısıyla, Lewis ve Weigert (1985, s. 972) sadece duygusal veya sadece bilişsel güvene dayanmanın tehlikelerini vurgulamışlardır. Sadece duygusal güvene dayanmak "kör inanç"a dönüşebilir; sadece bilişsel güvene dayanmak ise soğukkanlı bir tahmin ya da hesaplanmış riski ifade etmektedir. İki uç arasındaki aşırılıklar, kör bağıllık veya tamamen duygusuz, hesaplanmış bir yaklaşım olarak ifade edilebilmektedir (Lewis & Weigert, 1985, s. 972). Günlük yaşamda deneyimlediğimiz güven genellikle duygusal ve bilişsel unsurların bir kombinasyonunu içermektedir. Birini diğerinden tamamen ayırmak, güven kavramını yanlış yorumlamaya veya anlamamıza yol açabilir. Sonuç olarak; Lewis ve Weigert'in yukarıda bahsedilen bilişsel ve duygusal güven modeli, güvenin karmaşıklığını ve çeşitliliğini aydınlatmada önemli bir araç olarak görülmektedir. Model, bireylerin ve toplulukların farklı bağlamlarda nasıl farklı güven türlerini deneyimlediklerinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.

1.3.2.3.2. Shapiro, Sheppard ve Cheraskin'in Üç Temelli Güven Modeli

Güvenin özelliklerine odaklanan Shapiro, Sheppard ve Cheraskin (1992, s. 365), bu özelliklerin temelini oluşturan; caydırıcı tabanlı güven, bilgi tabanlı güven ve özdeşleşme tabanlı olmak üzere üç farklı güven türü önermişlerdir.

Tablo 2: Shapiro, Sheppard ve Cheraskin'e Göre Güven Türleri

Caydırıcılık Tabanlı Güven	İlişkiyi sonlandırmanın potansiyel maliyetleri veya misillemeye yönelik eylem olasılığı, güvensiz bir şekilde hareket etmenin kısa vadeli avantajlarını aşmaktadır.
Bilgi Tabanlı Güven	Diğerini, onun ya da onun davranışını tahmin edebilmek için bilmektir.
Özdeşleşme Tabanlı Güven	Diğerinin tercihlerini tamamen içselleştirmek; birbirlerinin çıkarları doğrultusunda kararlar almaktır.

Kaynak: Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1007

Caydırıcılık tabanlı güven kavramı, bir tarafın diğer tarafın verdiği sözü tutma olasılığını değerlendirdiği bir güven biçimini ifade etmektedir. Ancak bu güven biçimi, olumlu sonuç beklentilerinden ziyade, sözünün arkasında durmamanın olumsuz sonuçlarından kaçınma üzerine kuruludur. Bu durum, tarafların birbirlerine güvenmelerinin sebeplerinin, sadece olumlu beklentiler değil, aynı zamanda olası olumsuz sonuçlardan kaçınma isteği olduğunu ortaya koymaktadır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1006)

Shapiro ve diğerleri birinin bir diğerine güvenmesinin altında yatan sebeplerin, sadece olumlu beklentilerden (örn. iş birliği, verimlilik) değil, aynı zamanda olumsuz sonuçlardan (örn. anlaşmazlık, itibar kaybı) kaçınma motivasyonundan da kaynaklandığını iddia etmektedir (Shapiro, Sheppard, & Cheraskin, 1992, s. 366). Güvenin sadece olumlu beklentilere dayalı olmadığını, aynı zamanda risk ve kırılganlığın da bu dinamikte önemli bir rol oynadığını gösteren bu durum neticesinde riskin ve kırılganlığın, taraflar arasındaki güvenin oluşumunda ve sürdürülmesinde kritik faktörler olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Bilgi tabanlı güven ise bir kişinin karşısındaki kişinin davranışını tahmin edebilecek kadar iyi bilmek ve tanımakla kavramsallaştırılmıştır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1007). İlişki derinleştikçe, taraflar birbirlerini daha iyi tanır ve bu nedenle birbirlerinin davranışlarını tahmin etme yeteneği geliştirirler. Öngörülebilirliğin güvenin bu evresinde kritik bir unsur olduğu bu güven türü tekrarlanan etkileşimler sayesinde oluşmaktadır (Shapiro, Sheppard, & Cheraskin, 1992, s. 367).

Son olarak özdeşleşme tabanlı güvenin en derin ve en güçlü seviyesidir. Taraflar, birbirlerinin tercihlerini, değerlerini ve önceliklerini tamamen içselleştirirler. Bu durumda, bir tarafın diğer tarafın çıkarları doğrultusunda hareket etme olasılığı yüksektir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1007).

Shapiro ve diğerlerinin oluşturduğu kavramsal çerçevenin, insan ilişkilerinde güvenin evrimini anlamak için son derece yararlı olduğu söylenebilir. Özellikle tekrarlanan ve zamanla gelişen kişilerarası iletişim süreçlerinde, güvenin bu derinleşme sürecini anlamak, tarafların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduklarını ve birbirlerine nasıl değer kattıklarını daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir.

1.3.2.3.3. Lewicki ve Bunker’ın Üç Aşamalı Güven Modeli

Lewicki ve Bunker 1995 yılında ortaya çıkardıkları bu modelde her bir güven tabanı tanımlarını daha da derinlemesine ele alarak ve genişleterek bu tabanlar arasındaki ilişkiyi ve bu tabanların zaman içinde nasıl geliştiğini daha açık bir şekilde ifade ederek bir önceki Shapiro ve diğerlerinin modelini daha ileri götürmüşlerdir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1008). Bu durum, Lewicki ve Bunker’ın, güven konusundaki mevcut anlayışı, özellikle de güvenin nasıl geliştiği ve zaman içinde nasıl evrildiği konusundaki anlayışı, daha detaylı ve nüanslı bir şekilde geliştirdiklerini göstermektedir. Başka bir deyişle, söz konusu araştırmacılar, güvenin farklı boyutlarını ve evrelerini daha geniş bir perspektiften ele alarak, literatürdeki bilgi seviyesini derinleştirmişlerdir.

Shapiro ve diğerlerinin güven türlerini birbirinden bağımsız olarak görmesinin aksine üç güven türünün birbirine kademeli olarak bağlı olduğunu savunan Lewicki ve Bunker, bir tabandaki güvenin gelişiminin bir sonraki aşamaya geçiş ve sonraki tabanın oluşmasına neden olduğu aşamalı bir model önermektedir (Lewicki & Bunker, 1995, s. 144). Güvenin gelişiminin bu aşamalı doğası sayesinde güvenin nasıl oluştuğu, değiştiği, arttığı veya azaldığının daha iyi anlaşılmasına paralel olarak ilişkilerin de zamanla nasıl değişip geliştiğinin daha iyi anlaşılabilceğine dikkat çeken Lewicki ve Bunker güven kazanma ve kaybetme kademelerine ışık tutmaktadır (Lewicki & Bunker, 1995, s. 144).

1.3.2.3.3.1. Güvenin Temelleri

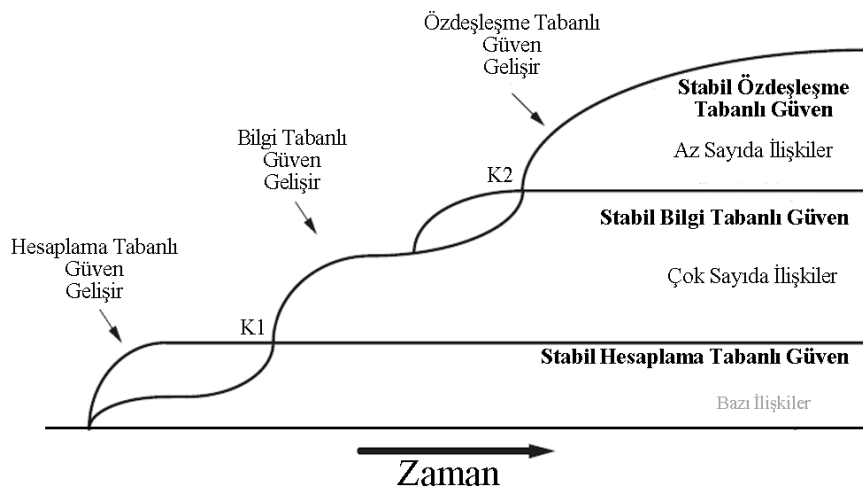
Güvenin gelişimi ve güven tabanları arasındaki geçişleri analiz ederek güveni aşamalı bir şekilde kavramsallaştıran Lewicki ve Bunker aynı zamanda güven tabanlarının tanımları hususunda da değişikliğe giderek; güvenin hesaplama tabanlı, bilgi tabanlı ve özdeşleşme tabanlı olmak üzere üç “aşaması” olduğunu öne sürmüşlerdir (Lewicki & Bunker, 1995, s. 145-151). Lewicki ve Bunker’ın caydırıcılık tabanlı güveni kendi modellerinde hesaplama tabanlı güven olarak adlandırmalarının sebebi; güveni sadece kırılganlıkla ilişkilendirmek yerine, aynı zamanda ilişkilerde çeşitli işlem formlarından elde edilecek faydalarda da kök saldığını yansıtmaktır (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1010).

Hesaplama tabanlı güveni bir ilişkiyi oluşturma ve sürdürmenin sonuçlarının, onu sürdürme veya sonlandırma maliyetlerine göre hesaplanması olarak tanımlayan Lewicki ve Bunker, insanların bir ilişki içinde olmanın getireceği faydalara kıyasla maliyetleri değerlendirdiğini ve hesapladığını iddia etmektedir (Lewicki & Bunker, 1995, s. 146). Bu çerçevede, hesaplama-tabanlı güven, ilişkilerde karşılıklı çıkarların ve faydaların bir değerlendirmesine dayandığından mantıklı bir karar verme sürecini içerir denilebilir. Genellikle başlangıçta, ilişkiler daha yeni ve belirsizken ortaya çıkan güvenin bu aşamasında eğer bir ilişki içinde olmanın getirdiği faydalar, ilişkiyi sürdürme veya sonlandırma maliyetlerinden daha fazla ise, bu durumda ilişki sürdürülmektedir.

Bilgi tabanlı güveni ise bir kişinin karşısındaki kişinin davranışlarını tahmin edebilmek için onu yeteri kadar iyi bilmesi olarak tanımlayan Lewicki ve Bunker (1995, s. 149), özdeşleşme tabanlı güveni ise bir kişinin karşısındaki kişinin arzuları ve niyetleriyle özdeşleşmesi, bu kişilerin birbirlerini anlayabilmesi ve birlikte ortak çıkarlar doğrultusunda hareket edebilmeleri olarak ifade etmiştir (Lewicki & Bunker, 1995, s. 149).

1.3.2.3.2. Güvenin Aşamalı Olarak Gelişimi

Şekil 13: Lewicki ve Bunker'ın Güven Modeline Göre Güven Aşamalarının Gelişimi



K1: Bu kavşakta, bazı hesaplama tabanlı güven ilişkileri bilgi tabanlı güven ilişkilerine dönüşmektedir.

K2: Bu kavşakta, olumlu duygunun bulunduğu birkaç bilgi tabanlı güven ilişkisi, özdeşleşme tabanlı güven ilişkisine dönüşmektedir.

Kaynak: Lewicki & Bunker, 1995, s. 156

Güvenin bir ilişki içinde üç temel arasında gelişimsel olarak hareket ettiğini ileri süren Lewicki ve Bunker'ın (1995); bu gelişimi gösteren modeli şekil 13'te gösterilmiştir. Buna göre; Lewicki ve Bunker kişilerarası ilişkilerde güvenin gelişimi hakkında birkaç varsayımda bulunmuşlardır (Lewicki & Bunker, 1995, s. 156).

Bu modele göre; tüm güven ilişkileri ilk olarak hesaplama tabanlı güven ile başlamaktadır. İlişkilerdeki güvenin nasıl oluştuğuna ve nasıl geliştiğine dair bu açıklama, güvenin sadece duygusal bir yanı olmadığını, aynı zamanda rasyonel bir değerlendirmeye dayandığını da vurgulamaktadır. "İlk izlenimlerin" güven seviyesini etkileyebileceği fikri de oldukça önemlidir. İlk etkileşimlerin ve izlenimlerin, taraflar arasındaki ilerleyen ilişkilerde nasıl bir güven oluşturacağının belirleyicisi olabileceği vurgulanmaktadır. Bu süreçte tekrarlanan etkileşimler, taraflar arasındaki bağımlılık derecesi hesaplama tabanlı güvenin güçlenmesine hizmet etmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1011).

Hesaplama tabanlı güvenden bilgi tabanlı güvene geçiş, tarafların birbirlerini daha iyi tanıdığı süreçte meydana gelmektedir. Bu geçiş, tarafların birbirleri hakkında daha fazla bilgi edinmeleri ve bu bilgiyi çeşitli etkileşimlerle üretmeleri sonucunda mümkün olmaktadır. Etkileşimler, basit bir selamlaşmadan yoğun deneyimlere kadar değişebilmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1011).

Bilgi tabanlı güvenden özdeşleşme tabanlı güvene olan geçiş, ilişkilerin küçük bir alt kümesinde görülen daha belirgin bir değişimdir. Lewicki ve Bunker, bu gelişimin tarafların mevcut bilgi tabanlarını kullanarak diğer taraf ile özdeşleşme geliştirmeleri ve aralarında güçlü duygusal bağlar oluşması ile olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Yakın kişilerarası ilişkiler, tarafların motivasyonlarını değiştirdikleri için daha basit kişilerarası bağımlılık biçimlerinden farklıdır. Zaman içinde, yakın ilişkilerdeki bireyler, kendi çıkarlarını maksimize etmekten çıkıp, ortak çıkarları maksimize etmeye yönelmektedirler. Güven, öngörülebilirlik, güvenilirlik ve en sonunda, partnerin şimdi ve gelecekte kişinin ihtiyaçlarına duyarlı olabileceğine dair bir "inanç sıçraması"ndan geçmektedir (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006, s. 1012).

Lewicki ve Bunker'ın güvenin gelişimi ile ilgili açıklamaları; güvenin sadece statik bir durum olmadığı, aksine dinamik ve gelişen bir süreç olduğunu ispatlamaktadır. Özetlemek gerekirse; görünen o ki Lewicki ve Bunker'ın yukarıdaki hesaplama tabanlı

güvene ilişkin açıklamaları 1950'lere kadar davranışsal modellerde ifade edilen “mantıksal çıkarımlar” ile paralellik göstermektedir. Aslında Lewicki ve Bunker bu modelini güven literatüründeki uzun yıllardır süregelen araştırmalar neticesinde ortaya atılan bütün teori ve modellerin ele alınarak ve detaylandırılarak bir sonraki noktaya taşındığı geliştirilmiş bir güven modeli versiyonu olduğunu kabul edersek “mantıksal çıkarımlara ve kişinin kendi faydasına olacak karar verme süreci” olduğunun değişmediği ve sabit kaldığı anlaşılmaktadır. Demek oluyor ki güven literatüründe hemfikir olunan temel konuların başında bilişsel bir süreç olan “güvenme” kavramı “başlangıçta” kişilerin aklıyla hareket etmesine bağlıdır. Dahası buraya kadar incelenen birçok modelde ilişkilerin ilerleyen dönemlerinde duyguların da devreye girdiğini göstermektedir. Bu literatür taramasında mantık ve duygusal süreçler hakkındaki gerekli çıkarımlar “güven modellerinden çıkarılan sonuçlar” başlığı altında özetlenerek güven eğiliminin bu çalışmada neden temel bağımsız değişken olmayı hak ettiği açıklanmış ve ardından çalışmanın bundan sonraki aşaması olan bilgisayar aracılı iletişim kavramının incelenmesi bölümüne geçilmiştir.

1.3.3. Güven Modellerinden Çıkarılan Sonuçlar

Toplumsal ilişkilerde kritik derecede önemli olan güven, kişilerarası ilişkilerin kalitesi ve derinliği üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Güven kavramının uzun yıllar boyunca çeşitli yaklaşımlarla incelendiğini gözler önüne seren literatür taraması neticesinde; güvenin tanımı ve gelişimi üzerine yapılan çalışmaların, hem davranışsal hem de psikolojik boyutlarda; kişilerarası ilişkilerde güvenin nasıl oluştuğu ve sürdürüldüğü hakkında derinlemesine bilgi sağlayan birçok modele ev sahipliği yaptığı sonucuna varılmıştır. Güveni anlamak için sunulan ve yukarıda anlatılan çeşitli modeller güvenin çok yönlü ve karmaşık bir yapı olduğunu ispatlamaktadır. İncelenen modellerin, güvenin farklı boyutlarını ve unsurlarını farklı şekillerde ele aldığı görülmektedir. Başka bir deyişle; güvenin çok boyutlu ve karmaşık yapısı üzerinde duran güven olgusu modellerinin, güvenin farklı boyutlarını yansıtan farklı bileşenler önerdikleri söylenebilir. Bu durum; kişilerin güven duygusunun nasıl oluştuğu ve nasıl işlediği üzerine birçok araştırmacının farklı görüşte olduklarını kanıtlamaktadır.

Her ne kadar güven olgusu farklı modellerde farklı boyutlarla ele alınmış olsa da; bu modeller derinlemesine incelediğinde, temelde güvenenin özellikleri ve güvenilenin özellikleri olmak üzere iki ana faktörün belirleyici olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle, yukarıdaki modellerin neredeyse tamamının, kişiler arasında güvenin nasıl oluştuğunu ve nasıl sürdürüldüğünü açıklamaya çalışırken, temelde güvenenin ve güvenilenin özelliklerine vurgu yapmakta oldukları söylenebilir.

Güven olgusunu en kapsamlı şekilde ele alan hemen hemen bütün modellerin güvenen ve güvenilen özellikleri olmak üzere temelde iki farklı kategorizasyonu benimsemiş olmalarından hareketle; güvenenin özellikleri boyutunu göz ardı eden modellerin sadece güvenilenin özelliklerine odaklanarak ne yazık ki daha en baştan temelde eksik kaldıkları iddia edilebilir. Çünkü bireylerin birbirlerine olan güvenini ve bu güvenin nasıl sürdürüldüğünü anlamak için kritik öneme sahip olan bu iki faktörden birinin eksik kalması durumunda o modelin kapsamının yeterli olduğundan söz edilemez. Dolayısıyla bu çalışmada yukarıdaki bütün modellerin incelenmesi neticesinde yapılan en büyük çıkarım; güveni hem güvenen hem de güvenilen tarafından ele almak gerektiğidir. Dolayısıyla yukarıdaki modellerden yapılan çıkarımlar aşağıda (1) güvenenin özellikleri faktörü, (2) güvenilenin özellikleri faktörü olmak üzere iki temel başlık altında yorumlanmıştır.

1.3.3.1. Güvenenin Özellikleri Faktörü

Bu çalışmanın anahtar konseptlerinden biri olan güvenenin özellikleri faktörü bir bireyin başkalarına güvenme olasılığını tarif etmektedir. Güvenenin özellikleri üzerine yapılan çalışmalar, bireyin güvenmeye olan yatkınlığını ve bu yatkınlığın nereden kaynaklandığını anlamaya çalışmaktadır. Kişinin başkalarına güvenme eğilimini içeren bu faktör; kişisel bir karakteristik veya özellik olarak bireyin geçmiş deneyimleri, kişilik özellikleri ve inançları gibi hususlara dayanmaktadır (Rotter, 1971, s. 443).

Mayer, Davis ve Schoorman (1995, s. 715), güvenenin özelliklerini "güven eğilimi" olarak tanımlamışlardır. Onlara göre bu eğilim, bireyin geçmiş yaşantılarından elde ettiği deneyimler ve kişisel karakteristikleri doğrultusunda oluşmaktadır. Mayer ve arkadaşlarına göre, bir bireyin geçmişte yaşadığı olumlu ya da olumsuz güven

deneyimleri, onun gelecekteki güvenme davranışlarına önemli derecede etki edebilmektedir.

Güven eğilimi kavramını bir bireyin diğer insanlara olan doğal eğilimi olarak tanımlayan Gill, Boies, Finegan ve McNally (2005, s. 287), bu kavramı bireyin içsel olarak ne kadar kolay veya zor güvendiğini gösteren bir ölçüt olarak değerlendirmişlerdir. Gill, Boies, Finegan ve McNally'nin tanımıyla, bu kavram, bireylerin genel olarak güven konusundaki içsel tutumlarını ve eğilimlerini yansıtmaktadır. Bu tanımlama, güven eğiliminin bireysel bir özellik olduğunu gözler önüne sermektedir.

Whitener, Brodt, Korsgaard ve Werner (1998, s. 514) ise bu eğilimi, bireylerin başkalarının ne kadar güvenilir olabileceğine dair beklentileriyle ilişkilendirmişlerdir. Onlara göre bu beklentiler, bir kişinin önceki deneyimlerine, eğitimine veya sosyal etkileşimlerine dayanarak şekillenebilmektedir. Whitener ve diğ. ayrıca yüksek bir güven eğilimine sahip olan bireylerin, diğer bireylere de genellikle daha yüksek seviyede güvendiklerini savunmuşlardır. Bu durum güven eğiliminin, bireylerin sosyal etkileşimlerinde ve ilişkilerinde nasıl davrandığını büyük ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir. Ayrıca bu durum, pozitif bir güven döngüsü oluşturabilmektedir. Örneğin, bir birey başkalarına güvendiğinde, bu bireyin güvendiği kişiler de ona karşı daha güvenilir davranabilmektedir. Benzer bir perspektifle Rotter da yüksek güven eğilimine sahip bireyler aynı zamanda güvenilir insanlar olduklarını iddia etmiştir (Rotter, 1980, s. 3).

Hardin (1992, s. 160), benzer bir konsepti "güvenebilme yeteneği" terimiyle ele almıştır. Ona göre, güvenebilme yeteneği, bireyin doğuştan gelen ve dış dünyadan bağımsız olan bir kapasitedir. Bu kapasite, bireyin karşısındaki kişiye ya da duruma ne kadar güvenebileceği ile ilgili bir öngörü sağlamaktadır. Hardin, bu modelde ayrıca, bir bireyin bilgi birikimi ve geçmiş deneyimlerine dayanarak güvenme ya da güvenmeme kararı aldığını savunmaktadır.

Ek olarak; etkileşimci bir perspektiften, güvenin nasıl oluştuğuna dair bir yaklaşım sunan Jones ve George (1998, s. 535) ise başlangıçtaki güven seviyesinin nötr olduğunu ve etkileşimin ilk aşamalarında bireylerin tarafsız bir pozisyon aldığını ifade etmektedir. Onlara göre, bireyler sosyal etkileşime girdiklerinde, karşıdakinin güvenilirliği konusunda bir ön yargıya sahip değildirler. Bu durum, bireylerin birbirlerine

ne kadar güvendiğinin, ilk izlenimlerin ve kişinin kendi güvenme yatkınlığının etkisi altında şekillendiğine işaret etmektedir.

Güven eğilimi, bireylerin başkalarına güvenme veya güvenmeme eğilimlerini tanımlayan içsel bir faktördür (Van Dyne, Vandewalle, Kostova, Latham, & Cummings, 2000, s. 4). Colquit ve diğ. (2007, s. 911) bu eğilimin, özellikle tanımadığımız veya az tanıdığımız bireylerle olan ilişkilerde ön plana çıktığı belirtilmektedir. Diğer bir deyişle, bilgi eksikliği olduğunda veya belirsizlik durumunda, bir bireyin güven eğilimi, o bireyin nasıl tepki vereceğini belirleyebilir. Bunun yanında, sadece bir kişinin güvenilir olup olmadığını bilmek, güvenin oluşması için yeterli değildir. Güven eğilimi olmadan, bir birey diğer bireye güven duymayabilir. Güven eğilimi kavramı, güvenin sadece objektif gerçeklere dayanmadığını, aynı zamanda subjektif değerlendirmelere ve bireysel eğilimlere de bağlı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, kişilerarası ilişkilerde güven eğiliminin anlaşılması ve dikkate alınması kritik öneme sahiptir (Ülbeği & Yalçın, 2019, s. 855).

Sonuç olarak yukarıdaki anlatılar doğrultusunda bu çalışmada şöyle bir çıkarım yapılmıştır: Bireyin başkalarına güvenme olasılığını belirleyen içsel bir özellik olan güven eğilimi, o kişinin bilgisayar aracılığıyla iletişim kurarken diğer kullanıcılara olan güvenini ve bu kullanıcılar hakkında oluşturduğu tutumu etkileyebilir.

1.3.3.2. Güvenilenin Özellikleri Faktörü

Mayer ve diğ. (1995, s. 715); bir bireyin başkaları tarafından güvenilir olup olmadığını belirlemek için kullanılan kriterleri içeren güvenilenin özellikleri kavramını, bir bireyin tutarlılığı, dürüstlüğü, yeteneği ve iyi niyeti gibi alt boyutlara ayrılmaktadır. Lewis ve Weigert (1985, s. 973) ise güvenin, bilişsel, duygusal ve davranışsal niyet gibi çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu vurgulamışlardır. Güven, hem bilişsel hem de duygusal boyutları içermektedir. Bilişsel boyut, güvenenin güvenilen hakkındaki düşüncelerini ve değerlendirmelerini kapsamaktadır. Duygusal boyut ise güvenenin güvenilenle olan duygusal bağımlı ifade etmektedir.

Bu modeller arasında bazı ortak temalar bulunmaktadır:

1. Bilişsel Yaklaşım: Güvenin oluşumu, bireylerin birbirlerinin niyetlerini, yeteneklerini ve davranışlarını değerlendirdiği bilişsel bir süreçtir.

2. Duygusal Bağlantı: Güven, bireyler arasındaki duygusal bağlantıdan kaynaklanır. Bu bağlantı, bireylerin birbirlerine karşı duyduğu empati ve yakınlıkla doğru orantılıdır.
3. Davranışsal İşaretler: Güven, bireylerin davranışlarıyla teyit edilir. Karşılıklı olumlu davranışlar, güvenin artmasına neden olabilir.

Ancak bazı modeller, diğerlerinden farklılık göstermektedir. Örneğin, Hardin (1992, s. 152), güveni rasyonel bir seçim olarak ele alırken, Jones ve George, güvenin duygusal ve koşullu boyutlarına odaklanmıştır. Aynı şekilde, Shapiro ve arkadaşlarının üç temelli güven modeli, farklı türlerdeki güvenin birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduğu dair derinlemesine bir perspektif sunmaktadır.

Hardin'in modelinde ise güvenilenin özellikleri yönünden, rasyonel seçim teorisi bağlamında bir bireyin belirli bir durum veya olay hakkında kesin bilgisi olmadığında, mevcut bilgiye dayalı olasılıkları hesaplama sürecini Bayesçi Yaklaşım ile açıklanmıştır. Bu yaklaşım, bireyin karşısındaki kişinin güvenilirliği hakkında sahip olduğu bilgilerin ve inançların, güvenme veya güvenmeme kararını etkilediği anlamına gelmektedir.

Güvenin zamanla nasıl geliştiği ve evrildiği konusu, birçok modelde vurgulanmıştır. İlk etkileşimlerin ve izlenimlerin, taraflar arasında nasıl bir güven oluşturduğu, güvenin derinliğini ve sürekliliğini etkileyebilmektedir. Güven, bireyler arasındaki etkileşimlerde davranışsal yansımaları olan bir olgudur. Güvenin varlığı veya yokluğu, işbirliği, rekabet, rasyonel seçimler gibi davranışları etkileyebilir.

Güvenin rasyonel bir temeli vardır. Bireyler, güvenme kararını, beklenen faydalar ve riskler temelinde alırlar. Güvenilen bireyin, güveni yerine getirme konusundaki çıkarları, bu rasyonel değerlendirmenin temelini oluşturur. Bir sosyal etkileşimin başlangıcındaki güven seviyesi, gelecekteki güven ilişkisinin yönünü belirleyebilir. İlk izlenimler ve etkileşimler, taraflar arasında oluşturulan güvenin seyrini etkileyebilir. Davranışsal modellerde sıkça karşımıza çıkan kavramlardan biri de güvenenin motivasyonel eğilimidir. Deutsch, güvenme ya da güvenmeme eyleminin, bir bireyin karşısındaki kişinin motivasyonel eğilimine göre şekillendiğini belirtmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM: BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM

Bilgisayarlar ve diğer elektronik/dijital araçlar ve cihazlar kullanılarak yapılan iletişimi ifade eden Bilgisayar Aracılı İletişim (BAİ), internet teknolojisi vasıtasıyla insanlar arasında bilgi alışverişini sağlayan bir iletişim biçimidir (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004, s. 15; Herring'den (1996) aktaran Carr, 2020, s. 10). Bilgisayar aracılı iletişim (BAİ), bilgisayar, tablet, cep telefonu (akıllı telefon) vb. her türlü bilgi ve iletişim teknolojisi ve internetin yardımıyla gerçekleştirilen iletişim şeklidir (Carr, 2020, s. 10). Bu terim, bilgisayardan cep telefonuna, sosyal medya platformlarından forumlara, grup iletişiminden bireyler arası iletişime, internet kullanımından web taramalarına, e-postadan anlık mesajlaşma servislerine ve haber ve bilgiye erişim ile paylaşım davranışına kadar her türlü online iletişim/etkileşim biçimini kapsayan en genel kavramdır (Carr, 2020, s. 12). Ayrıca, çevrimiçi oyunlar, sanal gerçeklik uygulamaları ve eğitim platformları gibi alanlarda da bilgisayar aracılı iletişim kullanılmaktadır (Tseng, Huang, & Teng, 2015, s. 601; Barnes, 2009, s. 735; Thorne, 2008, s. 325). Bilgisayar aracılı iletişimin temel amacı, coğrafi mesafeleri aşarak insanların birbirleriyle daha hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlamaktır (Flew & Smith, 2014, s. 119). Çalışmanın bu bölümünde bilgisayar aracılı iletişimin tarihçesi, kapsamı, kullanım alanları, literatürdeki tartışmaları, avantaj ve dezavantajları ele alınmıştır.

2.1. BAİ'nin Tarihçesi

Bilgiye daha hızlı erişim sağlama, iletişim süreçlerini hızlandırma ve insanların birbirleriyle daha verimli bir şekilde etkileşimde bulunmalarına olanak tanıma isteği bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesine sebep olmuştur (Flew & Smith, 2014, s. 64, 68). Bilgisayar aracılı iletişimin kökenleri, 1960'ların sonlarına doğru kurulan ARPANET'e (Advanced Research Projects Agency Network) dayanmaktadır. ARPANET'in kurulmasıyla birlikte bilgisayar aracılı iletişimde önemli bir dönemeç yaşanmıştır. Dünyanın ilk paket anahtarlama ağı olan ARPANET, bilgisayarlar arasında veri transferi yapmayı mümkün kılmıştır. Daha sonraları internetin temelini oluşturan bu ağ, dijital iletişim devriminin fitilini ateşlemiştir (Thorne, 2008, s. 325-326).

Bilgisayar aracılı iletişimin tarihçesine bakıldığında; dünya çapında bilgisayar ağlarının temelini atan ve uzaktaki bilgisayarlar arasında veri iletimini mümkün kılan ağ sistemlerinin geliştirildiği ARPANET projesi kapsamında; ilk kez 1971 yılında Ray Tomlinson tarafından gönderilen bir e-postanın bilgisayar aracılı iletişimin ilk örneklerinden biri olduğu söylenebilir (Sajithra & Rajindra, 2013, s. 70). Başlangıçta, çoğunlukla akademik ve askeri araştırma toplulukları arasında bilgi alışverişi için kullanılan bilgisayar aracılı iletişim; ilerleyen yıllarda bilgisayarlar daha erişilebilir hale geldikçe ve internet teknolojisi geliştikçe, ticari ve kişisel kullanım için de yaygınlaşmıştır (Thorne, 2008, s. 326; Castells, 2010, s. 51). 1980'lerin başında kişisel bilgisayarların evlere girmesi ve internetin yaygınlaşması, bilgisayar aracılı iletişimi daha da popüler hale getirmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan çevrimiçi sohbet odaları ve forumlar, insanların fikir alışverişinde bulunmalarını, bilgi paylaşımlarını ve sosyal ilişkiler kurmalarını sağlamıştır (Sajithra & Rajindra, 2013, s. 71; Thorne, 2008, s. 326).

Görüldüğü üzere; bilgisayar aracılı iletişim, yıllar süren ve akışkan bir süreç içerisinde internet ve dijital teknolojilerin kademeli olarak gelişimine paralel bir şekilde tabana yayılmıştır. En nihayetinde; ilk olarak 1960'ların sonlarında ve 1970'lerin başlarında, bilimsel araştırmaların bilgisayar teknolojisi ve internet üzerine yoğunlaşmaya başlaması ile birlikte ortaya çıkan bu kavram; 2000'li yıllardan itibaren, zaman içinde gelişen teknoloji ile birlikte çeşitlenmiş ve insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

2.2. Literatürde BAİ Hakkında Tartışmalar

Literatürde bilgisayar aracılı iletişim üzerine birçok tartışma bulunmaktadır. Bu tartışmaların odağında, BAİ'nin sosyal etkileşimleri nasıl değiştirdiği, insan ilişkileri üzerindeki etkisi ve toplum üzerindeki genel etkileri yer almaktadır (Metz, 1994, s. 37-39). İletişimin doğasının değişip değişmediği, insanlar arasındaki ilişkilerin nasıl etkilendiği, gizlilik ve güvenlik konuları, bu iletişim biçiminin sosyal ve kültürel etkileri, literatürde yoğun olarak tartışılan konular arasındadır.

Zaman ve mekandan bağımsız olarak iletişim kurmayı mümkün kılan (Aycock, 1995, Web) bu iletişim biçimi, güvenlik, gizlilik ve sosyal etkileşim konusunda bir dizi tartışmayı da beraberinde getirmiştir (Miller, 2015, s. 21; Dutton & Shepherd, 2006, s.

436; Zhang & Sophia Fu, 2020, s. 236; Van Dijk, 2012, s. 183-184). Bazı araştırmacılar, bu tür iletişimin insanların birbirleriyle daha etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağladığını ve bilgi akışını hızlandığını savunurken (Walther J. , 2011, s. 459; Castells, 2010, s. 47; Flew & Smith, 2014, s. 122, 208), diğerleri sosyal izolasyon, gizlilik kaybı ve yanıltıcı bilgi yayılması gibi olumsuz etkileri vurgulamaktadır (Hancock, Curry, Goorha, & Woodworth, 2008, s. 2; Van Dijk, 2012, s. 183-189).

Bilgisayar aracılı iletişimin, insanların birbirleriyle daha kolay bağlantı kurmasını sağlamanın toplumsal katılımı artırdığı savunulmaktadır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 433). Öte yandan yüz yüze iletişimin azalmasının insan ilişkilerini zayıflattığı, yüzeyselleştirdiği ve yalnızlığı artırdığı iddia edilmektedir (Van Dijk, 2012, s. 26-33, 115). Ayrıca, bazı akademisyenler bilgi ve iletişim teknolojilerinin eğitim, sağlık ve iş dünyasında önemli fırsatlar sunduğuna dikkat çekmektedir (Örn. Carr, 2020, s. 11). Son olarak; bilgisayar aracılı iletişim ve yüz yüze iletişimde güven inşası süreçleri arasındaki farklılıklar ve benzerlikler de literatürde tartışmalıdır. Bazı araştırmacılar, bilgisayar aracılı iletişimde güvenin sınırlı olduğunu ileri sürerken (örn. Lippert, 2009; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Taddeo, 2011), diğerleri yeni teknolojilerin güven inşa etmede yeni fırsatlar sunduğunu savunmaktadır (örn. Dutton ve Shepherd, 2006; Lee & See, 2004; Miller, 2015; Walther, 1996).

2.2.1. Bilgisayar Aracılı İletişimin Avantajları

Literatürdeki tartışmalar neticesinde bilgisayar aracılı iletişimin birçok avantajı olduğu görülmektedir. Bilgi ve düşüncelerin hızlı, etkili ve genellikle gerçek zamanlı bir şekilde paylaşılmasına olanak tanıyan bu tür bir iletişim, insanların coğrafi sınırlar ötesinde hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlamaktadır (Castells, 2010, s. 35; Castells, 2009, s. 48). Dünya çapında insanlarla iletişim kurmayı mümkün kılan bu özellik aynı zamanda bilginin daha hızlı yayılmasına ve insanların kaynaklara daha kolay ulaşmasına olanak tanımaktadır (Flew & Smith, 2014, s. 17; Carpenter, 2008, s. 532). Ayrıca, çeşitli iletişim araçları ve platformlar sayesinde kullanıcılar, ihtiyaçlarına en uygun iletişim biçimini seçebilmektedirler (Leiner & Quiring, 2008, s. 127). Bu durum, iletişimi daha esnek ve kişiselleştirilmiş hale getirmektedir (Castells, 2010, s. 25-26).

Kullanıcıların, istedikleri zaman ve yerden iletişim kurabilmeleri sayesinde esnek olarak nitelendirilen BAİ, aynı zamanda telefon görüşmeleri ve posta gönderilerine kıyasla daha ekonomik bir iletişim biçimidir (Castells, 2010, s. 73; Castells & Himanen, 2002, s. 119). Fiziksel varlığı gerektirmeyen BAİ'nin iletişim maliyetlerini önemli ölçüde azaltması özellikle küçük işletmeler ve bireyler için ekonomik bir çözüm sunmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde gönderilen ve alınan mesajlar kaydedilmesi; kaydedilen bu verilerin daha sonra referans alınabilmesine olanak sağlamaktadır. Sonuç olarak; bilgisayar aracılı iletişimin avantajları genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir (Walther J. , 1996, s. 5; Thorne, 2008, s. 327; Castells, 2009, s. 76; Castells, 2010, s. 94):

1. Hız ve Erişilebilirlik: Bilgisayar aracılı iletişim, dünya genelinde anında iletişim kurmayı mümkün kılmaktadır. Bilgi, saniyeler içinde dünyanın diğer ucuna gönderilebilmektedir.
2. Zaman ve Mekan Bağımsızlığı: Kullanıcılar, dünyanın herhangi bir yerinden ve herhangi bir zamanda iletişim kurabilmektedir.
3. Esneklik: Kullanıcılar, farklı iletişim seçeneklerinden ihtiyaçlarına en uygun olanı seçerek iletişim kurabilmektedir.
4. Maliyet Etkinliği: Fiziksel olarak bir araya gelmeye gerek kalmadan iletişim kurulabilir, bu da seyahat ve konaklama maliyetlerini azaltmaktadır. Ayrıca BAİ, geleneksel posta hizmetlerine kıyasla daha ekonomiktir.
5. Çalışma Verimliliği: Çalışanlar arasında hızlı bilgi alışverişi, iş süreçlerini hızlandırmakta ve iş verimliliğini arttırmaktadır.
6. Çoklu Medya Desteği: Metin, resim, video ve ses gibi farklı medya türlerini desteklemektedir.

2.2.2. Bilgisayar Aracılı İletişimin Dezavantajları

Bilgisayar aracılı iletişim yukarıda sayılan avantajların yanında bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Yüz yüze iletişimin aksine, bilgisayar aracılı iletişim daha kişisel olmayabilmekte ve duygusal bağlamı eksik kalabilmektedir (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 29). BAİ'nin insanların fiziksel olarak bir araya gelme sıklığını azaltması, sosyal izolasyonu artırabilmekte ve insanların sosyal

becerilerini olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca, bilgisayar aracılı yazılı iletişim, tonlama ve beden dili gibi önemli ipuçlarını içermediğinden yanlış anlaşılmalara yol açabilmektedir (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 29).

Siber saldırılara ve veri ihlallerine karşı savunmasız olduğu iddia edilen bilgisayar aracılı iletişim sürecinde kişilerin bilgi paylaşımında tereddüt etmeleri güven problemlerine yol açabilmektedir (Van Dijk, 2012, s. 155-156). Güven problemlerini tetikleyen bir başka faktör ise bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde yalan bilginin teyit edilmeden hızlıca bir şekilde yayılabilmesidir (Hirst, 2011, s. 21, 25). Bu nedenle, kullanıcıların bilinçli ve sorumlu bir şekilde hareket etmeleri önemlidir.

Ayrıca, internet üzerindeki bilgi bolluğu, kullanıcıları aşırı bilgi yükü altında bırakabilmektedir (Morozov, 2011, s. 72). Bu durum, bilgi seçme ve işleme yeteneğini zorlayabilmekte ve bilişsel yorgunluğa neden olabilmektedir. Aşırı miktarda bilgi ve iletişim, bireylerin odaklanmasını zorlaştırabilmekte ve stres seviyelerini artırabilmektedir (Aycock, 1995, Web; Van Dijk, 2012, s. 80). Bu nedenle, internet üzerinde paylaşılan bilgilerin aşırılığı ve bu bilgilerin doğruluğunu kontrol etmenin zorluğu hususlarının “gerçeğin kaybolmasına” neden olduğu iddia edilmektedir (Hirst, 2011, s. 18).

Sonuç olarak; bilgisayar aracılı iletişimin dezavantajları genel olarak 1) Gizlilik Endişeleri, 2) Güvenlik Sorunları 3) Sosyal İzolasyon, 4) Aşırı Bilgi Yükleme, 5) İletişim Becerilerinin Erozyonu başlıkları altında toplanabilir (Hirst, 2011, s. 80; Van Dijk, 2012, s. 77; Dutton & Shepherd, 2006, s. 435; Blank & Dutton, 2012, Web).

2.3. Bilgisayar Aracılı İletişimde Güven Olgusu

Bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusu, bir kişinin diğer bir kişiye ya da alınan bilgiye olan inancını ve güvencesini ifade etmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 433). Başka bir deyişle, bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusu; bir kişinin diğer bir kişiyle bilgisayar aracılığıyla iletişim kurarken ya da bilgisayar üzerinden bilgi alırken, bu bilgiye veya kişiye ne kadar inanıp güvenebileceği konusunda bir değerlendirme yapması sürecidir. Bilgisayar aracılı iletişimde güven kavramını e-güven olarak niteleyen Taddeo (2011), e-güveni en basit haliyle dijital ortamlarda gerçekleşen güven olarak tanımlayarak klasik güven tartışmalarını dijital platformlara sürüklemiştir.

Yukarıdaki tanımlamada, bilgisayar aracılı iletişimde güven; kişilerarası güven, bilgiye duyulan güven ve teknolojiye güven olarak bu bağlamda üç ana unsura bölünmektedir. Dutton ve Shepperd'a göre de BAİ'de güven "(1) İnternetteki bilgi güvenilirliğini; (2) İnterneti 'yöneten' kurum ve insanlara güvenini; ve (3) bu ortam aracılığıyla etkileşimde bulundukları insanlara olan güvenini ne ölçüde değerlendirdikleriyle ilgilidir." (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437).

Bir kişinin diğer bir kişiyle olan iletişimde hissettiği güveni ifade eden kişilerarası güven, o kişinin kim olduğuna, ne söylediğine ve eylemlerine duyulan inancı içermektedir. Bilgisayar aracılı iletişimde, kişinin gerçek kimliğini ve niyetlerini doğrulamak zor olabilmektedir, bu yüzden kişilerarası güven oldukça hassas bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Dutton ve Shepherd'e göre (2006, s. 447) internet ortamlarındaki gizlilik endişeleri ile internetteki kişilerin kimliğini (e-kimlik) doğrulama çatışmaları "güven gerilimi" adı verilen bir problemi tetiklemektedir. Onlara göre devletler ve kurumlar her ne kadar siber suçlarla mücadele için kanun ve yöntemler geliştirseler de söz konusu gerilimi ele almak için uygun bir çerçeve bulmak, bireylerin korunmasını e-ağlardaki trafik akışının serbest olması ihtiyacıyla dengelemek, ekonomik, psikolojik, kurumsal, teknik ve hukuki birçok iç içe geçmiş belirsizlik içermektedir. Bu belirsizlikleri çözmek ve daha iyi anlamak için, internet ve ilgili BİT'lerin bilgiye, insanlara, hizmetlere ve teknolojilere 'erişimi yeniden yapılandırma' şekli gibi, insan, organizasyon ve teknolojik sistemlerin evrimsel doğasının geniş bir algısına sahip sosyal araştırmalar gerekmektedir.

Bilgiye duyulan güven ise, alınan bilginin doğruluğuna ve güvenilirliğine olan inancı ifade etmektedir (Hacıyakupoğlu & Zhang, 2015, s. 452). İnternet üzerinden çok miktarda bilgi akışı olduğu için, bu bilgilerin doğruluk derecesini değerlendirmek ve güvenilir kaynaklardan geldiğinden emin olmak önem arz etmektedir.

Mayer ve diğerlerinin kişilerarası iletişimde güven tanımına atıfta bulunan McKnight, Carter, Thatcher ve Clay (2011, s. 17) tarafından "belirli bir teknolojinin, olumsuz sonuçların mümkün olduğu belirli bir durumda beklenildiği gibi performans göstereceği özelliklere sahip olduğuna dair inanç" olarak tanımlanan teknolojiye güven kavramı ise online platformlarda veri gizliliği ve güvenliği ile ilgilidir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437).

Bilgisayar aracılı iletişim ortamlarında güven, bireylerin birbirleriyle olan etkileşimlerini doğrudan etkileyen kritik bir faktördür. Güven olmadığında, bireyler bilgi paylaşmaktan, iş birliği yapmaktan ve hatta internet platformlarını kullanmaktan kaçınabilmektedirler (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 29). Özellikle sosyal medya platformlarında güven, kullanıcıların bu hizmetleri kullanma istekliliğini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, kişilerarası online iletişim platformlarında kullanıcılar arası güvenin, bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim için bir gereklilik olduğu savunulmaktadır. Dolayısıyla bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde güven inşa edilmesi özellikle bireysel ilişkiler, çevrimiçi topluluklar, e-ticaret ve uzaktan çalışma gibi alanlarda oldukça önem arz etmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 445). Örnek olarak güven, kişilerin online platformlarda yeni insanlarla tanışmasını, kullanıcıların çevrimiçi topluluklarda etkileşime girmesini, tüketicilerin çevrimiçi alışveriş yapma olasılığını ve çalışanların uzaktan çalışma ortamlarında verimli olmasını artırmaktadır (Metzger, 2017, Web).

Ek olarak, bilgisayar aracılı iletişimde güven, dijital ortamda etkileşim ve işlem güvenliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Güvenin sağlanması, kullanıcıların dijital hizmet ve platformları güvenle kullanmalarını mümkün kılmaktadır. Bu durum genel olarak dijital ekosistemin sağlıklı işleyişi için önemlidir. Literatürdeki tartışmalar, güven kavramının çok boyutlu bir yapısı olduğunu ve bu kavramın etkin bir şekilde anlaşılması ve uygulanması için kapsamlı bir yaklaşımın gerekliliğini gözler önüne sermektedir. Güvenin teorik çerçevesini anlamak ve uygulama alanlarını değerlendirmek, bu kritik konuda daha bilinçli ve etkili stratejiler geliştirmek açısından önemlidir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 444-447).

Bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusunun irdelendiği bu bölümde, BAİ'deki güven kavramı teorik çerçevede incelenerek, literatürdeki çeşitli tartışmalar ve güven oluşturma stratejileri ele alınmıştır. Bu kapsamda, güvenin bilgisayar aracılı iletişimde nasıl oluştuğu, hangi faktörlerin etkili olduğu ve güvenin siber güvenlik, sosyal medya ve çevrimiçi topluluklar gibi farklı bağlamlarda nasıl işlediği incelenmiştir.

2.3.1. BAİ'de Güvenin Önemi

Bilgi ve iletişim süreçlerinin etkin ve güvenilir bir şekilde işlemlerini sağlayan temel bir unsur olan bilgisayar aracılı iletişimde güven; bireylerin veya kurumların dijital ortamda birbirleriyle veya sistemlerle etkileşime girebilmeleri için gerekli olan inanç ve güvence durumunu ifade etmektedir. Güven, bilgi paylaşımı, iş birliği ve çeşitli çevrimiçi işlemler için temel bir ön koşuldur (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 28). Etkin bir BAİ süreci, katılımcıların birbirlerine ve sistemlere olan güvenini gerektirmektedir. Bu nedenle, güven kavramı, dijital iletişim ve işlemlerin güvenilirliği, gizliliği ve bütünlüğü açısından kritik bir rol oynamaktadır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 445; Beaudoin, 2008, s. 550-551).

Güven, bilgisayar aracılı iletişimin tonunu, içeriğini ve sıklığını etkileyebilmektedir. Güvenilen bir ortamda, kullanıcılar daha açık, dürüst ve destekleyici iletişimde bulunma eğilimindedir. Dolayısıyla dijital iletişim platformlarında güvenin tesis edilmesi sosyal bağları güçlendirmekte ve iş birliğini teşvik etmekte kritik bir öneme sahiptir (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 42; Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 801-805). Öte yandan, güvensiz bir ortamda, kullanıcılar bilgi paylaşımından ve iş birliği yapmaktan kaçınabilmekte, yanıltıcı olabilmekte ve iletişimi sınırlayabilmektedir (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 769; Bodo, 2021, s. 2671).

En nihayetinde, bilgisayar aracılı iletişimde güven, iletişim sürecindeki belirsizlikleri azaltmakta, kişiler arasındaki etkileşim ve iş birliğini teşvik etmekte, insanlar arasındaki bağları güçlendirmekte, bilgi alışverişini ve sosyal etkileşimi kolaylaştırmaktadır. Güven eksikliği ise, iletişim sürecini olumsuz etkilemekte, yanıltıcı bilgilerin yayılmasına sebep olmakta ve ilişkilerin bozulmasına neden olabilmektedir. Güven olmadan, bireyler çevrimiçi ortamlarda tereddütlü davranmakta ve kendilerini açmaktan kaçınmaktadır. Dolayısıyla, BAİ ortamlarında güvenin olmaması durumunda, iletişim süreçleri sekteye uğramakta ve iş birliği zorlaşmaktadır. Bu nedenle, BAİ'de güven olgusunu anlamak ve bu güvenin nasıl oluşturulabileceğini bilmek önemlidir.

2.3.2. Güven Duygusunun Bilgisayar Aracılı İletişimdeki Rolü

Bilgisayar aracılı iletişimde kritik bir rol oynayan güven duygusu, birçok açıdan iletişimin doğasını ve verimliliğini etkilemektedir. İlişki gelişimi açısından bakıldığında; online ortamda sağlıklı ve kaliteli ilişkiler geliştirmek için temel bir bileşen olan güven ilişkisi kalitesini artırmakla birlikte, insanlar arasında daha yakın ve bağlı ilişkiler kurulmasına yardımcı olmaktadır (Wilson, Straus, & McEvily, 2006, s. 27-28). İş birliği ve koordinasyon perspektifinden ise sanal takımların etkili bir şekilde çalışmasını ve koordinasyonunu kolaylaştıran güven duygusunun takım çalışmasını desteklediğinden ve bireylerin daha açık ve dürüst bir şekilde fikirlerini paylaşmalarını teşvik eden güvenli bir ortam sunarak karar verme süreçlerini olumlu yönde etkilediğinden söz edilebilir (Wilson, Straus, & McEvily, 2006, s. 27-28; Bodo, 2021, s. 2672).

Bilgi paylaşımını ve iletişimi teşvik eden güven duygusu aynı zamanda açıklık ve şeffaflık çerçevesinde bilgi akışı ve erişilebilirliği artırırken (Lee & See, 2004, s. 59; Himmelboim, Lariscy, Tinkham, & Sweetser, 2012, s. 92, 96-98; Li & Suh, 2015, s. 317) dürüstlük, ilgi ve açıklık da karşılıklı olarak güven duygusunu artırmaktadır (Peters, Covello, & McCallum, 1997, s. 46). Başka bir deyişle, güven duygusu ile açıklık, şeffaflık, dürüstlük, ilgi ve alaka gibi unsurlar arasında birbirlerini destekleyici bir ilişki bulunmaktadır. Güvenli bir iletişim ortamı yaratıcılığı ve yenilikçiliği destekleyerek özellikle örgütsel iletişim süreçlerinde inovasyon kazandırmaktadır (Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web; Bidault & Castello, 2009, s. 259). Online topluluklarda daha güçlü sosyal bağlar oluşturmayı mümkün kılan güven, bireylere duygusal destek sağlayabilmektedir (Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web).

Güven duygusu, etkileşimde bulunan BAİ platformunun güvenlik ve gizlilik garantilerine bağlı olarak, kullanıcıların kişisel bilgilerini paylaşma konusunda daha rahat hissetmelerini sağlamaktadır (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 1, 7). Yine de Fogel ve Nehmad (2009, s. 159) internet ‘‘özel bir kulüp’’ olmadığı için; sosyal ağ profillerinde kendileri hakkında bilgi paylaşan kişilerin bu davranışının altında yatan temel sebebin, bu kişilerin bilgilerinin başkaları tarafından görülme riskini daha rahat karşılamaları olduğunu iddia etmektedir.

Bidault ve Castello’ya (2009, s. 261) göre güven; çatışma durumlarının daha olumlu ve yapıcı bir şekilde çözülmesine yardımcı olan kritik bir unsurdur. Çatışma

durumlarında olumlu ve yapıcı çözümlere ulaşmayı kolaylaştıran güven duygusunun, empati kurmayı ve diğer kişinin perspektifini anlamayı kolaylaştırması çatışmaların çözümüne yardımcı olmaktadır (Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web). Güven duygusu bireylerin motivasyonunu artırarak daha güçlü bağlılıklar hissetmesini sağlamaktadır (Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web; Li & Suh, 2015, s. 317). Görünen o ki, insanlar arasında daha güçlü kişisel bağlar kurulmasına yardımcı olan güven, profesyonel ve sosyal ağları genişletme konusunda kapılar açmaktadır. Sonuçta, online iletişimin verimliliğini, etkinliğini ve memnuniyetini artıran güven duygusunun iletişimdeki rolü şu maddelerde özetlenebilir (Li & Suh, 2015, s. 315-320; Dutton & Shepherd, 2006, s. 440-450; Xu & Liao, 2019, s. 35-37):

- İletişimin kalitesi
 - Anlaşılabilirlik, dürüstlük
- İlişki gelişimi
 - Yakınlık ve bağlılık, memnuniyet, sadakat, duygusal bağ, motivasyon
- Çatışma Çözümü
 - Olumlu çözümler, empati
- Sosyal destek ve topluluk
 - Ağ kurma ve genişletme, sosyal bağlar, duygusal destek
- İş birliği ve koordinasyon
 - Artan iş birliği, proje yönetimi, takım çalışması, daha iyi koordinasyon
- Karar verme
 - Daha hızlı karar verme, risk alma
- Bilgi paylaşımı
 - Güvenlik algısı, gizlilik ve kişisel bilgi paylaşımı, açıklık ve şeffaflık, inovasyon

2.3.3. Online ve Offline Güven Arasındaki Farklar

Online ve offline ortamlarda güven oluşturma süreçleri arasında önemli farklar bulunmaktadır. Yüz yüze iletişimde, insanlar mimikler, jestler ve ses tonu gibi fiziksel ipuçlarından yararlanarak karşıdakinin güvenilir olup olmadığını değerlendirir. Online

ortamda ise, bu tür fiziksel iletişim ipuçlarına erişim sınırlıdır (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 29), bu yüzden insanlar profil resimleri, yazım tarzı, ortak arkadaşlar ve diğer çevrimiçi ipuçlarına güvenmek zorunda kalmaktadır (Bodo, 2021, s. 2676). Bu nedenle, online ortamda güven genellikle geçmiş deneyimlere, itibar sistemlerine ve sosyal kanıtlara dayanmaktadır (Kuo & Yu, 2009, s. 826, 849; Lee & See, 2004, s. 57)

Beden dili, yüz ifadeleri ve ses tonu gibi zengin sosyal ipuçları sağlayan yüz yüze iletişimin bu özellikleri sayesinde duygusal durum ve niyetlerin daha kolay anlaşılabilirdiği belirtilirken, online iletişimde ise sınırlı sosyal ipuçları yüzünden duygusal durum ve niyetlerin anlaşılmasının zorlaşabildiği argümanı sunulmaktadır (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 27). Carr (2020, s. 12) ise bu görüşe karşı çıkarak bilgisayar aracılı iletişimin (BAİ) zaman içinde nasıl evrildiğini ve ilk başta metin tabanlı iletişime odaklanan bir yaklaşımın ötesine geçtiğini anlatmaktadır. Ona göre; başlangıçta, BAİ'nin yüz yüze iletişimde bulunan sözsüz ipuçlarını ve duygusal elementleri "filtrelediği" ve bu yüzden daha yavaş ve eksik iletişim deneyimleri oluşturduğu düşünülüyordu. Ancak, teknolojinin ilerlemesi ve donanım kapasitesinin artması ile birlikte, bilgisayarlar artık sesli, görsel ve hatta çok duyusal iletişim kanallarını desteklemektedir. BAİ yoluyla iletişim deneyiminin zenginleşmesini sağlayan yeni özellikler yüz yüze iletişime daha yakın bir hale gelmesine olanak tanımıştır (Carr, 2020, s. 10).

Tablo 3: Yüz Yüze ve Online İletişimde Güveni Etkileyen Farklar

Yüz Yüze İletişim	Çevrimiçi İletişim
Zengin İletişim İpuçları	Sınırlı İletişim İpuçları
Beden dili, mimikler, jestler ve ses tonu gibi zengin sosyal ipuçları içerir.	Sosyal ipuçları ve beden dili sınırlıdır veya tamamen yoktur.
Sınırlı Bilgi	Zengin Bilgi Kaynağı
Karşıdaki kişi hakkında tüm bilinenler o an görünenlerden ibarettir.	Karşıdaki kişi hakkında internetten bilgi araştırmak mümkündür.
Hızlı ve Doğrudan Geribildirim	Gecikmeli Geribildirim
Geribildirim genellikle anında ve doğrudandır.	Geribildirim süreci yavaşlayabilir ve iletişim gecikebilir.
Zaman Kısıtlaması	Zaman Esnekliği

İletişim sadece yüz yüze bir araya gelinen süreyle sınırlıdır.	İstenilen zamanda iletişim kurmak mümkündür.
Fiziksel Varlık	Fiziksel Mesafe
Göz teması, fiziksel temas, dokunmak gibi sözsüz iletişim özellikleri içerir.	Sanal etkileşim söz konusudur.
Fiziksel Sınırlar	Erişilebilirlik
İletişim sadece kişinin erişebildiği fiziksel çevre ile kısıtlıdır.	Dünya genelinde kolayca iletişim kurulabilmesi fiziksel mesafenin üstesinden gelmeyi ve yeni bağlantılar kurmayı mümkün kılar.
Yüksek Maliyet	Düşük Maliyet
Yüz yüze iletişim için bir araya gelmek zaman ve para gerektirir.	Online iletişim kurmak hem daha hızlı hem daha az maliyetlidir.
Daha Net Bir İletişim	İletişimde Kopmalar ve Aksaklık
Dış etmenlerden ve engellerden daha az etkilenir.	İnternetin kopması ve iletişimde aksaklıklar yaşanması olasıdır (gürültü faktörü).
Gerçek Zamanlı	Asenkron İletişim İmkânı
Yüz yüze iletişim her zaman eş zamanlıdır.	Bazı durumlarda eş zamansız iletişim kurmak mümkündür.
Düşük Gizlilik ve Anonimlik	Yüksek Gizlilik ve Anonimlik
Kişiler genellikle daha açık ve doğrudandır.	Anonimlik ve gizlilik seviyesi daha yüksektir.
Güçlü Kimlik Doğrulama	Kimlik Hırsızlığı ve Sahtekarlık Riski
Kimlik doğrulama genellikle daha güvenilirdir.	Sahtekarlık ve kimlik hırsızlığı riski daha yüksektir.
Güçlü Sosyal Bağlar ve İlişkiler	Zayıf Sosyal Bağlar
Sosyal bağlar ve ilişkiler genellikle daha güçlüdür.	Sosyal bağlar daha zayıf olabilir ve zamanla güçlenmesi gerekebilir.
Doğrudan Kültürel ve Toplumsal Etki	Kültürel ve Toplumsal Çeşitlilik
Kültürel ve toplumsal normlar daha doğrudan bir rol oynayabilir.	Kültürel ve toplumsal çeşitlilik daha yüksektir.

Kaynak: Literatür taraması neticesinde erişilen bilgiler araştırmacının kendisi tarafından derlenmiştir.

Çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlar arasındaki güven dinamikleri önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Tablo 3'te, yüz yüze ve online iletişimde güven oluşturma süreçlerinin bazı temel farkları karşılaştırılmaktadır. Tablo 3'te görüleceği üzere; her iki iletişim biçimi de kendi avantajlarına ve zorluklarına sahip olup, güven oluşturma sürecini farklı şekillerde etkileyebilmektedir. Anonimlik ve gizliliğin pek mümkün görünmediği yüz yüze iletişimde kişiler genellikle daha açık ve şeffaf olmak durumunda kaldıkları için güven oluşturma süreci kolaylaşabilmektedir. Çevrimiçi ortamda, bireylerin çoğunlukla anonim olmaları güven oluşturma sürecini zorlaştırabilmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 35-36).

Yüz yüze iletişimde kişiler karşılıklı olarak birbirlerini gördüklerinden kimlik doğrulama genellikle daha güvenilir kabul edilmektedir (Ma & Agarwal, 2007, s. 48). Çünkü yüz yüze iletişimde kimlik sahtekarlığı ve dolandırıcılık riski daha düşüktür. Çevrimiçi platformlarda ise sahtekarlık ve kimlik hırsızlığı riskinin yüksek olması dolayısıyla güven oluşturma süreci zorlaşabilmektedir (Utz, 2010, s. 316). Başka bir deyişle; yüz yüze iletişimde, insanlar karşılıklı olarak birbirlerini görebilmekte, mimikleri ve jestleri inceleyebilmekte ve ses tonlarından ipuçları yakalayabilmektedirler. Bu durum, bir kişinin kimliğini ve niyetini değerlendirme konusunda daha güvenilir bir temel oluşturabilmektedir (Sproull and Kiesler'den (1986) aktaran Walther, Anderson, & Park, 1994, s. 462). Örneğin, yüz yüze iletişimde bir kişi, karşısındaki kişinin cinsiyetini, yaşını ve genel görünüşünü gözlemleyerek hemen anlayabilmektedir. Her ne kadar kimlik doğrulaması açısından önemli bir faktör olsa da yüz yüze iletişimde sahtekarlık ve dolandırıcılık riskinin tamamen ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Sadece yüz yüze iken yaş, fiziksel görünüş ve cinsiyet vb. bariz konularda yalan söylenebilmesi pek mümkün görülmemektedir. Yüz yüze iletişimde de insanlar kendilerini başkaları gibi tanıtabilir veya gerçek dışı bilgiler verebilirler, ancak bu durumda bile bireylerin yalanı yakalama olasılığının daha yüksek olduğu iddia edilmektedir çünkü doğrudan gözleme ve sezgisel değerlendirme yapmanın mümkün olduğu savunulmaktadır.

Öte yandan, anonimlik ve fiziksel mesafe, sahtekarlık ve kimlik hırsızlığı riskini artırabildiği için çevrimiçi platformlarda kimlik doğrulama süreci daha karmaşık hale gelebilmektedir (Lee G. , 1996, Web). Çevrimiçi ortamda bir kişi, kendisi hakkında gerçek olmayan bilgiler paylaşabilmekte iken bu bilgileri doğrulamanın yolları sınırlıdır.

Örneğin, bir sosyal medya profili üzerinden bir kişi, gerçekte kim olduğundan farklı bir kimlik sergileyebilir, yaşını, cinsiyetini veya fiziksel görünüşünü değiştirebilir. Bu durum, karşı tarafta güven oluşturmayı zorlaştırabilir çünkü doğrulama mekanizmaları yüz yüze iletişime göre daha az güvenilirdir (Ma & Agarwal, 2007, s. 45). Bu nedenle insanlar bilgisayar aracılı iletişimde kimliğini teyit edebildikleri kişilerle ile iletişime geçmeyi tercih etmektedirler (Ma & Agarwal, 2007, s. 46-47)

Yüz yüze iletişimin hızlı ve doğrudan geribildirim imkanı sağlaması sayesinde hızlı çözüm ve anında açıklama yapmak mümkündür. Online iletişimde ise iletişimde ve geribildirimde gecikmeler yaşanabildiğinden çözüm ve açıklamalar zaman alabilmektedir (Altschuller & Benbunan-Fich, 2010, s. 27-28; Walther, Anderson, & Park, 1994, s. 461). En nihayetinde yüz yüze iletişim güveni korumayı daha kolay kılarken, online iletişim güvenin kırılganlığına sebep olabilmektedir. Öte yandan, gecikmeli cevap verme, mesajlaşmanın gerçek zaman veya anlık olmaması gibi zaman esnekliğinin güveni korumak yolunda bir avantaj olarak görülebileceği düşünülmektedir. Zaman farklılıklarına rağmen iletişim kurmanın mümkün olması, sürekli iletişim ve güven inşa etme imkanı sunabilir. Ayrıca anlık iletişimde bir insan o an için ne açıklama yapacağını bilemezken daha sonra aklına gelen fikirleri gecikmeli iletişim türünde karşı tarafa aktarabilir. Tabi bu durumda araya zaman girdiği için yalan ve bahane bulmak için zaman kazanması gibi de algılanması mümkün olup geciken cevapların da güvenilirliğinin düşmesine sebep olduğu düşünülebilir.

Çevrimiçi iletişimin zaman ve mekandan bağımsız olmasının güvenin inşası sürecine sağladığı olanaklar ise şu şekilde açıklanabilir: normalde yüz yüze iletişim ile bir araya gelmesinin mümkün olmadığı bir ilişki örneği üzerinden düşünmek gerekir. Bu iki kişi arasında uzaktan yürütülen bir ilişki örneği olabilir. Bir kişi uzaktan ilişki yürüttüğü kişi hakkında güvenini zedeleyecek bir haber almış olsun. Eğer bilgisayar aracılı iletişim imkanları olmasaydı bu iki insan arasında hiçbir şekilde iletişim kurulamayacağı için bir şekilde suçlanan insan kendini açıklama imkanı bulamayabilirdi. Ancak, uzaktan iletişim olanakları sayesinde bu kişi uzakta da olsa kendini açıklama imkanı bulacak ve karşılıklı güven ilişkisinin devamlılığını sağlamak mümkün olabilecektir (Walther J. , 2011, s. 444). Uzaktan iletişim pek tabi posta, telefon, telgraf gibi daha çeşitli iletişim yöntemleriyle de mümkün ama burada karşılaştırılan online

iletişimin yüz yüze iletişime karşı olan üstünlüğü olduğu için online iletişim rneği verilmiştir. Ayrıca online iletişim sınırları aşan hızlı gücü sayesinde posta gibi eski iletişim araçlarına da üstün geleceği bilinen bir gerçektir.

Çevrimiçi ortam, geniş bir bilgi havuzuna erişim imkanı sunmaktadır. Çevrimiçi ortamda bol miktarda bilgi bulunması bireylerin karar verme süreçlerini destekleyebilir. Çünkü, bireylerin diğer kişiler hakkında daha fazla bilgi edinmelerini ve bu bilgileri kendi karar verme süreçlerinde kullanmalarını sağlamaktadır. İnternet platformlarında aşırı bilgi olması negatif bir perspektiften ele alınarak, "bilgi fazlalığı" (information overload) olarak adlandırılrsa da, güven oluşturma açısından olumlu bir yön taşıyabileceği de iddia edilebilir. Çünkü söz konusu fazla bilgi, bireylerin karşılarındaki kişi veya durum hakkında daha bilinçli ve doğru değerlendirmeler yapmalarına yardımcı olabilir. Örneğin, evrimdişı ortamlarda yüz yüze gerçekleşen bir etkileşimde bile, bireyler genellikle yeni tanıştıkları kişiler hakkında daha fazla bilgi edinmek için evrimii araştırmalar yaparlar. Örneğin, Google aramaları, sosyal medya profillerinin incelenmesi veya ortak bağlantıların sorgulanması şeklinde araştırmaların günümüzde insanların yüz yüze iletişimde bile etkileşim sürecini online ortama taşımaya istekli olduklarının ispatı olduğu düşünülmektedir. İşte bu durum bilgisayar aracılı iletişimin güven inşa etmekte sunduğu yeni fırsatlar olarak değerlendirilmektedir. İnsanların yeni tanıştıkları kişiler hakkında online platformlarda edindikleri bilgiler, bireylerin o kişi hakkında daha kapsamlı bir anlayışa sahip olmalarını sağlamakta ve güven oluşumunu destekleyebilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006; Lee & See, 2004).

Daha açık ve şeffaf iletişimin mümkün olduğu yüz yüze iletişimde sosyal bağların ve ilişkilerin genellikle daha güçlü olduğu iddia edilmektedir. Bu durumun da hem daha fazla duygusal bağ kurma imkanı sağladığı hem de empati yapmanın yüz yüze iletişimde daha kolay olduğu savunulmaktadır (Walther, Anderson, & Park, 1994, s. 463). Ayrıca, yine bu özellikler sayesinde yüz yüze iletişimde daha hızlı ve etkili çatışma çözümünün sağlanabileceği ileri sürülmektedir (Li & Suh, 2015, s. 317). Dahası önemli bir konuda görüşmek üzere yüz yüze iletişim ile online iletişim kurma rneği karşılaştırıldığında iletişim engelleri ve gürültü yönünden şu tür sonuçlara varmak mümkündür: insanlar ciddi bir konu hakkında fikir alışverişinde bulunmak üzere yüz yüze görüşmeyi kararlaştırarak sessiz ve uygun bir mekan bulduklarında iletişimde herhangi bir kopma

yaşamadan sonuca varabilirler. Böyle bir iletişim sırasında karşılıklı güven inşa etmek daha mümkün görülmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim ise internet faktörüne bağlıdır. İnternette kopmalar yaşanması iletişimi sekteye uğratabilir. Böyle bir durum sağlıklı iletişimin önüne geçerek güven kurulmasını zora sokabilir. Ancak, şunu da unutmamak gerekir ki online iletişim en azından mekandan bağımsızdır. Yani bir insan sessiz bir ortam bulduğu sürece herhangi bir yerden bağlanabilir. Ancak yüz yüze iletişimin içinde bulunduğu çevreye daha fazla bağımlı olduğu sonuca varmak da mümkündür. Eğer yüz yüze iletişim kurulacaksa karşılıklı uygun bir zaman ve uygun bir mekan bulma zorunlulukları ortaya çıkmaktadır.

Son olarak çevrimiçi iletişimde kültürel ve toplumsal çeşitlilik güven inşası süreci önünde bir engel olarak görülmektedir (Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 793) Burada aslında BAİ'nin bir avantajı olarak atfedilen zaman ve mekandan bağımsız sınırları aşarak global bir iletişim kurmanın mümkün olması BAİ'de güven konusunda bir dezavantaj olarak kabul edilmektedir. Çünkü yüz yüze iletişim daha çok kapalı bir kültürde toplumun kendi içerisinde gerçekleştirilirken; ortak kültür ve değerlere sahip olmak güven inşasını kolaylaştırmaktadır. Ancak, sınırları aşan iletişimlerin kurulduğu ve kültürler arası etkileşimin daha fazla olduğu online iletişimde kültürel ve toplumsal çeşitlilik daha yüksek olduğu için farklı kültür ve toplumlar arası güven oluşturma sürecinin zor olabileceği iddia edilmektedir (Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 809). Sonuç olarak çevrimiçi ortam; fiziksel mesafe, anonimlik ve bilgi fazlalığı gibi çelişkili dinamiklere sahiptir. Ancak bu ortam, bireylerin karşılarındaki kişiler hakkında daha fazla bilgi edinmelerine olanak tanıyarak, güven inşa sürecini destekleyebilmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim süreci, bireylerin doğru bilgiye ulaşmalarını ve bu bilgileri etkili bir şekilde değerlendirmelerini gerektirerek güven oluşumunu daha bilinçli ve sağlam bir temele oturtabilir.

2.3.3.1 BAİ'de Fiziksel Mesafe ve Anonimlik Kavramları

Tıpkı yüz yüze iletişimde olduğu gibi bilgisayar aracılı iletişimde de güven, karmaşık bir yapıya sahip olup, zaman içinde gelişmekte ve kişisel deneyimlere, kültürel faktörlere ve iletişim ortamının niteliklerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Ancak, çevrimiçi ortam, anonimlik ve fiziksel mesafe nedeniyle, yüz yüze iletişime

kıyasla farklı güven dinamiklerine sahiptir (Lee G. , 1996, Web). Karşılıklı anlayış, açıklık ve dürüstlük üzerine kurulu olan güven olgusu, bu iletişim formunda, metin, ses ve görüntü gibi farklı iletişim kanalları aracılığıyla sağlanmaktadır. BAİ’de bireyler genellikle karşı tarafla yüz yüze gelmeden iletişim kurdukları için güven, dijital iletişim ortamlarında önemli bir rol oynamaktadır. Uzaktan iletişim, karşı tarafın kimliğini, niyetini ve iletilen bilginin doğruluğunu teyit etmeyi zorlaştırmaktadır (Lee G. , 1996, Web). Örneğin, bir e-posta alışverişi sırasında, alıcı genellikle göndericinin kimliğinden ve iletilen bilginin doğruluğundan tamamen emin olamaz.

Anonimlik, bireylerin kendi kimliklerini ve niyetlerini gizlemelerine olanak tanıdığından, karşı tarafta şüphe ve güvensizlik duygularını tetikleyebilir. Bireylerin genellikle birbirlerini kişisel düzeyde tanımadıkları durumlarda karşılarındaki kişinin güvenilir olup olmadığını değerlendirmek için sınırlı bilgiye sahip oldukları bilgisayar aracılı iletişim süreçlerinde anonimlik kavramı güvenin inşa edilmesinin önünde büyük bir engel olarak görülmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 36). Anonimlik, bireylerin gerçek kimliklerini ve niyetlerini saklamalarına olanak tanıdığı için, çevrimiçi iletişimde güven oluşturmak zor olabilir. Örneğin, sosyal medya üzerinden yeni bir kişiyle mesajlaşırken, bu kişinin gerçekten kim olduğunu ve söylediklerinin doğru olup olmadığını bilmek zordur. Anonimlik, özellikle kişisel veya hassas bilgilerin paylaşılması gereken durumlarda risk oluşturabilir.

Bu nedenle, çevrimiçi ortamda iletişim kurarken, bireyler genellikle ekstra dikkatli olmalı ve karşı tarafla ilgili daha fazla bilgi edinmeye çalışmalıdır. BAİ’de ortak arkadaşlar, geçmiş etkileşimler veya diğer güvenilir kaynaklar aracılığıyla daha fazla bilgi edinmek mümkündür. Ayrıca, online iletişimde kullanılan dil, ton ve ifade tarzı gibi unsurlar da güven oluşturmak için önemli olabilir.

Sonuç olarak, yukarıdaki açıklamalar, bilgisayar aracılı iletişimde güvenin önemini ve bu ortamın anonimlik ve fiziksel mesafe gibi özellikleri nedeniyle nasıl farklı dinamiklere sahip olduğunu gözler önüne sermektedir. Anonimlik ve fiziksel mesafe, özellikle kişiler arası iletişimde, bireylerin birbirlerine olan güvenlerini değerlendirirken dikkate almaları gereken önemli bir faktördür.

2.3.4. BAİ'de Güvenin Oluşumu ve Bileşenleri

Güven, bir kişinin veya grubun, diğer bir kişi veya grubun olumlu niyetlerine ve yeteneklerine olan inancını ifade etmektedir. Güven, karmaşık bir yapıya sahip olup, zaman içinde gelişmekte ve kişisel deneyimlere, kültürel faktörlere ve iletişim ortamının niteliklerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Kişilerarası iletişimde güvenin anlaşılması için geliştirilen teorik çerçeveler ve modeller bilgisayar aracılı iletişim süreçlerini de kapsamaktadır. Söz konusu modeller genellikle güvenin bileşenleri, oluşumu ve etkilerini açıklamaya yöneliktir. Bir önceki bölümde yapılan literatür taraması güvenin çeşitli bileşenleri olduğunu göstermektedir. Özellikle Mayer, Davis ve Schoorman'ın (1995) tanımladığı yetenek, iyilik ve dürüstlük olmak üzere güvenin üç ana bileşeni bilgisayar aracılı iletişim süreçlerini anlamak için de yol göstericidir.

BAİ'de yetenek, bir kişinin veya kurumun belirli bir alanda yetkin ve kapasiteye sahip olmasıdır. Bu bağlamda yetenek, bir kişinin iletişim becerilerine, konu hakkında bilgisine ve paylaştığı içeriği etkili bir şekilde sunma kapasitesine işaret etmektedir (Bidault & Castello, 2009, s. 263). Bir kişinin belirli bir konuda uzmanlığa sahip olup sosyal medyada o konu hakkında bilgilendirici ve açıklayıcı paylaşımlar yapması onun o konuda bilgi sahibi ve yetkin olduğunu göstererek diğer kullanıcıların ona güven duymasına yardımcı olabilir (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 770).

Sosyal medya üzerinden iki kişi arasındaki iletişimde, bir kişi diğerine teknik bir konuda yardım ediyorsa, yardım isteyen kişi, diğer kişinin bu konuda yeterli bilgiye ve iletişim yeteneğine sahip olduğuna inanmalıdır (Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web). Eğer bu inanç sağlanmazsa, güven inşa edilemez. Örneğin, bir kişi sosyal medyada bir sağlık sorunu hakkında bilgi arıyorsa ve diğer kişi bu konuda eğitim almış bir sağlık profesyoneliyse, bu durum yetenek bileşenini karşılamakta ve güvenin inşa edilmesini sağlamaktadır. Kişilerarası iletişimin ötesinde bir örnek vermek gerekirse; bir çevrimiçi bankacılık hizmeti kullanan bir kişinin, o bankanın finansal işlemleri güvenli ve etkili bir şekilde gerçekleştirebilecek yeteneğe sahip olduğuna inanması gerekmektedir. Bir başka örnek olarak, bir online alışveriş sitesi, ürünleri doğru ve zamanında teslim edebilecek kapasiteye sahipse, kullanıcılar bu siteye güven duyarlar (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 6).

BAİ'de iyilik, bir kişinin veya kurumun iyi niyetle hareket ederek, diğerlerine yardımcı olma, destekleme ve pozitif bir tutum sergileme eğilimini ifade etmektedir

(Bidault & Castello, 2009, s. 263; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 771). Bir kişinin BAI'de karşısındaki kişiye güvenilebilmesi için diğer tarafın o kişinin çıkarlarını gözetmeye istekli olduğuna inanması gerekmektedir (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 2). Bir kullanıcı, başkalarına saygılı ve anlayışlı yaklaşıyorsa ve olumlu bir etkileşim içinde bulunuyorsa, bu onun iyi niyetli olduğunu göstermekte ve diğer kullanıcıların ona güven duymasını sağlamaktadır (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 771). Sosyal medyada iki kişi arasında yapılan bir sohbette, her iki tarafın da diğerinin duygularını gözetmesi ve saygılı olması güveni artırırken; eğer bir kişi diğerini manipüle etmeye çalışırsa güvenin zedelenmesine yol açabilmektedir. Örneğin, bir kişi zor bir dönemden geçiyorsa ve diğer kişi bu durumu anlayışla karşılayarak destek verirse, aralarında güven inşa edilmesi mümkün olabilmektedir.

BAI'de dürüstlük, bir kişinin veya kurumun güvenilir ve tutarlı olmasıdır (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 770). Bir kişinin algılanan dürüstlüğü o kişinin söylediklerini yapacağına, yalan söylemeyeceğine ve manipüle etmeyeceğine olan inancı etkilemektedir (Bidault & Castello, 2009, s. 263; Lee & See, 2004, s. 59; Bodo, 2021, s. 2676). Eğer bir kişi sosyal medyada tutarlı ve doğru bilgiler paylaşıyorsa ve söyledikleriyle yaptıkları arasında bir tutarsızlık yoksa, o kişi güven oluşturabilir (Lee & See, 2004, s. 59). Eğer bir kişi söyledikleri ile yaptıkları arasında tutarsızlık gösteriyorsa, diğer kişinin ona olan güveni sarsılabilir (Lee & See, 2004, s. 60). Sosyal medya üzerinde, bir kişinin paylaştığı bilgilerin ve gösterdiği davranışların gerçek ve tutarlı olmasının önemli olduğu görülmektedir. Örneğin, bir kişi diğerine bir sorun hakkında dürüstçe fikrini belirtirse ve bu fikirlerini tutarlı bir şekilde sürdürürse, söz konusu tutarlılık güven inşa etmeye yardımcı olabilir.

BAI ortamlarında güven oluşumunun farklı dinamiklere sahip olduğu düşüncesinden hareketle; yukarıda bahsedilen üç bileşenin yanı sıra, güven sürecinin önceki deneyimler, üçüncü taraf bilgileri ve platformun tasarımı gibi daha farklı bileşenlere de bağlı olduğu iddia edilmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim için literatürde anlatılan güvenin diğer bileşenleri şu başlıklar altında toplanabilir (Lee & See, 2004; Taddeo, 2011; Wu, Hu, & Wu, 2010; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003; Lowry, Wilson, & Haig, 2014; Jarvenpaa & Leidner, 1999; Dutton & Shepherd, 2006):

2.3.4.1. Önceki Deneyimler

Daha önceki etkileşimler, bir kişiye veya kuruma olan güveni etkileyebilmektedir. İki kişi arasındaki geçmiş etkileşimler, güvenin inşasında önemli bir rol oynamaktadır (Lee & See, 2004, s. 56). Eğer geçmişte olumlu deneyimler yaşanmışsa, söz konusu deneyimler güvenin artmasına yardımcı olabilir. Aksine, olumsuz deneyimler güveni zedeleyebilir.

2.3.4.2. Üçüncü Taraf Bilgileri

Diğer insanların veya kurumların deneyimleri ve değerlendirmeleri, bir kişiye veya kuruma olan güveni şekillendirebilmektedir (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 7; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 771). Kişiler, ortak arkadaşlarının yorumları veya başkalarının deneyimlerine dayanarak birbirlerine olan güvenlerini inşa etmektedirler. Bu nedenle, üçüncü taraf bilgileri, kişiler arası güven inşasında önemli bir faktör olabilmektedir.

2.3.4.3. İlk İzlenimler

İlk izlenim, bir kişinin diğer bir kişiyle ilk kez karşılaştığında veya iletişim kurduğunda oluşturduğu hızlı ve otomatik değerlendirmedir (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web). Bu değerlendirme genellikle birkaç saniye içinde oluşmakta ve karşıdaki kişinin davranışları, görünüşü, konuşma tarzı ve diğer sosyal ipuçlarına dayanmaktadır (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 64).

İnsanlar genellikle ilk izlenimlerini, diğer kişinin karakterini değerlendirmek için kullanmaktadırlar (Scott, 2014, s. 358; Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 534). Bilgisayar aracılı iletişimde ise ilk izlenimler, yüz yüze iletişime göre farklılık göstermektedir. Çünkü burada fiziksel görünüş ve vücut dili gibi unsurlar eksik olabilir veya sınırlıdır. Bunun yerine online ortamda ilk izlenimler, genellikle kişinin profili, fotoğrafları, paylaşımları ve diğer çevrimiçi aktiviteleri üzerinden oluşmaktadır. İnsanlar, bu unsurları değerlendirerek karşılarındaki kişi hakkında hızlı bir yargıya varabilirler. Söz konusu izlenimler, güvenin hızla oluşmasına veya kaybolmasına neden olabilmektedir. İlk izlenimlerin olumlu olması, güven oluşturma'nın ilk adımı olarak kabul edilmektedir

(Bodo, 2021, s. 2676; Ma & Agarwal, 2007, s. 43, 49-51; Bacev-Giles & Haji, 2017, s. 51-56). Ancak, online ortamdaki anonimlik, sahtekarlık riski ve sosyal ipuçlarının eksikliği nedeniyle; bilgisayar aracılı iletişimde, tanımadığı bir kişiyle ilk kez iletişim kurarken insanların güven duygusu genellikle temkinli ve şüpheli bir yaklaşımla meydana gelebilmektedir (Utz, 2010, s. 316).

İnsanlar bilgisayar aracılı iletişimde, tanımadığı bir kişiyle ilk kez iletişim kurarken genellikle şu unsurlara dikkat etmektedir (Ma & Agarwal, 2007, s. 43; Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021, Web; Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 5; Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 796; Lee & See, 2004, s. 53; Scott, 2014, s. 360):

1. Profil Bilgileri: Kullanıcı adı, profil fotoğrafı ve diğer profil bilgileri, kişinin kimliği ve kişilik özellikleri hakkında fikir verir.
2. Geribildirim ve Değerlendirmeler: Kullanıcının önceki etkileşimleri ve diğer kullanıcıların değerlendirmeleri ve yorumları fikir verir.
3. Ortak Bağlantılar ve İlgi Alanları: Ortak arkadaşlar veya ilgi alanları, güven oluşturma bir yolu olabilir çünkü söz konusu unsurlar ortak bir zemin sunar.
4. İletişim Tarzı: Kişinin iletişim tarzı, resmi, samimi ve içten mi yoksa yapay ve mesafeli mi olduğu incelenir.
5. Dil Kullanımı: Yazışma tarzı, dil bilgisi, imla hataları ve emoji kullanımı gibi unsurlar, kişinin eğitim seviyesi, profesyonellik durumu ve duygusal durumu hakkında ipuçları verebilir.
6. Tutum ve Davranış: Çevrimiçi etkileşimlerdeki tutum ve davranışlar, kişinin ne kadar saygılı, yardımsever veya samimi olduğunu gösterebilir.
7. Paylaşılan İçerik: Kişinin paylaştığı gönderiler, fotoğraflar ve yorumlar, onun ilgi alanları, değerleri ve sosyal çevresi hakkında bilgi sağlar.
8. Zamanlama: Mesajların ne sıklıkta ve hangi saatlerde gönderildiği, kişinin çevrimiçi alışkanlıkları ve iletişime verdiği önemi yansıtabilir.
9. Dijital Ayak İzi: Yukarıdaki ifadelerin toplamında genel bir ifade olarak dijital ayak izi kavramı kişinin çevrimiçi varlığı, sosyal medya profilleri ve diğer dijital izler, güvenilirlik ve samimiyet hakkında daha fazla bilgi sağlayabilir.

2.3.4.3.1. İlk İzlenimde Profil

İlk etkileşim sırasında insanlar öncelikle karşısındaki kişinin profilini inceleme eğiliminde olup söz konusu profili gerçekçilik, tamamlanmışlık ve doğrulama simgeleri yönünden gözlemlemektedirler (Utz, 2010, s. 317). Profil fotoğrafı ve bilgilerin gerçek ve doğrulanabilir olup olmadığı hususunu ele alan gerçekçilik kavramı kapsamında kullanıcılar karşısındaki profil sahte olup olmadığı hususunda bir yargıya varmaktadırlar (Ma & Agarwal, 2007, s. 51; Bacev-Giles & Haji, 2017, s. 53-54). Kullanıcıların kimliklerini doğrulamalarını sağlayarak ek bir güvenlik katmanı ekleyen platformlarda tamamlanmış ve doğrulanmış bir profil, güvenilirlik açısından olumlu bir etki yapmaktadır (Ma & Agarwal, 2007, s. 46-47; Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 24). Profilin ne kadar doldurulduğu ve eksik bilgi olup olmadığı hususunda ipuçları veren tamamlanmışlık faktörü ise profil sahibinin kendisi hakkında ne kadar bilgi verdiğini, profili ne kadar dikkatlice ve özenle hazırladığını göstermektedir (Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 534).

2.3.4.3.2. İlk İzlenimde Kullanıcı Değerlendirmeleri

Profil incelenirken dikkat edilen bir başka husus da arkadaşlar ve bağlantılardır. Profilinde çok sayıda arkadaş veya bağlantısı olan bir kullanıcı, diğer kullanıcılar tarafından kabul gördüğü ve güvenilir olduğu izlenimini yaratabilmektedir (Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 531). Bir kullanıcının popülerliği veya profilinde başkaları tarafından yapılan tavsiyeler veya beğeniler, kullanıcının güvenilirliğini ve yeteneklerini doğrulayan üçüncü taraf onayları olarak işlev görmektedir (Scott, 2014, s. 358-359).

Diğer kullanıcıların yorumları, bireyin karşı tarafa olan güvenini destekleyen doğrulanmış bilgiler sunduğu için bir kullanıcının önceki etkileşimleri hakkındaki olumlu geribildirimler ve değerlendirmeler (Utz, 2010, s. 315), yeni kullanıcıların bu kişiye karşı güven oluşturmaya ve yeni bir arkadaşlığın başlamasına neden olabilmektedir (Ma & Agarwal, 2007, s. 43). Olumlu geribildirimler ve yüksek puanlar, kullanıcının itibarını olumlu yönde etkileyerek güven oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Özellikle, değerlendirmelerin güvenilir kaynaklardan gelmesi, bu bilgilere olan güveni daha da

artırmaktadır (Scott, 2014, s. 362; Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 544; Xu & Liao, 2019, s. 39).

Öte yandan, kullanıcının önceki etkileşimleri hakkında olumsuz yorumlar ve düşük puanlar olması yeni kullanıcıların bu kişiye olan güvenini sarsabileceği düşünülmektedir. Ek olarak; ‘manipülasyon algısı’ da üzerinde durulması gereken ve sık rastlanan bir tutum olarak karşımıza çıkmaktadır (Hancock, Curry, Goorha, & Woodworth, 2008, s. 10-11). Bir kullanıcı hakkındaki yorumlar her ne kadar pozitif olsa da söz konusu geribildirimlerin sahte veya manipüle edilmiş olabileceği şüphesi, güvensizlik yaratabilmektedir (Utz, 2010, s. 316).

2.3.4.3.3. İlk İzlenimde Ortak Bağlantılar ve İlgili alanları

Online ortamda gerçekleştirilen kişilerarası iletişimde güvenin temelini oluşturan ortak bir zemin ve paylaşılan değerler sunan ortak bağlantılar ve ilgi alanları bilgisayar aracılı iletişimde ilk izlenim sırasında güven oluşumuna önemli bir etki yapabilmektedir. Tanıdık birinin onayı anlamına gelen ortak arkadaşların söz konusu olması yeni bir kişiyle iletişim kurarken güven oluşumunu destekleyebilmektedir. Ayrıca, iletişim kurulacak ortak bir zemin sunan ortak ilgi alanları samimi bir bağlantı kurmayı kolaylaştırmaktadır. Kişiler arasında doğal bir bağlantı kurma ve sohbet başlatma fırsatı sunan ortak ilgi alanları kapsamında; söz konusu benzerlikler, empati kurmayı ve diğer kişinin bakış açısını anlamayı kolaylaştırabilmektedir (Utz, 2010, s. 316).

2.3.4.3.4. İlk İzlenimde İletişim Tarzı ve Dil Kullanımı

Dilbilgisi hataları, argo kullanımı ve yazım tarzını ifade eden dil ve yazım kavramı bilgisayar aracılı iletişim ortamlarında ilk izlenim sırasında güven oluşumunu etkileyen önemli faktörlerden biridir. İlk etkileşim sırasında insanlar ayrıca karşılarındaki kişileri dil ve yazım, resmiyet, empati ve saygı faktörleri çerçevesinde iletişim tarzı yönünden de incelemektedir. Dilbilgisi hataları olmayan, düzgün bir yazım tarzına sahip mesajlar ve profiller, kullanıcının dikkatli, eğitilmiş ve profesyonel olduğu izlenimini yaratmakta ve diğer kişinin güvenini kazanmasına yardımcı olabilmektedir. Öte yandan aşırı argo kullanımı veya çok resmi olmayan bir dil tarzı, kullanıcının ciddiyetini ve

profesyonelliğini sorgulatmakta ve güven oluşturma sürecini zorlaştırabilmektedir (Switzer, 2008, Web).

Dahası, mesajlar ve profil bilgileri açık ve anlaşılır bir dil kullanılarak yazıldığında, karşı tarafın mesajın içeriğini daha kolay kavrayabilmesi iletişimi ve haliyle güven oluşumunu kolaylaştırmaktadır. Duygusal zekayı ve empatiyi yansıtan bir dil tarzı, karşı tarafın kullanıcıyla duygusal bir bağ kurmasını ve ona güven duymasını sağlayabilmektedir (Barczak, Lassk, & Mulki, 2010; Lee & See, 2004, s. 63). Kısacası kullanıcının kişisel dil ve yazım tarzı, onun kimliği ve kişiliği hakkında ipuçları vermekte ve diğer kullanıcıların onun hakkında daha iyi bir fikir edinmesine ve ona olan güvenlerini artırmasına yardımcı olabilmektedir (Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 533).

Bir kullanıcının iletişim tarzını, profesyonelliğini ve ciddiyetini yansıtan resmiyet kavramı diğer kullanıcının güvenini kazanmasına yardımcı olabilmekte veya bu süreci zorlaştırabilmektedir. Resmi bir iletişim tarzı, kullanıcının profesyonel ve ciddi olduğu izlenimini yarattığı için özellikle iş dünyası, akademik ortamlar veya resmi konularla ilgili iletişimde önem arz etmektedir. İletişimdeki resmiyet derecesi, konu ve ortama uygun olmalıdır (Rhoads, 2010, s. 117).

Ek olarak, iki kişi arasında etkileşim kurulurken, empati ve saygının varlığı, güvenilir bir atmosferin oluşmasına katkı sağlayarak bilgisayar aracılı iletişimde güven oluşturma sürecinde önemli roller oynamaktadır (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 18). Güvenilir bir ilişkinin temel taşlarından biri olan karşılıklı saygı ise güven inşa etmeye yardımcı olmaktadır (Kuo & Yu, 2009, s. 831). Dürüstlük ve açıklığa işaret eden empatik ve saygılı bir iletişim tarzı güvenilirlik algısını güçlendirmektedir (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 771). Empatik ve saygılı bir tutum, ilk izlenim sırasında olumlu bir etki yaratması dolayısıyla güven oluşturmaya kolaylaştırmaktadır (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 771; Peters, Covello, & McCallum, 1997, s. 4).

2.3.4.3.5. İlk İzlenimde İçerik

İçerik yönünden ise insanlar ilk tanıştıkları kişiye olan yazışmalarını açıklık ve şeffaflık, tutarlılık ve kişisel bilgi yönünden değerlendirmektedir (Li & Suh, 2015, s. 317; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 478). Bilgisayar aracılı iletişimdeki bilgilerin net,

anlaşılır ve dürüst bir şekilde sunulup sunulmadığına dair algıları içeren açıklık ve şeffaflık, BAİ'de ilk izlenim sırasında güven oluşumunu önemli ölçüde etkileyen faktörlerdendir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 454; Patil, Mason, & Loukides, 2018, Web).

Dürüstlüğü ve samimiyeti yansıtarak güvenilirlik algısını güçlendiren açık ve şeffaf iletişimde, bilgilerin açıkça ve anlaşılır bir şekilde sunulması, güven oluşturmaya kolaylaştırmakta ve karşı tarafın endişelerini gidermesine yardımcı olmaktadır (Patil, Mason, & Loukides, 2018, Web; Li & Suh, 2015, s. 317). İlk izlenim sırasında olumlu bir etki bırakan ve karşı tarafın güvenini kazanmaya yardımcı olan açık ve şeffaf bir iletişim tarzı, iletişimde güvenilir bir atmosfer oluşturarak, ilişkinin sağlam temeller üzerine inşa edilmesine katkı sağlamaktadır (Himmelboim, Lariscy, Tinkham, & Sweetser, 2012, s. 97). Açık ve şeffaf iletişim, karşı tarafın doğru bilgilere erişimini sağladığı için, karar verme sürecini desteklemektedir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 473; Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 16). Ayrıca, açık ve şeffaf bir iletişim şeklinin, bilgilerin doğrulanmasına olanak tanınması güven oluşumunu olumlu yönde etkilemektedir (Li & Suh, 2015, s. 317-318).

Bir kişinin veya kurumun sunduğu hikaye, bilgi veya verilerin birbiriyle uyumlu ve çelişkisiz olup olmadığını ifade eden tutarlılık, bilgisayar aracılı iletişimde ilk izlenim sırasında oldukça önemli bir role sahiptir (Li & Suh, 2015, s. 316). Çelişkisiz ve tutarlı bilgi sunumu, bireylerin veya kurumların güvenilir olduğu algısını güçlendirerek bir kişinin veya kurumun dürüst ve samimi olduğu izlenimini oluşturmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318). Tutarlı bilgi ve hikayeler ilk izlenim sırasında olumlu bir etki bırakarak ilişkinin sağlam ve güvenilir temeller üzerine inşa edilmesine yardımcı olmaktadır (Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 792). Bireylerin bilgileri doğrulamasına ve doğru kararlar almalarına yardımcı olan tutarlı bilgi karar verme sürecinde güven oluşturarak bireylerin rahat hissetmelerini sağlamaktadır (Li & Suh, 2015, s. 315; Lee & See, 2004, s. 59; Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 10).

İnsanlar, özellikle tanımadıkları kişilerle iletişim kurarken, kişisel ve hassas bilgilerini paylaşma konusunda genellikle temkinli davranmaktadırlar. Bu nedenle, kişisel bilgi istekleri, bilgisayar aracılı iletişimde ilk izlenim sırasında önemli bir etken olarak değerlendirilebilmektedir (Lee & See, 2004, s. 59). Kişisel veya hassas bilgilerin

istenmesi güvenlik endişelerine yol açabildiği için bireyin diğer tarafa olan güvenini azaltabilmekte ve bireyde rahatsızlık hissi yaratarak olumsuz bir ilk izlenim bırakabilmektedir (Scott, 2014, s. 368). Bireyin diğer tarafa karşı şüphe ve tedirginlik hissetmesine neden olabilen bu tür istekler ilişkileri zedeleyerek güven oluşumunu engelleyebilmektedir. Dolayısıyla, ilk tanışma sırasında kişisel bilgilerin istenmesi güven oluşturma sürecini zorlaştırmasının bile ötesinde iletişimi sınırlayabilmekte veya tamamen kesintiye uğratabilmektedir (Himmelboim, Lariscy, Tinkham, & Sweetser, 2012, s. 107). Bu sebeplerle güven oluşuktan sonra kişisel bilgi istekleri, daha olumlu bir şekilde değerlendirilebilir (Scott, 2014, s. 368). Kişisel bilgi isteklerinin saygılı ve gerekçelendirilmiş bir şekilde yapılması, olası olumsuz etkileri azaltabilir (Dutton & Shepherd, 2006; Scott, 2014).

2.3.4.4. Karşılıklılık

Karşılıklılık, güvenilir bir ilişki inşa etmenin temel taşlarından biridir. İki tarafın da birbirine karşı olumlu tutumlar sergilemesi ve değer vermesi, güvenin pekişmesine katkıda bulunmaktadır (Ma & Agarwal, 2007, s. 44; Hancock, Curry, Goorha, & Woodworth, 2008, s. 6).

2.3.4.5. Güvenilirlik ve Doğruluk

İletişim partnerinin sözünü tutma ve beklentilere uygun davranma yeteneği olarak tanımlanan güvenilirlik, bir kişinin veya hizmetin güvene layık olduğunu gösteren özellik ve davranışlardır (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web; Bodo, 2021, s. 2670). Güvenin oluşmasına katkıda bulunan doğruluk ise güvenilir bir kaynaktan gelen doğru ve güncel bilgilerin paylaşılması anlamına gelmektedir (Li & Suh, 2015, s. 316).

Güvenilirlik, zaman içinde sabit bir tutum ve davranış sergileyerek oluşturulabilir. Güvenilirlik, bilgisayar aracılı iletişim sürecinde aktif olan kişilerin, iletişim ortamının ve içerisindeki bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği ile ilgilidir (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web). Güvenilirlik kavramı bilginin manipüle edilmemiş olması, mesajların doğru alıcıya ulaşması ve iletişim ortamının sürekli olarak erişilebilir olması anlamına gelmektedir (Li & Suh, 2015, s. 315; Bodo, 2021, s. 2671).

Bir bireyin tutarlılık, dürüstlük ve yetkinlik göstermesiyle ilgili olan güvenilirlik kavramı, BAI'de güven oluşturma sürecinde önemli bir terimdir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 454). Bireylerin veya kurumların online platformlarda güvenilirlik oluşturma süreçleri, kültürel ve sosyal faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web; Bodo, 2021, s. 2671). Bu faktörlerin anlaşılması, BAI'de etkili güven stratejileri geliştirmek için önemlidir. İtibar ve sosyal kanıt gibi kavramlar aynı zamanda güvenilirlik olgusunda birer alt faktörler olarak esasında güvenilirlik kavramıyla birlikte düşünülmelidir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 454). Bu nedenle ilgili kavramlar literatürde aynı zamanda güvenilirliği etkileyen faktörler olarak kabul edilmekte olup söz konusu faktörler şu şekilde sıralanmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 316; Xu & Liao, 2019, s. 33; Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web; Bodo, 2021, s. 2672; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 455):

1. İtibar: Bir bireyin veya kurumun geçmişteki davranışları, onların gelecekteki davranışlarını öngörmek açısından önemli bir rol oynamaktadır. İtibar, çevrimiçi ortamda yorumlar, değerlendirmeler ve referanslar aracılığıyla kolayca sorgulanabilmektedir.
2. Sosyal Kanıt: İnsanlar, diğerlerinin yaptıklarını veya onayladıklarını gördüklerinde, aynı davranışı sergileme eğilimindedir. "Sosyal kanıt" olarak adlandırılan bu fenomen online ortamda güven oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır.
3. Kişisel Bağlantılar ve Tanıdıklık: Kişisel bağlantılar ve tanıdıklık, güven oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. İnsanlar, tanıdıklarından ve arkadaşlarından gelen bilgileri ve önerileri daha fazla güvenilir bulmaktadır.
4. Şeffaflık: Kurumlar ve bireyler, faaliyetleri ve niyetleri konusunda şeffaf olduklarında, diğerleri tarafından daha güvenilir bulunmaktadır. Şeffaflık, güvenin oluşmasına ve sürdürülmesine yardımcı olmaktadır.
5. İletişim Tarzı: Açık, saygılı ve samimi bir iletişim tarzı, güvenilirlik oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Dilin kullanımı, ton ve stil, bireylerin birbirlerine olan güvenini etkileyebilmektedir.

6. Profesyonellik ve Resmiyet: Etkileşimlerde profesyonellik sergilemek ve davranışlarda uygun düzeyde bir resmiyet güvenilirlik düzeyini arttırabilmektedir.
7. İletişim Becerileri: Düşünceleri ve duyguları açık ve etkili bir şekilde ifade etmek olarak tanımlanan açık iletişim ve başkalarının söylediklerini anlama ve onlara değer vermek olarak anlamlandırılan dinleme becerileri bir kişinin güvenilirliğini etkileyen faktörlerdir.

2.3.4.6. İtibar Sistemleri

Online platformlarda kullanıcı yorumları, değerlendirmeler ve itibar sistemleri, bir kişinin veya hizmetin güvenilir olup olmadığını değerlendirmenin önemli yollarından biridir (Xu & Liao, 2019, s. 37; Scott, 2014, s. 358). İyi bir itibar ve olumlu değerlendirmeler, güven oluşturmaya kolaylaştırmaktadır (Scott, 2014, s. 358; Bodo, 2021, s. 2674). Bu sistemler, kullanıcıların geçmiş davranışlarını ve etkileşimlerini yansıtarak güvenilirliklerini değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 317; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 454). Kullanıcılar, diğer bireylerin deneyimlerine dayanarak kararlarını şekillendirmektedirler (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 454).

2.3.4.7. Sosyal Kanıt

Sosyal kanıt, insanların başkalarının davranışlarını ve tercihlerini gözlemleyerek kendi tercihlerini şekillendirdiği bir olgudur (Qin, Cho, Li, & Zhang, 2021, Web; Bodo, 2021, s. 2669). Çevrimiçi ortamlarda, sosyal kanıt, yorumlar, beğeniler ve paylaşımlar aracılığıyla sağlanmaktadır. Online ortamda, popüler içerikler ve ürünler genellikle daha fazla güven uyandırmaktadır (Xu & Liao, 2019, s. 37; Scott, 2014, s. 358).

2.3.4.8. İletişim Kurulan Platformun Tasarımı

Bilgisayar aracılığıyla iletişim platformunun nasıl tasarlandığı, kullanıcıların güvenini etkileyebilmektedir (Ma & Agarwal, 2007, s. 42). Örneğin, güvenli bir bağlantı ve şifreleme ile kullanıcı verilerini koruyan bir platform, kullanıcıların güvenini

kazanabilmektedir. Sosyal medya platformunun tasarımı, güvenli ve şeffaf bir iletişim ortamı sağlamada önemli bir rol oynamaktadır (Li & Suh, 2015, s. 316, 317; Ma & Agarwal, 2007, s. 43). Platform, kullanıcıların birbirleri hakkında doğru bilgi edinmelerine ve etkileşimde bulunmalarına olanak tanımalıdır (Li & Suh, 2015, s. 317; Ma & Agarwal, 2007, s. 43, 44). Platformun kullanıcı gizliliğini koruması ve sahte hesapları önlemesi gibi faktörler, kullanıcıların platform üzerindeki etkileşimlere olan güvenini artırabilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 433; Utz, 2010, s. 314). Örneğin, kullanıcı profillerinde doğrulama rozetleri, kullanıcının kim olduğunun ve ne yaptığının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olarak güven oluşturabilmektedir. Söz konusu fenomen teknolojiye güven başlığı altında daha kapsamlı ve detaylı bir şekilde ayrıca tartışılmıştır.

2.3.4.9. Gizlilik ve Güvenlik

Kullanıcıların kişisel bilgilerinin korunması ve üçüncü taraflarla paylaşılmaması, güvenin temel taşlarından biridir. Bilgisayar sistemlerinin, yazılımların ve iletişim ağlarının güvenliği, güven oluşturma sürecinde kritik bir role sahiptir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 434; Ma & Agarwal, 2007, s. 46; Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 1; Blank & Dutton, 2012, Web).

2.3.5. BAİ’de Güvenin Sürdürülmesi ve Bozulması

2.3.5.1. Güvenin Sürdürülmesi

Güven, sürekli olumlu etkileşim ve dürüst iletişim yoluyla sürdürülmektedir (Li & Suh, 2015, s. 317). Güvenilir davranışlar sergilemek, güvenin devamlılığını sağlayabilmektedir. Güvenin sürdürülmesi için tutarlılık, şeffaflık ve açıklık önemlidir (Li & Suh, 2015, s. 316, 317). Kullanıcılar, güvendikleri kaynaklardan tutarlı ve doğrulanabilir bilgiler bekleyebilir.

2.3.5.2. Güvenin Bozulması ve Yeniden Kurulması

Karşı tarafın sahte bilgiler paylaşması veya dolandırıcılık yapması, söyledikleri ile yaptıkları arasında uyumsuzluk olması, iletişimde yetersiz veya duyarsız olması, verilen sözlerin veya taahhütlerin yerine getirilmemesi gibi hususlar bir kişinin

karşısındakine olan güveni kaybetmesine neden olabilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 435; Utz, 2010, s. 316; Hancock, Curry, Goorha, & Woodworth, 2008, s. 21; Blank & Dutton, 2012, Web). Başka bir deyişle, yanıltıcı bilgi veya dürüst olmayan davranışlar, güveni hızla bozabilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 434-435).

Güven bir kez sarsıldığında, güvenin yeniden kurulmasının zor olduğuna ve zaman alabileceğine inanılmaktadır. Ancak açıklık, hataları kabul etmek ve düzeltme yapmak, güveni yeniden inşa etmeye yardımcı olabilmektedir (Bodo, 2021, s. 2669). Bilgisayar aracılığıyla iletişimde bir kişinin karşıdakine duyduğu güveni kaybettikten sonra bu güveni yeniden kazanmak zordur, ancak imkansız değildir (Baier, 1986, s. 232). Eğer güven kaybına neden olan bir hata veya yanlış anlama söz konusuysa, durumu açıklamak ve samimi bir şekilde özür dilemenin önemli olduğu düşünülmektedir. Karşı tarafa yaşanan durumun nedenlerini ve bundan sonraki adımlarda nasıl düzeltilmesi planlandığını anlatmak, güvenin yeniden kazanılmasına yardımcı olabilmektedir. Dürüstlük ve şeffaflık, güvenin yeniden inşa edilmesinde kritik faktörlerdir (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995, s. 710; Butler, 1991, s. 643; Hosmer, 1995, s. 380). Kısacası, güvenin yeniden kazanılması zaman almakta ve sabır gerektirmektedir. Bu süreçte karşı tarafın duygularını ve endişelerini anlamak ve saygı göstermek, güveni yeniden inşa etme yolunda etkili olabilmektedir (Kramer, 1999, s. 570).

2.3.6. Güveni Engelleyen Faktörler

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde bir kişinin karşıdaki kişiye güven duymasını engelleyen bir dizi durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu durumlar genellikle iletişimdeki belirsizlikler, tutarsızlıklar ve diğer olumsuz faktörlerden kaynaklanmaktadır. Karşı tarafın verdiği bilgiler arasında tutarsızlıklar ve çelişkiler olması, güven duygusunu sarsabilmekte ya da karşı tarafın söyledikleri ile yaptıkları arasında uyumsuzluk olması, şüphe uyandırabilmektedir (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003, s. 773). Bazı durumlarda karşı tarafın mesajlara yavaş veya hiç yanıt vermemesi, iletişimde bir kopukluk hissi yaratmaktadır. Yetersiz ve yüzeysel iletişim, karşı tarafı daha iyi tanıma ve anlama fırsatını kısıtlamaktadır. Çevrimiçi anonimlik; dolandırıcılık ve sahtekarlık riskini arttırmakta ve karşı tarafın kimliği ve gerçek niyetleri

hakkında yeterli bilgiye sahip olmamak, güvensizlik yaratmaktadır (Utz, 2010, s. 316; Miller, 2015, s. 18).

Karşı tarafın geçmişteki olumsuz davranışları veya kötü şöhreti, güven duymayı zorlaştırmaktadır. Geçmişte yaşanan güven ihlalleri, şüphe ve tedirginlik duygularını tetikleyebilmektedir. Ek olarak, dil bariyerleri ve kültürel farklılıklar, iletişimi zorlaştırarak yanlış anlamalara yol açabilmektedir (Jones & George, 1998, s. 532). Karşı tarafın iletişim tarzı ve kullanılan dil, yanlış yorumlanarak güvensizlik yaratabilmektedir. Çevrimiçi ortamın doğası gereği gizlilik ve güvenlik endişeleri, güven duygusunu zedelemektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437). Kişisel bilgilerin ve verilerin kötüye kullanılma riski, güven inşa etmeyi zorlaştırmaktadır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 442). Çevrimiçi iletişimde sosyal ipuçları ve beden dili gibi önemli iletişim unsurları eksiktir. Bu eksiklik, karşı tarafın duygusal durumu ve niyetleri hakkında doğru değerlendirmeler yapmayı zorlaştırmaktadır (Turilli, Vacarro ve Taddeo'dan aktaran Miller, 2015, s. 18).

2.3.7. BAİ'de Algılanan Risk ve Güven

Kullanıcıların algıladığı risk düzeyi, güven oluşturma sürecini etkilemektedir. Düşük riskli durumlar, güvenin kolayca oluşmasına yardımcı olurken, yüksek riskli durumlar kullanıcıları daha temkinli hale getirmektedir (Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003). Dolayısıyla algılanan risk, kullanıcının güven duygusunu önemli ölçüde etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde bir kişi karşısındaki kişiye güvendiğinde, bu güvenin kötüye kullanılma riski her zaman vardır. Dolandırıcılık, yanıltıcı bilgi, duygusal manipülasyon gibi riskler bilgisayar aracılı iletişimden bağımsız olarak kişinin karşısındakinin niyetlerinden kaynaklanan tehditlerdir (Miller, 2015, s. 18). Bu riskleri yüz yüze iletişimde ve bilgisayar aracılı iletişimde tespit edebilme olanakları başlı başına ayrı bir tartışma konusudur ve yukarıda tartışmıştır. Ancak, bir de bilgisayar aracılı iletişim sürecinin kendi doğasından kaynaklanan riskler de devreye girmektedir. Bunlar, kişisel verilerin sızdırılması, gizlilik ihlali, veri güvenliği zafiyetleri gibi faktörleri içermektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 442). ,

2.3.8. BAİ’de Güven Oluşumunda Kişi, Bilgi ve Teknoloji Özellikleri

Kişilerarası iletişim güven modelleri incelendiğinde, genelde güvenen ve güvenilen bireylerin karakteristikleri olmak üzere, güvenin temel iki belirleyicisi üzerinde durulduğu görülmektedir. Söz konusu bilgisayar aracılı iletişim olunca devreye teknolojinin özellikleri kavramı da girmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 36). Çünkü teknolojinin kendine özgü özellikleri de güven oluşturma sürecine etki etmektedir. BAİ’de, teknoloji aracılığıyla iletişim kurulduğu için, teknolojinin güvenilirliği, güvenlik düzeyi ve kullanıcı deneyimi gibi özellikleri de güven oluşturma sürecinde belirleyici olabilmektedir (Li & Suh, 2015, s. 315).

2.3.8.1. BAİ’de Kişiyi Güven

Bilgisayar aracılı iletişimde güvenilen kişinin özelliklerine dair belirleyiciler esasında “BAİ’de güvenin bileşenleri” arasında yer alan “ilk izlenim” başlığı altında anlatılanlarla paralellik göstermektedir, ancak teknolojiye güven olgusuyla karşılaştırmalı bir yaklaşım sergilemek için burada kişinin özellikleri çerçevesinde biraz daha farklı bir açıdan ele alınmıştır. Bilgisayar aracılı iletişimde güvenilen kişide aranan özellikler esasında yüz yüze kişilerarası iletişimde belirlenen güvenilirlik faktörleriyle de paralellik göstermektedir. Dolayısıyla kişilerarası iletişim güven modelleri bölümünde anlatılan öğretiler bilgisayar aracılı iletişimde güvenilen kişinin özelliklerini de kapsamaktadır. Söz konusu özellikler genel olarak uzmanlık, yetenek, dürüstlük, inanılabilirlik, iyilik, yardımseverlik, sadakat, açıklık, tutarlılık, şeffaflık, saygı, anlayışlılık, empati, uyum, adalet, fedakarlık, doğrulanabilirlik, sosyal kanıt ve referanslar, olumlu geribildirim ve değerlendirmeler, iletişim tarzı gibi başlıklar altında sıralanmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 317).

Deutsch’un (1958, s. 265) da belirttiği üzere bir kişinin güveni, karşısındaki kişinin bu güveni hak etme durumuna bağlıdır. Çünkü güven, güvenen kişinin, güvenilen kişi hakkında sahip olduğu bilgiler ve bu kişinin kendi çıkarlarına uygun hareket edeceği yönündeki mantıklı çıkarımları sonucunda oluşmaktadır (Hardin, 1992, s. 153).

Güven seviyesiyle, bilgi paylaşımı, etki ve kontrol doğru orantılı bir ilişkiye sahiptir (Zand, 1972, s. 230). Butler’e (1991, s. 644) göre bir kişiyi güvenilir kılan ve

güvenmenin koşulları olarak nitelenen uygunluk, yetkinlik, tutarlılık, sır tutma, adalet, dürüstlük, sadakat, açıklık, sözün yerine getirilmesi, anlayışlılık olmak üzere faktörler bulunmaktadır. Mayer ve diğerlerine (1995, s. 709) göre ise güvenen kişi, güvenilenin yetkinliğine, doğruluk prensiplerine bağlılığına ve iyi niyetine dayalı olarak bir risk üstlenerek güvenme eylemini gerçekleştirmektedir. Shockley-Zabalak ve diğerlerine göre (2000, s. 35) ise güvenin koşulları karşı tarafın niyetlerine ilişkin pozitif beklentileri içeren güveni etkileyen uzmanlık, açıklık, dürüstlük, inanılabilirlik, özdeşleştirme, karşıdakinin iyiliğini düşündürmektedir.

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde, bir kişinin karşıdaki kişiye güven duymasını sağlayan çeşitli faktörler genellikle kişinin iletişim tarzı, davranışları ve profil bilgileri ile ilgilidir. Kişinin gerçek ve doğru bilgi vermesi olarak nitelenen dürüstlük, kişisel deneyimleri ve düşünceleri paylaşması anlamına gelen açıklık, söyledikleri ve yaptıkları arasında tutarlılık, mesajlara ve sorulara zamanında yanıt vermek, karşıdaki kişinin duygularını ve ihtiyaçlarını anlamak ve empati göstermek, karşıdaki kişiye destek olmak ve pozitif bir tutum sergilemek gibi durumlar bilgisayar aracılı iletişimde güven oluşumunu tetiklemektedir (Li & Suh, 2015, s. 315; Xu & Liao, 2019, s. 33).

Ayrıca, genel ve şablon yanıtlardan kaçınarak, özgün ve kişisel yanıtlar vermekle birlikte saygılı ve kibar bir dil kullanmanın da güvenmeyi pekiştirdiği savunulmaktadır. Biçimsel bir iletişimde profesyonel ve resmi bir dil kullanırken biçimsel olmayan bir iletişimde samimi bir dil kullanmak arasındaki dengeyi kurmak da güveni sağlayan unsurlar arasında kabul edilmektedir (Wu, Hu, & Wu, 2010, s. 5; Xu & Liao, 2019, s. 36). Bilgisayar aracılı iletişim literatüründe sıkça gündeme gelen sosyal kanıt ve referans kavramları çerçevesinde ortak bağlantılar veya referanslar ile diğer kullanıcılar tarafından yapılan olumlu değerlendirmeler ve geri bildirimlerin bir kişiye güvenmekte yol gösterici olduğunu bir kez daha hatırlatmakta fayda olduğu düşünülmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 37).

2.3.8.2. BAİ’de Bilgiye Güven

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde bir kişinin edindiği bir bilginin doğru olup olmadığını değerlendirirken dikkate alması gereken ve bilginin güvenilirliğini, doğruluğunu ve geçerliliğini değerlendirmeye yardımcı olan çeşitli kriterler

bulunmaktadır. Söz konusu kriterler aşağıda listelenmiştir (Li & Suh, 2015, s. 314; Xu & Liao, 2019, s. 32; Dutton & Shepherd, 2006, s. 433; Scott, 2014, s. 358):

- Kaynak Güvenilirliği
 - Yazarın Uzmanlığı, Kaynağın Saygınlığı, Kaynağın Otoritesi, Doğrulanmış Hesaplar, Ortak Bağlantılar
- İçerik
 - Multimedya Elemanları (Metin (Yazılı), Sesli, Yazılı ve Görsel, Görsel-işitsel/Video), Özgün İçerik
- Doğrulanabilirlik
 - Kaynak Gösterimi, Diğer Kaynaklarla Uyumu (Dış Tutarlılık), Araştırma ve Ampirik Kanıtlar
- Tutarlılık
 - İç Tutarlılık, Mantıksal Bütünlük, Zaman İçinde Tutarlılık, Sosyal Doğrulama (Sosyal Kanıt), Kullanıcı Yorumları, Geribildirimler, Paylaşım ve Beğeni Sayıları, Topluluk Onayı
- Güncellik
 - Bilginin Tarihi (Zaman Damgası), Güncel Olaylarla İlgisi, Konunun Zaman Hassasiyeti
- Ayrıntı ve Derinlik
 - Detaylı Bilgi, Örnekler, Kapsamlılık
- Tarafsızlık (Şeffaflık ve Açıklık)
 - Tarafsız Bakış Açısı, Yanlılık ve Ögyargı, Reklam ve Sponsorluklar İçermeme, Çıkar Çatışmaları

2.3.8.2.1. Bilgide Kaynak Güvenilirliği

Bilgiyi paylaşan kişinin konu hakkında uzman olup olmadığına işaret eden yazarın uzmanlığı kavramı bilgiye olan güveni büyük ölçüde etkileyebilmektedir (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 67). İnsanlar genellikle, konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olan ve alanında uzmanlaşmış kişiler tarafından paylaşılan bilgilere daha fazla güvenmektedirler (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 70, 73). Uzmanlık, yazarın konuya

hakimiyeti ve bilgiyi doğru bir şekilde sunma yeteneği ile ilişkilendirilmektedir (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 74). Bilgiyi paylaşan kişi veya kurumun konu hakkında otorite sahibi olup olmadığı hususu onların bu konuda geniş bir bilgi birikimine ve deneyime sahip olduğu anlamına gelmektedir (Li & Suh, 2015, s. 316).

Sosyal medya platformlarında, bir kişinin kimliğinin resmi olarak teyit edildiğini gösteren bir işaret taşıyan doğrulanmış hesaplar tarafından paylaşılan bilgiler genel olarak daha güvenilir kabul edilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 448). Bu hesaplar genellikle ünlüler, markalar, politikacılar veya diğer tanınmış kişi ve kuruluşlara aittir. Doğrulanmış hesaplar genellikle daha fazla takipçiye ve etkileşime sahiptir, dolayısıyla paylaştıkları bilginin daha geniş bir kitle tarafından görülmesi ve doğrulanması mümkündür. Ayrıca, doğrulanmış hesapların genellikle içeriklerini dikkatli bir şekilde hazırlayıp paylaşmaları bilginin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda yüksek standartlar oluşturabilmektedir (Ma & Agarwal, 2007, s. 45). Ek olarak, bilgisayar aracılı iletişimde ortak bağlantılardan gelen bilgiler; benzer perspektifler, sosyal onay, kişisel bağ vb. gerekçelerle daha fazla güven teşkil edebilmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 37). Ortak bir zemin ve ortak değerler paylaşıldığını gösteren ortak bağlantılar, insanların birbirine olan güvenini güçlendirebilmektedir. Eğer bir bilgi parçası bir kişinin tanıdığı birinden geliyorsa veya ortak bir bağlantısı tarafından onaylanmışsa, bu bilginin doğruluğuna olan güveni artırabilmektedir (Beaudoin, 2008, s. 552).

2.3.8.2.2. Bilgi ve İçerik

Bilgisayar Aracılı İletişim (BAİ) ortamında, içerikler çeşitli multimedya elemanlarıyla zenginleştirilebilmektedir. Söz konusu multimedya elemanlarının metin (yazılı), sesli, görsel, görsel-işitsel/video farklı içerikler barındırması söz konusu bilginin güvenilirlik düzeyini etkilemektedir (Xu & Liao, 2019, s. 35-36). Başka bir deyişle, bilgi sunumunda kullanılan farklı medya türleri, kullanıcıların bilgiyi algılamalarını ve ona olan güvenleri üzerinde etkin bir rol oynamaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 469).

Bilgisayar Aracılı İletişimde, bilgi sunumu ve doğrulamanın mekanizmaları, içeriğin formatı ve içerdiği multimedya elemanlarına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Xu & Liao, 2019, s. 35-36). Bu bağlamda, metin tabanlı bilgi sunumları,

güvenilirlik değerlendirmesi yapılırken belirli ölçütler üzerinden analiz edilmektedir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 469). Metnin kendisi, kaynağın güvenilirliği, dil kullanımı, üslup ve içerik açısından tutarlılık gibi faktörler, kullanıcılar tarafından bilginin doğruluk düzeyini değerlendirme amacıyla ele alınmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318; Xu & Liao, 2019, s. 36). Ancak, metin tabanlı bilgi sunumlarında güven belirleme kriterleri sınırlı kalmaktadır (Xu & Liao, 2019, s. 35).

Metin içeriğinin görsel öğelerle desteklenmesi durumunda, kullanıcılar için ek bir doğrulama aracı oluşmaktadır (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 472). Görseller, metnin iddialarını gözle görülür bir şekilde destekleyerek, bilginin güvenilirliğini artırabilmektedir. Bu durum, özellikle kişiler arası iletişimde önemlidir (Xu & Liao, 2019, s. 37-38; Taber & Lodge, 2016, s. 65). Örneğin, bir sosyal medya platformunda bir kişinin yaşadığı olayı anlatan bir metin mesajı, olay yerinden çekilmiş fotoğraflarla desteklendiğinde, diğer kullanıcılar için bu bilgi daha güvenilir hale gelebilmektedir.

Benzer bir şekilde, görsel öğelerin ötesine geçilerek video içeren içerikler, sesli ve görsel bilgileri bir araya getirerek kullanıcılara daha kapsamlı bir doğrulama imkanı sunmaktadır. Ses, video ve metin içeren görseller, bilginin doğruluk düzeyini değerlendirme konusunda kullanıcılara çok yönlü bir perspektif sağlamaktadır (Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008, s. 536). Bu tür bir multimedya zenginleştirilmesi, kişilerarası iletişimde, özellikle de görüş ayrılıkları, anlaşmazlıklar veya tartışmalı konular söz konusu olduğunda, bilginin doğrulanmasına yardımcı olabilmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 38-39; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 48).

Yukarıdaki açıklamalar paralelinde Carr (2020, s. 12) yüz yüze iletişim ve bilgisayar aracılı iletişimin karşılaştırıldığı çalışmalara atıfta bulunarak önemli olanın iletişim bilgisayar destekli olup olmaması değil iletişim aracının içeriği olduğunu savunmaktadır. Sprecher'ın 2014 yılında gerçekleştirdiği bir araştırmadan aktaran Carr, bilgisayar aracılı iletişim ile yüz yüze iletişim arasındaki geleneksel ikili ayrımın artık geçerli olmadığını ve bilgisayarların kullanımının ilişkisel sonuçları otomatik olarak belirlemediğini iddiasını kabul etmektedir. Ona göre; BAİ'nin, bir zamanlar ilişkisel gelişimi engellediği düşünülse de, yapılan araştırmalar BAİ'nin yüz yüze iletişim ile eşdeğer, hatta bazı durumlarda daha üstün ilişkisel sonuçlar üretebileceğini göstermiştir. Metin, ses, video ve yüz yüze arasındaki etkileşim modları karşılaştırıldığında, yalnızca

metin tabanlı BAİ'nin diğer üç durumdan (ses, video, yüz yüze) daha düşük ilişkisel sonuçlar ürettiği bulunmuştur. Bu durum, iletişim sürecindeki içeriğin, bir cihazın aracı olarak kullanılıp kullanılmamasından daha önemli olduğunu göstermektedir (Xu & Liao, 2019, s. 39).

Kısacası, BAİ'de bilgi sunumunun güvenilirliği, içeriğin formatına ve içerdiği multimedya elemanlarına bağlı olarak değişmektedir. Metin tabanlı bilgiler belirli bir güven düzeyi sunarken, görsel ve video içeren içerikler güven düzeyini artırabilmekte ve kullanıcılara bilgiyi çok yönlü bir şekilde doğrulama imkanı tanımaktadır. İçerik, kişiler arası iletişimde bilgi akışının doğruluğunu ve güvenilirliğini artıran kritik bir unsurdur (Li & Suh, 2015, s. 318).

2.3.8.2.3. Bilginin Doğrulanabilirliği

"Doğrulanabilirlik," bilgi ve verinin kaynağının doğruluk düzeyini anlamak ve teyit edebilmek için bir araçtır. Bir bilgi parçasının veya iddianın arkasındaki destekleyici kanıtların, referansların ve kaynakların açıkça belirtilmesini ifade eden kaynak gösterimi BAİ sürecinde bilgiye yönelik güven oluşumuna önemli bir etki yapmaktadır (Xu & Liao, 2019, s. 32; Bodo, 2021, s. 2680). Kaynak gösterimi, içeriğin şeffaflığını artırdığı için kullanıcılar, bilginin nereden geldiğini ve hangi verilere dayandığını görebildiklerinde, bilgiye olan güvenleri artmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 317). Özellikle akademik çalışmalar, haber makaleleri ve resmi raporlar gibi durumlar için geçerli olan kaynak paylaşımı, kullanıcıların bu kaynakları inceleyerek bilginin doğruluğunu kendileri teyit edebilmelerine imkan sağlamaktadır. Bilgisayar aracılı iletişimde bilgi kirliliği kavramının literatürde tartışmalı olduğu bir dönemde yanıltıcı bilgilere karşı önlem almak üzere kaynak gösterimi ayrıca önem arz etmektedir (Li & Suh, 2015, s. 314). Bir bilgi parçasının arkasında güçlü ve saygın kaynaklar bulunduğunu görmek, kullanıcıların bu bilgiye olan güvenini artırabilmektedir. Güvenilir kaynaklar, bilginin doğruluğunu ve geçerliliğini pekiştirmektedir (Xu & Liao, 2019, s. 36).

Doğrulanabilirlik çerçevesinde; bir bilgi parçasının veya iddianın, diğer güvenilir kaynaklarla ne ölçüde uyum içinde olduğuna işaret eden "Diğer Kaynaklarla Uyumu (Dış Tutarlılık)" kavramı da bilginin güvenilirliğini değerlendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Bir bilgi, diğer bağımsız ve güvenilir kaynaklar tarafından onaylandığında,

bu bilginin doğruluğu konusunda daha fazla güven oluşmaktadır (Xu & Liao, 2019, s. 36). Kullanıcılar, birden fazla kaynağın aynı bilgiyi desteklemesi durumunda o bilginin yanıltıcı veya hatalı bilgi ihtimalini daha düşük bulmaktadırlar. Bir bilgi veya iddia, geniş bir uzmanlar topluluğu tarafından kabul görüyorsa, bu durum bilgiye olan güveni artırmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318). Bilginin dış tutarlılığını gösteren diğer kaynaklarla uyum, güvenilirlik algısını pekiştirmekte ve bilgiye olan şüpheyi azaltmaktadır. Bilginin kritik bir şekilde değerlendirildiğini ve çeşitli perspektiflerden incelendiğini gösteren diğer kaynaklarla uyum, bilginin bütünlüğünü ve güvenilirliğini artırmaktadır (Xu & Liao, 2019, s. 39).

Ek olarak, bilgisayar aracılı iletişim ortamında, “araştırma ve ampirik kanıtlar” kavramının, bilgiye duyulan güveni arttırmak için belirleyici bir etki yapabileceği düşünülmektedir. Özellikle bilimsel iddialar, istatistiksel veriler ve araştırma bulguları söz konusu olduğunda araştırma verilerine dayalı kanıtların hayati öneme sahip olduğu bir iddianın bilimsel olarak temellendirildiğini gösteren araştırmalar ve ampirik kanıtlara dayalı bir bilgi, spekülasyon veya kişisel görüşten ziyade gerçek verilere dayandığı için daha güvenilir kabul edilebilir. Ampirik kanıtların, istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar sunabilmesi bir fenomenin gerçekten var olduğuna dair güçlü kanıtlar sağlamakta ve bilgiye olan güven düzeyini yükseltmektedir (örn. Xu & Liao, 2019, s. 38; Ma & Agarwal, 2007, s. 45).

2.3.8.2.4. Bilginin Tutarlılığı

Bilginin tutarlılığı, bir bilgi parçasının kendi içinde tutarlı olması ve çelişkiler içermemesi anlamına gelmektedir. Eğer bir bilgi parçası kendi içinde tutarlıysa ve çelişkiler içermiyorsa, bu kullanıcıların bilgiye olan güvenini artırmaktadır (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 478). Bir bilginin anlaşılır olmasına katkıda bulunan iç tutarlılık, bilginin herhangi çelişki içermediği anlamına gelmektedir (Lee & See, 2004, s. 57). Bilgi çelişkili olmadığında o bilgiyi anlamak daha kolay olmakta ve bilgiye olan güveni artırmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 316).

Bir bilginin mantıklı bir yapıya sahip olması ve argümanların birbirini destekleyici ve mantıklı bir şekilde sıralanması anlamına gelen mantıksal bütünlük; akıl yürütme yoluyla sorgulandığında bilginin kullanıcılar tarafından daha rahat bir şekilde

değerlendirilip anlaşılmasını sağlamaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318; Jarvenpaa & Leidner, 1999, s. 792). Mantıksal bütünlüğe sahip bir bilginin, kullanıcıları ikna etme gücüne sahip olduğu savunulmaktadır. Mantıksal bütünlük bilginin doğruluğu ve güvenilirliği hakkında daha sağlam bir temel oluşturduğu için kullanıcılar, karar verme süreçlerinde mantıksal bütünlüğe sahip bilgiyi tercih etmektedirler (Li & Suh, 2015, s. 317).

Zaman içinde tutarlılık, bilginin zamanla tutarlı kaldığı ve geçmişte yapılan açıklamaların, iddiaların veya verilen bilgilerin şimdiki veya gelecekteki durumlarla çelişmediği anlamına gelmektedir (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 68). Özellikle sürekli güncellenen ve değişen bilgi akışının olduğu çevrimiçi ortamlarda oldukça önemli olan bu kavram kullanıcılar tarafından daha güvenilir bilgi sunması nedeniyle kabul görmektedir (Li & Suh, 2015, s. 316). Bir kaynağın veya yazarın geçmişte paylaştığı bilgilerin zaman içinde tutarlı olması, bu kaynağın veya yazarın kredibilitelerini artırmaktadır (Lowry, Wilson, & Haig, 2014, s. 63). Bu nedenle kullanıcılar, zamanla tutarlı kalan bilgiyi daha doğru ve güvenilir bulma eğilimindedir.

2.3.8.2.5. Bilgi ve Sosyal Doğrulama

Sosyal doğrulama veya sosyal kanıt, bireylerin çoğunluğun eylemlerini veya görüşlerini referans alarak kararlarını şekillendirdiği bir psikolojik ve sosyal fenomendir (Xu & Liao, 2019, s. 37). Kullanıcı yorumları, bu sosyal doğrulama sürecinde önemli bir rol oynamakta ve bilgisayar aracılı iletişim sürecinde, özellikle kişilerarası iletişim bağlamında, bilgiye olan güveni etkileyebilmektedir. Kullanıcı yorumları, bir bilgi parçasının veya iddianın topluluk tarafından onaylandığını göstermektedir. Diğer insanların olumlu deneyimleri veya görüşleri, bireylerin o bilgiye olan güvenini artırabilmektedir. Kullanıcı yorumları, gerçek insanların gerçek deneyimlerini yansıttığı için, teorik bilgilerden veya uzman görüşlerinden daha inandırıcı olabilmektedir. Çünkü bireyler arasında doğal bir güven oluşturabilmektedir. Farklı kullanıcıların farklı perspektiflerden yorumlar yapmasının bilginin çeşitliliğini ve kapsamını artırması sayesinde bireylerin bilgiyi daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmesine ve potansiyel yanlışlıkları tanınmasına olanak sağlanmaktadır (Beaudoin, 2008, s. 552).

Sosyal doğrulama sürecinde kullanıcı yorumları ile benzer bir çerçevede ele alınan geribildirim terimi de önemli bir yer edinmiştir. Geribildirimler, bireylerin birbirlerine gerçek zamanlı olarak tepki vermesini sağlamak ve iletişimin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmaktadır. Olumlu geribildirimler, bilginin doğrulanmasına ve onaylanmasına yardımcı olabilmektedir. Bir kişi tarafından paylaşılan bilgi, diğerleri tarafından doğrulanıp onaylandığında, bu bilgiye olan güvenin artacağı savunulmaktadır. Düşünceli ve yapıcı geribildirimlerin, iletişim kalitesini artırması ve bireyler arası güveni güçlendirmesi; bilgi alışverişinin daha açık ve dürüst bir şekilde gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318).

Paylaşım ve beğeni sayılarının da sosyal doğrulama fenomeninin önemli bir parçası olduğu iddia edilebilir. Yüksek paylaşım ve beğeni sayıları, bir bilginin veya içeriğin popüler olduğu algısını yaratarak bireylerin bu bilgiye daha fazla güvenmesine neden olabilmektedir. Çünkü paylaşım ve beğeni sayılarının, çoğunluğun bir bilgiyi veya içeriği onayladığının bir göstergesi olduğu düşünülebilmektedir. Dolayısıyla insanlar, çoğunluğun onayını bir güvenilirlik işareti olarak algılayabilmektedir. Yüksek paylaşım ve beğeni sayıları, bireyler arası etkileşimi ve katılımı teşvik edebilmektedir. Bu durum, bilgi alışverişini ve tartışmayı kolaylaştırarak bilgiye olan güveni artırabilmektedir. Yukarıdaki argümanlara benzer bir şekilde; bir bilginin veya fikrin bir topluluk veya grup tarafından kabul edilmesi ve desteklenmesi anlamına gelen topluluk onayı bir bilginin veya fikrin sosyal olarak desteklendiğini göstererek bireylerin bu bilgiye güven duymasını sağlayabilmektedir (Beaudoin, 2008, s. 552). Bir bilginin topluluk tarafından onaylanmasının, bu bilginin yerel kültür, değerler ve normlarla uyumlu olduğunu göstermekte olduğu düşünülmektedir. Bu uyum, bireylerin bu bilgiye güven duymasını kolaylaştırabilmektedir. İnsanlar, aidiyet ihtiyacını karşılamak ve sosyal kimliklerini güçlendirmek için gruplarla bağlantı kurmaktadır. Bir topluluğun onayı, bu grupta bağlantı kurma ve grup normlarını benimseme arzusunu teşvik etmektedir.

2.3.8.2.6. Bilginin Güncelliği

Güncellik, bilginin ne kadar yeni veya eski olduğunu ifade etmektedir ve bilgi akışının olağanüstü boyutlarda hızlandığı bilgisayar aracılı iletişim sürecinde, bilgiye olan güvenin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır (Bodo, 2021, s. 2677). Bir bilginin

veya iletişimin ne zaman oluşturulduğunu veya güncellendiğini gösteren bir işaret olan bilginin tarihi veya zaman damgası, bilgiye olan güvenin değerlendirilmesinde önemli bir faktördür (Li & Suh, 2015, s. 316; Bodo, 2021, s. 2677). Güncel bilgiler, mevcut durumlar veya olaylarla daha ilgili olma eğilimindedir. Eğer bir bilgi yeni ve güncel ise, kullanıcılar bu bilginin şu anki durumları anlamalarına yardımcı olacağını düşünebilmektedir (Bodo, 2021, s. 2677). Zaman içinde değişebilen durumlar söz konusu olduğunda, güncel bilgiler daha doğru olabilmektedir (Li & Suh, 2015, s. 320). Özellikle hızla değişen konular (teknoloji, haberler vb.) söz konusu olduğunda, bilginin tarihi önem kazanmaktadır.

2.3.8.2.7. Bilgide Ayrıntı ve Derinlik

Bir bilgi kaynağının kalitesini ve güvenilirliğini değerlendirmek için kullanılan bilgide ayrıntı ve derinlik terimi, bir konunun ne kadar detaylı ve kapsamlı bir şekilde ele alındığını ifade etmektedir (Li & Suh, 2015, s. 316; Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 477). Detaylı bilgi, bir konunun çeşitli yönlerini açıklamak ve derinlemesine anlamak için gerekli olan ayrıntılı ve kapsamlı veriyi içermektedir (Calefato, Lanubile, & Novielli, 2015, s. 477). Bir bilgiyi alan tarafın bilgiyi bağımsız olarak doğrulamasını kolaylaştıran detaylı bilgi konunun tam bir resmi sunmakta ve alıcıya konuyu kapsamlı bir şekilde anlama fırsatı tanımaktadır (Li & Suh, 2015, s. 322). Ayrıntılı bilgi, olası soru ve şüpheleri gidermeye yardımcı olarak bilgiye olan güveni pekiştirmektedir.

Ayrıntı ve derinlik kapsamında kullanılan “örnekler”, anlatılan konseptleri veya iddiaları desteklemek için kullanılan spesifik durumları, hikayeleri veya vakaları ortaya koymaktadır. Karmaşık veya soyut konseptleri somutlaştırarak daha anlaşılır hale getiren örnekler sayesinde alıcının bilgiyi daha iyi kavraması ve dolayısıyla bilgiye daha fazla güven duyması mümkün olmaktadır. Kişisel veya canlı örnekler sunmak, alıcıyla duygusal bir bağ kurarak ve empati yaratarak bilgiye olan güveni artırabilmektedir. Gerçek dünya örnekleri, iddiaları veya bilgileri doğrulamak için kullanılarak bilgiye olan güveni pekiştirebilmektedir (Li & Suh, 2015, s. 317).

Online kişilerarası iletişimde, bir konunun ne kadar geniş ve detaylı bir şekilde ele alındığını içeren bilginin kapsamlılığı da alıcıların bir bilgi parçasına olan güvenini önemli ölçüde etkilemektedir. Bir konunun her yönünü ele alarak alıcıya eksiksiz bir bakış açısı sunan kapsamlı bir içerik, alıcının bilgiyi tam anlamıyla değerlendirebilmesine

olanak tanımaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318). Farklı perspektifleri içeren kapsamlı bilgi, tarafsız ve dengeli bir yaklaşım sergilediği için güvenilir bulunabilmektedir. Konuyla ilgili detaylı açıklamalar ve somut deliller içeren kapsamlı bilgi, alıcının bilgiyi doğrulamasına ve anlamasına yardımcı olmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 318).

2.3.8.2.8. Bilgide Tarafsızlık (Şeffaflık ve Açıklık)

Tarafsızlık, bilgiyi sunan kişinin kişisel önyargılarını, düşüncelerini ve duygularını bir kenara bırakarak, konuya dair gerçekleri ve farklı bakış açılarını açık ve şeffaf bir şekilde iletmesidir (Li & Suh, 2015, s. 316; Peters, Covello, & McCallum, 1997, s. 4). Tarafsız bir bakış açısı, konunun farklı yönlerini ve perspektiflerini dengeli bir şekilde sunmasına ön ayak olarak bilginin doğruluk payını genişletmekte ve alıcıların bilgiye olan güvenini güçlendirmektedir (Li & Suh, 2015, s. 318; Carpenter, 2008, s. 532). Tarafsız bir yaklaşım, kişisel duyguların veya önyargıların etkisini azalttığı için bilginin nesnel ve doğru olduğu algısını pekiştirmektedir (Kunda, 1990, s. 491). Tarafsızlık, bilginin kaynağını, olası çıkar çatışmalarını ve diğer açıklamayı bilgileri açıklamayı içermektedir (Carpenter, 2008, s. 533; Peters, Covello, & McCallum, 1997, s. 4). Bu şeffaflık, alıcıların bilgiyi daha iyi değerlendirmesine ve ona güven duymasına yardımcı olmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 316, 317).

2.3.9.3. Teknolojiye Güven

Bilgisayar aracılı iletişimde güven, sadece insanlar arasındaki etkileşimlerle sınırlı değildir (Lee & See, 2004, s. 50). Kullanıcıların platforma ve teknolojiye olan güveni de büyük önem taşımaktadır (Li & Suh, 2015, s. 321; Bodo, 2021, s. 2672). Teknolojinin güvenilirliği, kullanıcı verilerinin korunması, gizlilik politikaları ve platformun kullanıcı dostu olması, güven oluşumunda kritik rol oynamaktadır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437). Örneğin, bir e-ticaret sitesinin güvenli ödeme seçenekleri sunması ve kullanıcı yorumlarını sergilemesi, tüketicilerin siteye olan güvenini artırabilmektedir (Metzger, 2017, Web). Teknolojinin hızla gelişmesi, güven konusunda yeni sorunlar ve fırsatlar yaratmaktadır (Lee & See, 2004, s. 50).

Yapay zeka, blok zinciri ve şifreleme gibi teknolojiler, güvenin artırılmasına yardımcı olabilirken, siber saldırılar ve veri ihlalleri güveni zedeleyebilmektedir. Teknolojiye güveni etkileyen önemli faktörlerin başında güvenlik özellikleri gelmektedir. Örneğin, mesajların ve verilerin uçtan uca şifrelenmesi, güvenli bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Cihazın ve kullanılan uygulamaların düzenli güvenlik güncellemeleri alması, güvenlik açıklarını kapatmaya yardımcı olmaktadır. Hesap güvenliğini artıran ek doğrulama adımları da kullanıcının güven duygusunu güçlendirmektedir (Bodo, 2021, s. 2680). Güvenlik zaaflarına sahip uygulamalar ise, kullanıcıların kişisel bilgilerini tehlikeye atarak güven duygusunu zedelemektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 442).

Güveni etkileyen bir başka faktör olan kullanıcı arayüzü ve deneyimi çerçevesinde; arayüzün kullanıcı dostu olması, kullanıcının rahat hissetmesine ve sistemle güvenli bir bağ kurmasına yardımcı olmaktadır (Li & Suh, 2015, s. 317). Örneğin, kullanıcıların ayarları kişisel ihtiyaçlarına göre düzenleyebilmesi, onlara daha fazla kontrol hissi vermektedir (Li & Suh, 2015, s. 317). Benzer bir şekilde, kullanıcıların gizlilik ayarlarını kolayca yönetebilmesi, kişisel verilerini koruma konusunda onlara güven vermektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 442). Kullanımı zor ve karmaşık arayüzlere sahip cihazlar ise, kullanıcıların kendilerini kaybolmuş hissetmelerine neden olarak güven duygusunu zayıflatır (Li & Suh, 2015, s. 317).

İletişim kalitesi de ön plana çıkan bir başka faktördür (Li & Suh, 2015, s. 316,318; Xu & Liao, 2019, s. 38). Örneğin, video konferans veya sesli aramalarda yüksek ses ve görüntü kalitesi, iletişimin daha etkili olmasını sağlamaktadır. Güçlü ve stabil bir internet bağlantısı, iletişim sürecindeki kesintileri ve anlam kayıplarını önleyebilmektedir. Öte yandan, yavaş veya sık sık hata veren cihazlar, iletişim sürecini olumsuz etkileyerek güven duygusunu azaltabilmektedir. İletişim sürecini desteklemeyen veya yetersiz iletişim araçları, mesajlaşma ve bilgi paylaşımını zorlaştırarak güven oluşturma sürecini engelleyebilmektedir (Bodo, 2021, s. 2681).

2.3.9.3.1. BAİ’de Siber Güvenlik Sorunu ve Güven

Bilgisayar aracılı iletişimde güvenlik ve gizlilik konuları da önemli tartışma konularıdır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437). BAİ’deki gizlilik ve güvenlik endişelerinin; insanların bilgisayar aracılı iletişime mesafeli durmasına neden olduğu

iddia edildiğinden, söz konusu meselelerin kişilerin bilgisayar aracılı iletişim motivasyon, tutum ve güvenme davranışlarını etkileyebileceği düşünülmektedir. İnsanlar bilgi paylaşımı sırasında bu tür çekincelerle doğru bilgileri saklama eğiliminde olabilmektedir. Benzer bir şekilde karşısındaki kişilerin de bu tür endişelerle doğru bilgileri gizlediği ya da çarpıttığını düşünebilmektedirler. Bu düşünceler bilgisayar aracılı iletişim sürecinde güven inşa edilmesinin önüne adeta bir set koymaktadır. Güvenlik, kullanıcıların kişisel bilgilerinin korunması, yetkisiz erişime karşı savunma ve veri bütünlüğünün sağlanması gibi konuları kapsamaktadır. Güvenli bir iletişim ortamı, kullanıcıların gizliliğini korumaktadır ve veri hırsızlığı, kimlik avı ve diğer siber saldırılara karşı dirençli olmalıdır (Dutton & Shepherd, 2006, s. 442). Bilgisayar aracılığıyla iletişimde gizlilik, kullanıcıların kişisel bilgilerinin korunmasıyla ilgilidir. Veri koruma yasaları ile kullanıcıların kişisel bilgilerinin nasıl toplandığı, saklandığı ve kullanıldığı düzenlenmekte ve kullanıcıların kişisel verilerinin korunması için çaba sarf edilmektedir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 437).

Dutton ve Shepherd (2006, s. 447) bilgisayar aracılı iletişimdeki siber güvenlik problemlerinin toplumun farklı kesimleri arasında dijital teknolojilere erişim, beceri ve kullanım konusundaki eşitsizlikleri tanımlayan bir terim olan “dijital bölünme” kavramına derinleştirdiğini iddia etmektedir. Onlara göre; çevrimiçi olmak için gerekli becerilere ve kaynaklara sahip olan ve online bilgileri toplayıp yorumlayacak eğitim geçmişine sahip kişiler, ürün, hizmet ve bilgi değerini doğrulama yeteneklerini artırarak kendilerini siber dolandırıcılık ve suçlara karşı korumaktadır. Ancak daha az uzmanlığa sahip diğer kişiler genellikle çevrimdışı kalmaya eğilimli olup, internet deneyimi yaşayamamaktadırlar ve teknolojiye güvenme olasılıkları daha düşüktür.

2.3.9.3.1.1. Güvenlik Tehditleri ve Korunma Yöntemleri

Bilgisayar aracılığıyla iletişim, çeşitli güvenlik tehditlerine açıktır. Bu tehditler arasında malware, phishing, spam, ve DDoS saldırıları bulunmaktadır. Bu tehditlere karşı korunmak için bir dizi önlem alınabilir (Kaspersky, s. Web; NiBusiness.co.uk, s. Web; Farrier, 2022, s. Web):

1. *Şifreleme*: Veri şifreleme, iletilen bilgilerin yetkisiz kişiler tarafından okunmasını engellemektedir.

2. *İki Faktörlü Kimlik Doğrulama*: Bu yöntem, kullanıcıların sadece bilgi ile değil, aynı zamanda fiziksel bir cihaz ile de kimliklerini doğrulamalarını gerektirmektedir.
3. *Güncel Yazılım*: Kullanıcıların işletim sistemlerini, tarayıcılarını ve diğer yazılımlarını güncel tutmaları, güvenlik açıklarını kapatmalarına yardımcı olabilmektedir.
4. *Güçlü parolalar*: Güçlü ve benzersiz parolalar kullanmak, hesapların güvenliğini arttırmaktadır.

Sonuç olarak, bilgisayar aracılı iletişimin, güvenlik ve gizlilik riskleri taşıması; kullanıcıların, bu riskleri anlamaları ve kendilerini korumak için gerekli önlemleri almalarını gerektirmektedir (Dutton & Shepherd, 2006). Literatürdeki tartışmalar, bu konudaki farkındalığı artırma ve daha güvenli iletişim ortamları oluşturma yönünde önemli bir rol oynamaktadır.

Bilgisayar aracılı iletişim, güvenin oluşmasını ve sürdürülmesini karmaşıklaştıran bir dizi benzersiz zorluğu beraberinde getirmektedir. Ancak güven, BAİ ortamlarında etkili iletişim ve işbirliği için kritik bir öneme sahiptir. Güven, bilgisayar aracılı iletişimin kalitesini ve etkisini artırarak, daha sağlıklı ve verimli kişilerarası ilişkiler ve dijital toplumlar yaratmaya katkıda bulunmaktadır. Güven, BAİ'nin etkili bir şekilde işlemlerini sağlayan kritik bir faktördür. İtibar, güvenilirlik, doğruluk, gizlilik ve güvenlik, güvenin oluşumunda önemli rol oynayan bileşenlerdir (Dutton & Shepherd, 2006, s. 440). Araştırmacılar ve uygulayıcılar, teknolojinin getirdiği yeni zorlukları aşmak ve güveni artırmak için sürekli olarak yeni yöntemler ve çözümler araştırmaktadır. Kültürel ve sosyal faktörlerin de bu süreçte dikkate alınması, BAİ'de daha sağlam ve güvenilir ilişkilerin kurulmasına olanak tanıyacaktır (Beaudoin, 2008, s. 552).

Güven oluşturma süreci, ilk izlenimler, karşılıklılık, itibar sistemleri ve sosyal kanıt gibi bir dizi faktör tarafından etkilenmektedir. Güvenin sürdürülmesi, sürekli olumlu etkileşim ve dürüst iletişime bağlıdır. Teknolojiye olan güven, kullanıcıların bilgisayar aracılı iletişim sürecinde rahat ve güvenli hissetmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle, online platformlar ve teknoloji sağlayıcıları, kullanıcıların güvenliğini kazanmak ve sürdürmek için şeffaf, güvenilir ve güvenli ortamlar sağlamaya odaklanmalıdır (Li & Suh, 2015, s. 316).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: NİCEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

3.1. Nicel Araştırma Yöntemi

Sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan bir veri toplama aracı olan ve araştırmacılara sağladığı birçok avantaj ile bilinen anket tekniğinin özellikle gözlemlenemeyen verileri, örneğin bireylerin inançları, tutumları ve davranışları gibi gözlemlenemeyen öznel değişkenleri ölçmek için oldukça etkili olduğu belirtilmektedir (Bhattacharjee, 2012, s. 73). Bhattacharjee araştırmacılara çok sayıda değişken üzerinde çalışma esnekliği sağlayan bu metodolojinin, böylece karmaşık konular ve ilişkileri ayrıntılı bir şekilde incelemelerine olanak tanıdığının altını çizmektedir. Ayrıca, araştırmacıların farklı ortamlarda ve lokasyonlarda, geniş kitlelere ulaşarak veri toplayabilmesi, anketlerin uygulanabilirliği özelliğini gözler önüne sermektedir (Wimmer & Dominick, 2011, s. 185-186). Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, anket yöntemi, zaman ve maliyet verimliliği sunmakta, bu sayede özellikle büyük popülasyonlardan geniş ölçekli veri toplamayı hem pratik hem de uygun maliyetli kılmaktadır (Bhattacharjee, 2012, s. 73; Wimmer & Dominick, 2011, s. 186).

Bhattacharjee (2012, s. 73) anketi, kişilerin belirli bir konudaki tercihlerini, düşüncelerini, tutumlarını ve davranışlarını keşfetmek için söz konusu kişilere yönelik oluşturulmuş bir dizi sorular seti olarak tanımlamaktadır. Bu araştırmanın amacı üniversite lisans öğrencilerinin bilgisayar aracılı iletişim sürecinde motivasyon, kullanım alışkanlığı ve güven algıları ile kişinin kendi güven eğilimleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak olduğundan ilk olarak ilişkisel yaklaşım ile uygulanan anket tekniği ile nicel veri toplanmış ve ilişkisel olarak analiz edilmiştir.

3.1.1. Nicel Araştırma Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H1: Günlük bilgisayar aracılı iletişim araçları kullanım süresi ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Aktif olarak kullanılan BAİ platformları toplam sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2₁: Aktif olarak kullanılan sosyal medya hesabı sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2₂: Aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2₃: Aktif olarak kullanılan kişilerarası iletişim platformu sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Güven eğilimi ile BAİ motivasyonu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Güven eğilimi ile internet kullanım alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Güven eğilimi ile sosyal medya teyit/güven algılarının bütünü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5₁: Güven eğilimi ile sosyal medyanın kurumsal güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5₂: Güven eğilimi ile sosyal medyanın bireysel güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5₃: Güven eğilimi ile sosyal medyanın teyit boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

3.1.2. Nicel Araştırma Araçları

Ankette kullanılacak ölçekler nicel analizin hipotezlerine dayandırılarak ankete dahil edilmiştir. Verileri oluşturan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. 1. bölümde demografik sorular ve bilgisayar aracılı iletişim kullanım özellikleri yer almaktadır. 2. bölümde güven eğilimi ölçeği yer almaktadır (Ülbeği & Yalçın, 2019). 3. bölümde bilgisayar aracılı iletişimde motivasyon (Atabek, 2013; Atabek, 2019), internet kullanım alışkanlıkları (Özeren & Akpınar, 2016) ve sosyal medya teyit/güven (Çömlekçi & Başol, 2019) ölçekleri yer almaktadır. Çalışmada kullanılan ölçekler 5’li likert ölçekleme kapsamında geliştirilmiştir. Bütün ölçeklerin kullanımı için ölçek sahiplerinden e-posta ile izin alınmıştır. Uyarlama ölçekler için hem Türkiye’deki uyarlayıcılarından hem de yurtdışındaki geliştiricilerinden ayrı ayrı izinler alınmıştır. Ölçeklerin tamamı üniversite öğrencilerine uygulanabilir.

Frazier, Johnson, ve Fainshmidt (2013) tarafından geliştirilmiş olan Güven Eğilimi Ölçeği, Ülbeği ve Yalçın tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır (Ülbeği & Yalçın,

2019). Türkçe'ye uyarlanan Güven Eğilimi ölçeğinin güvenirliği 0,874 (Cronbach's Alpha) olarak hesaplanmıştır. RMSEA (0.033), CFI (0.999), TLI (0.998) ve IFI (0.999) model uyum indeksleri modele iyi bir uyum sağlandığını göstermiştir. Ölçek 4 maddeli ve tek boyutludur.

Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon ölçeği özgün hali İngilizce olan Computer Mediated Communication Competence Measure version 5'in (Spitzberg, 2006) güdülenim (motivation) etkeninin değiştirilerek uyarlanmasıyla oluşturulmuştur (Atabek, 2013). Atabek tarafından uyarlanan Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon ölçeğinin Cronbach's alfa değeri 0.745 olarak hesaplanmıştır (Atabek, 2019, s. 175). Atabek tarafından 2013 yılında yürütülen doktora tezi kapsamında uyarlanan ölçeğin o dönem yapılan geçerlilik testleri de ölçeğin motivasyon faktörünü doğru bir şekilde ölçebilecek geçerlilikte olduğunu ispatlamıştır. RMSEA (0.020), CFI (0,999), TLI (0.998) ve GFI (0.999) model uyum indeksleri modele iyi bir uyum sağlandığını göstermiştir (Atabek, 2013, s. 89). Ölçek 4 maddeli ve tek boyutludur.

İnternet Kullanım Alışkanlığı ölçeği Özeren ve Akpınar (2016) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen iki aşamalı bir çalışma ile geliştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçek 10 maddeden oluşmuş, tek faktörlü yapıda değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,860 (Cronbach's Alpha) olarak hesaplanmıştır (2016, s. 21). Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda kabul edilebilir bir uyum iyiliğine sahip olduğu söylenebilir ($\chi^2= 59,486$, $sd= 32$, $\chi^2/sd= 1.859$, $RMSEA=0.075$, $NFI= 0.90$, $CFI= 0.95$, $IFI= 0.95$, $GFI=0.93$).

Çömlekçi ve Başol tarafından 2019 yılında geliştirilen Sosyal Medya Güven/Teyit ölçeği açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre “Teyit”, “Kurumsal Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven” ve “Bireysel Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven” başlıklı 3 faktörlü, 10 maddeli yapıda olduğu belirlenmiştir (Çömlekçi & Başol, 2019). Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,705 olarak hesaplanmıştır (Çömlekçi & Başol, 2019, s. 66). Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçlarına göre indeksler Ki-kare/serbestlik değeri: 3.50; RMSEA: 0.057; NFI: 0.95; NNFI: 0.95; CFI: 0.96; GFI: 0.97 ve AGFI: 0.95 olarak hesaplanmış, ölçek geçerliliğinin çok iyi uyumda olduğu görülmüştür (Çömlekçi & Başol, 2019, s. 68).

3.1.3. Nicel Araştırmada Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evreninin belirlenmesi, kullanılacak ölçüm araçlarının popülasyon özellikleri ile yakından ilişkilidir. Ölçüm araçlarının geliştirildiği ya da uygulandığı kitle, bu ölçeklerin hangi popülasyonlara uygun olduğunu tanımlamaktadır (Bryman, 2012, s. 176). Bu çalışmada kullanılan ölçüm araçlarının hepsi üniversite öğrenci popülasyonu üzerine geliştirilmiştir (Atabek, 2013; Çömlekçi ve Başol, 2019; Özeren ve Akpınar, 2016; Ülbeği ve Yalçın, 2019). Bu nedenle, bu araştırmanın odaklandığı temel popülasyon üniversite öğrencileridir.

Çalışma evreninin belirlenmesinde dikkate alınması gereken temel ölçütler; araştırmanın hedefleriyle uyum, kolay erişim, zaman ve kaynak sınırlamaları, doğru temsil, tanımlanabilirlik, ölçüm araçlarının uygunluğu, etik standartlara uygunluk, önceki çalışmalara referans ve yenilikçilik olarak sıralanmaktadır (Bhattacharjee, 2012, s. 22, 66). Bu kriterlere uygun olarak araştırmanın çalışma evreni araştırmacının çalıştığı kurum olan Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi lisans öğrencileri olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada çalışma evreni olarak araştırmacının çalıştığı üniversitenin seçilmesinin temel gerekçelerinden biri, doğrudan erişilebilirlik ve araştırmanın lojistik süreçlerini kolaylaştırma amacıdır. Araştırmacının çalıştığı kurum içerisinde gerçekleştirdiği bir araştırma, özellikle veri toplama, katılımcı ile iletişim ve diğer lojistik süreçlerde daha hızlı ve etkili sonuçlar almasını sağlamıştır.

Ayrıca, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, eğitim kalitesi, öğrenci profili ve akademik faaliyetlerin çeşitliliği ile bilinmekte olup, bu özellikleriyle genel bir üniversite öğrenci profiline uygun bir örneklem sunmaktadır. Araştırmacının kurumsal ilişkisi, öğrenciler ve akademik personel ile daha güçlü bir iletişim kurmasını, böylece araştırma sürecini daha verimli ve etik standartlara uygun bir şekilde yürütmesini kolaylaştırmıştır. Dolayısıyla araştırmacının çalıştığı üniversitenin bu araştırma için uygun bir çalışma evreni oluşturduğu kanısına varılmıştır.

Bu çalışmada hedef kitle 18-26 yaş arası lisans öğrencileri olarak sınırlandırılmıştır. Başka bir deyişle, bu araştırmada örneklem, 18-26 yaş aralığına ve sadece lisans öğrencilerine odaklanmaktadır. Hedef kitlenin yaş yönünden ve sadece lisans öğrencileri olarak sınırlandırılmasının temel nedeni de kullanılacak ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin yapıldığı popülasyonun yaş ortalamasıyla uyum

sağlamaktır. Bu tezde kullanılan bütün ölçeklerin geliştirildiği örneklemelerin yaş ortalamaları 20-22 aralığındadır (Güven eğilimi ölçeği, n:287, $M_{yaş}$:21.85; BAİ Motivasyon Ölçeği, n:641, $M_{yaş}$:21.29; Sosyal Medya Güven Ölçeği, n:763, $M_{yaş}$: 20). İnternet kullanım ölçeği için ise geliştirme makalesinde yaş ortalaması belirtilmemiş olup sadece örneklemin üniversite birinci sınıf öğrencilerinden oluştuğu bilgisi paylaşılmıştır (Özeren ve Akpınar, 2016). Bu sebeplerle, bu çalışmada 18-26 yaş arası bir örneklem seçilmesi, kullanılan ölçeklerdeki örneklemelerin yaş ortalaması ile tutarlılık sağlama amacını taşımaktadır.

Lisans öğrencileri olarak sınırlamanın temel sebebi ise; yüksek lisans veya doktora programlarındaki öğrencilerin genellikle bu yaş aralığının üzerinde olabileceği ve bu durumun örneklemdaki yaş ortalamasını yükseltebileceği ihtimalini ortadan kaldırmaktır. Yaş ortalamasını, belirlenen sınırlar içerisinde tutabilmek için, 18-26 yaş aralığında bulunan lisans öğrencileri örneklemda temsil edilmektedir. Bu yaş sınırı, anketlerin çözümlenmesi aşamasında yüksek yaş gruplarını dışlama zahmetini engellerken, aynı zamanda araştırmanın odaklandığı yaş aralığına sadık kalınmasını sağlamaktadır.

Öte yandan; araştırmalarda örneklem seçimi, temsil edilen evrenin özelliklerini doğru bir şekilde yansıtmak amacıyla gerçekleştirilir (Ural & Kılıç, 2018, s. 30). Bu çalışmada belirlenen yaş aralığı (18-26) göz önünde bulundurulduğunda, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin genellikle bu yaş sınırının üzerinde olma olasılığı bulunduğundan, bu öğrenci gruplarını örneklem dışında tutmak, örneklem hatasını minimize etmek için kritik bir adımdır. Eğer yüksek lisans ve doktora öğrencileri çalışma evrenine dahil edilseydi, belirlenen yaş aralığında temsil edilemeyen bireylerin varlığı, örneklemin evreni doğru bir şekilde yansıtmamasına neden olabilirdi. Bu yaklaşım, özellikle belirtilen yaş aralığına spesifik odaklanılan bir çalışma için, örneklemin temsil kabiliyetini artırmaktadır ve seçim biasını (önyargılı seçim) önlemeye yardımcı olmaktadır (Bhattacharjee, 2012, s. 70-71; Bryman, 2012, s. 189).

Bilimsel araştırmalarda; özellikle insana dayalı çalışmalarda, katılımcı seçimi ve bu katılımcıların haklarının korunması, etik ilkeler kapsamında oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Bryman, 2012, s. 130). 18 yaş, birçok ülkede ve uluslararası etik standartlarda bireyin yasal olarak yetişkin kabul edildiği yaş olarak tanımlanmaktadır. Bu

yaşın altındaki bireyler, özellikle araştırma bağlamında, tam anlamıyla bilgilendirilmiş onam alınmadan katılamazlar. Ebeveyn ya da vasinin onayının gerekliliği, genç katılımcıların potansiyel olarak zarar görebileceği durumları engellemek adına kritik bir öneme sahiptir. Ancak, 18 yaş ve üzerindeki bireyler kendi adlarına karar verebilir ve bilgilendirilmiş onam sürecini tam anlamıyla kavrayabilirler. Bu nedenle, birçok araştırmacı, katılımcıların haklarını koruma ve etik ilkelere tam uyum sağlama amacıyla 18 yaş sınırlamasını benimsemektedir (Whiteman, 2012). Bu argümanlara dayanarak bu araştırmanın katılımcıları 18 yaş üzeri olarak sınırlandırılmıştır.

Örnekleme yöntemlerinin seçimi, istatistiksel analizlerin geçerliliği ve araştırmanın genel sonuçlarının güvenilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bilimsel literatürde belirtildiği üzere, hem parametrik hem de non-parametrik testlerin uygulanabilmesi için örneklemin evrenden tarafsız ve bağımsız olarak seçilmiş olması esastır (Ural & Kılıç, 2018, s. 73-75). Olasılıklı örneklem seçimi, araştırma bulgularının evrene genellenebilir olmasının temelini oluşturmaktadır (Bhattacharjee, 2012, s. 67). Söz konusu örnekleme yöntemi, evrendeki tüm birimlerin örnekleme yer almada eşit şansının olduğu seçim yöntemini ifade etmektedir. Olasılıklı örneklem, bireyler rastgele seçildiği için, örneklemin evrenin özelliklerini doğru ve tarafsız bir şekilde yansıtmaya olasığını artırabilmektedir (Ural & Kılıç, 2018, s. 33). Olasılıklı örneklem tekniği, örnekleme dağılımının evrende dağıldığı şekilde olmasını sağlamakta ve araştırma sonuçlarının evrene genellenebilir olmasına katkıda bulunmaktadır (Bhattacharjee, 2012, s. 67; Bryman, 2012, s. 186-190). Genellenebilirlik, bir araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Davies & Mosdell, 2006, s. 60-62). Dolayısıyla, olasıklı örneklem yöntemlerini kullanmak, araştırma bulgularının çalışma evreni için geçerli ve güvenilir sonuçlar üretmesi açısından kritiktir. Bu nedenlerle bu araştırmada olasıklı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Hangi olasıklı örnekleme yönteminin seçileceği hususu, çalışma evrenin özelliklerinin ve uygulama koşullarının göz önünde bulundurulmasına bağlıdır (Bryman, 2012, s. 186). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi tamamı sosyal bilimler alanındaki bölümlerden oluşan, öğrenci profilinin genel olarak bütün bölümlerde benzer niteliklerde dağılım gösterdiği, homojen yapıda bir kurumdur. Ancak, yerleşkeleri Ankara ili sınırları içerisinde oldukça dağınık ve birbirinden uzak bir dağılım göstermektedir. Araştırmacının

çalıştığı üniversitenin birden fazla ve birbirinden coğrafi olarak uzak kampüslerden oluştuğu göz önünde bulundurulduğunda, olasılıklı örnekleme yöntemi olan ve yukarıdaki genellenebilirlik şartlarını karşılayan küme örnekleme yönteminin bu araştırma için en uygun yöntem olduğu sonucuna varılmıştır. Bu kararda, çalışma evreninin homojen bir dağılım göstermesi ve bu çalışmanın üniversite bölümü ve benzerlerine bağlı olarak spesifik alt grup analizleri içermemesi de etkili olmuştur.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi on fakülteye ev sahipliği yapmaktadır. Küme örnekleme yaklaşımında, kümelerden basit rastgele örnekleme metoduyla seçim gerçekleştirilmiştir. Literatürde verilen çok aşamalı küme örnekleme örnekleri incelendiğinde, bu çalışma için toplam küme sayısının %20-30'unun araştırmaya dahil edilmesi uygun görülmektedir (Gilbert, 2008, s. 79-80; Bryman, 2012, s. 193-194). Bu kriterleri temel alarak, on fakülteden %30'luk bir oranla yani üç fakülte, kura metoduyla bu araştırma için seçilmiştir. Küme örnekleme kapsamında Edebiyat Fakültesi, İletişim Fakültesi ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi seçilmiştir. Seçilen fakültelerde, oransal küme örnekleme yaklaşımı kullanılarak katılımcı dağılımı belirlenmiştir. Bu kapsamda, her fakültenin toplam öğrenci popülasyonuna bağlı olarak, araştırmaya katılacak öğrenci sayısı orantısal olarak tespit edilmiştir.

Belirlenen her fakültede, haftalık ders programı temel alınarak rastgele bir ders seçimi yapılmıştır. Basit rastgele örnekleme ile dersler ve sınıflar tespit edilip, ilgili derslerin öğretim elemanlarına başvurulmuştur. Anketin, bu derslerin öncesi veya sonrasında tüm sınıfa uygulanması sağlanmıştır.

Nicel araştırmalarda, örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, çalışma evreninin büyüklüğüne bağlıdır (Ural & Kılıç, 2018, s. 42-43). Literatürde örneklem büyüklüğünün tespiti için kullanılan karmaşık istatistiksel yöntemler bulunmaktadır. Ancak, bu tür karmaşık hesaplamaların yanı sıra zaman ve kaynak optimizasyonunu gözeterek literatürde bulunan ve evren büyüklüğüne göre asgari örneklem büyüklüğü öneren hazır tablolar da örneklem seçiminde bir rehber olarak kullanılabilir (Ural & Kılıç, 2018, s. 43). Bu çalışmada böyle bir tablodan yararlanılarak asgari örneklem büyüklüğü saptanmıştır. Bu süreçte kabul edilebilir hata oranı, sonuçların gerçekte ne kadar sapabileceğini belirten ve örneklem hesaplamasında göz önünde bulundurulması gereken temel bir olgudur. Örneğin, %5 hata oranı kabul edilebilir olarak belirlenirse, alınan sonuçların gerçekteki

değerden %5'e kadar sapabileceği anlamına gelmektedir. Araştırmanın amacına bağlı olarak örneklem büyüklüğü kapsamında sosyal bilimlerde %95 güven düzeyi kullanılmasının yaygın olduğu savunulmaktadır (Ural & Kılıç, 2018, s. 43). Bu çalışmada da örneklem büyüklüğü güven düzeyinin %95 olarak kabul edilmesine karar verilmiştir.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nin 2023-2024 akademik yılında 20201 lisans öğrencisi bulunmaktadır. Ural ve Kılıç (2018, s. 43) ile Şimşek (2012, s. 115) tarafından paylaşılan tablolara göre, %95 güven düzeyi ve %5 hata oranıyla bu çalışma evreninde asgari örneklem büyüklüğü 378'tir.

Ancak, saha çalışması sırasında, toplanan verinin kalitesi her zaman ideal olmayabilir. Yanıtların eksikliği, anketin yanlış doldurulması veya tutarsız cevapların verilmesi gibi durumlarla karşılaşmak olasıdır. Örneklem büyüklüğünün sınırda belirlendiği durumlarda bu tür anketlerin elenmesi neticesinde örneklem büyüklüğü asgari seviyenin altına düşerek istatistiksel analizlerin gücünü olumsuz etkilemektedir (Bryman, 2012, s. 198). Dolayısıyla; başlangıçta belirlenen asgari düzeyden daha fazla sayıda katılımcıyı örnekleme dahil etmek olası kayıpları telafi etmek için önem taşımaktadır. Genel olarak, anketlerde %10 ile %20 aralığında bir hata oranı (eksik, yanıltıcı veya tamamlanmamış yanıtlar) olması beklenen bir durumdur (Bryman, 2012, s. 199). Bu nedenle %20 hata oranı da göz önünde bulundurularak anket için nihai örneklem sayısı 454 olarak kararlaştırılmıştır.

Küme örnekleme kapsamında araştırmaya dahil edilen fakültelerin hazırlık sınıfları hariç toplam lisans öğrencisi sayıları şu şekildedir:

- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi: 6189
- Edebiyat Fakültesi: 3744
- İletişim Fakültesi: 1133

Buna göre; Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nde araştırmaya dahil edilen fakültelerdeki toplam lisans öğrencisi sayısı 11266'dır. Kademeli ve oransal küme örnekleme kapsamında 454 örnekleme sayısına ulaşmak için İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden 249, Edebiyat Fakültesi'nden 151, İletişim Fakültesi'nden 54 lisans öğrencisi örnekleme dahil edilmiştir.

Toplam 454 anket yüz yüze ve sınıf içinde toplu bir şekilde dağıtılma yöntemiyle elde edilmiş, ancak tutarsızlık, eksik bilgi veya boxplot grafiği gözlemleri neticesinde uç

değer olarak tespit edilmesi vb. gerekçelerle 35 (%7,71) anket veri setinden çıkarılmıştır. Toplam 419 anket ile analizler gerçekleştirmiş olup söz konusu değer yukarıda belirtilen asgari örneklem büyüklüğünün üzerindedir.

3.1.4. Nicel Araştırmada Veri Toplama Süreci

Araştırmalar için veri toplamada online ve yüz yüze olmak üzere temelde iki yaklaşım bulunmaktadır. Her iki yöntemin de kendi içinde avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Online yöntem, geniş kitlelere kolay ulaşmayı mümkün kılarken, katılımcıların rahat bir ortamda ve esnek bir zaman diliminde cevaplamalarını sağlamaktadır (Bryman, 2012, s. 216; Wimmer & Dominick, 2011, s. 137). Ancak, bu yöntem dezavantajları arasında teknik sorunlar, düşük yanıt oranları ve yanıtların derinliği konusunda sınırlılıklara sahiptir (Bryman, 2012, s. 216; Wimmer & Dominick, 2011, s. 137).

Öte yandan, yüz yüze yöntem, araştırmacının katılımcılarla doğrudan etkileşimde bulunmasını sağlamakta; böylece anket sorularını doğrudan katılımcılara açıklayabilmesi mümkün olmaktadır, böylece yanıtların derinliği ve doğruluğu konusunda avantaj sağlamaktadır (Bryman, 2012; Wimmer & Dominick, 2011, s. 207-208). Bu çalışma için, belirtilen gerekçelerle ve hedef kitle olan üniversite öğrencilerine kolaylıkla erişim sağlama amacıyla yüz yüze araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çünkü yüz yüze yöntem araştırmanın niteliklerine daha uygun bir yöntem olarak ön plana çıkmıştır. Sonuç olarak bu araştırmada sınıf ortamında anket uygulaması, öğrencilere direkt erişim imkanı tanıyarak daha yüksek yanıt oranlarına ve veri kalitesine ulaşmayı kolaylaştırmıştır.

Ayrıca, literatürde, bilgisayar aracılı iletişimde yüz yüze iletişimin sağladığı güven bağının aynı derecede oluşturulamayabileceği, iletişimdeki bazı ipuçlarının eksikliği ve veri güvenliği endişeleri nedeniyle bireylerin teknolojiye tam anlamıyla güvenemediği vb. gerekçeler nedeniyle insanların bilgisayar aracılı iletişime mesafeli olduğu tartışmaları mevcutken; bu tartışmaları odağına alarak bilgisayar aracılı iletişime karşı tutumları inceleyen böyle bir araştırmada yüz yüze veri toplama yönteminin kullanması daha uygun görülmüştür. Çünkü teknolojiye karşı temkinli yaklaşan bir kitleye erişmeye çalışılırken, bu temkinin öznesi olan bilgisayar aracılı iletişimi araştırma yöntemi olarak kullanmak, araştırmanın doğasına aykırı bir yaklaşım olurdu. Bu nedenle

röportajlar dahil olmak üzere araştırmanın tamamı yüz yüze yapılmış olup hem yüz yüze tekniğin daha derinlemesine bir araştırma yapmaya olanak sağlayan imkanlarından faydalanılmış hem de literatürdeki bu tartışmalar dikkate alınarak herhangi bir tarafa yönelmeden; bir olgu hakkındaki bütün tartışmaları göz önünde bulundurarak meseleye çok yönlü ve tarafsız yaklaşmak olarak ifade edilen eleştirel yaklaşım (critical thinking) tekniğinin gereklilikleri korunmuştur.

Dahası, etik sorumluluklar çerçevesinde, verilerin mahremiyeti hususunda online yöntemlerin bazı riskler taşıdığı da literatürde tartışma konusudur (Whiteman, 2012, s. 16; Bryman, 2012, s. 78). Araştırmacının bağlı bulunduğu kuruma ait olmayan üçüncü taraf bir online bir anket platformu kullanıldığında, ankette verilerin gizli kalacağı belirtildiğinde bile, aslında bu bilgiler hali hazırda üçüncü bir taraf ile paylaşılmış durumdadır. Üçüncü taraf uygulamalarının elde edilen verilere nasıl erişip kullanabileceği konusunda tam bir kontrol mekanizması olmadığı için, bu tip bir yaklaşımın etik değerlerle çelişebileceği göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle, etik ilkelere tam anlamıyla bağlı kalmak isteyen araştırmacılar için, varsa üniversitenin kendi bünyesinde geliştirdiği veri toplama platformunu tercih etmeleri, eğer böyle bir imkan yoksa üçüncü taraf uygulamasının sözleşme şartlarının iyi analiz edilmesi ya da doğrudan yüz yüze anket yöntemini benimsemeleri daha uygun bir yaklaşım olarak önerilmektedir (Whiteman, 2012, s. 18). Anketler, ilgili öğretim üyesinin izniyle sınıf ortamında, her dersin başında dağıtılmış ve tamamlanması ortalama 8-10 dakika almıştır.

3.1.5. Nicel Araştırmada Veri Analizi ve Değerlendirme Yöntemi

Anket tekniği ile elde edilen nicel veri seti temelde SPSS ile analiz edilmiş olup %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Sadece bazı analizlerde (örn. doğrulayıcı faktör analizi) SPSS'in yapısal eşitlik modellemesi için bir genişletme uygulaması olan AMOS'a ihtiyaç duyulmuştur.

İstatistiksel analizler parametrik ve non-parametrik olmak üzere iki farklı gruptan oluşmaktadır (Ural & Kılıç, 2018, s. 74). Elde edilen bulgular öncelikle normallik testlerine tabi tutulmuştur. Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Nicel değişkenlerden elde edilen verilerin dağılımının analizinde, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri önemli göstergelerdir.

Hopkins ve Weeks (1990, s. 717) tarafından yapılan çalışmalarda, bu değerlerin ± 3 aralığında olmasının, bir veri setinin normal dağılıma sahip olduğunun bir göstergesi olarak kabul edildiği belirtilmiştir. Bu araştırmada ele alınan Güven Eğilimi, Bilgisayar Aracılı İletişimde Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medyada Teyit ve Güven ile ilgili ölçek puanları için hesaplanan çarpıklık ve basıklık katsayıları, belirtilen ± 3 sınırı içerisinde yer almaktadır. Söz konusu değişkenlerin normal dağılım gösterdiği anlamına gelen bu durum neticesinde, analiz sürecinde parametrik istatistiksel yöntemlerin tercih edilmesi için geçerli bir dayanak sağlanmış olup analiz sürecinde parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 4: Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Testleri

	Çarpıklık	Basıklık
Güven Eğilimi	0,14	-0,76
Motivasyon	0,17	-0,31
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	-0,40	0,13
SMG Kurumsal	-0,18	-0,46
SMG Bireysel	0,36	0,14
SMG Teyit	-0,95	1,39
SMG Toplam	-0,18	0,36

Bu çalışmada, katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı frekans (n) ve yüzde (%) değerleri ile sunulmuş, ölçek puanlarının betimsel istatistikleri ise minimum, maksimum, ortalama (Ort) ve standart sapma (ss) değerleri ile detaylandırılmıştır. Ölçeklerin yapısal geçerliliğinin değerlendirilmesi amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) (Confirmatory Factor Analysis, CFA) yöntemi kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğinin belirlenmesinde ise Cronbach's Alpha katsayısı tercih edilmiştir.

Normallik varsayımına dayanarak, araştırmanın ölçek puanlarının demografik özellikler ve bilgisayar aracılığıyla yapılan iletişim araçları kullanımı arasındaki potansiyel farklılıkları ortaya koymak amacıyla oluşturulan hipotezleri; bağımlı ve bağımsız gruplar için t-testi ve tek yönlü ANOVA testi ile sınanmıştır. Ölçek puanları arasındaki ilişkilere yönelik hipotezlerin analizi için ise Pearson Korelasyon Analizi

kullanılmış, basit doğrusal regresyon, çoklu doğrusal regresyon, hiyerarşik regresyon analizi ve kümeleme analizi gibi ileri düzey istatistiksel yöntemler de bu çalışmada tercih edilen yöntemler arasında yer almıştır.

3.2. Nicel Araştırma Verilerinin Analizi

3.2.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Nicel araştırma bulgularına öncelikle örnekleme dahil edilen öğrencilerin demografik özelliklerinin analiz edilmesiyle başlanmıştır. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı Tablo 5'te gösterilmiştir. Nicel araştırma kapsamında toplanan demografik verileri içermekte olan Tablo 5, katılımcıların fakülte, bölüm, sınıf, yaş ve cinsiyet dağılımlarını göstermektedir. Araştırmanın katılımcı profilini net bir şekilde ortaya koyan demografik veriler, araştırmanın sonuçlarının yorumlanmasında önemli bir temel sağlamaktadır.

Oransal küme örnekleme kapsamında, fakültelerdeki toplam öğrenci sayılarına paralel olarak en fazla sayıda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden öğrenci örnekleme dahil edildiği için; araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu (%56,3) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde yer almaktadır. Yine fakültelerdeki toplam öğrenci sayılarına paralel olarak, Edebiyat Fakültesi öğrencileri ikinci en büyük grubu (%32,2) oluştururken, İletişim Fakültesi öğrencileri en az temsil edilen grup (%11,5) olarak dikkat çekmektedir.

Katılımcıların bölüm dağılımı oldukça çeşitli olmakla birlikte en yüksek oranla temsil edilen bölüm Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi (%17,7) olup, bu bölümü İşletme (%12,2) ve Ekonometri (%10,3) izlemektedir. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesindeki bölümler öne çıkmakla birlikte diğer fakülteler ve bölümler de geniş bir yelpazede temsil edilmektedir.

Katılımcılar arasında 1. sınıf öğrencileri %45,3 ile en büyük grubu oluştururken, diğer sınıf seviyeleri daha düşük oranlarda temsil edilmektedir. Diğer sınıf seviyelerinde temsil oranları, 2. Sınıf için %22,4, 3. sınıf için %15,8 ve 4. sınıf için %16,5 seviyelerindedir. Bu dağılım, araştırma örneklemesinin ağırlıklı olarak üniversitenin alt sınıflarına yönelik olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

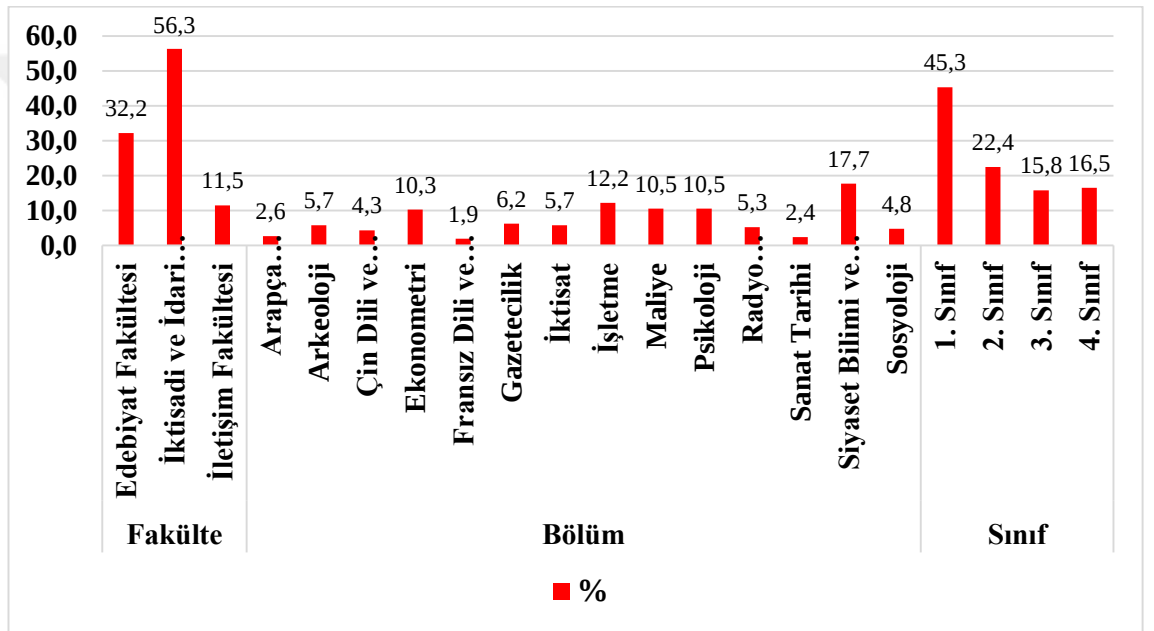
		n	%
Fakülte	Edebiyat Fakültesi	135	32,2
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	236	56,3
	İletişim Fakültesi	48	11,5
Bölüm	Arapça Mütercim Tercümanlık	11	2,6
	Arkeoloji	24	5,7
	Çin Dili ve Edebiyatı	18	4,3
	Ekonometri	43	10,3
	Fransız Dili ve Edebiyatı	8	1,9
	Gazetecilik	26	6,2
	İktisat	24	5,7
	İşletme	51	12,2
	Maliye	44	10,5
	Psikoloji	44	10,5
	Radyo Televizyon Sinema	22	5,3
	Sanat Tarihi	10	2,4
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	74	17,7
	Sosyoloji	20	4,8
Sınıf	1. Sınıf	190	45,3
	2. Sınıf	94	22,4
	3. Sınıf	66	15,8
	4. Sınıf	69	16,5
Yaş (Ort=20,29, 18-26)	18-19	151	37,9
	20-21	146	36,7
	22-23	89	22,4
	24-26	12	3,0
Cinsiyet	Kadın	285	68,0
	Erkek	134	32,0

Öğrencilerin yaş ortalaması 20,29'dur. En yaygın yaş grupları 18-19 yaş (%37,9) ve 20-21 yaş (%36,7) arasındadır. Dolayısıyla, katılımcıların büyük bir çoğunluğu 18-21

yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu kadın öğrenciler oluşturmaktadır (%68,0). Erkek öğrencilerin oranı daha düşüktür (%32,0).

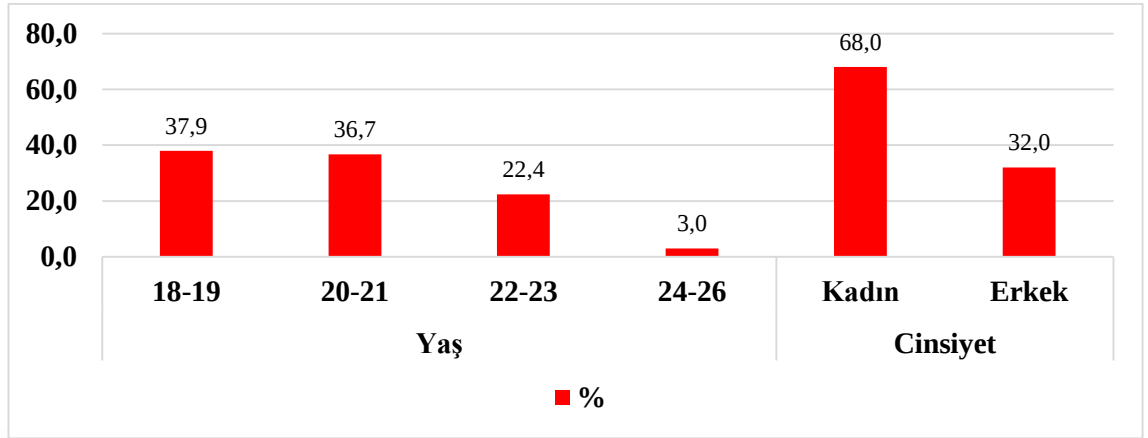
Olasılıklı örnekleme kapsamında elde edilen veriler neticesinde ortaya çıkan bu tablo; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri, 1. sınıf öğrencileri ve kadın katılımcılar gibi bazı grupların örneklem içerisinde diğer gruplara göre daha fazla temsil edildiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 14: Öğrencilerin Fakülte, Bölüm ve Sınıf Dağılımları



Tablo 5’te yorumlanan demografik veriler kapsamında fakülte, bölüm ve sınıf verilerinin dağılımının okuyucu tarafından daha hızlı ve kolay bir şekilde anlaşılabilmesi için bar grafiği oluşturularak, veriler görsel bir formatla Şekil 14’te sunulmuştur. Büyük veri setlerinin özetlenmesi ve önemli eğilimlerin vurgulanmasında etkili bir yöntem olan grafik sunumunun özellikle, farklı grupların oransal büyüklüklerinin karşılaştırılmasında yararlı olduğu düşünülmektedir. Şekil 15’te ise öğrencilerin yaş ve cinsiyetlerine göre demografik özellikleri görselleştirilmiştir.

Şekil 15: Öğrencilerin Yaş ve Cinsiyet Dağılımları



3.2.2. Öğrencilerin BAİ Kullanım Özelliklerinin Dağılımı

Tablo 6: Öğrencilerin BAİ Kullanım Özelliklerinin Dağılımı

		n	%
Hangi bilgisayar aracılı iletişim aletlerini kullanıyorsunuz?	Akıllı Telefon	411	98,1
	Cep Telefonu	18	4,3
	Bilgisayar	375	89,5
	Tablet	96	22,9
	Akıllı Saat	58	13,8
	Diğer	5	1,2
Bilgisayar aracılı iletişim aletleriyle günde kaç saat geçiriyorsunuz?	1 Saatten Az	29	6,9
	1-3 Saat	104	24,8
	4-6 Saat	222	53,0
	6 Saatten Fazla	64	15,3
Hangi sosyal medya platformlarını kullanıyorsunuz?	X	251	59,9
	Instagram	395	94,3
	Facebook	50	11,9
	TikTok	100	23,9
	Linkedin	80	19,1
	Youtube	386	92,1
	Medium	1	0,2

Hangi sosyal medya platformlarını kullanıyorsunuz? (Diğer)	Meta	1	0,2
	Netflix	2	0,5
	Omo.graphics	1	0,2
	Pinterest	6	1,4
	Reddit	1	0,2
	Sahibinden	1	0,2
	Snapchat	18	4,3
	Spotify	1	0,2
	Steam	1	0,2
	Twitch	3	0,7
	Vkontakte	1	0,2
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesaplarınızın toplam sayısı kaçtır?	0-Hiç	5	1,2
	1	20	4,8
	2	98	23,4
	3	165	39,4
	4	80	19,1
	5 ve üzeri	51	12,2
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesaplarınızın toplam sayısı kaçtır?	0-1	25	6,0
	2	98	23,4
	3	165	39,4
	4	80	19,1
	5 ve üzeri	51	12,2
En sık hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz?	Ekşisözlük	1	0,2
	Facebook	3	0,7
	Instagram	312	75,5
	Linkedin	1	0,2
	Snapchat	1	0,2
	Steam	1	0,2
	TikTok	4	1,0
	X	40	9,7
	Youtube	50	12,1
	Whatsapp	419	100,0

Hangi anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanıyorsunuz?	Telegram	78	18,6
	SMS	193	46,1
	BIP	7	1,7
	FB Messenger	7	1,7
	WeChat	0	0,0
Hangi anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanıyorsunuz? (Diğer)	Facetime	1	0,2
	Instagram DM	10	2,4
	Snapchat	1	0,2
	Viber	1	0,2
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz anlık mesajlaşma uygulaması toplam sayısı kaçtır?	0-Hiç	4	1,0
	1	187	44,6
	2	171	40,8
	3	49	11,7
	4	6	1,4
	5 ve üzeri	2	0,5
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz anlık mesajlaşma uygulaması toplam sayısı kaçtır?	0-1	191	45,6
	2	171	40,8
	3 ve üzeri	57	13,6
En sık hangi anlık mesajlaşma uygulamasını kullanıyorsunuz?	Instagram DM	2	0,5
	SMS	1	0,2
	Snapchat	1	0,2
	Telegram	1	0,2
	Whatsapp	414	98,8
Hangi kişilerarası iletişim platformlarını kullanıyorsunuz?	Zoom	270	64,4
	Teams	42	10,0
	Skype	34	8,1
	Discord	171	40,8
	Slack	1	0,2
	Webex	3	0,7
Hangi kişilerarası iletişim platformlarını kullanıyorsunuz? (Diğer)	Facetime	5	1,2
	Google Meets	5	1,2
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz kişilerarası iletişim platformu toplam sayısı kaçtır?	0-Hiç	76	18,1
	1	204	48,7

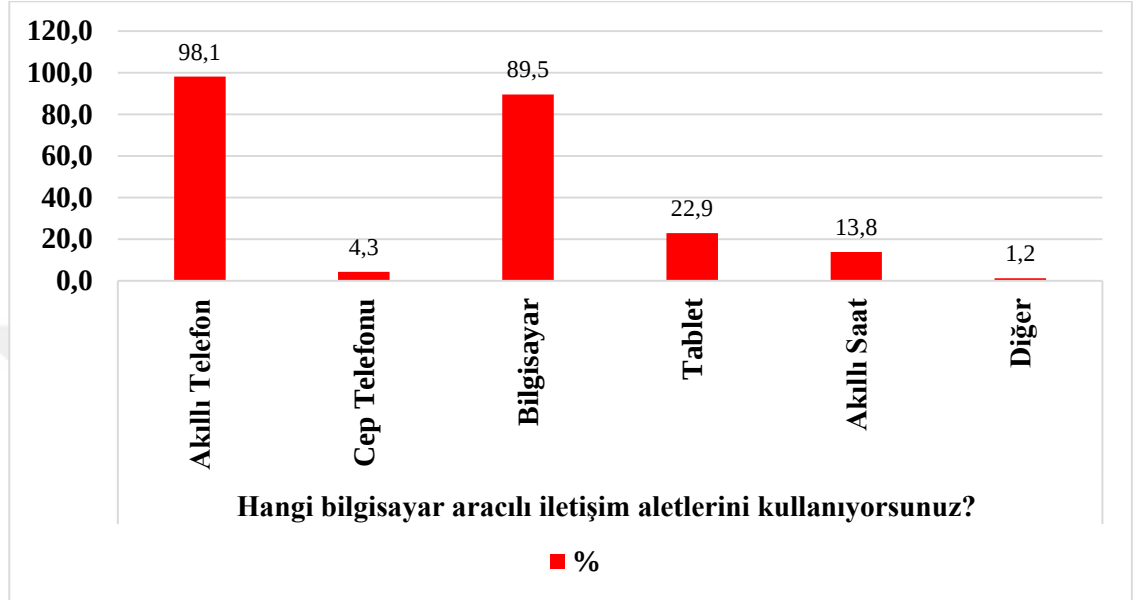
	2	102	24,3
	3	29	6,9
	4	8	1,9
	5 ve üzeri	0	0,0
	0-Hiç	76	18,1
Aktif olarak kullanmakta olduğunuz kişilerarası iletişim platformu toplam sayısı kaçtır?	1	204	48,7
	2	102	24,3
	3 ve üzeri	37	8,8
En sık hangi kişilerarası iletişim platformunu kullanıyorsunuz?	Discord	141	40,4
	Facetime	4	1,1
	Google Meets	2	0,6
	Skype	5	1,4
	Teams	7	2,0
	Whatsapp	3	0,9
	Zoom	187	53,6
Bilgisayar aracılı iletişim kullanım amaçlarınız nelerdir?	İletişim	358	85,4
	Sosyal Paylaşım	291	69,5
	Ders Çalışma	346	82,6
	Genel Bilgi Araştırma	305	72,8
	Haber Takibi	258	61,6
	İnternette Gezinti	295	70,4
	Alışveriş	296	70,6
	Oyun	178	42,5
Bilgisayar aracılı iletişim kullanım amaçlarınız nelerdir? (Diğer)	Blog	1	0,2
	Film/Dizi	10	2,4
	İçerik Üretimi	2	0,5
	İş	10	2,4
	Yemek Tarifleri	1	0,2

3.2.2.1. Öğrencilerin Kullandıkları BAİ Aletleri

Öğrencilerin bilgisayar aracılı iletişim kullanım özellikleri kapsamında öğrencilere öncelikle hangi bilgisayar aracılı iletişim aletlerini kullandıkları sorulmuştur.

Öğrencilerin kullandıkları BAİ aletlerinin Örnekleme göre yüzdeleri Şekil 16'da görselleştirilmiştir.

Şekil 16: Öğrencilerin Kullandıkları BAİ Aletleri

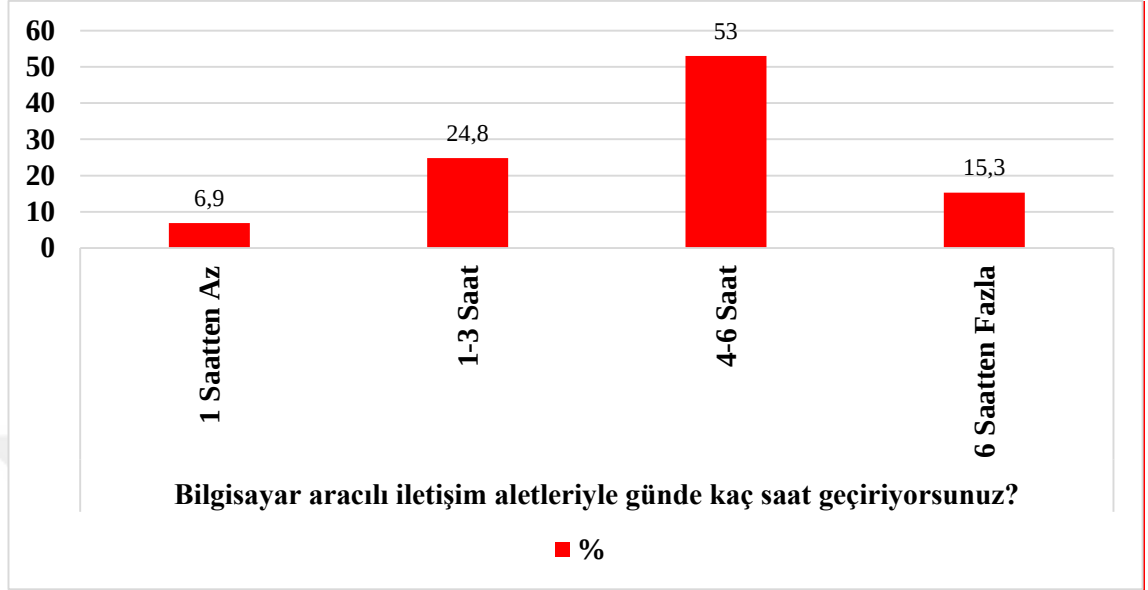


Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%98,1) akıllı telefon kullanmaktadır. Bu durum mobil teknolojinin baskın iletişim aracı olduğunu göstermektedir. Bilgisayar kullanımı da (%89,5) oldukça yüksek olup, tablet ve akıllı saat kullanımı ise sırasıyla %22,9 ve %13,8 ile daha azdır. "Diğer" kategorisi ise oldukça düşük bir orana sahip olup öğrencilerin genellikle belirtilmeyen diğer araçları kullanma eğiliminde olmadığını göstermektedir.

3.2.2.2. Öğrencilerin Günlük BAİ Kullanım Süreleri

Öğrencilerin yarısından fazlası (%53) günde 4-6 saat arasında bilgisayar aracılı iletişim araçları ile vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. %15,3 oranında öğrenci ise günde 6 saatten fazla BAİ kullanmaktadır. Bu durum öğrencilerin teknoloji kullanımının günlük rutinlerinde önemli bir yer tuttuğuna işaret etmektedir. Günde 1-3 saat aralığında kullananların oranı %24,8, 1 saatten az kullananların oranı ise %6,9'dur.

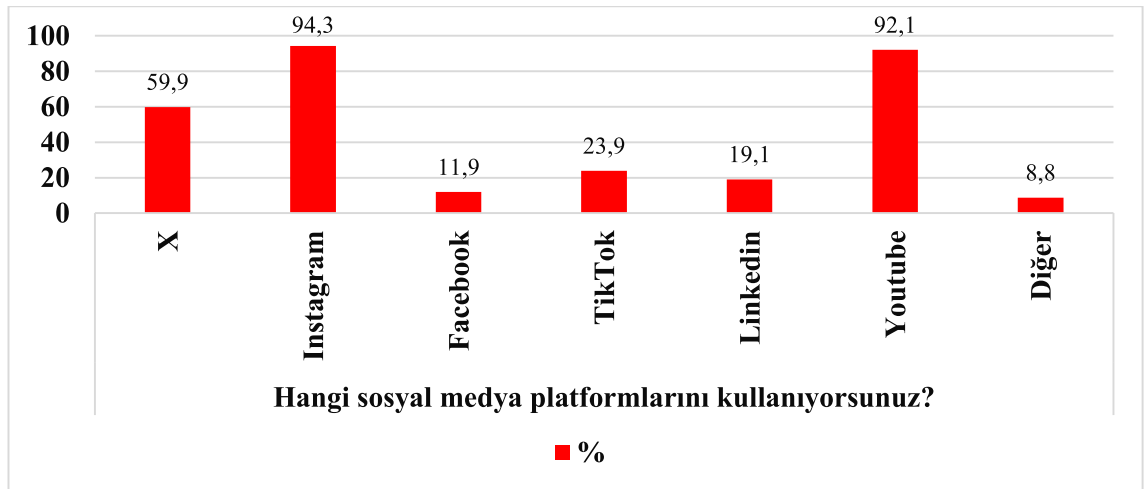
Şekil 17: Günlük BAİ Kullanım Süresi



3.2.2.3. Öğrencilerin Sosyal Medya Platformu Kullanımları

Instagram (%94,3) ve Youtube (%92,1) kullanım oranları ile öğrenciler arasında en popüler sosyal medya platformlarıdır. X de (%59,9) en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında üçüncü sırada yer almaktadır. Facebook (11,9), LinkedIn (19,1) ve TikTok'un (23,9) daha düşük kullanım oranları, bu platformların öğrenciler arasında görece daha az popüler olduğunu göstermektedir.

Şekil 18: Sosyal Medya Platformu Kullanımı

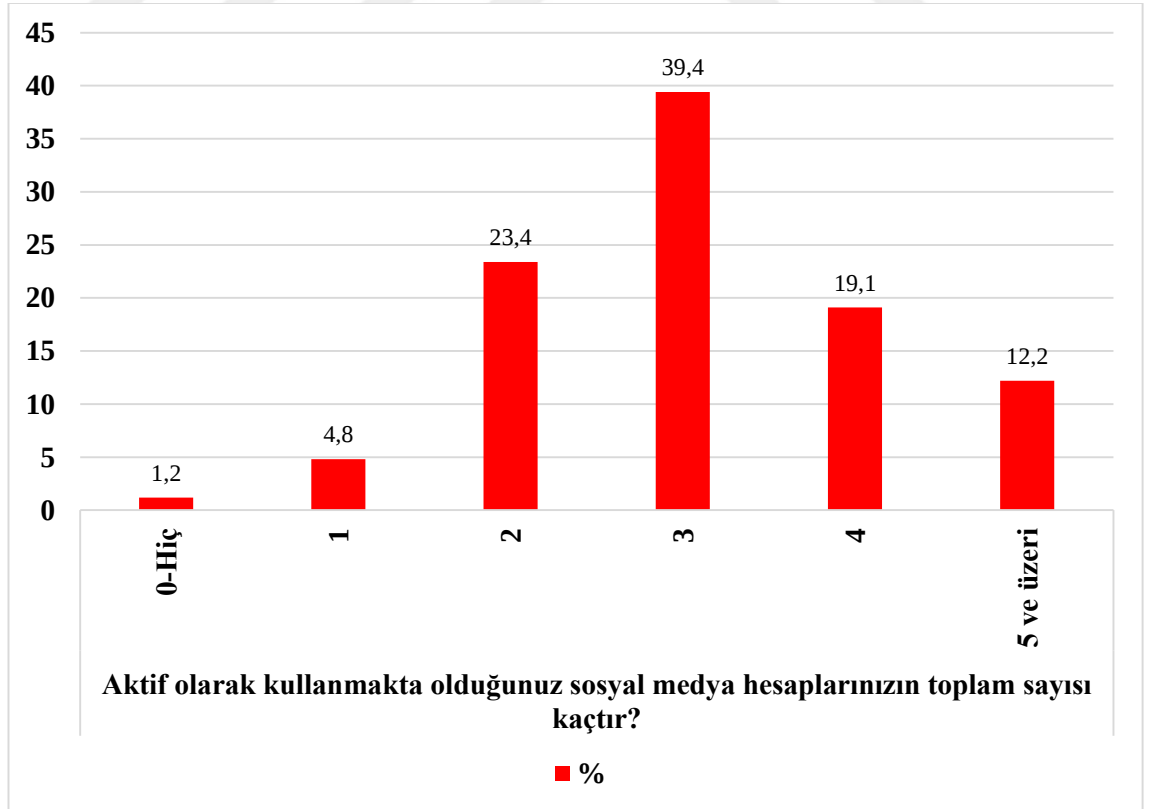


"Diğer" kategorisi, öğrencilerin Medium, Meta, Netflix, Pinterest, Reddit, Snapchat, Spotify, Steam, Twitch ve Vkontakte gibi çeşitli diğer sosyal medya platformlarını da kullandığını göstermektedir. Bu durum öğrencilerin sosyal medya platformları arasında geniş bir çeşitliliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

3.2.2.3.1. Öğrencilerin Kullandığı Toplam Sosyal Medya Hesabı Sayıları

Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%39,4) aktif olarak 3 sosyal medya hesabı kullanmaktadır. İkinci sıklıkla tercih edilen seçenek ise 2 hesap (%23,4) olarak görülmektedir. Ayrıca, 4 hesap (%19,1) ve 5 ve üzeri hesap (%12,2) kullanma oranları da dikkat çekmektedir. Bu durum, öğrencilerin genellikle birden fazla sosyal medya platformunu aktif olarak kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Hiç sosyal medya hesabı kullanmayan öğrencilerin oranı sadece %1,2'dir.

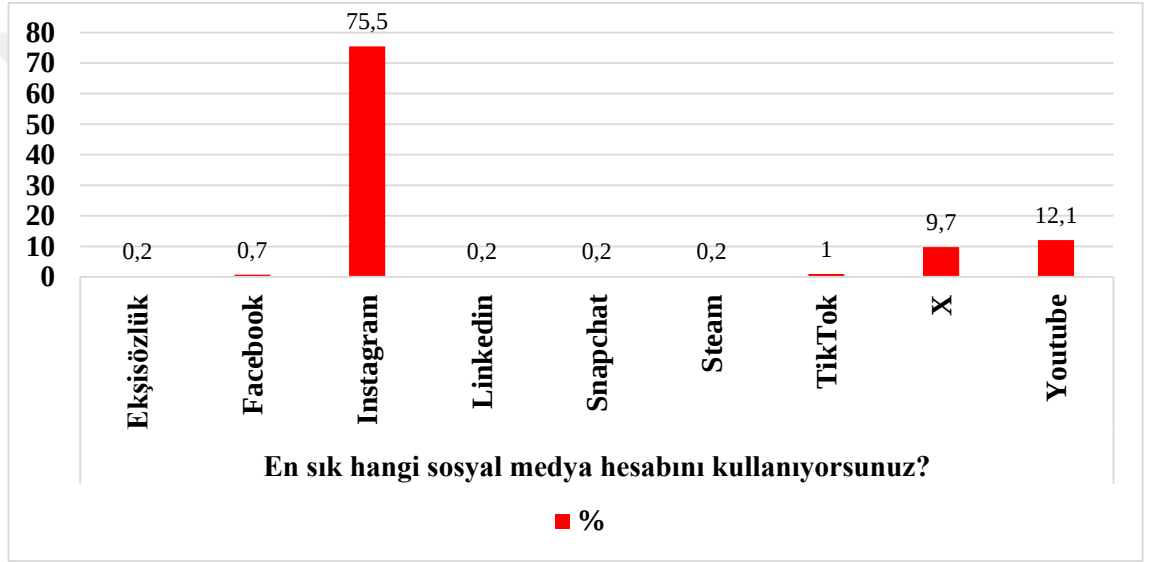
Şekil 19: Öğrencilerin Aktif Olarak Kullandığı Toplam Sosyal Medya Hesabı Sayıları



3.2.2.3.2. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Hesabı

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu tarafından (%75,5) en sık kullanılan sosyal medya platformu Instagram'dır. Youtube (%12,1) ve X (%9,7) da belirgin bir şekilde tercih edilen diğer platformlardır. Diğer sosyal medya platformları ise (Ekşisözlük, Facebook, LinkedIn, Snapchat, Steam, TikTok) en sık kullanılma yönünden bütün öğrenciler arasında daha düşük oranlara sahiptir.

Şekil 20: En Sık Kullanılan Sosyal Medya Hesabı

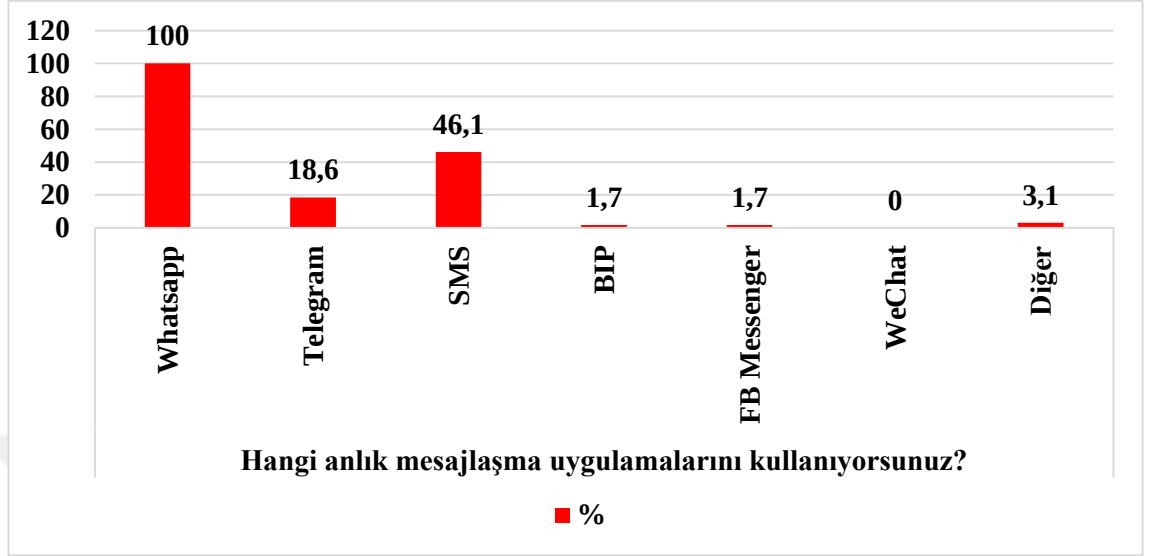


3.2.2.4. Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulaması Kullanımları

%100 kullanım oranına sahip olan Whatsapp bütün öğrenciler arasında en yaygın kullanılan anlık mesajlaşma uygulamasıdır. SMS de (%46,1) hala önemli bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Ancak Telegram (%18,6) gibi alternatif uygulamaların kullanımı görece daha düşüktür.

Diğer uygulamalar (BIP, FB Messenger) daha düşük oranlarda kullanılmaktadır. WeChat ise hiç kullanılmaktadır. "Diğer" kategorisinde Facetime, Instagram DM, Snapchat ve Viber gibi uygulamaların da kullanıldığı görülmektedir, ancak bu uygulamaların genel kullanım oranları daha düşüktür.

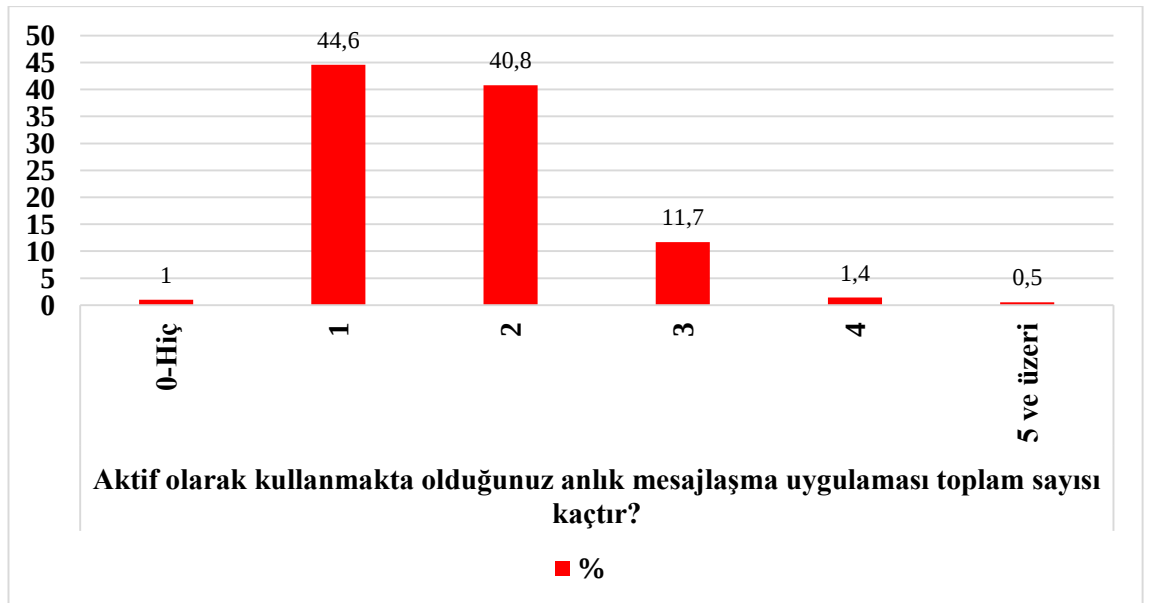
Şekil 21: Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulaması Kullanımları



3.2.2.4.1. Öğrencilerin Kullandığı Toplam Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Sayıları

Öğrencilerin büyük çoğunluğu aktif olarak 1 (%44,6) veya 2 (%40,8) anlık mesajlaşma uygulaması kullanmaktadır. Ayrıca, 3 uygulama kullananların oranı ise %11,7'dir. Bu durum, öğrencilerin genellikle birden fazla anlık mesajlaşma uygulamasını aktif olarak kullanma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

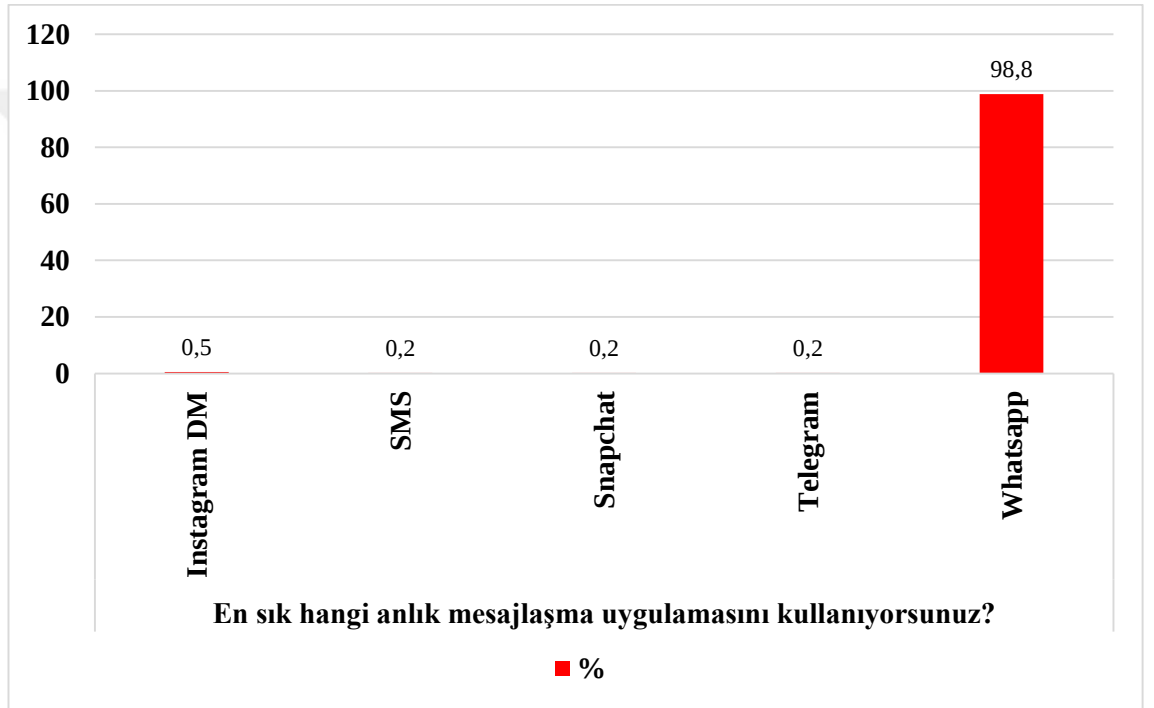
Şekil 22: Kullanılan Toplam Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Sayıları



3.2.1.2.4.2. En Sık Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması

Whatsapp, öğrenciler arasında açık bir şekilde en sık kullanılan anlık mesajlaşma uygulamasıdır (%98,8). Bu durum uygulamanın baskın pazar payını ve kullanıcı alışkanlıklarındaki yerini göstermektedir. Diğer uygulamalar (Instagram DM, SMS, Snapchat, Telegram) daha düşük oranlara sahiptir.

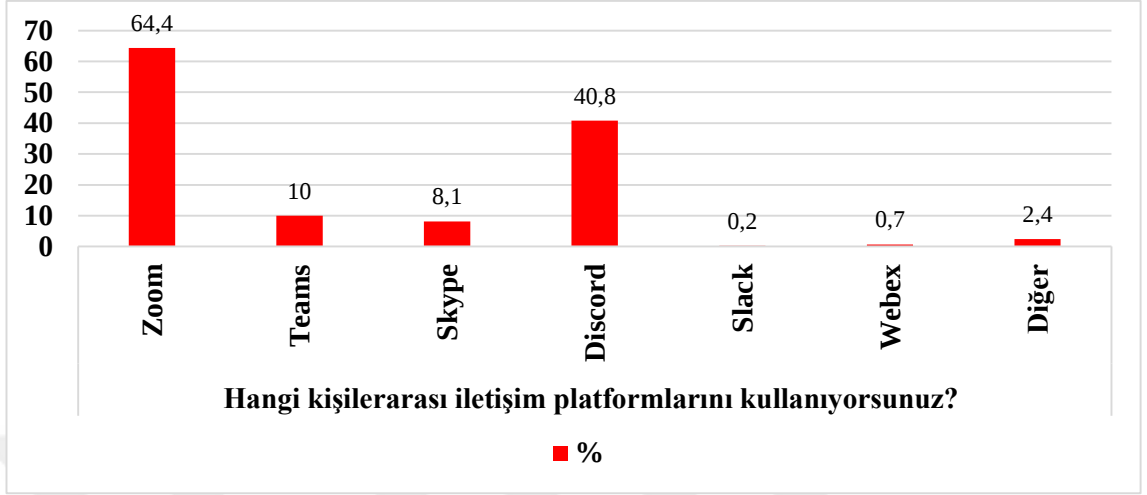
Şekil 23: En Sık Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması



3.2.2.5. Öğrencilerin Kişilerarası İletişim Platformu Kullanımları

Öğrenciler, kişilerarası iletişim platformlarını geniş bir yelpazede kullanmaktadır. Zoom, öğrenciler arasında en sık kullanılan platformdur (%64,4). Discord (%40,8), Teams (%10,0), Skype (%8,1) ve Webex (%0,7) da diğer kullanılan platformlardır. "Diğer" kategorisinde Facetime ve Google Meets gibi platformların kullanıldığı görülmektedir.

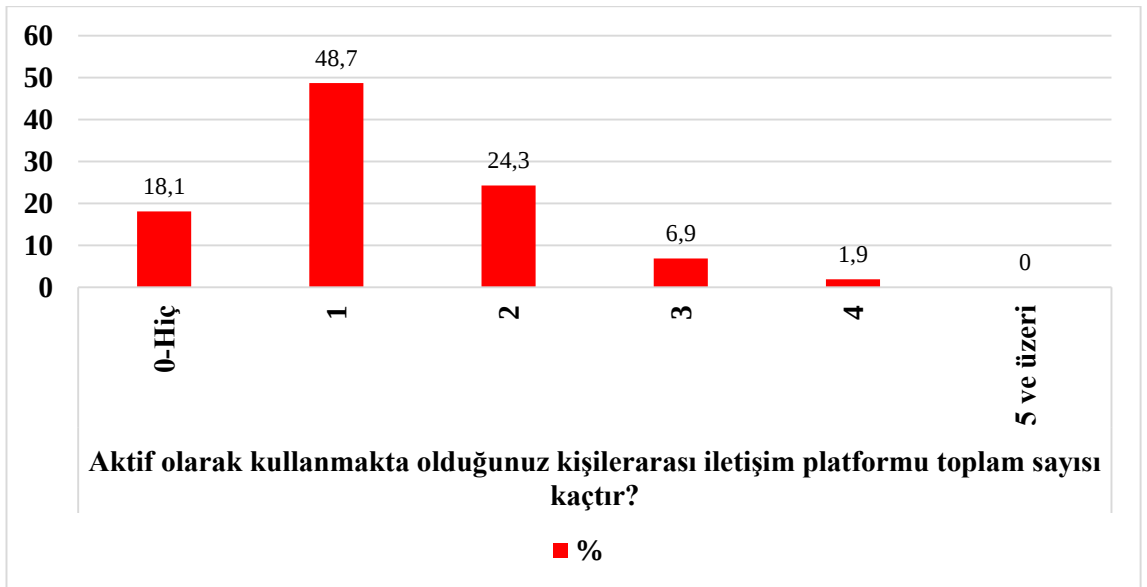
Şekil 24: Öğrencilerin Kişilerarası İletişim Platformu Kullanımları



3.2.2.5.1. Öğrencilerin Kullandığı Toplam Kişilerarası İletişim Platformu Sayıları

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%48,7) aktif olarak 1 kişilerarası iletişim platformu kullanmaktadır. İkinci sıklıkla tercih edilen seçenek, 2 platform kullanma (%24,3) oranıdır. 3 platform kullanma oranı %6,9'dur. Öğrencilerin %18,1'i ise hiç kişilerarası iletişim platformu kullanmamaktadır. Öğrencilerin genellikle bir veya daha fazla kişilerarası iletişim platformunu aktif olarak kullanma eğiliminde olduğu söylenebilir.

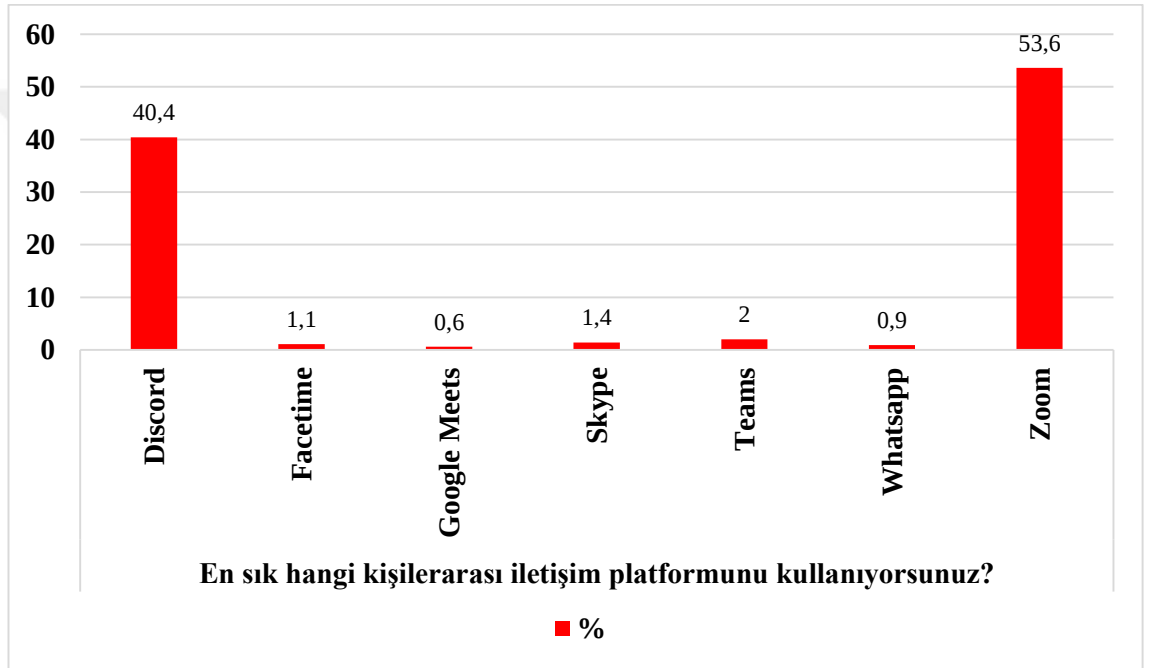
Şekil 25: Öğrencilerin Kullandığı Toplam Kişilerarası İletişim Platformu Sayıları



3.2.2.5.2. En Sık Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu

Zoom, öğrencilerin %53,6'sı tarafından en sık kullanılan platform olarak belirtilmiştir. Discord'un da önemli bir kullanıcı tabanı (%40,4) olduğu görülmektedir. Diğer platformlar (Facetime, Google Meets, Skype, Teams, Whatsapp) daha düşük oranlara sahiptir.

Şekil 26: En Sık Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu

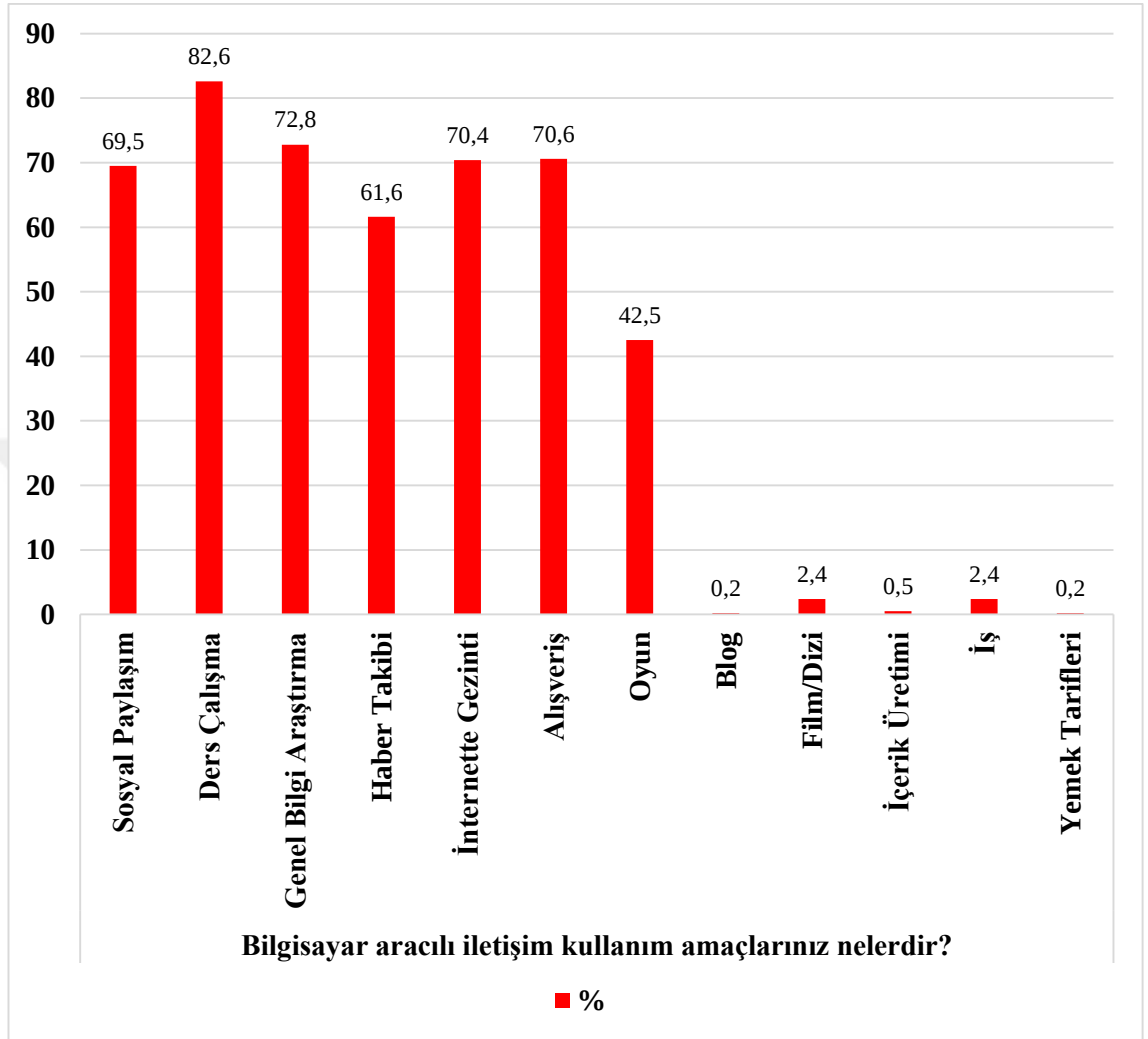


3.2.2.6. Bilgisayar Aracılı İletişim Kullanım Amaçları

Öğrenciler, bilgisayar aracılı iletişimi çeşitli amaçlar için kullanmaktadır. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu, iletişim (%85,4), ders çalışma (%82,6) ve genel bilgi araştırması (%72,8) için bilgisayar aracılı iletişim araçlarını kullanmaktadır. Sosyal paylaşım ve internette gezinme de sıkça belirtilen amaçlardır.

Haber takibi, alışveriş ve oyun gibi amaçlar onların ardından gelmektedir. "Diğer" kategorisinde ise blog yazma, film/dizi izleme, içerik üretme, işle ilgili iletişim ve yemek tarifleri gibi daha özgün amaçlar da bulunmaktadır.

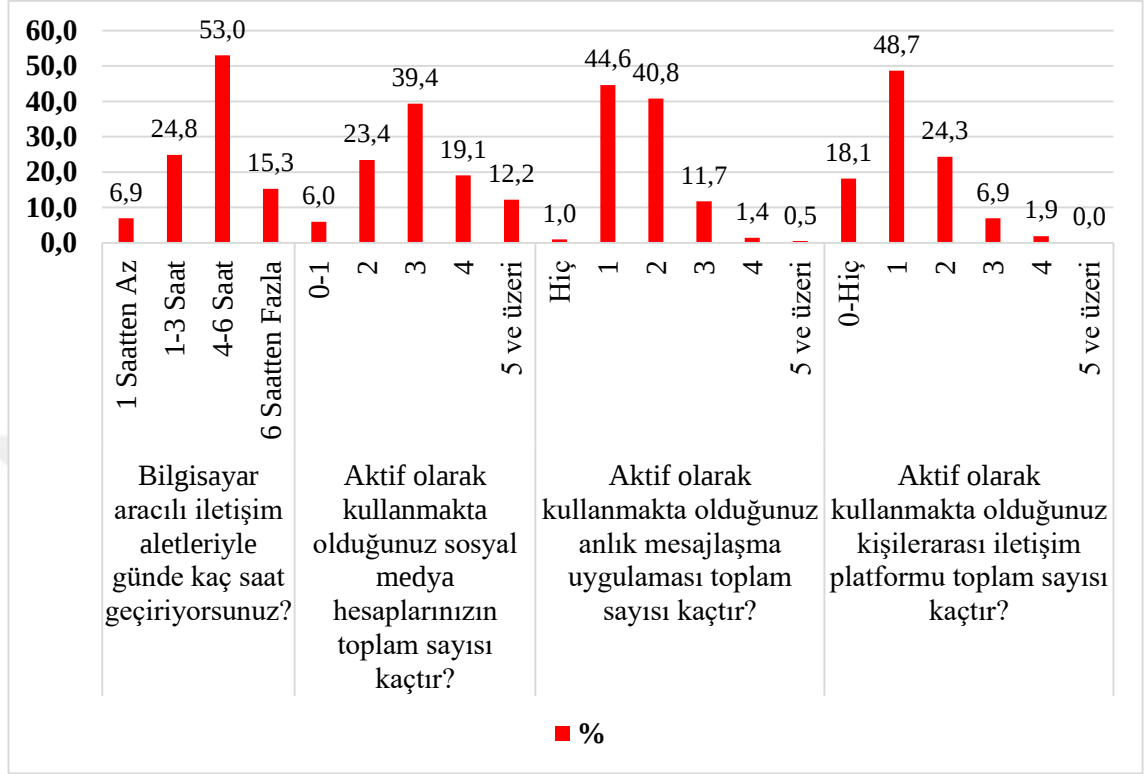
Şekil 27: Bilgisayar Aracılı İletişim Kullanım Amaçları



3.2.2.7. Hipotezler Kapsamında BAİ Kullanım Özellikleri

BAİ kullanım özellikleri kapsamında her soruya ilişkin grafikler yukarıda ayrı ayrı ve detaylı bir şekilde verilmiştir. Aynı zamanda araştırma hipotezlerini çözümlemek için sorulan BAİ kullanım özelliklerine ilişkin oranların, daha kapsamlı bir çerçeveden irdelenmesi ve daha iyi yorumlanabilmesi için, bir arada verildiği özel bir grafik hazırlanmıştır.

Şekil 28: Hipotezler Kapsamında BAİ Kullanım Özellikleri



Şekil 28, bu dört hipotez için katılımcıların yanıtlarının yüzdesel dağılımını göstermekte ve böylece kullanıcıların güven eğilimlerine göre dijital iletişim araçlarının kullanımında gözlemlenebilecek potansiyel farklılıkları görsel olarak temsil etmektedir. Hipotezlerin doğruluğunu test etmek için bu yüzdelik dağılımların istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterip göstermediği ilerleyen bölümde analiz edilmiştir. Bu grafik, bu tür bir analiz için başlangıç noktası olarak kullanılabilir ve sonuçlar, güven eğilimi ile BAİ araçları kullanımı arasındaki ilişki hakkında önemli bilgiler sağlayabilir.

BAİ kullanıcılarının %6,9'u günde 1 saatten az, %24,8'i 1-3 saat, %53 4-6 saat ve %15,3'ü 6 saatten fazla bilgisayar aracılı iletişim araçlarıyla zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bu dağılım, kullanıcıların büyük bir kısmının bu araçları oldukça sık kullandığını göstermektedir. Güven eğilimleri ile karşılaştırıldığında, güven düzeyleri yüksek olmanın daha uzun süre BAİ araçları kullanımı üzerinde bir etkisi olup olmadığını ortaya koymak için merak uyandırır da büyük bir çoğunluğun uzun süreler kullanıyor olması güven eğilimine göre bir fark olmayabileceğini düşündürmektedir.

Öğrencilerin %39,4'ü 3 sosyal medya hesabı, %19,1'i 4 hesap ve %48,7'si 5 ve üzeri hesap kullanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların çoğunluğunun çoklu sosyal medya platformlarında aktif olduğunu göstermekle birlikte farklı kullanım sayıları arasında yoğun kümelenmeler olduğu görünmekte ve güven eğilimlerinin bu kullanılan hesap sayılarıyla ilişkilendirilebileceğini düşündürmektedir.

Öğrencilerin %44,6'sı 1 anlık mesajlaşma uygulaması, %40,8'i 2 ve %14,5'i 3 ve üzeri uygulama kullanmaktadır. Anlık mesajlaşma uygulamalarının genellikle sadece 1 ve 2 aralığında kullanılıyor olması güven eğilimi düşük ve yüksek kullanıcılar arasında farklılık olmadığını gösteriyor olabilir.

Öğrencilerin %48,7'si 1 kişilerarası iletişim platformu, %24,3'ü 2 ve %6,9'u 3 ve üzeri platform kullanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların çoğunlukla 1 veya 2 kullandığını göstermekle birlikte güven eğilimlerinin bu kullanım üzerinde bir etkisi olup olmadığı hususlarında merak uyandırmaktadır. Büyük çoğunluğun yine bir tarafta kümeleniyor olması güven eğilimine göre bir farklılık olmayabileceğini düşündürmektedir.

3.2.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

3.2.3.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) (Confirmatory Factor Analysis, CFA), teorik önermeleri destekleyecek şekilde yapılandırılmış çok değişkenli boyutlarının (gizil değişkenlerin), gerçek yapılarla uyumluluğunu ölçmeye yönelik bir istatistiksel prosedürdür. Başka bir deyişle, DFA, önceden var olan teorik modellerin deneysel verilerle ne ölçüde doğrulandığının değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Açıklayıcı faktör analizi veri setinin faktöriyel yapısını herhangi bir öncül varsayım olmadan ortaya çıkartırken, DFA ise belirli gözlemlenen değişkenlerin, kuramsal olarak önerilen önceden belirlenmiş faktörlerle ilişkilendirilmesi beklenen modelin test edilmesine dayalıdır (Sümer, 2000).

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kapsamında, belirli bir modelin veri ile ne kadar iyi örtüştüğünü belirlemek için çeşitli uyum indeksleri kullanılmaktadır. Her bir uyum indeksinin, model ile veri arasındaki uyumu belirleme konusunda kendine has güçlü ve zayıf yönleri vardır. Bu nedenle, bir modelin ne kadar uygun olduğunu daha doğru bir

şekilde anlamak için birden fazla uyum indeksinin değerlendirilmesi uygun görülmektedir. En yaygın kullanılan uyum indeksleri arasında Ki-Kare Uyum Testi, İyi Uyum İndeksi (GFI), Düzeltilmiş İyi Uyum İndeksi (AGFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Ortalama Hataların Karekökü (RMR) ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) bulunmaktadır (Cole, 1987).

Ölçeğin geçerliliğini değerlendirmek için yapılan DFA analizleri AMOS ile gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, ölçeğin farklı türdeki geçerlilikleri -ırsak ve yakınsak geçerlilik- üzerinde durulmuş ve bu amaçla "Master Validity" eklentisi kullanılmıştır.

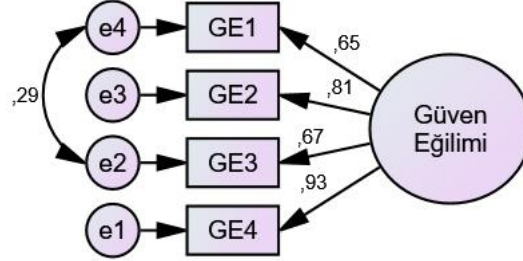
Tablo 7: Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

İndeks	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Güven Eğilimi	İnternet Kullanım Alışkanlıkları	Motivasyon	Sosyal Medya Güven
X ²	x	x	0,043	103,189	0,000	58,306
sd	x	x	1	28	1	31
X ² /sd	≤ 3	≤ 5	0,043	3,685	0,000	1,881
GFI	≥ 0,95	≥ 0,90	0,999	0,956	0,999	0,974
AGFI	≥ 0,90	≥ 0,85	0,999	0,913	0,999	0,954
CFI	≥ 0,97	≥ 0,90	0,999	0,964	0,999	0,985
RMR	≤ 0,05	≤ 0,08	0,001	0,054	0,000	0,040
RMSEA	≤ 0,05	≤ 0,08	0,001	0,079	0,001	0,046

Güven Eğilimi, Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeklerinin DFA ile değerlendirilmesi neticesinde anket sorularının önem derecesini gösteren standart regresyon katsayılarına bakıldığında, modelde önemsiz bir ağırlığı olan hiçbir madde olmadığı anlaşılmıştır. Başka bir deyişle, düşük faktör yüklü madde bulunmadığı görülmüştür.

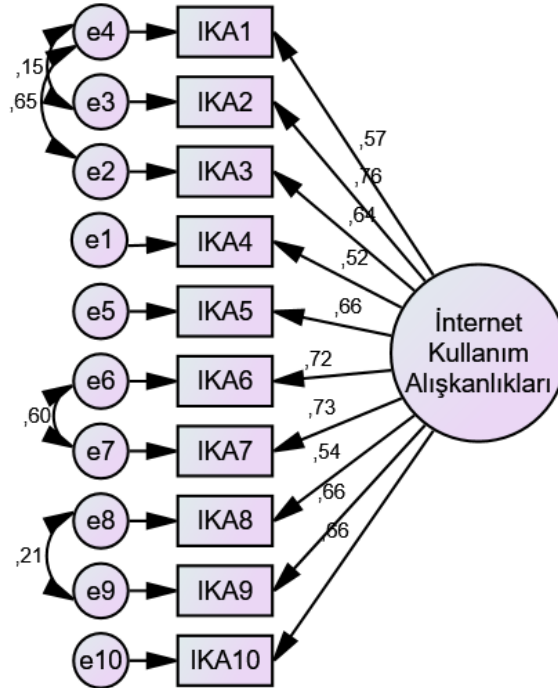
Güven Eğilimi ölçeğinde uyum iyiliği (X²/sd=0,043), GFI (0,999), AGFI (0,999), CFI (0,999), RMR (0,001), RMSEA (0,001) indeksleri tamamen sağlanmıştır.

Şekil 29: Güven Eğilimi Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli



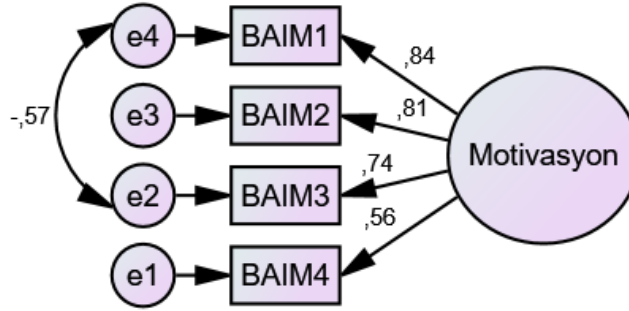
İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde uyum iyiliği ($\chi^2/sd=3,685$), GFI (0,956), AGFI (0,913), CFI (0,964), RMR (0,054), RMSEA (0,079) indeksleri tamamen sağlanmıştır.

Şekil 30: İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli



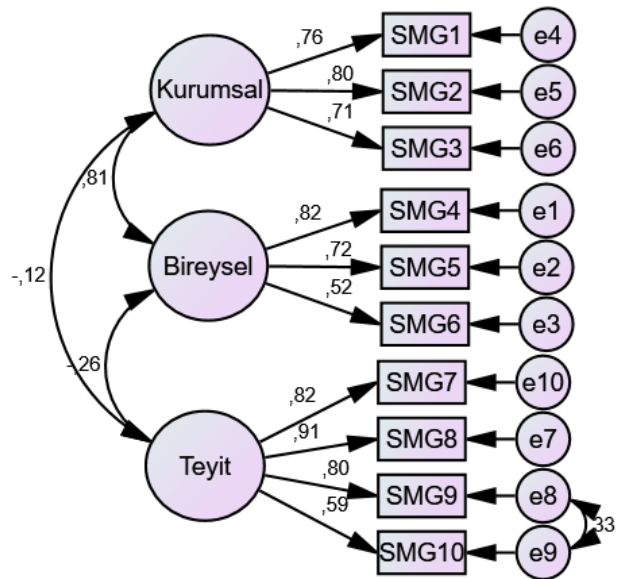
Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon ölçeğinde uyum iyiliği ($X^2/sd=0,000$), GFI (0,999), AGFI (0,999), CFI (0,999), RMR (0,000), RMSEA (0,001) indeksleri tamamen sağlanmıştır.

Şekil 31: BAİ Motivasyon Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli



Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinde uyum iyiliği ($X^2/sd=1,881$), GFI (0,974), AGFI (0,954), CFI (0,985), RMR (0,040), RMSEA (0,046) indeksleri tamamen sağlanmıştır.

Şekil 32: SM Teyit/Güven Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli



3.2.3.2. Güvenilirlik Analizi

Tablo 8: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Güven Eğilimi	4	0,860
Motivasyon	4	0,813
İnternet Kullanımı	10	0,879
SMG Kurumsal	3	0,800
SMG Bireysel	3	0,724
SMG Teyit	4	0,867
SMG Toplam	10	0,693

Ölçekleri oluşturan maddelerin kendi aralarında tutarlılık derecesini değerlendiren istatistiksel bir prosedür olan güvenilirlik analizi, katılımcılara yöneltilen ölçekteki ifadelerin tümünün aynı konuyu ölçüp ölçmediğini test etmek için kullanılmaktadır (Ural & Kılıç, 2018, s. 268).

Ölçek maddelerinin aralarındaki korelasyonun ölçülmesiyle tutarlılığın tespit edilebildiğini ifade edilen Ural ve Kılıç'a (2018, s. 268) göre; "Güvenilirlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artar."

Benzer bir şekilde, güvenilirlik analizi için başvuru yöntemlerinden biri olan Cronbach's alfa katsayısının 0-1 arasında değiştiği, değerlendirme kriterlerine göre "0.00 < 0.40 ise ölçek güvenilir değil, 0.40 < 0.60 ise ölçek düşük güvenilirlikte, 0.60 < 0.80 ise ölçek oldukça güvenilir ve 0.80 < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçek" olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir (Nunnally & Bernstein, 1994, s. 248). Analiz sonuçlarına göre Güven Eğilimi, Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeklerinin güvenilirlik düzeylerinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir (Cronbach's Alpha>0,600).

3.2.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Betimsel İstatistikleri

Araştırma kapsamında kullanılan ölçekler üzerinde yapılan analiz sonuçlarına dair bilgilerin yer aldığı bu bölümde veri setindeki ölçümlerin temel özelliklerini tanımlamak için sayısal özetler verilmektedir. Bu çerçevede ölçeklerin merkezi eğilimini, dağılımını ve varyansını anlama konusunda kapsamlı bilgi sağlamak adına, her bir ölçeğe ait minimum, maksimum ve ortalama puanlar, standart sapmalar ile düzey yüzdesi ölçütleri incelenmiştir.

Ölçek puanlarının teorik maksimum puanına göre oransal bir değerini ifade eden düzey, ölçek puanlarının olası en yüksek puanlara göre yüzde olarak ne düzeyde olduğunu göstermekte ve genellikle öğrencilerin verdiği cevapların ortalama değerlerini maksimum değerlere göre normalize ederek yüzde cinsinden ifade etmektedir.

Ölçek puanlarının yorumlanmasında bir bağlam sağlayan bu hesaplama, ölçeklerin puanlarının ne derece yüksek ya da düşük olduğunu anlamak için kullanılabilir. Özellikle, ölçekler arası karşılaştırmalarda veya belirli bir yüzde düzeyinin üzerinde bir performans gösteren katılımcıların oranını belirlemekte faydalı olabilir.

Tablo 9: Ölçek Puanlarının Betimsel İstatistikleri

	Min	Maks	Ort	ss	Düzye %
Güven Eğilimi	4	20	11,16	3,93	55,82
Motivasyon	4	20	11,68	3,64	58,42
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	10	50	33,02	7,84	66,04
SMG Kurumsal	3	15	8,58	2,61	57,22
SMG Bireysel	3	15	7,63	2,37	50,84
SMG Teyit	4	20	15,63	3,35	78,17
SMG Toplam	14	48	31,84	5,16	66,34

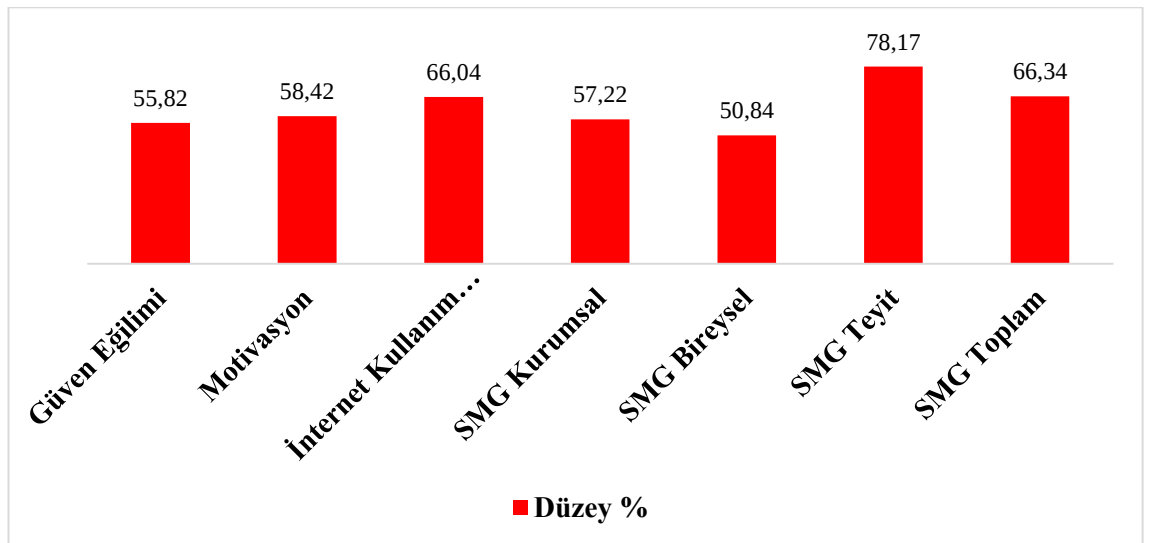
Güven Eğilimi ölçeğinde minimum puan 4, maksimum puan 20 olup öğrencilerin ‘‘Güven Eğilimi’’ puan ortalaması 11,16 ve standart sapma 3,93’tür. Bu durum katılımcıların puanlarının orta seviyede olduğunu ve puanlar arasında bir miktar değişkenlik olduğunu göstermektedir.

Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon ölçeğinde de minimum puan yine 4, maksimum puan 20 olup öğrencilerin “Motivasyon” puan ortalaması 11,68 ve standart sapma 3,64’tür. Bu durum öğrencilerin BAİ motivasyon ölçeğinde biraz daha yüksek puanlar aldığını göstermektedir.

İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde minimum puan 10, maksimum puan 50 öğrencilerin “İnternet Kullanım Alışkanlıkları” puan ortalaması 33,02 ve standart sapma 7,84’tür. Bu durum öğrencilerin internet kullanımı konusunda nispeten yüksek bir düzeyde olduklarını ve puanların daha geniş bir aralıkta dağıldığını göstermektedir.

Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin kurumsal ve bireysel güven boyutlarında minimum puan 3, maksimum puan 15’tir. Öğrencilerin “Kurumsal Güven” puan ortalaması 8,58 ve “Bireysel Güven” puan ortalaması 7,63’tür. Bu durum katılımcıların kurumsal sosyal medya içeriklerine bireysel sosyal medya içeriklerine kıyasla biraz daha fazla güvendiklerini göstermektedir. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin teyit boyutu için minimum puan 4, maksimum puan 20, ortalaması ise 15,63’tür. Bu durum öğrencilerin sosyal medya üzerinden ulaştıkları bilgileri teyit etme konusunda oldukça yüksek bir düzeyde olduklarını göstermektedir. Ortalama ve maksimum puana göre düzeyler incelendiğinde en yüksek düzey “Teyit”te gözlenmiştir. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin toplam olarak hesaplanması kapsamında ise minimum puan 14, maksimum puan 48 ve ortalaması 31,84’tür.

Şekil 33: Ölçek Puanlarının Toplam Puanlara Göre Düzeyleri



Güven Eğilimi ölçeğinde ortalama puanın maksimum puanın %55,82'sine denk geldiği anlaşılmaktadır. Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon Ölçeğinde ortalama puanın maksimum puanın %58,42'sine denk geldiği anlaşılmaktadır. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğin ortalama puanın maksimum puanın %66,04'üne denk geldiği anlaşılmaktadır. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin kurumsal güven boyutunda ortalama puanın maksimum puanın %57,22'sine denk geldiği anlaşılmaktadır. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin bireysel güven boyutunda ortalama puanın maksimum puanın %50,84'üne denk geldiği anlaşılmaktadır. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin teyit boyutunda ortalama puanın maksimum puanın %78,17'sine denk geldiği anlaşılmaktadır. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamında; ortalama puanın maksimum puanın %66,34'üne denk geldiği anlaşılmaktadır.

3.2.5. Hipotez Testleri

Araştırmanın temelini oluşturan hipotezlerin test edilmesine odaklanılan bu bölümde; araştırma soruları ve bu sorulara dayalı olarak formüle edilen hipotezler test edilmiştir. Bu aşamada, özellikle belirlenen değişkenler arasındaki ilişkiler ve etkileşimler detaylı bir şekilde incelenerek, teorik varsayımların gerçek verilerle ne derece uyumlu olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırma sorularına yanıt ararken kullanılan istatistiksel yöntemleri içeren hipotez testleri aracılığıyla, veri setinde gözlemlenen temel bulgular ortaya çıkarılmıştır. Söz konusu bulgular, demografik faktörlerin ölçek puanları üzerindeki etkisinden tutum ve davranışlar arasındaki ilişkilere kadar geniş bir yelpazede değerlendirilmiştir.

Bu süreçte kullanılan ana test yöntemleri arasında t-testi, ANOVA, korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi çeşitli istatistiksel testler bulunmaktadır. Her bir test, belirli bir hipotezi değerlendirmek için özel olarak seçilmiş olup, sonuçların yorumlanması hipotezlerin anlamlı ve bilgilendirici yanıtlarını sunmuştur. Hipotez testlerinin sonuçları, çalışmanın tartışmalar bölümüne temel teşkil etmiştir.

3.2.5.1. Ölçek Puanlarının BAİ ile Geçirilen Süreye Göre Karşılaştırılması

Bu bölümde ilk olarak güven eğilimi, BAİ motivasyon, internet kullanımı, sosyal medya teyit/güven ölçek puanlarının bilgisayar aracılı iletişim aletleriyle geçirilen süreye göre karşılaştırılmasıyla başlanmıştır. Öğrencilerin bu ölçeklerde elde ettiği puanların, bilgisayar aracılı iletişim araçlarıyla geçirilen süre ile olan ilişkisinin incelenmesi kapsamında; bu ilişkiyi anlamak için ANOVA (Varyans Analizi) testi uygulanarak, farklı süre aralıklarında geçiren bireylerin ölçek puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı değerlendirilmiştir.

Analiz sonuçları, katılımcı sayısı (n), ölçek puanlarının ortalaması (Ort), standart sapmalar (ss), ANOVA testinin F değeri ve p değerini içeren tablolar şeklinde sunulmuştur. F değeri, gruplar arasındaki varyansın, grup içi varyansla karşılaştırıldığında ne kadar büyük olduğunu göstermekte ve p değeri, bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirtmektedir. Genel bir kural olarak, p değeri 0,05'ten küçükse, gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu kabul edilir.

Ölçek puanlarının bai ile geçirilen süreye göre karşılaştırılması Tablo 10'da gösterilmiştir. Söz konusu tablonun detaylı incelemesi şu şekildedir:

1. Farklı zaman dilimleri arasında Güven Eğilimi ölçeğinde anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0.118$). Sonuç, farklı sürelerde internet kullanan bireylerin güven eğilimi açısından benzer puanlar aldığını göstermektedir.
2. BAİ motivasyon ölçeğinde zaman dilimleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p = 0.048^*$). Özellikle ‘‘6 Saatten Fazla’’ internet kullanan öğrenciler, diğer gruplara göre daha yüksek motivasyon puanlarına sahiptir (ortalama 12,70).
3. Zaman dilimleri arasında internet kullanım alışkanlıkları ölçeğinde anlamlı bir fark bulunmuştur ($p = 0.006^*$). ‘‘6 Saatten Fazla’’ internet kullanan bireylerin en yüksek ortalama puanı almış olması (34,91), internet kullanım süresi arttıkça internet kullanım alışkanlıklarının da arttığını göstermektedir.
4. Sosyal medya teyit/güven ölçeğinin toplamında ($p=0,325$) ile kurumsal ($p=0,394$), bireysel ($p=0,143$) ve teyit ($p=0,711$) olmak üzere bütün boyutlarında gruplar arası fark anlamlı değildir.

Tablo 10: Ölçek Puanlarının BAİ ile Geçirilen Süreye Göre Karşılaştırılması

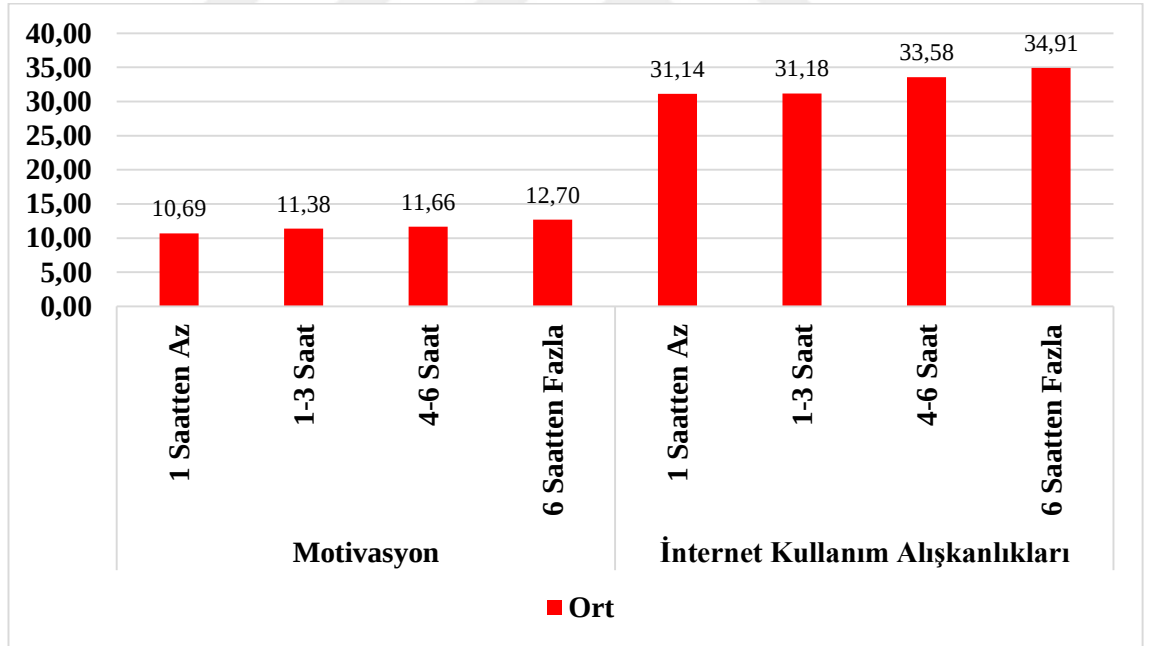
		n	Ort	ss	F	p
Güven Eğilimi	1 Saatten Az	29	10,76	4,44	1,967	0,118
	1-3 Saat	104	10,51	3,74		
	4-6 Saat	222	11,31	3,83		
	6 Saatten Fazla	64	11,92	4,25		
Motivasyon	1 Saatten Az	29	10,69	4,21	2,663	0,048*
	1-3 Saat	104	11,38	3,62		
	4-6 Saat	222	11,66	3,53		
	6 Saatten Fazla	64	12,70	3,61		
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	1 Saatten Az	29	31,14	10,03	4,169	0,006*
	1-3 Saat	104	31,18	7,48		
	4-6 Saat	222	33,58	7,32		
	6 Saatten Fazla	64	34,91	8,45		
SMG Kurumsal	1 Saatten Az	29	8,21	2,21	0,997	0,394
	1-3 Saat	104	8,40	2,56		
	4-6 Saat	222	8,59	2,56		
	6 Saatten Fazla	64	9,03	2,96		
SMG Bireysel	1 Saatten Az	29	6,86	2,52	1,817	0,143
	1-3 Saat	104	7,49	2,48		
	4-6 Saat	222	7,67	2,15		
	6 Saatten Fazla	64	8,05	2,80		
SMG Teyit	1 Saatten Az	29	15,34	3,87	0,459	0,711
	1-3 Saat	104	15,64	3,53		
	4-6 Saat	222	15,77	3,23		
	6 Saatten Fazla	64	15,27	3,25		
SMG Toplam	1 Saatten Az	29	30,41	5,23	1,160	0,325
	1-3 Saat	104	31,54	5,46		
	4-6 Saat	222	32,03	5,01		
	6 Saatten Fazla	64	32,34	5,08		

ANOVA Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

Yukarıdaki sonuçlar, öğrencilerin BAİ araçları ile geçirdiği süreler farklı olan öğrenciler arasında BAİ Motivasyon ve İnternet Kullanım Alışkanlıkları puanı bakımından istatistiksel anlamlı fark bulunduğunu göstermektedir ($p<0,05$). Özellikle daha uzun süre internet kullanan bireylerin motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları açısından daha yüksek puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Diğer ölçeklerde ise; BAİ kullanım süresi Güven Eğilimi ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçek puanları arasında anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir.

Analiz neticesinde anlamlı farklar tespit edildiği durumlarda, bu farkları daha net görselleştirmek ve yorumlamak amacıyla ayrıca grafikler hazırlanmıştır. Bu grafikler, değişkenler arasındaki ilişkiyi görsel olarak sergilemekte ve bulguların daha kolay anlaşılmasını sağlamaktadır.

Şekil 34: Ölçeklerin BAİ Kullanım Süresine Göre Puan Ortalamaları



Şekil 34'te "Motivasyon" ve "İnternet Kullanım Alışkanlıkları" ölçeklerinin bilgisayar aracılı iletişim aletleriyle geçirilen süreye göre ortalama (Ort) puanları gösterilmektedir. Grafikteki kırmızı sütunlar, her bir süre dilimi için ölçek puanlarının ortalamasını temsil etmektedir ve sol tarafta "BAİ Motivasyon", sağ tarafta "İnternet Kullanım Alışkanlıkları" ölçekleri yer almaktadır.

"Motivasyon" ölçeğinde, bilgisayar aracılı iletişim aletleriyle geçirilen sürenin artmasıyla birlikte ortalama puanların da arttığı görülmektedir. 1 Saatten Az kullanım süresi için ortalama puan yaklaşık 10,69 iken, 1-3 Saat için 11,38, 4-6 Saat için 11,66 ve 6 Saatten Fazla için en yüksek ortalama olan 12,70'e ulaşmıştır. Bu durum, BAİ motivasyon puanları arttıkça BAİ araçları kullanımına daha fazla süre ayrıldığına işaret etmektedir.

"İnternet Kullanım Alışkanlıkları" ölçeğinde bu fark daha belirgindir. 1 Saatten Az kullanım süresi için ortalama puan yaklaşık 31,14 iken, 1-3 Saat için 31,18, 4-6 Saat için 33,58 ve 6 Saatten Fazla kullanım süresi için en yüksek ortalama olan 34,91'e ulaşmıştır. Bu artış, özellikle 4-6 Saat ve 6 Saatten Fazla sürelerde daha dikkate değerdir ve İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde daha yüksek puanlar elde ettikçe bireylerin BAİ araçlarını daha fazla kullandıklarını göstermektedir.

3.2.5.2. Ölçek Puanlarının Kullanılan Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının daha yakından incelendiği bu başlık altında, öğrencilerin Güven Eğilimi, BAİ Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçek puanlarının, kullanılan X, Instagram, Youtube, Tiktok gibi sosyal medya hesaplarının sayısı ile ilişkisi değerlendirilmiştir.

ANOVA testi sonuçları aşağıdaki Tablo 11'de gösterilmiş olup tablonun detaylı incelemesi şu şekildedir:

1. Güven Eğilimi ölçeğinde ortalama puanlar arttıkça kullanılan sosyal medya hesap sayısı da artmıştır; en düşük ortalama 0-1 hesap için 8,36 iken, 5 ve üzeri hesap için ortalama 11,88'dir. F istatistiği ve p değeri ($p=0,003^*$), bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.
2. Benzer bir şekilde, BAİ Motivasyon ölçeği ortalama puanları arttıkça da sosyal medya hesap sayısı artmıştır; 0-1 hesap için ortalama 9,12 iken, 5 ve üzeri hesap için ortalama 12,51'dir. Bu ölçekte de F istatistiği ve p değeri ($p=0,002^*$) anlamlı bir farklılık olduğunu belirtmektedir.

3. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeği ortalama puanlarının da artmasıyla kullanılan sosyal medya hesap sayılarında artış gözlemlenmiştir; 0-1 hesap için ortalama 27,16 iken, 5 ve üzeri hesap için ortalama 35,06'dır. F istatistiği ve p değeri ($p=0,001^*$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğuna işaret etmektedir.
4. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin kurumsal boyutunda; sosyal medya hesap sayısı ile ölçek puanları arasında bir ilişki gözlemlenmekte fakat p değeri ($p=0,049^*$) bu artışın sınırda anlamlı olduğunu göstermektedir.
5. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin bireysel boyutunda da; benzer bir ilişki gözlemlenmekte ve F istatistiği ile p değeri ($p=0,012^*$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu belirtmektedir.
6. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin teyit boyutunda sosyal medya hesap sayısına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,388$).
7. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin toplam puan ortalamalarında; F istatistiği ve p değeri ($p= 0,002^*$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

Tablo 11: Ölçek Puanlarının Kullanılan Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Karşılaştırılması

		n	Ort	ss	F	p
Güven Eğilimi	0-1	25	8,36	2,75	4,011	0,003*
	2	98	10,94	3,81		
	3	165	11,36	4,11		
	4	80	11,45	3,89		
	5 ve üzeri	51	11,88	3,64		
Motivasyon	0-1	25	9,12	3,13	4,280	0,002*
	2	98	11,38	3,61		
	3	165	11,87	3,85		
	4	80	11,95	3,03		
	5 ve üzeri	51	12,51	3,62		
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	0-1	25	27,16	7,93	4,869	0,001*
	2	98	32,50	7,43		

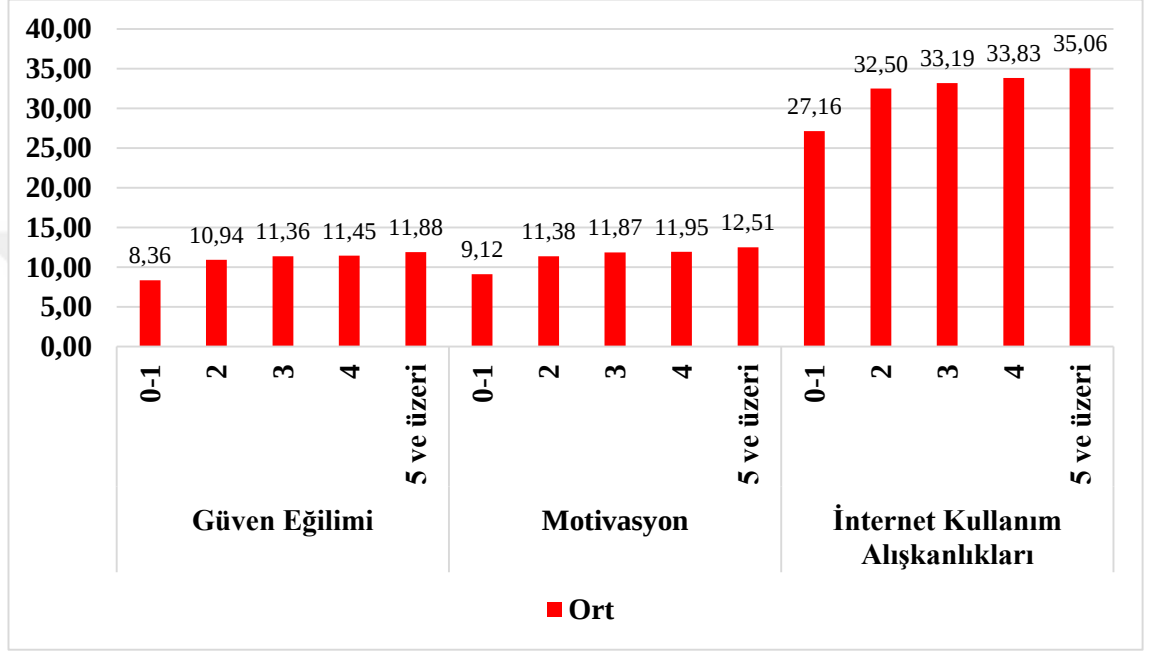
	3	165	33,19	7,78		
	4	80	33,83	7,72		
	5 ve üzeri	51	35,06	7,79		
SMG Kurumsal	0-1	25	7,28	3,03		
	2	98	8,46	2,40		
	3	165	8,61	2,38	2,403	0,049*
	4	80	9,09	2,68		
	5 ve üzeri	51	8,59	3,16		
SMG Bireysel	0-1	25	6,20	2,47		
	2	98	7,37	2,22		
	3	165	7,91	2,32	3,276	0,012*
	4	80	7,76	2,43		
	5 ve üzeri	51	7,69	2,49		
SMG Teyit	0-1	25	14,64	3,93		
	2	98	15,83	2,95		
	3	165	15,79	3,60	1,036	0,388
	4	80	15,73	2,88		
	5 ve üzeri	51	15,12	3,63		
SMG Toplam	0-1	25	28,12	5,88		
	2	98	31,65	4,37		
	3	165	32,30	4,94	4,248	0,002*
	4	80	32,58	5,16		
	5 ve üzeri	51	31,39	6,15		

ANOVA Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

Yukarıdaki tabloyu kısaca özetlemek gerekirse; aktif olarak kullandığı sosyal medya aracı sayısı farklı olan öğrenciler arasında güven eğilimi, motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları, kurumsal, bireysel, sosyal medya güven puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p < 0,05$). 5 ve üzeri sosyal medya hesabını aktif kullananlarda güven eğilimi (11,88), motivasyon (12,51), internet kullanım alışkanlıkları (35,06) puanları en yüksek, 4 hesap kullananlarda kurumsal (9,09), sosyal

medyada teyit/güven ölçeğinin toplamı (32,58) puanları en yüksek, 3 hesap kullananlarda bireysel (7,91) puanı en yüksektir. Teyit puanı için fark anlamlı değildir ($p>0,05$).

Şekil 35: GE, BAİM, İKA Ölçeklerinin Kullanılan Sosyal Medya Sayısına Göre Puan Ortalamaları



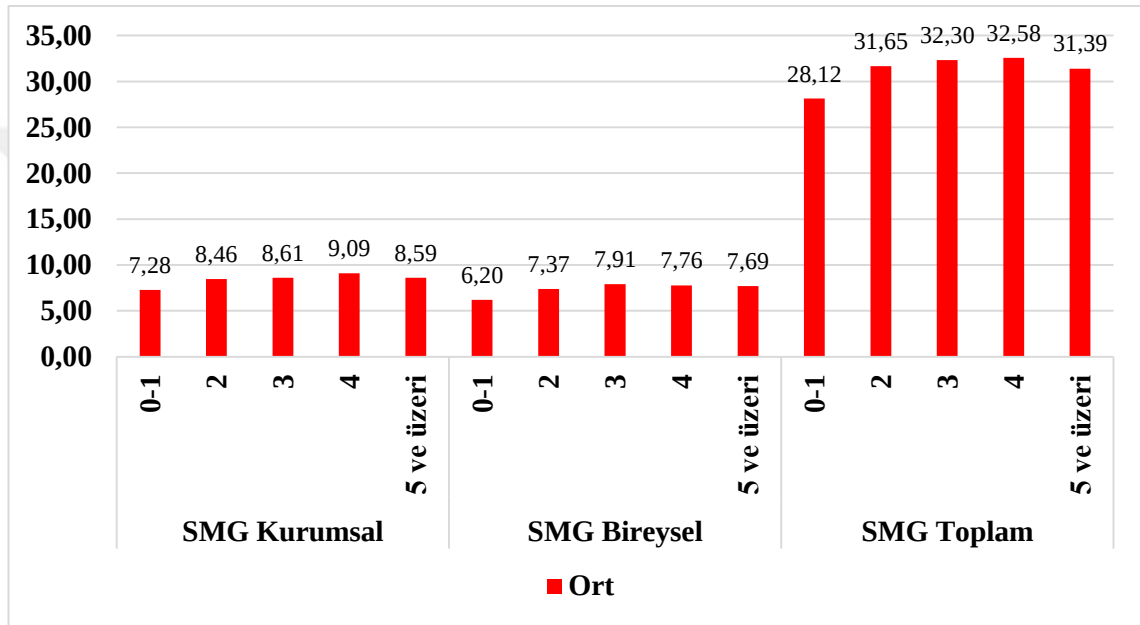
Şekil 35'teki sütun grafiğinde, katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesap sayısına göre Güven Eğilimi, Motivasyon ve İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeklerinde aldıkları ortalama puanlar gösterilmektedir. Her bir ölçek için, sosyal medya hesap sayısına göre gruplandırılmış (0-1, 2, 3, 4, 5 ve üzeri) ortalama puanlar kırmızı sütunlarla temsil edilmektedir.

Şekil 35'te görüldüğü üzere güven eğilimi ölçek puan ortalaması yükseldikçe aktif olarak kullanılan toplam sosyal medya hesabı sayısı da buna paralel olarak artmaktadır. En az hesap kullanımına sahip grup (0-1) için ortalama puan yaklaşık 8,36 iken, en fazla hesap kullanımına sahip grup (5 ve üzeri) için bu ortalama 11,88'e çıkmıştır.

Bilgisayar Aracılı İletişim Motivasyon ölçeğinde de benzer bir artış görülmekte olup ölçek puan ortalaması arttıkça aktif olarak kullanılan toplam sosyal medya hesabı sayısı da buna paralel olarak artmaktadır. En az hesap kullanan grubun ortalama puanı 9,12 iken, en fazla hesap kullanan grubun ortalama puanı 12,51'dir.

İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde, ortalama puanlar arttıkça aktif olarak kullanılan toplam sosyal medya hesabı sayısı daha da belirgin bir şekilde yükselmektedir. 0-1 hesap kullanımı için ortalama puan 27,16 iken, 5 ve üzeri hesap kullanımı için bu ortalama 35,06'ya çıkmaktadır.

Şekil 36: Sosyal Medya Güven Ölçeğinin Kullanılan Sosyal Medya Sayısına Göre Puan Ortalamaları



Şekil 36'daki grafik, katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesap sayısına göre Sosyal Medya Güvenilirliği (SMG) ölçeğinin Kurumsal, Bireysel ve Toplam puan ortalamalarını göstermektedir. Grafikte, her bir sosyal medya hesap sayısı kategorisi (0-1, 2, 3, 4, 5 ve üzeri) için ölçek puanlarının ortalamaları (Ort) kırmızı sütunlarla temsil edilmekte ve her bir ölçek kategorisi için sosyal medya hesabı sayısına göre artan bir sıralama sunulmaktadır.

Sosyal medya güven ölçeğinin kurumsal güven boyutunda; ortalama puan düştükçe aktif olarak kullanılan toplam sosyal medya hesap sayısının azalışı görülmektedir. 0-1 hesap kategorisinde ortalama puan yaklaşık 7,28 iken, 5 ve üzeri hesap kategorisinde ortalama puan 8,59'a çıkmaktadır. Bu durum, sosyal medya hesap sayısının artışının kurumsal sosyal medya güven puanları ile pozitif bir ilişkisi olabileceğini düşündürmektedir. Ancak aktif kullanılan toplam sosyal medya hesap sayısı 4 iken

ortalama puan en yüksek değere ulaşmıştır (9,09). 5 ve üzeri sosyal medya hesabı kullanımında ise ortalama puanda bir önceki basamağa göre bir düşüş yaşanmaktadır.

Sosyal medya güven ölçeğinin bireysel güven boyutunda da benzer bir eğilim gözlemlenmektedir. Az sayıda hesap kullananlar için ortalama puanlar daha düşükken (0-1 hesap için ortalama 6,20), çok sayıda hesap kullananlar için ortalama puanlar yükselmektedir (5 ve üzeri hesap için ortalama 7,69). Ancak aktif kullanılan toplam sosyal medya hesap sayısı 3 iken ortalama puan en yüksek değere ulaşmıştır (7,91). Ortalama puanın doruk noktasına ulaştığı 3 sosyal medya hesabı sayısından sonra, aktif olarak kullanılan sosyal medya hesabı sayısı arttıkça sosyal medya güven ölçeğinin bireysel güven puan ortalaması düşüşe geçmektedir.

Sosyal medya güven ölçeğinin toplam puanlarının ortalamasında da, sosyal medya hesap sayısının artmasıyla puanların da arttığı görülmektedir. En az hesap kullanımında ortalama puan 28,12 iken, en fazla hesap kullanımında ortalama puan 32,58'e çıkmaktadır (aktif kullanılan toplam sosyal medya hesap sayısı 4 iken). 5 ve üzeri sosyal medya hesabı kullanımında ise ortalama puanda bir önceki basamağa göre bir düşüş yaşanmaktadır.

3.2.5.3. Ölçek Puanlarının Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin Whatsapp, Telegram, SMS, BIP, Instagram DM, Facebook Messenger, WeChat gibi anlık mesajlaşma uygulaması kullanım alışkanlıklarının daha yakından incelendiği bu başlık altında, öğrencilerin Güven Eğilimi, BAİ Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçek puanlarının, kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısı ile ilişkisi değerlendirilmiştir.

Tablo 12 öğrencilerin kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması sayısına göre ölçek puanlarının istatistiksel analiz sonuçlarını içermektedir. Analizde, “0-1”, “2”, ve “3 ve üzeri” olarak sınıflandırılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısına göre gruplar oluşturulmuş ve bu grupların güven eğilimi, bilgisayar aracılı iletişimde motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya teyit/güven ölçeklerin (smg) kurumsal, smg

bireysel, smg teyit boyutlarında ve smg ölçeğinin toplamında aldıkları ortalama puanlar (ort), standart sapmaları (ss), anova'nın f istatistiği ve p değeri verilmiştir.

Tablo 12: Ölçek Puanlarının Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Karşılaştırılması

		n	Ort	ss	F	p
Güven Eğilimi	0-1	191	10,84	3,83	2,357	0,096
	2	171	11,20	4,08		
	3 ve üzeri	57	12,12	3,72		
Motivasyon	0-1	191	11,19	3,64	3,352	0,036*
	2	171	12,03	3,69		
	3 ve üzeri	57	12,30	3,31		
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	0-1	191	31,98	8,24	4,120	0,017*
	2	171	33,46	7,35		
	3 ve üzeri	57	35,16	7,41		
SMG Kurumsal	0-1	191	8,64	2,47	1,117	0,328
	2	171	8,39	2,76		
	3 ve üzeri	57	8,96	2,58		
SMG Bireysel	0-1	191	7,65	2,31	0,341	0,711
	2	171	7,53	2,40		
	3 ve üzeri	57	7,82	2,52		
SMG Teyit	0-1	191	15,45	3,41	0,719	0,488
	2	171	15,87	3,23		
	3 ve üzeri	57	15,58	3,51		
SMG Toplam	0-1	191	31,73	4,94	0,348	0,707
	2	171	31,79	5,24		
	3 ve üzeri	57	32,37	5,65		

ANOVA Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

ANOVA testi sonuçlarının gösterildiği Tablo 20'nin detaylı incelemesi şu şekildedir:

1. Güven Eğilimi ölçeği kapsamında; her ne kadar ortalama puanlar arttıkça aktif olarak kullanılan toplam anlık mesajlaşma uygulaması sayısı da artış

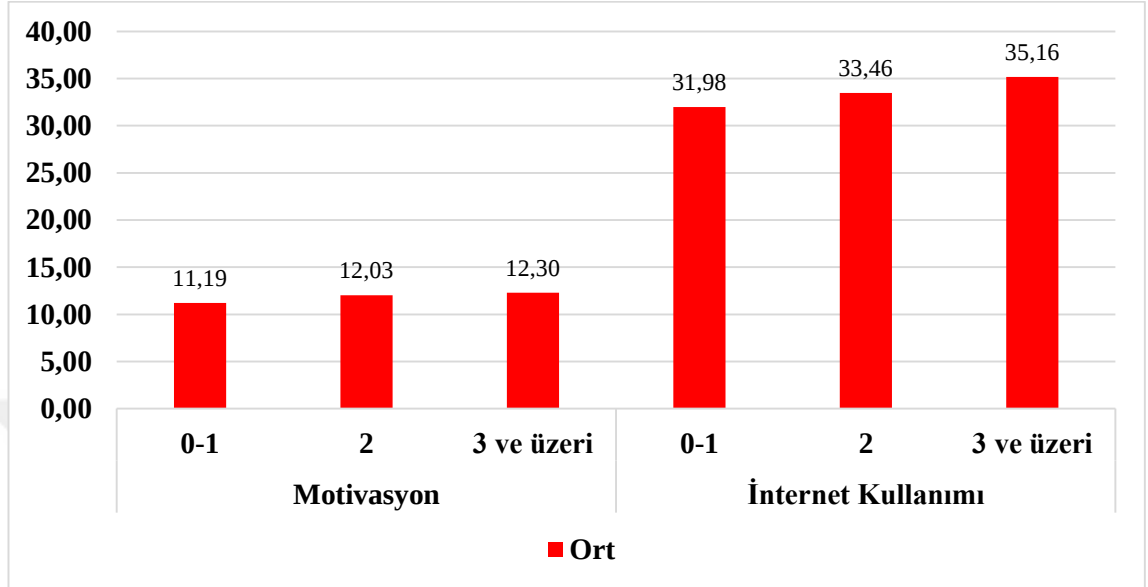
gösterse de (en az kullanım grubunda ortalama 10,84 iken, ‘‘3 ve üzeri’’ grubunda ortalama 12,12'ye yükselmiştir); bu artış istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,096$). Başka bir deyişle, güven eğilimine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

2. BAİ Motivasyon ölçeğinde, ‘‘0-1’’ kullanım grubundan ‘‘3 ve üzeri’’ kullanım grubuna doğru gidildikçe bir artış gözlemlenmektedir ve bu artış istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,036$). En düşük kullanım grubu için ortalama 11,19 iken, ‘‘3 ve üzeri’’ kullanım grubu için bu ortalama 12,30'dur.
3. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde de benzer bir artış eğilimi gözlemlenmekte olup bu artış da istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,017$). ‘‘0-1’’ kullanım grubunda ortalama 31,98 iken, ‘‘3 ve üzeri’’ kullanım grubunda ortalama 35,16'ya yükselmiştir.
4. Sosyal medya teyit/güven ölçeğinin toplamında ($p=0,707$) ile kurumsal güven ($p=0,328$), bireysel güven ($p=0,711$) ve teyit ($p=0,488$) olmak üzere bütün boyutlarında aktif olarak kullanılan toplam anlık mesajlaşma uygulaması sayıları arası fark anlamlı değildir.

Yukarıdaki tabloyu kısaca özetlemek gerekirse; aktif olarak kullandığı anlık mesajlaşma uygulaması farklı olan öğrenciler arasında BAİ Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları puanı bakımından istatistiksel anlamlı fark bulunmaktadır ($p<0,05$). 3 ve üzeri sayıda aktif olarak anlık mesajlaşma uygulaması kullananlarda Motivasyon (12,30), İnternet Kullanım Alışkanlıkları (35,16) puanları en yüksektir. Güven Eğilimi, Sosyal Medya Teyit/Güven puanları için fark anlamlı değildir ($p>0,05$).

Öğrencilerin kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması sayısına göre Motivasyon ve İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeklerinde aldıkları ortalama puanları gösteren Şekil 37'deki grafikte, her iki ölçekte de, ‘‘0-1’’, ‘‘2’’ ve ‘‘3 ve üzeri’’ olarak belirtilen kategorilere göre ortalama puanlar (Ort) kırmızı sütunlarla temsil edilmektedir.

Şekil 37: BAİM ve İKA Ölçeklerinin Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Sayısına Göre Puan Ortalamaları



BAİ motivasyon ölçeği kapsamında aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısı arttıkça ortalama puanın da artması; BAİ motivasyon düzeyleri daha yüksek olan öğrencilerin daha fazla sayıda anlık mesajlaşma uygulamaları kullandıklarını göstermektedir. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde de anlık mesajlaşma uygulaması kullanımının artışı ile ölçek puanlarında belirgin bir artış gözlemlenmektedir. Dolayısıyla internet kullanım alışkanlığı arttıkça aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısının da arttığı söylenebilir.

3.2.5.4. Ölçek Puanlarının Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu Sayısına Göre Karşılaştırılması

Bu başlık altında bilgisayar aracılığıyla kişilerarası iletişim imkanı sağlayan Zoom, Teams, Skype, Discord gibi platformların öğrenciler arasında toplam kullanım sayılarının Güven Eğilimi, Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven gibi ölçek puanları göre herhangi bir fark gösterip göstermediği incelenmiştir.

Tablo 13: Ölçek Puanlarının Kullanılan Kişilerarası İletişim Platformu Sayısına Göre Karşılaştırılması

		n	Ort	ss	F	p
Güven Eğilimi	0-Hiç	76	10,70	3,66	0,894	0,444
	1	204	11,06	3,95		
	2	102	11,55	4,13		
	3 ve üzeri	37	11,62	3,82		
Motivasyon	0-Hiç	76	10,82	3,63	1,876	0,133
	1	204	11,79	3,72		
	2	102	12,00	3,52		
	3 ve üzeri	37	12,03	3,41		
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	0-Hiç	76	32,17	7,35	0,491	0,689
	1	204	33,01	8,08		
	2	102	33,61	7,95		
	3 ve üzeri	37	33,16	7,27		
SMG Kurumsal	0-Hiç	76	8,38	2,39	0,246	0,864
	1	204	8,58	2,62		
	2	102	8,72	2,73		
	3 ve üzeri	37	8,65	2,67		
SMG Bireysel	0-Hiç	76	7,57	2,37	1,971	0,118
	1	204	7,77	2,40		
	2	102	7,69	2,44		
	3 ve üzeri	37	6,76	1,91		
SMG Teyit	0-Hiç	76	15,13	3,24	1,969	0,118
	1	204	15,72	3,26		
	2	102	15,46	3,70		
	3 ve üzeri	37	16,70	2,90		
SMG Toplam	0-Hiç	76	31,08	4,65	0,718	0,542
	1	204	32,07	5,26		
	2	102	31,86	5,33		
	3 ve üzeri	37	32,11	5,11		

ANOVA Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

Aktif olarak kullanılan kişilerarası iletişim platformu sayıları ‘‘0-Hiç’’, ‘‘1’’, ‘‘2’’ ve ‘‘3ve üzeri’’ şeklinde kategorilere ayrılmış olup ölçek puan ortalamaları ile ilişkisi ANOVA testi ile incelenmiştir. Grupların ortalama puanları (Ort), standart sapmaları (ss), ANOVA'nın F istatistiği ve p değeri yukarıdaki Tablo 13'te gösterilmiş olup tablonun detaylı incelemesi şu şekildedir:

1. Güven Eğilimi ölçeğinde ortalama puanların artışı ile aktif olarak kullanılan kişilerarası iletişim platformu sayıları arasında çok hafif bir artış gözlemleniyor olmasına rağmen; F istatistiği ve p değeri ($p=0,444$) bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir.
2. Motivasyon ölçeğinde de ortalama puanlar ile kullanılan platform sayısı arasında bir artış söz konusu ama yine, bu artışın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=0,133$).
3. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde de, ortalama puanlar arttıkça kişilerarası iletişim platformu sayılarında bir artış görülmektedir fakat bu artışın da istatistiksel olarak anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır ($p=0,689$).
4. Sosyal medya teyit/güven ölçeğinin toplamında ($p=0,542$) ile kurumsal ($p=0,864$), bireysel ($p=0,118$) ve teyit ($p=0,118$) olmak üzere bütün boyutlarında platform sayıları arası fark anlamlı değildir.

Özet olarak; aktif olarak kullanılan kişilerarası iletişim platformu sayısı farklı olan öğrenciler arasında Güven Eğilimi, BAİ Motivasyon, İnternet Kullanımı, Sosyal Medya Teyit/Güven puanları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p>0,05$).

3.2.5.5. Ölçek Puanlarının Kullanılan BAİ Platformları Toplam Sayısına Göre Karşılaştırılması

Yukarıdaki başlıklarda yapılan gruplandırmalar haricinde öğrencilerin kullandıkları BAİ platformları bu başlık altında bir bütün olarak ele alınarak herhangi bir ayırım yapmadan toplam sayıları üzerinden incelenmiştir. Başka bir deyişle Instagram, Facebook gibi sosyal medya platformları, Whatsapp, Telegram gibi anlık mesajlaşma uygulamaları ve Skype, Zoom gibi kişilerarası iletişim platformlar bir arada toplamında

sayıların öğrencilerin Güven Eğilimi, BAİ Motivasyon, İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Teyit/Güven ölçek puanları ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Aktif olarak kullanılan BAİ platformu toplam sayıları ‘‘3 ve altı’’, ‘‘4’’, ‘‘5’’, ‘‘6’’, ‘‘7’’, ‘‘8’’ ile ‘‘9 ve üzeri’’ şeklinde kategorilere ayrılmıştır.

Tablo 14: Ölçek Puanlarının Kullanılan BAİ Platformları Toplam Sayısına Göre Karşılaştırılması

		n	Ort	ss	F	p
Güven Eğilimi	3 ve altı	30	9,70	3,62	2,461	0,024*
	4	70	10,52	3,71		
	5	70	10,65	3,94		
	6	95	11,10	3,92		
	7	64	12,14	4,02		
	8	51	12,01	3,96		
	9 ve üzeri	39	11,76	3,90		
Motivasyon	3 ve altı	30	9,76	3,95	3,439	0,003*
	4	70	10,97	3,44		
	5	70	11,48	3,75		
	6	95	11,67	3,72		
	7	64	12,68	3,55		
	8	51	12,00	3,20		
	9 ve üzeri	39	12,76	3,28		
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	3 ve altı	30	28,20	8,75	4,272	0,000*
	4	70	32,44	6,63		
	5	70	31,82	8,857		
	6	95	32,70	7,43		
	7	64	35,89	6,84		
	8	51	34,13	8,04		
	9 ve üzeri	39	34,48	7,48		
SMG Kurumsal	3 ve altı	30	7,80	2,78	3,056	0,006*
	4	70	8,67	2,19		
	5	70	7,95	2,67		
	6	95	8,56	2,51		

	7	64	9,64	2,19		
	8	51	8,37	2,81		
	9 ve üzeri	39	8,71	3,13		
SMG Bireysel	3 ve altı	30	6,96	2,61		
	4	70	7,62	2,27		
	5	70	7,40	2,33		
	6	95	7,62	2,33	1,368	0,226
	7	64	8,29	2,14		
	8	51	7,54	2,78		
	9 ve üzeri	39	7,53	2,25		
SMG Teyit	3 ve altı	30	14,90	3,55		
	4	70	15,55	3,16		
	5	70	15,81	3,24		
	6	95	15,69	3,63	0,304	0,935
	7	64	15,62	3,28		
	8	51	15,68	2,85		
	9 ve üzeri	39	15,82	3,83		
SMG Toplam	3 ve altı	30	29,66	5,41		
	4	70	31,85	4,93		
	5	70	31,17	4,73		
	6	95	31,88	4,78	2,352	0,030*
	7	64	33,56	5,00		
	8	51	31,60	5,99		
	9 ve üzeri	39	32,07	5,49		

ANOVA Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

ANOVA testi sonuçları yukarıdaki tabloda gösterilmiş olup tablonun detaylı incelemesi şu şekildedir:

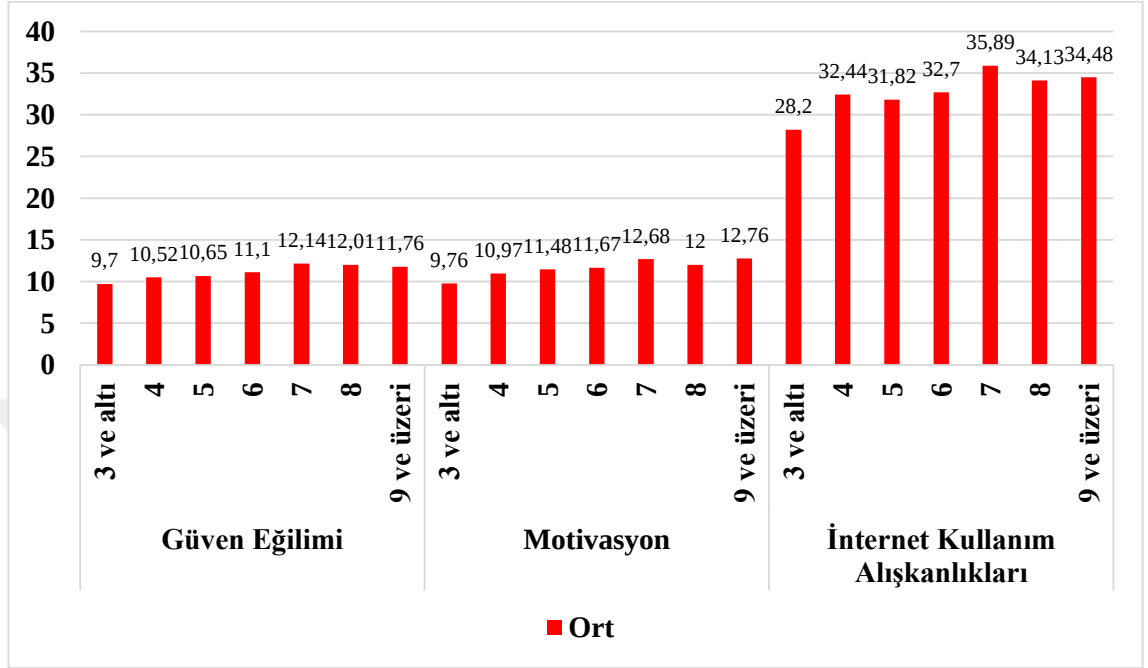
1. Güven eğilimi ölçeğinde; daha düşük puan kategorilerinden (3 ve altı) yüksek puan kategorilerine (9 ve üzeri) doğru bir artış gözlenmektedir. Ortalamalar 9,70'den 11,76'ya çıkmakta, puanlar arttıkça güven eğilimi puanlarının yükseldiği görülmektedir. ANOVA sonuçları ($F=2,461$,

$p=0,024$), bu gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu belirtmektedir.

2. Benzer şekilde, BAİ motivasyon ölçeğinde de puanların artmasıyla birlikte ortalama puanlar da yükselmekte ve 9,76'dan 12,76'ya çıkmaktadır. Yüksek puan alan katılımcıların daha yüksek motivasyon seviyelerine sahip olduğunu gösteren ANOVA sonuçları ($F=3,439$, $p=0,003$) gruplar arasında anlamlı farklar olduğunu ispatlamaktadır.
3. İnternet Kullanım Alışkanlıkları ölçeğinde de benzer bir eğilim gözlenmekte, düşük puanlardan (3 ve altı) yüksek puanlara (9 ve üzeri) doğru ortalama puanlar artmaktadır. ANOVA sonuçları ($F=4,272$, $p=0,000$) gruplar arasında anlamlı farklar olduğunu belirtmektedir.
4. Sosyal medyanın kurumsal güven boyutunda da ortalama puanlar düşük puan kategorilerinden (3 ve altı) yüksek puan kategorilerine (9 ve üzeri) doğru artmaktadır. ANOVA sonuçları ($F=3,056$, $p=0,006$) gruplar arasında anlamlı farklar olduğunu göstermektedir.
5. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin bireysel boyutunda BAİ platformu toplam sayısında göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,226$).
6. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin teyit boyutunda da BAİ platformu toplam sayısında göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,935$).
7. Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin toplam puan ortalamalarında; F istatistiği ve p değeri ($p=0,030$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki tabloyu kısaca özetlemek gerekirse; aktif olarak kullandığı toplam BAİ platformu sayısı farklı olan öğrenciler arasında güven eğilimi, motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medyada kurumsal güven ve sosyal medya teyit/güven ölçeğinin toplam puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p<0,05$). 9 ve üzeri BAİ platformu aktif kullananlarda motivasyon (12,76) puanı en yüksek, 7 hesap kullananlarda güven eğilimi (12,14), internet kullanım alışkanlıkları (35,89), sosyal medyada kurumsal güven (9,64), sosyal medyada teyit/güven ölçeğinin toplamı (33,56) puanları en yüksektir. Sosyal medyada bireysel güven ve teyit puanı için fark anlamlı değildir ($p>0,05$).

Şekil 38: GE, BAİM, İKA Ölçeklerinin Kullanılan BAİ Platformu Toplam Sayısına Göre Puan Ortalamaları

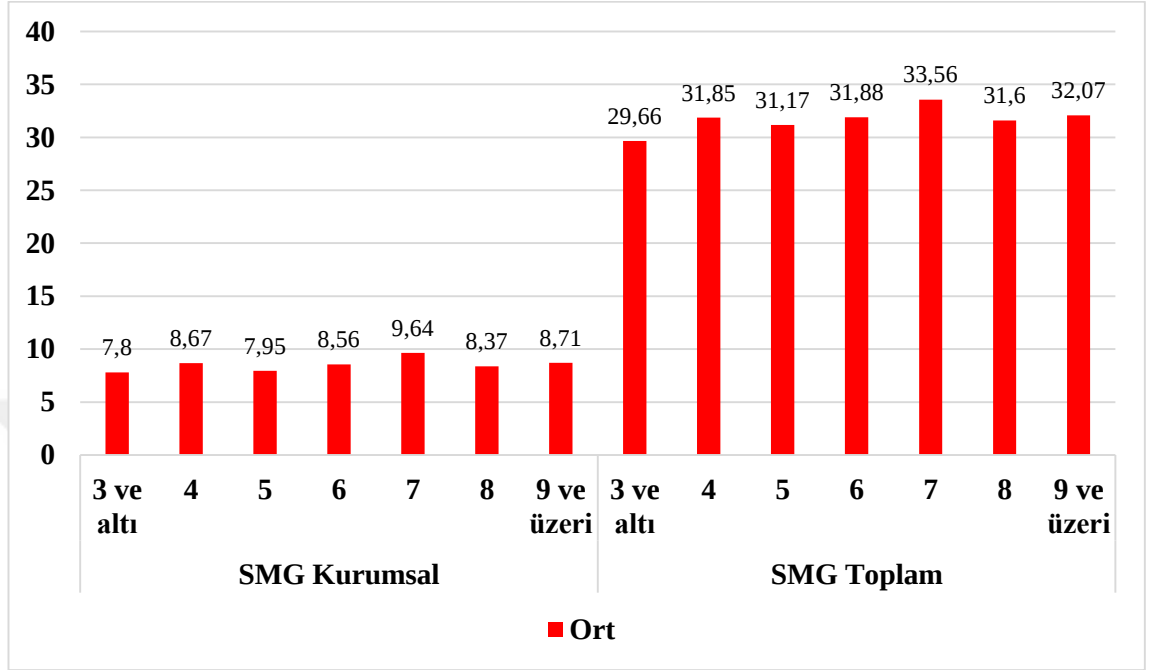


Şekil 38'deki grafik, kullanılan BAİ platformlarının toplam sayısına göre güven eğilimi, BAİ motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları (İKA) ölçek puanlarının ortalamalarını göstermektedir. Güven Eğilimi puan ortalamaları yükseldikçe kullanılan BAİ platformu sayısının da artmış olması daha fazla BAİ platformu kullanan öğrencilerin güven eğilimi düzeylerinin yüksek olabileceğini düşündürmektedir.

BAİ Motivasyon puanları da benzer bir eğilim göstermiş ve BAİ motivasyonu puanları arttıkça kullanılan BAİ platform sayısı da artmıştır. Bu durum, BAİ motivasyonunun kullanılan toplam BAİ platformu sayısı üzerinde olumlu bir etkiye sebep olabileceğini düşündürmektedir.

İnternet kullanım alışkanlıkları ve kullanılan BAİ platformu sayısının artmasında da bir paralellik olduğu görülmektedir. Ancak, en yüksek ortalama puanlar, 7 veya daha fazla platform kullanan grup tarafından elde edilmiştir.

Şekil 39: Sosyal Medya Güven Ölçeğinin Kullanılan BAİ Platformu Toplam Sayısına Göre Puan Ortalamaları



Şekil 39'daki grafik, öğrencilerin kullandıkları BAİ platformu sayısına göre sosyal medyada güven (SMG) ölçeğinin kurumsal ve toplam puan ortalamalarını göstermektedir. Sosyal medyanın kurumsal güven puan ortalamalarının, kullanılan BAİ platformu sayısı 3 ve altı olan grup için en düşük olduğunu görülmektedir. Platform sayısı arttıkça, özellikle 7 ve üzeri kullanımda puanların en yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum sosyal medyada kurumsal güven düzeyinin yükselmesinin kullanılan toplam BAİ platformu sayısı artırabileceğini düşündürmektedir.

Sosyal medya teyit/güven ölçeğinin toplam puanlarında da benzer bir eğilim olduğu gözlenmektedir. En düşük ortalama puanlar yine 3 ve altı platform kullanan grupta iken, en yüksek puanlar 7 ve üzeri platform kullanan grupta oluşmuştur. Bu eğilim, öğrencilerin sosyal medya güven duygusunun BAİ platform kullanımını genel anlamda artırabileceğini göstermektedir.

3.2.5.6. Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Kurumsal ve Bireysel Güven Boyutlarının Karşılaştırılması

Çömlekçi ve Başol tarafından “Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme” başlıklı makale ile geliştirilen Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin geliştirilmesi sırasında, Kırklareli Üniversitesi öğrencilerinin kurumsal ve bireysel güven düzeylerinin karşılaştırılması neticesinde kurumsal güven düzeyinin bireysel güven düzeyine göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştı (2019, s. 69). Bu çalışmada Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi lisans öğrencileri örneğinde elde edilen sonuçların Çömlekçi ve Başol’un bulgularıyla örtüşüp örtüşmediğinin kontrol edilmesi amacıyla bu analiz özellikle uygulanmıştır.

Tablo 15: Sosyal Medya Güveni Kurumsal Boyutu ile Bireysel Boyutu Karşılaştırması

	n	Ort	ss	t	p
SMG Kurumsal	419	8,58	2,61	9,152	0,000*
SMG Bireysel	419	7,63	2,37		

Bağımlı Gruplar t Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir fark var, $p > 0,05$ anlamlı bir fark yok.

Bağımlı gruplar t testi neticesinde; Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeği kapsamında öğrencilerin kurumsal güven puanı ile bireysel güven puanı arasında istatistiksel anlamlı fark bulunduğu tespit edilmiştir. ($p < 0,05$). Ayrıca, öğrencilerin kurumsal sosyal medya hesaplarına güven puanının daha yüksek olduğu (8,58) sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu Kırklareli Üniversitesi örneği ile uyushmaktadır.

Yukarıdaki tabloyu daha da detaylı incelemek gerekirse;

- Öğrenciler sosyal medyanın kurumsal güven boyutunda ortalama olarak 8,58 puan vermişlerdir ve bu puanların standart sapması 2,61'dir.
- Öte yandan, sosyal medyanın bireysel boyutunda katılımcıların verdiği ortalama puan 7,63'tür ve standart sapması 2,37'dir.

3.2.5.7. Ölçek Puanlarının İlişkisi

Güven eğilimi, bilgisayar aracılı iletişim motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya teyit/güven ölçek puanlarının birbirleriyle olan ilişkisinin ‘‘Pearson Correlation’’ testi ile analiz edildiği bu bölümde, araştırmada kullanılan dört ana ölçekler arasındaki bağlantılar ve etkileşimler ortaya çıkarılmıştır. Başka bir deyişle, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin yönünün ve derecesinin belirlenmesini sağlayan bir istatistiksel yöntem olan Pearson korelasyon testi ile ölçek puanları arasında pozitif veya negatif bir ilişki olup olmadığını, bu ilişkinin güçlü mü yoksa zayıf mı olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı değerlendirilmiştir. Elde edilen korelasyon katsayıları, ölçeklerin birbiriyle olan ilişkisini sayısal bir ifade ile göstermekte ve bu ilişkilerin niteliğine dair önemli bilgiler sağlamaktadır.

Tablo 16: Ölçek Puanlarının İlişkisi

		Güven Eğilimi	Motivasyon	İnternet Kullanım Alışkanlıkları	SMG Kurumsal	SMG Bireysel	SMG Teyit	SMG Toplam
Güven Eğilimi	r	1	0,647	0,636	0,671	0,615	-0,092	0,563
	p		0,000*	0,000*	0,000*	0,000*	0,060	0,000*
Motivasyon	r		1	0,648	0,548	0,528	0,031	0,540
	p			0,000*	0,000*	0,000*	0,527	0,000*
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	r			1	0,560	0,517	0,094	0,582
	p				0,000*	0,000*	0,054	0,000*
SMG Kurumsal	r				1	0,634	-0,110	0,726
	p					0,000*	0,024*	0,000*
SMG Bireysel	r					1	-0,187	0,659
	p						0,000*	0,000*
SMG Teyit	r						1	0,508
	p							0,000*
SMG Toplam	r							1
	p							

Pearson Korelasyon Testi; $p < 0,05$ anlamlı bir ilişki var, $p > 0,05$ anlamlı bir ilişki yok, $0 \leq r \leq 0,29$ zayıf, $0,30 \leq r \leq 0,64$ orta, $0,65 \leq r \leq 0,84$ güçlü, $0,85 \leq r \leq 1$ çok güçlü (Ural ve Kılıç, 2018, s. 232).

Güven eğilimi, bai motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya güven ölçeğinin kurumsal, bireysel, teyit boyutu ve smg toplam ölçekleri arasındaki Pearson korelasyon katsayılarını (r) ve ilişkinin anlamlılığını (p) gösteren Tablo 16'ya göre;

- Öğrencilerin Güven Eğilimi puanı ile BAİ Motivasyon ($r=0,647$), İnternet Kullanım Alışkanlıkları ($r=0,636$), Sosyal Medya Kurumsal Güven ($r=0,671$), Sosyal Medya Bireysel Güven ($r=0,615$), Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,563$) puanları arasında pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).
- BAİ Motivasyon puanı ile İnternet Kullanım Alışkanlıkları ($r=0,648$), Sosyal Medya Kurumsal Güven ($r=0,548$), Sosyal Medya Bireysel Güven ($r=0,528$), Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,540$) puanları arasında pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).
- İnternet Kullanım Alışkanlıkları puanı ile Sosyal Medya Kurumsal Güven ($r=0,560$), Sosyal Medya Bireysel Güven ($r=0,517$), Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,582$) puanları arasında pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).
- Sosyal Medya Kurumsal Güven puanı ile Sosyal Medya Bireysel Güven ($r=0,634$), Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,726$) puanları arasında pozitif, Sosyal Medya Teyit puanı ile negatif ($r=-0,110$) yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).
- Sosyal Medya Bireysel Güven puanı ile Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,659$) puanı arasında pozitif, Sosyal Medya Teyit puanı ile negatif ($r=-0,187$) yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).
- Sosyal Medya Teyit puanı ile Sosyal Medya Teyit/Güven Toplam ($r=0,508$) puanı arasında pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).

3.2.5.8. Regresyon Analizleri

Belirli bağımlı değişkenler üzerinde bağımsız değişkenlerin etkisini anlamak ve öngörmek için kullanılan istatistiksel bir yöntem olan regresyon analizi; bu çalışma kapsamında nicel veri seti analizlerinin son bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümdeki temel bağımsız değişken güven eğilimi olarak belirlenmiş olup güven eğiliminin etkisinin diğer bütün ölçekler üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak için; öncelikle basit doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Temel bağımlı değişken ise Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeği olarak belirlenmiş olup özellikle güven eğiliminin etkisinin daha iyi anlaşılabilmesi için; bağımlı değişken üzerindeki bağımsız değişkenlerin etkilerini adım adım incelemeyi sağlayan hiyerarşik regresyon tekniği kullanılmıştır. Bunlara ek olarak çoklu doğrusal regresyon analizi ile internet kullanım alışkanlıkları üzerinde güven eğilimi ve BAİ motivasyonun etkileri analiz edilmiştir.

Korelasyon analizinden farklı olarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir model çizen regresyon analizinde aynı zamanda ‘ R^2 ’ ile ifade edilen etki yüzdesi verilmektedir. Bağımlı değişkendeki varyasyonun bağımsız değişken (veya modeldeki değişkenler) tarafından ne kadar açıklandığını gösteren R^2 ; bağımsız değişkenin bağımlı değişkendeki toplam varyasyon içindeki etkisini yüzde olarak ifade etmektedir.

Tablo 17: Güven Eğiliminin Diğer Faktörler Üzerinde Etkisi

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı Değ.	Bağımsız Değ.	β	t	p	R^2	F	p
BAİ Motivasyon	Güven Eğilimi	0,647	17,339	0,000*	0,419	300,653	0,000*
İnternet Kullanım		0,636	16,823	0,000*	0,404	283,012	0,000*
Alışkanlıkları							
SMG Kurumsal		0,671	18,502	0,000*	0,451	342,330	0,000*
SMG Bireysel		0,615	15,933	0,000*	0,378	253,853	0,000*
SMG Teyit		-0,092	-1,884	0,060	0,008	3,549	0,060
SMG Toplam		0,563	13,905	0,000*	0,317	193,352	0,000*

Basit Doğrusal Regresyon; $p < 0,05$ anlamlı bir etki var, $p > 0,05$ anlamlı bir etki yok.

Güven eğiliminin diğer bütün faktörler üzerindeki etkisini karşılaştırmalı olarak görebilmek için basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarının tamamı yukarıdaki tabloda tek seferde topluca gösterilmiştir. Buna göre; güven eğilimi, analiz edilen bağımlı değişkenlerin çoğu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve genellikle güçlü bir etkiye sahip olmakla birlikte, en yüksek kurumsal güven ($\beta=0,671$) üzerinde etkiye sahip olup en büyük oranda (%45,1) bu değişken üzerinde varyansı açıklamaktadır.

Güven eğilimi değişkeninin bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu üzerindeki etkisini gösteren basit doğrusal regresyon analizinin sonuçlarını içeren tabloda, güven eğiliminin bai motivasyon üzerindeki regresyon katsayısının (β) 0,647 olduğu görülmektedir. Güven eğiliminde bir birimlik artışın, BAİ motivasyonu puanlarında ortalama olarak 0,647 birimlik bir artışa sebep olduğunu gösteren bu katsayının pozitif olması ise bu iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirtmektedir. Tabloya göre; t istatistiği 17,339 ve p değeri 0,000'dır. p değeri 0,05'in altında olduğu için, güven eğiliminin BAİ motivasyonu üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. R^2 değerinin 0,419 olması ise bu modelin BAİ motivasyonundaki varyansın yaklaşık %41,9'unu oluşturduğunu göstermektedir. Regresyon analizinde modelin genel anlamlılığını test etmek için kullanılan bir istatistiksel ölçüm olan F istatistiği değeri 300,653 olarak hesaplanan bu modelin p değerinin 0,05'in altında olması ise modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Güven eğiliminde bir birimlik artışın, internet kullanım alışkanlıkları puanlarında ortalama olarak 0,636 birimlik bir artışa neden olduğunu gösteren pozitif yönlü β katsayısı ($\beta=0,636$) ve p değeri ($p<0,05$); güven eğiliminin internet kullanım alışkanlıkları üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. R^2 değeri ($R^2=0,404$) Güven eğiliminin internet kullanım alışkanlıklarındaki varyansın yaklaşık %40,4'ünü açıkladığını göstermektedir ($p<0,05$).

Güven eğiliminin sosyal medya teyit/güven ölçeğinin kurumsal güven boyutu üzerindeki etkisi basit doğrusal regresyon ile incelenmiştir. Güven eğilimi, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin kurumsal güven boyutu üzerinde ($\beta=0,671$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin kurumsal güven üzerindeki varyansı açıklama oranı %45,1'dir ($p<0,05$).

Güven eğilimi, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bireysel güven boyutu üzerinde ($\beta=0,615$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Model, bireysel güvendeki varyansı %37,8 oranında açıklamaktadır ($p<0,05$). Güven eğiliminin sosyal medya teyit/güven ölçeğinin teyit boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur. Güven eğilimi, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin boyutlarının toplam puanı üzerinde ($\beta=0,563$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin toplam puan üzerindeki değişimi açıklama oranı %31,7'dir ($p<0,05$).

Tablo 18: Motivasyonun Diğer Faktörler Üzerinde Etkisi

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı Değ.	Bağımsız Değ.	β	t	p	R ²	F	p
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	Motivasyon	0,648	17,353	0,000*	0,419	301,130	0,000*
Kurumsal Güven		0,548	13,384	0,000*	0,300	179,137	0,000*
Bireysel Güven		0,528	12,701	0,000*	0,279	161,316	0,000*
Teyit		0,031	0,632	0,527	0,001	0,400	0,527
SMG Toplam		0,540	13,112	0,000*	0,292	171,926	0,000*

Basit Doğrusal Regresyon; $p<0,05$ anlamlı bir etki var, $p>0,05$ anlamlı bir etki yok.

BAİ motivasyonu, analiz edilen bağımlı değişkenlerin çoğu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmakla birlikte, en yüksek internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,671$) üzerinde etkiye sahip olup en büyük oranda (%41,9) bu değişken üzerinde varyansı açıklamaktadır. Teyit üzerinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. BAİ motivasyonu, internet kullanım alışkanlıkları üzerinde ($\beta=0,648$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). İnternet kullanım alışkanlıklarındaki değişimi model %41,9 oranında açıklamaktadır ($p<0,05$). BAİ motivasyonu, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin kurumsal güven boyutu üzerinde ($\beta=0,548$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin kurumsal güven üzerindeki varyansı açıklama oranı %30'dur ($p<0,05$). BAİ motivasyonu, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bireysel güven boyutu üzerinde

($\beta=0,528$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin kurumsal güven üzerindeki varyansı açıklama oranı %27,9'dur ($p<0,05$). BAİ motivasyonunun sosyal medya teyit/güven ölçeğinin teyit boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur. Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonunun sosyal medya teyit/güven ölçeği kapsamındaki bütün boyutların toplamı üzerindeki etkisi basit doğrusal regresyon ile incelenmiştir. BAİ Motivasyonu, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin boyutlarının toplam puanı üzerinde ($\beta=0,540$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin toplam puan üzerindeki değişimi açıklama oranı %29,2'dir ($p<0,05$).

Tablo 19: İnternet Kullanım Alışkanlığının Diğer Faktörler Üzerindeki Etkisi

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı Değ.	Bağımsız Değ.	β	t	p	R^2	F	p
Kurumsal Güven	İnternet Kullanım	0,560	13,801	0,000*	0,314	190,464	0,000*
	Alışkanlıkları						
Bireysel Güven	İnternet Kullanım	0,517	12,335	0,000*	0,267	152,152	0,000*
	Alışkanlıkları						
Teyit	İnternet Kullanım	0,094	1,934	0,054	0,009	3,739	0,054
	Alışkanlıkları						
SMG Toplam	İnternet Kullanım	0,582	14,626	0,000*	0,339	213,913	0,000*
	Alışkanlıkları						

Basit Doğrusal Regresyon; $p<0,05$ anlamlı bir etki var, $p>0,05$ anlamlı bir etki yok.

İnternet kullanım alışkanlıkları sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamı üzerinde en çok etkiye sahip olup, söz konusu değişkendeki varyansın %33,9'unu açıklamaktadır. İnternet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin kurumsal güven boyutu üzerinde ($\beta=0,560$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Model, kurumsal güvendedeki varyansı %31,4 oranında açıklamaktadır ($p<0,05$). İnternet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bireysel güven boyutu üzerinde ($\beta=0,517$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin bireysel güvendedeki

varyansı açıklama oranı %26,7'dir ($p<0,05$). İnternet kullanım alışkanlıklarının sosyal medya teyit/güven ölçeğinin teyit boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur. İnternet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin boyutlarının toplam puanı üzerinde ($\beta=0,582$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin toplam puan üzerindeki değişimi açıklama oranı %33,9'dur ($p<0,05$).

Tablo 20: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Kurumsal Güven Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı değ.	Bağımsız değ.	β	t	p	R ²	F	p
SMG Kurumsal	Motivasyon	0,320	6,272	0,000*	0,373	123,659	0,000*
	İnternet Kullanım	0,353	6,928	0,000*			
	Alışkanlıkları						
SMG Kurumsal	Motivasyon	0,125	2,483	0,013*	0,488	131,921	0,000*
	İnternet Kullanım	0,174	3,499	0,000*			
	Alışkanlıkları						
	Güven Eğilimi	0,480	9,668	0,000*			

Hiyerarşik Regresyon; $p<0,05$ anlamlı bir etki var, $p>0,05$ anlamlı bir etki yok.

Bağımsız değişkenlerin (internet kullanım alışkanlıkları, BAİ motivasyonu, güven eğilimi), sosyal medya teyit/güven ölçeğinin kurumsal güven boyutu üzerindeki etkileri hiyerarşik regresyon ile incelenmiştir. 1. modelde motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları bağımsız değişken alınmış, 2. modelde güven eğilimi modele eklenen bağımsız değişken olmuştur.

Analiz sonuçlarına göre; Model 1'de Sosyal medya kurumsal güven boyutu üzerinde BAİ motivasyonu ($\beta=0,320$) ve internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,353$) pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin sosyal medya güven kurumsal boyutunu açıklama oranı %37,3'tür.

Model 2'de; güven eğiliminin ($\beta=0,480$) sosyal medyanın kurumsal güven boyutu üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı, güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Motivasyon ($\beta=0,125$) ve internet kullanım alışkanlıkları

($\beta=0,174$) ise kurumsal güveni pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) bir şekilde etkilemeye devam etmekle birlikte güven eğilimin devreye girmesiyle birlikte etkilerinin oldukça azaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, güven eğiliminin diğer bağımsız değişkenlerin etkisini baskıladığı şeklinde yorumlanabilir. Güven eğiliminin eklenmesiyle birlikte yeni modelin sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyansı açıklanma oranı %48,8'e yükselmiştir.

Tablo 21: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Bireysel Güven Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı değ.	Bağımsız değ.	β	t	p	R ²	F	p
SMG Bireysel	Motivasyon	0,333	6,330	0,000*	0,332	103,239	0,000*
	İnternet Kullanım	0,301	5,731	0,000*			
	Alışkanlıkları						
SMG Bireysel	Motivasyon	0,164	3,064	0,002*	0,418	99,425	0,000*
	İnternet Kullanım	0,146	2,762	0,006*			
	Alışkanlıkları						
	Güven Eğilimi	0,416	7,854	0,000*			

Hiyerarşik Regresyon; $p<0,05$ anlamlı bir etki var, $p>0,05$ anlamlı bir etki yok.

Sosyal medyada güvenin bireysel boyutu üzerinde güven eğilimi, BAİ motivasyon ve internet kullanım alışkanlıklarının etkileri hiyerarşik regresyon ile incelenmiştir. 1. modelde motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları bağımsız değişken olarak alınmış, 2. modelde güven eğilimi modele eklenen bağımsız değişken olmuştur. Analiz sonuçlarına göre; Model 1’de sosyal medyanın bireysel güven boyutu üzerinde BAİ motivasyonu ($\beta=0,333$) ve internet kullanım alışkanlıklarının ($\beta=0,301$) pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahip oldukları görülmüştür ($p<0,05$). Model, sosyal medyanın bireysel güven boyutundaki varyansı %33,2 oranında açıklamaktadır.

Model 2’de; güven eğiliminin ($\beta=0,416$) sosyal medyanın kurumsal güven boyutu üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı, güçlü bir etkisi olduğu

görülmektedir ($p<0,05$). Motivasyon ($\beta=0,164$) ve internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,146$) ise kurumsal güveni pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) bir şekilde etkilemeye devam etmekle birlikte güven eğilimin devreye girmesiyle birlikte etkilerinin oldukça azaldığı gözlemlenmektedir. Güven eğiliminin eklenmesiyle birlikte yeni modelin sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyansı açıklanma oranı %41,8'e yükselmiştir.

Tablo 22: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Teyit Boyutu Üzerinde Etkili Faktörler

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı değ.	Bağımsız değ.	β	t	p	R ²	F	p
SMG Teyit	Motivasyon	-0,052	-0,810	0,419	0,010	2,196	0,113
	İnternet Kullanım	0,128	1,997	0,046*			
	Alışkanlıkları						
SMG Teyit	Motivasyon	0,061	0,896	0,371	0,049	7,190	0,000*
	İnternet Kullanım	0,232	3,427	0,001*			
	Alışkanlıkları						
	Güven Eğilimi	-0,279	-4,124	0,000*			

Hiyerarşik Regresyon; $p<0,05$ anlamlı bir etki var, $p>0,05$ anlamlı bir etki yok.

Sosyal medyanın teyit boyutu üzerindeki etkiler hiyerarşik regresyon ile incelenmiştir. 1. modelde motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları bağımsız değişken olarak alınmış, 2. modelde güven eğilimi modele eklenen bağımsız değişken olmuştur. Analiz sonuçlarına göre; model 1 istatistiksel olarak anlamlı bir model değildir ($p>0,05$). Pearson korelasyon ve basit doğrusal regresyon analiz sonuçları da istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermemiştir. Ancak, model 2'de güven eğiliminin eklenmesi ile birlikte; bağımsız değişkenler bir arada düşünüldüğünde istatistiksel olarak anlamlı bir etki olduğu sonucuna varılmaktadır ($p<0,05$). Modele sonradan eklenen güven eğiliminin teyit davranışı üzerindeki etkisi (β) -0,279 olarak hesaplanmış olup etkinin negatif yönlü olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle güven eğilimindeki bir birimlik artışın teyitte 0,279 birim azalışa neden olacağı tahmin edilmektedir. Model 2'de motivasyon hala

anlamli bir etki gostermemistir. Fakat, internet kullanım aliskanliklari ($\beta=0,232$) teyit üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamli bir etkiye sahip olmuştur ($p<0,05$). Modelin sosyal medyanin teyit boyutundaki varyansı açıklama oranı ise %4,9'dur.

Tablo 23: Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeğinin Geneli Üzerinde Etkili Faktörler

Bağımlı değ.	Değişkenler Bağımsız değ.	Etki			Model		
		β	t	p	R^2	F	p
SMG Toplam	Motivasyon	0,281	5,572	0,000*	0,385	130,182	0,000*
	İnternet Kullanım Alışkanlıkları	0,400	7,932	0,000*			
SMG Toplam	Motivasyon	0,179	3,328	0,001*	0,417	98,898	0,000*
	İnternet Kullanım Alışkanlıkları	0,306	5,770	0,000*			
	Güven Eğilimi	0,253	4,767	0,000*			

Hiyerarşik Regresyon; $p<0,05$ anlamli bir etki var, $p>0,05$ anlamli bir etki yok.

Hiyerarşik regresyon analizleri kapsamında son olarak da bağımsız değişkenlerin (internet kullanım alışkanlıkları, BAİ motivasyonu, güven eğilimi), sosyal medya teyit/güven ölçeği boyutlarının geneli üzerindeki etkileri incelenmiştir. 1. modelde motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları bağımsız değişken olarak alınmış, 2. modelde güven eğilimi modele eklenen bağımsız değişken olmuştur.

Analiz sonuçlarına göre; model 1'de sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutları üzerinde BAİ motivasyonu ($\beta=0,281$) ve internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,400$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamli bir etkiye sahiptir ($p<0,05$). Modelin sosyal medya teyit/güven ölçeği bütün boyutlarındaki değişimi açıklama oranı %38,5'tir. Model 2'de; güven eğiliminin ($\beta=0,253$) sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamli bir etkisi olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Motivasyon ($\beta=0,179$) ve internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,306$) ise bütün boyutları pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamli ($p<0,05$) bir şekilde etkilemeye devam etmekle birlikte güven eğilimin devreye girmesiyle birlikte etkilerinin azaldığı gözlemlenmektedir. Güven eğiliminin eklenmesiyle birlikte yeni

modelin sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarındaki varyansı açıklanma oranı %41,7'ye yükselmiştir.

Güven eğilimin temel bağımsız değişken olarak konumlandırıldığı bu çalışmada değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerinde bağımlı ve bağımsız değişken rollerinin ayrıştırılması prensibine riayet edilmiştir. Örneğin, güven eğilimi bir analizde motivasyonun bağımsız değişkeni olarak işlev görürken, başka bir analizde motivasyonun güven eğilimini etkileyen bir bağımsız değişken olarak ele alınmamasına dikkat edilmiştir. Bu yöntem, değişkenlerin araştırmada belirlenen spesifik rollerine sadık kalınmasını ve herhangi bir metodolojik çelişkinin önlenmesini sağlamıştır.

Öte yandan, Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin temel bağımlı değişken olarak tanımlandığı bu çalışmada; belirlenen bağımsız değişkenlerin sıralı bir şekilde ve kademeli olarak bağımlı değişken durumuna geçirilmesi yöntemi benimsenmiştir. Bu yaklaşımla, sosyal medya teyit/güven ölçeği için güven eğilimi, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları bağımsız değişkenler olarak belirlenmişken; internet kullanım alışkanlıklarının bağımsız değişkenleri güven eğilimi ve motivasyon olarak; motivasyonun bağımsız değişkeni ise yalnızca güven eğilimi olarak ele alınmıştır.

Tablo 24: İnternet Kullanım Alışkanlıkları Üzerinde Etkili Faktörler

Değişkenler		Etki			Model		
Bağımlı değ.	Bağımsız değ.	β	t	p	R ²	F	p
İnternet Kullanım Alışkanlıkları	Güven	0,373	8,202	0,000*	0,500	208,124	0,000*
	Eğilimi						
	Motivasyon	0,406	8,932	0,000*			

Çoklu Doğrusal Regresyon; p<0,05 anlamlı bir etki var, p>0,05 anlamlı bir etki yok.

İnternet Kullanım Alışkanlıkları üzerindeki etkilerin incelendiği analiz sonuçlarına göre modelde internet kullanım alışkanlıkları üzerinde motivasyon ($\beta=0,406$), güven eğilimi ($\beta=0,373$) pozitif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ($p<0,05$). Motivasyonun etkisi daha yüksek çıkmış olup internet kullanım alışkanlıklarındaki değişkenliğin bu model ile açıklanma oranı %50 olarak bulunmuştur.

3.2.5.9. Kümeleme Analizi

İki aşamalı araştırma yapısının benimsendiği bu çalışmada nicel araştırmanın ardından yapılan röportajların katılımcılarını belirlemek için amaçlı örnekleme tekniği kapsamında; nicel aşamada elde edilen geniş veri seti içerisinde, güven eğilimi ölçeğine göre düşük ve yüksek puan alan öğrencileri ayırt etmek ve bu grupları daha detaylı incelemek adına kümeleme analizi kullanılmıştır. Katılımcıları benzer özelliklere göre otomatik olarak gruplara ayıran istatistiksel bir yöntem olan kümeleme analizi ile güven eğilimi düşük olan öğrenciler ve yüksek olan öğrenciler olmak üzere iki ayrı küme oluşturulmuş ve bu kümeler arasındaki temel farklılıklar, röportaj aşamasında daha ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Tablo 25: Güven Eğilimine Göre Kümeleme Analizi Sonuçları

		n	F	p
Güven Eğilimi	Yüksek	194	1029,433	0,000
	Düşük	225		

F istatistiği, kümeler arasındaki varyans oranını gösteren ve küme içi varyans ile küme arası varyans arasındaki ilişkiyi değerlendiren bir değerdir. Elde edilen F istatistiği 1029,433'tür ve p değeri 0,000'dir. Analiz sonucu, kümelemeye dayalı olarak oluşturulan “yüksek” ve “düşük” güven eğilimi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle; kümeleme analizi sonuçlarına göre kümeyi oluşturmada güven eğilimi anlamlı bir değişkendir ($p < 0,05$). 2 gruplu bir küme oluşturulmuş yüksek eğilimli 194 öğrenci bir kümede, düşük eğilimli 225 öğrenci bir kümede toplanmıştır.

Kümeleme analizinin sonuçları, hangi katılımcıların röportaj için seçileceği konusunda bilinçli kararlar verilmesini sağlamış ve nicel verilerle belirlenen eğilimlerin, bireylerin kişisel deneyimleri ve algıları ile nasıl örtüştüğünün anlaşılmasını rehberlik etmiştir. Oluşturulan kümelerden güven eğilimi yüksek ve düşük yedişer öğrenci seçilerek röportaj aşamasına geçilmiştir. Röportaj sonucunda elde edilen veriler “Nitel Araştırma Bulguları ve Tartışma” başlığı altında analiz edilmiştir.

3.3. Nicel Araştırma Bulgularının Yorumu

Araştırmanın veri setinin kapsamlı bir şekilde analiz edildiği ve betimlendiği bulgular kısmında elde edilen sonuçlar, bu bölümde; akademik literatürün ışığı altında değerlendirilmiştir. Yöntem belirleme sürecinde formüle edilen 11 hipotezin 7'si kabul ve 4'ü reddedilmiş olup hipotezlerin doğruluk durumlarının gözden geçirilmesi amacıyla aşağıda hipotez durumu tablosu hazırlanmıştır.

Tablo 26: Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

	Hipotez	Durum
1.	H1: Günlük bilgisayar aracılı iletişim araçları kullanım süresi ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
2.	H2: Aktif olarak kullanılan BAİ platformları toplam sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
3.	H2 ₁ : Aktif olarak kullanılan sosyal medya hesabı sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
4.	H2 ₂ : Aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
5.	H2 ₃ : Aktif olarak kullanılan kişilerarası iletişim platformu sayısı ile güven eğilim arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
6.	H3: Güven eğilimi ile BAİ motivasyonu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
7.	H4: Güven eğilimi ile internet kullanım alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
8.	H5: Güven eğilimi ile sosyal medya teyit/güven algılarının bütünü arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
9.	H5 ₁ : Güven eğilimi ile sosyal medyanın kurumsal güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
10.	H5 ₂ : Güven eğilimi ile sosyal medyanın bireysel güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
11.	H5 ₃ : Güven eğilimi ile sosyal medyanın teyit boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	Ret

3.3.1. Reddedilen Hipotezlerin Tartışılması

Araştırmanın sonuçlarının derinlemesine analiz edilmesi ve anlamlandırılması sürecinin kritik bir parçası olan bu bölümde, öncelikle araştırmanın hipotez testleri sonucunda destek bulunamayan önermelerin üzerinde durulmuş ve bu sonuçların potansiyel nedenleri irdelenmiştir. Hipotezlerin reddedilmesinin ardında yatan faktörlerin ve bu faktörlerin araştırma bağlamında taşıdığı anlamların incelenmesi, çalışmanın katkısının yanı sıra gelecekteki araştırmalar için de yol gösterici olabilir.

Reddedilen ilk hipotez H1 olmuştur. Buna göre; günlük bilgisayar aracılı iletişim araçları kullanım süresi güven eğilimine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ancak, günlük bilgisayar aracılı iletişim araçları kullanım süresi BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıklarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları puan ortalamaları yükseldikçe BAİ ile geçirilen süre artmaktadır.

Söz konusu bulguların detayları incelendiğinde ise; öğrencilerin büyük bir çoğunluğun (%53) günde 4-6 saat BAİ platformları ile vakit geçirdiği görülmektedir. Başka bir deyişle, BAİ ile günlük geçirilen süre aralığının tek bir yerde gruplandığı tespit edilmiştir. Böyle bir tabloda güven eğiliminden ziyade günlük alışkanlıkların etkili olduğu anlaşılmaktadır. BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıklarına göre anlamlı bir farklılık bulunması bu durumu kanıtlamaktadır. Ayrıca, röportajlar sırasında öğrencilerden alınan cevapların da genellikle güven eğiliminden ziyade yaşam tarzları ile ilişkili olduğu görüşünü desteklemektedir.

Görüldüğü üzere; hipotez 1'in reddedilmesinin ardında yatan temel nedenlerden biri, güven eğilimi ile bilgisayar aracılı iletişim araçları kullanım süresi arasında beklenen düzeyde bir ilişkinin bulunamamış olmasıdır. Ancak, bilgisayar aracılı iletişim araçları ile geçirilen süre ve BAİ motivasyonu ile internet kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişki dikkate alındığında, araştırma sonuçları bize farklı bir tablo sunmaktadır.

Öncelikle, öğrencilerin yüksek bir yüzdesinin günde 4-6 saat arası bir süreyle BAİ platformlarını kullandıkları gözlemlenmiştir. Bu bulgu, öğrencilerin günlük rutinlerinde BAİ önemli bir yer tuttuğunu ve genel bir eğilim olarak BAİ kullanımının yüksek olduğunu işaret etmektedir.

Diğer taraftan, güven eğilimi ile BAİ kullanım süresi arasında belirgin bir ilişki saptanmamış olmasına rağmen, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları gibi diğer faktörlerin BAİ kullanım süresini etkilemesi güven eğiliminin bireylerin BAİ kullanım sürelerini doğrudan etkileyen bir faktör olmaktan ziyade, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları gibi diğer değişkenlerle dolaylı bir ilişkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir. Buna göre, öğrenciler BAİ'yi güven eğilimlerinden bağımsız olarak kullanabilirler, fakat kullanım sıklıkları ve süreleri kendi motivasyonlarına ve internet kullanım alışkanlıklarına göre şekillenmektedir. Örneğin, bir öğrencinin BAİ kullanımını arttıran motivasyon kaynakları arasında akademik gereksinimler, sosyal etkileşim ihtiyacı veya kişisel ilgi alanları bulunabilir.

Güven eğilimi ile BAİ kullanım süresi arasındaki ilişkiyi değerlendirirken, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları gibi ara değişkenlerin önemini ve etkilerini dikkate almanın gerekliliğini ispatlayan sonuçlar güven eğilimi gibi daha genel ve kişilikle ilgili bir özelliğin, günlük teknoloji kullanımı gibi daha davranışsal bir eylem üzerinde beklenen etkiye sahip olmayabileceğini göstermektedir.

Araştırmanın temeline güven eğilimini alan bu çalışmada, anket sorularının doğası hipotezlerin bu şekilde formüle edilmesini gerektirdiğinden özellikle bilgisayar aracılı iletişim kullanım özelliklerine dair hipotezlerin bazılarının reddedilmesi, bu çalışmada beklenen bir sonuç olmuştur. Bunun temel sebebi, BAİ platformlarının kategorize edilmesinin başlangıçta bazı tartışmalı noktaları barındırıyor olmasıdır. Daha kapsamlı bir yaklaşım olarak, eğer BAİ platformları; sosyal medya, anlık mesajlaşma uygulamaları ve kişilerarası iletişim uygulamaları şeklinde ayrı ayrı kategorilere ayrılmak yerine tek bir kategori altında incelenseydi, ayrı ayrı hipotezler oluşturmak yerine tek bir hipotez oluşturulmuş olacaktı (H2). Ayrıca, görüldüğü üzere o tek bir hipotez de kabul edilmiş olacaktı. Çünkü tüm kategorilerin birleştirilmesi sonucunda elde edilen BAİ platformu toplam sayıları analiz sonuçları, hipotezin kabul edildiğini göstermektedir.

Ancak, araştırma tasarımı aşamasında BAİ platformlarını kategorize etmeden toplu halde sunulmasının BAİ platform sayılarının aşırı derecede fazla olmasından kaynaklanan kendi içindeki zorlukları vardı. Öğrenciler tek seferde onlarca platformu işaretlemekte isteksizlik yaşayabilirler, onun yerine sadece belli başlı platformları işaretleyerek soruyu hızlıca geçme eğiliminde olabilirlerdi. Dahası bütün kullandıkları

platformları tek seferde doğru bir şekilde işaretleseler kullanılan platform sayısının fazlalığı, anket katılımcılarının toplam sayıyı doğru bir şekilde hesaplamalarını zorlaştırabilirdi. Bu hususlar, araştırmanın analiz aşamasında doğru verilerin ortaya çıkarılmasının önünde engel teşkil eden problemler olarak ön görülmüştü.

Öte yandan, anket tasarımı sürecinde BAİ platformlarının kategorize edilmesi; bütün platformların ayrılmadan ele alınmasının yol açabileceği yukarıda bahsedilen potansiyel problemlerin önüne geçilmesi adına bir çözüm sunmuştur. Özellikle anket katılımcılarının, platform sayılarını doğru bir şekilde hesaplamada zorlanabileceği düşüncesi, ayrı ayrı ve kümülatif analiz yapılabilmesi için bu yöntemin tercih edilmesine neden olmuştur. Bu nedenle BAİ platformlarını en başta kategorilere ayırıp analiz sürecinde tekrar birleştirerek verilerin toplu olarak değerlendirilmesinin daha güvenilir sonuçlar vereceği düşünülmüştür. Bu yaklaşım, aynı zamanda veri setinin hem bütünsel hem de ayrıntılı analizler için esneklik sağlamasına da olanak tanımıştır.

Yukarıdaki açıklamaların paralelinde öncelikle hipotez 2₂ ve hipotez 2₃ test edildiğinde; aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması ve kişiler arası iletişim platformu sayılarının güven eğilimine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, güven eğiliminin öğrencilerin kullandığı anlık mesajlaşma uygulamaları veya kişilerarası iletişim platformları sayıları konusunda belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin bu tür uygulamaları kullanma eğilimlerinin güven düzeylerinden bağımsız olduğunu ve diğer faktörlerin bu kullanım üzerinde daha etkili olabileceğini düşündürülebilir.

Şekil 22’de öğrencilerin toplam anlık mesajlaşma uygulaması kullanım sayıları incelendiğinde %44,6 oranında 1 uygulama, %40,8 oranında ise 2 uygulama kullandıkları görülmektedir. Yani 1-2 uygulama aralığında güven eğiliminden bağımsız olarak yoğun bir gruplaşma bulunmaktadır. Diğer gruplardaki oranlar ise bir hayli düşüktür (hiç; %1, 3; %11,7, 4; %1,4, 5 ve üzeri; %0,5). Şekil 23’te öğrencilerin en sık kullandıkları anlık mesajlaşma uygulamasına bakıldığında ise %98,8 oranla Whatsapp olduğu görülmektedir. Ayrıca Şekil 21’de öğrencilerin tamamının Whatsapp uygulamasını kullandığı, diğer uygulamaların ise çok az yüzdelere kullanıldığı gözlemlenmektedir.

Yukarıdaki bulgular, kullanıcıların büyük çoğunluğunun tek bir veya iki anlık mesajlaşma uygulamasını tercih ettiğini, bu tercihin de temelde Whatsapp uygulaması

üzerinde yoğunlaştığını belirtmektedir. Bu durum, Whatsapp'ın yaygın kullanımının ve bu uygulamanın kullanıcılar arasında sağlamış olduğu geniş kabulün bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Benzer bir durum kişilerarası iletişim platformlarında da gözlenmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunlukla Zoom (%64) ve Discord (%40,8) kullandıkları görülmüştür. Diğer platformların öğrencilerin arasında kullanılma yüzdeleri bir hayli düşük kalmıştır. Ayrıca öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sadece 1 platform kullandığı görülmektedir (%48,7), ve en sık kullanılan uygulama da çoğunlukla yine ya Zoom (%53,6) ya da Discord'dur (%40,4).

Bu bulgular, anlık mesajlaşma uygulamalarının ve kişilerarası iletişim platformu kullanımının güven eğiliminden ziyade, uygulamaların "popülerliği", kullanım kolaylığı ve erişilebilirliği gibi pratik ve işlevsel faktörlere bağlı olabileceğini göstermektedir. Ayrıca, kullanıcıların bu tür uygulamaları seçerken, çoğunlukla sosyal çevrelerinin tercihlerine uyum sağlama eğiliminde olmaları, güven eğiliminin bu seçim üzerindeki etkisini sınırlayabilir. Bu durum, güven eğilimi her ne kadar BAİ platformu toplam sayısı üzerinde etkili olsa da, özellikle anlık mesajlaşma ve kişilerarası iletişim uygulamaları söz konusu olduğunda, güven eğiliminin diğer sosyal dinamikler tarafından gölgede bırakıldığını düşündürebilir.

Hipotezlerin reddedilmesinin potansiyel nedenleri arasında, anlık mesajlaşma ve kişisel iletişim platformları kapsamında özellikle bazı şirketlerin sektörü domine etmesi ve sadece belli başlı uygulamaların neredeyse herkes tarafından yaygın olarak kullanılıyor olması ve bu uygulamaların günlük iletişimde standart bir araç haline gelmiş olması gösterilebilir. Bu durum, kullanımın güven düzeylerinden ziyade günlük ihtiyaç ve alışkanlıklardan kaynaklandığına işaret etmektedir. Ayrıca, bu uygulamaların kullanımı, pratik gerekliliklerden ve kolaylıklardan dolayı güven eğilimi gibi daha soyut bir kavramdan daha az etkilenebilir.

Kısacası, öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamaları ve kişilerarası iletişim platformları kullanımındaki tercihlerinin, güven eğilimlerinden bağımsız olarak şekillendiği ve bu tercihlerin büyük ölçüde sosyal etkileşim gereksinimleri ve mevcut sosyal normlar tarafından yönlendirildiği sonucuna varılmıştır. Bu tespitler, güven eğiliminin BAİ platformu kullanımı üzerindeki etkisinin kapsamını sorgulamak ve bu

etkilerin diğ er sosyal faktörlerle olan ilişkisini daha detaylı incelemek için bir temel oluşturabilir. Öğrencilerle yapılan röportajlar neticesinde de benzer sonuçlara varılmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplardan genellikle kullanım alışkanlıklarına göre söz konusu platformları tercih ettikleri görülmektedir.

Anlık mesajlaşma uygulamaları özelinde kullanım alışkanlıklarına bağlı olduğu ispatlayan bir diğ er bulgu ise aktif olarak kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması sayısının bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ($p=0,036$) ve internet kullanım alışkanlıklarına ($p=0,017$) göre anlamlı bir farklılık gösterdiğinin bulunmuş olmasıdır. Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım arttıkça kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması toplam sayısı da artmaktadır. Kişilerarası iletişim platformu sayısı kapsamında ise diğ er hiçbir ölçekte anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Son olarak, güven eğilimi daha çok yeni ve tanımadığımız insanlarla etkileşimde önemli bir rol oynarken, anlık mesajlaşma ve kişisel iletişim platformları genellikle zaten tanıdığımız kişilerle iletişim kurmak için kullanıldığından, güven eğiliminin bu platformlardaki kullanım üzerindeki etkisi sınırlı olabilir. Bu durum, güven eğiliminin etkisinin daha çok yeni sosyal çevrelerle ve daha geniş çapta sosyal etkileşimlerde önemli olduğunu gösterebilir. Bu durumlar, güven eğilimi düşük olan bireylerin bile mevcut sosyal ağları içinde iletişimi sürdürebilecekleri ve bu platformları aktif olarak kullanabilecekleri anlamına gelmektedir. Bu  ıkarım röportaj neticesinde elde edilen bulgular ile desteklenmektedir.

Özetlemek gerekirse, BAİ platformlarının kendi içerisinde kategorize edilmiş olması ile oluşturulan alt hipotezlerin reddedilmesi sayesinde yukarıdaki detaylı bulgular açığa çıkarılmıştır. Ancak, söz konusu hipotez genel toplamda düşünüldüğünde kabul edilmiş olup, kabul edilmesine ilişkin tartışma aşağıdaki ‘‘ l ek Puanların BAİ Kullanım  zelliklerine Göre Tartışılması’’ başlığı altında ele alınmıştır.

Benzer bir şekilde; araştırmanın kapsamında yer alan sosyal medya teyit/güven  l eğinin teyit boyutuna dair hipotezin reddedilmesi, araştırma tasarımıının kısıtlamaları çerçevesinde beklenen bir sonuçtu. Ölçeğin bu boyutunun, aslen ölçeğin yapısal bir parçası olmasına rağmen, araştırmanın odak noktası olan sosyal medya güven davranışları - kurumsal ve bireysel güven boyutları - ile doğrudan ilişkili olmadığı araştırmacı tarafından düşünülmektedir. Hatta farklı faktörleri ölçtüğünden güven ve teyit

ölçeklerinin iki ayrı ölçek olarak değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşım olabilirdi. Ne var ki, çalışmanın metodolojik sınırları, kullanılan bir ölçeğin hiç değiştirilmeden olduğu gibi kullanılmasını gerektirdiğinden, ölçeğin kendi içinde böyle bir boyutun var olması teyit boyutunun araştırmada ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Ancak, esasında bu çalışmada güven eğilimi ile teyit arasındaki ilişkiyi incelemek gibi bir gaye en başta yoktu. Türkiye’de üniversite öğrencilerine yönelik geliştirilen en uygun ölçek olduğu için sosyal medyada teyit/güven ölçeğinin araştırmaya dahil edilmesi güven eğilimi ile teyit boyutunun ilişkisini içeren bir hipotezin oluşturulması gerekli kılmıştır.

Araştırmanın esas amacı, sosyal medya üzerindeki kurumsal ve bireysel güven boyutlarına odaklanmak ve bu boyutlar üzerinde güven eğiliminin etkisini ortaya koymaktır. Bu çerçevede, güven eğiliminin, ölçeğin kurumsal ve bireysel güven boyutları üzerindeki etkisinin belirgin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, teyit boyutunun yüksek puan alması, sosyal medya güven ölçeğinin diğer boyutlarına ilişkin çıkarımları etkilememelidir. Teyit boyutuyla ilgili bir etki öngörüsü başlangıçta olmadığı için, bu durum, metodolojik tercihler ve ölçüm araçlarının tasarımındaki zorunluluklar göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

Tablo 14’te öğrencilerin sosyal medya güven/teyit ölçek ifadelerine ilişkin katılım düzeyleri incelendiğinde teyit boyutu sorularına öğrencilerin katılım düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir (SMG 7; 4,02, SMG 8; 4,05, SMG 9; 3,94, SMG 10; 3,63). Başka bir deyişle, araştırmacı tarafından başlangıçta tahmin edildiği gibi teyit sorularına öğrenciler genelde yüksek puanlar vermiştir. Öğrencilerin bu boyuta yüksek puan vermiş olmaları, teyit edinme alışkanlıklarının yaygınlığını yansıtsa da, bu durum mevcut çalışmanın odak alanı dışında kalmaktadır. Çünkü bu durum araştırmanın asıl merceği altında incelenen sosyal medya güven davranışlarından bağımsız bir olgu olarak değerlendirilmelidir.

Güven Eğilimi ile Sosyal Medyanın Teyit boyutu arasındaki negatif yönlü ve zayıf ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir ($r = -0,092$; $p > 0,05$). Basit doğrusal regresyon analizi ile de güven eğiliminin sosyal medya teyit/güven ölçeğinin teyit boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır.

Ancak, sosyal medyanın teyit boyutu üzerindeki etkiler hiyerarşik regresyon ile incelendiğinde kurulan modelde; güven eğilimi, BAİ motivasyonu ve internet kullanım

alışkanlıkları gibi bağımsız değişkenler bir araya geldiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Modele sonradan eklenen güven eğiliminin teyit davranışı üzerindeki etkisi (β) -0,279 olarak hesaplanmış olup etkinin negatif yönlü olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle güven eğilimindeki bir birimlik artışın teyitte 0,279 birim azalışa neden olacağı tahmin edilmektedir. Fakat, internet kullanım alışkanlıkları ($\beta=0,232$) teyit üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmuştur ($p<0,05$). Modelin sosyal medyanın teyit boyutundaki varyansı açıklama oranı ise %4,9'dur.

Yukarıdaki bütün açıklamalar neticesinde korelasyon analizi neticesinde güven eğilimi ile sosyal medya teyit/güven ölçeğinin teyit boyutu arasında doğrudan anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmış olsa da başka değişkenlerin bir araya gelmesi ile regresyon analizi neticesinde bir etkisi olduğu tespit edildiğinden hipotez 5₃ kısmen kabul edilmiştir. Hipotezin kısmen kabul edilmesi, sosyal medya üzerinde teyit etme davranışının, bireysel güven eğilimleriyle doğrudan anlamlı bir ilişkiye sahip olmamasına rağmen, diğer bağımsız değişkenlerle birlikte incelendiğinde anlamlı sonuçlar elde edilmesiyle açıklanabilir.

Güven eğilimi ile sosyal medya teyit boyutu arasındaki ilişkinin negatif yönlü ve zayıf olması, bireylerin yüksek güven eğilimlerine sahip olmalarına rağmen teyit etme davranışını daha az sergilemeleri olasılığını göstermektedir. Bu durum, güven eğilimi yüksek olan bireylerin, sosyal medya üzerinden ulaştıkları bilgilere daha az şüpheyle yaklaştıkları ve dolayısıyla teyit etme ihtiyacını daha az hissettikleri şeklinde yorumlanabilir.

Buna karşın, internet kullanım alışkanlıklarının sosyal medya üzerinde teyit etme davranışı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunması, yoğun internet kullanıcılarının teyit etme davranışını daha sık gerçekleştirdiklerini düşündürmektedir. Bu durum, internete maruz kalma sürelerinin artmasının, karşılaşılan bilgilerin doğruluğunu kontrol etme davranışını güçlendirdiğine işaret edebilir. Başka bir deyişle, İKA'nın teyit üzerindeki pozitif yönlü etkisi internet kullanıcılarının maruz kaldıkları bilgi hacmi ve çeşitliliğinin artışı ile orantılı olarak, bilginin doğruluğunu teyit etme gereksinimlerinin de arttığı yönünde bir çıkarım sunmaktadır.

Sonuç olarak, güven eğilimi ile sosyal medya üzerindeki teyit davranışı arasında doğrudan anlamlı bir ilişki olmamakla birlikte, diğer değişkenlerin etkileşimi sonucunda güven eğiliminin bu davranış üzerinde dolaylı bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, sosyal medya kullanımı ve bilgi teyit etme davranışları üzerine yapılan çalışmalarda güven eğilimi gibi psikolojik faktörlerin yanı sıra, bireylerin internet kullanım alışkanlıkları gibi davranışsal faktörlerin de dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Bu tür bulgular, sosyal medya ve bilgi doğruluğu üzerine yapılan araştırmalarda multidisipliner bir yaklaşımın benimsenmesinin önemini göstermektedir.

3.3.2. Ölçek Puanların BAİ Kullanım Özelliklerine Göre Tartışılması

3.3.2.1. Güven Eğilimi ve Toplam BAİ Platformu Kullanım Sayısı

Yukarıda reddedilen hipotezlerin ele alınmasının ardından tartışmanın bundan sonraki bölümünde, kabul edilen hipotezler kapsamında güven eğilimi olgusu üzerinde durulmuştur. Kabul edilen hipotezlerin tartışılması sürecine geçildiğinde kabul edilen ilk hipotezin H2 olduğu görülmektedir. Hipotez 2 test edildiğinde; aktif olarak kullanılan BAİ platformları toplam sayısının güven eğilimine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, güven eğilimi arttıkça kullanılan BAİ platformu toplam sayısı artmaktadır.

Güven eğilimi yüksek olan bireylerin daha fazla BAİ platformu kullanmaları, güven duygusunun insanların sosyal ve teknolojik etkileşimlere katılımını teşvik ettiği yönünde bir işaret olarak yorumlanabilir. Güvenin, bireylerin diğer insanlarla ve teknoloji ile etkileşimlerinde önemli bir faktör olduğu ve çeşitli sosyal medya platformlarında etkileşime girmelerine, bilgi paylaşımlarına ve geniş çevrelerle iletişim kurmalarına olanak tanıdığı düşünülmektedir. Bu argümanlar röportajlar sırasında öğrencilerden alınan cevaplar ile desteklenmektedir.

Bu durumun potansiyel sebepleri arasında, güven eğilimi yüksek olan bireylerin, yeni insanlarla tanışma ve fikir alışverişi yapma konusunda daha istekli olmaları gösterilebilir. Aynı zamanda, öğrencilerin güven eğilimleri ile BAİ motivasyonları arasında da pozitif bir ilişki olduğu düşünüldüğünde; güven eğilimi yüksek öğrencilerin

daha fazla BAİ platformu kullanması yeni platformları denemeye ve teknolojik yenilikleri benimsemeye daha açık olabilecekleri fikrini desteklemektedir.

Literatür incelemeleri, güvenin teknoloji kabulü ve kullanımı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Teknoloji kabul modeli (Technology Acceptance Model - TAM) ve sosyal sermaye teorisi, güvenin sosyal ağların oluşumunda ve teknoloji kullanımında merkezi bir rol oynadığını desteklemektedir (Park, Lee, & Cheong, 2007). Bu bağlamda, güven eğilimi yüksek olan bireylerin, sosyal sermayeyi arttırmaya ve çevrimiçi topluluklarla etkileşim kurmaya daha yatkın oldukları anlaşılabılır. Sonuç olarak, güven eğilimi ve BAİ platformlarını kullanım sıklığı arasındaki bu pozitif ilişki, güvenin teknolojik etkileşim ve sosyal katılım için bir katalizör olarak rol oynadığı fikrini güçlendirmektedir.

Toplam BAİ platformu kullanım sayılarının güven eğilimine ek olarak BAİ motivasyonu, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medyada kurumsal güven, sosyal medyanın toplam teyit/güven algısına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulguları ortaya koyulmuştur. Söz konusu ölçeklerin puan ortalamaları yükseldikçe kullanılan BAİ platformu toplam sayısı da artmaktadır. Bu bulgular, öğrencilerin kullandıkları toplam BAİ platformları sayısının, sadece güven eğilimleriyle değil, aynı zamanda BAİ motivasyonları, internet kullanım alışkanlıkları ve sosyal medyadaki kurumsal güvenleri ve toplam sosyal medya teyit/güven algıları ile de ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle, bu değişkenlerin puan ortalamalarının yükselmesiyle kullanılan BAİ platform sayısının artması, bireylerin teknolojiyi kullanma eğilimlerinin, içsel motivasyonları ve internetle etkileşim tarzları tarafından etkilendiğini düşündürmektedir. Söz konusu ilişki, teknoloji kabul modeli (Technology Acceptance Model - TAM) ve sosyal sermaye teorisi gibi literatürdeki temel teorik çerçevelerle uyumludur. Bu modeller, teknolojinin kullanımının bireysel tutumlar, algılanan fayda, kullanım kolaylığı ve sosyal etkiler gibi faktörlerle şekillendiğini öne sürmektedir. İşte bu bağlamda, güven eğilimi, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları gibi faktörlerin, bireylerin çeşitli BAİ platformlarını kullanma sıklığını etkileyen temel değişkenler olduğu anlaşılmaktadır.

BAİ motivasyonunun yüksek olması, bireylerin teknolojiyi aktif olarak keşfetme ve kullanma istekliliğini gösterirken, internet kullanım alışkanlıklarının yüksek olması, bireylerin interneti sıkça ve çeşitli amaçlarla kullanma eğilimlerini yansıtmaktadır.

Örneğin, interneti yoğun bir şekilde araştırma, sosyal etkileşim veya eğlence için kullanmak, çeşitli BAİ platformlarına yönelik daha geniş bir ilgi ve katılımı teşvik edebilir. Sosyal medyada kurumsal güvenin yüksek olması, bireylerin markalara, kurumlara ve kurumsal iletişime daha çok güvendiklerini ve bu tür içerikleri daha sık takip etme eğiliminde olduklarını gösterebilir. Dolayısıyla, çeşitli sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanma ihtimalini artırabilir. Sonuç olarak, bu bulgular, BAİ sürecinin çok yönlü ve dinamik bir süreç olduğunu ve bireylerin teknoloji kullanım alışkanlıklarının, güven eğilimi gibi psikolojik faktörlerin yanı sıra, motivasyon, internet kullanım alışkanlıkları ve sosyal medyadaki kurumsal güven algıları gibi çok çeşitli faktörler tarafından şekillendirildiğini göstermektedir.

3.3.2.2. Güven Eğilimi ve Toplam Sosyal Medya Hesabı Sayısı

H2₁ ile ortaya koyulan “Aktif olarak kullanılan sosyal medya hesabı sayısı güven eğilimine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” hipotezi de veri setinden elde edilen bulgular neticesinde kabul edilen bir başka hipotez olmuştur. Güven eğilimi arttıkça aktif olarak kullanılan sosyal medya hesabı toplam sayısı da artmaktadır.

Öğrencilerin sosyal medya hesabı kullanım durumları daha yakından incelendiğinde en yoğun olarak Instagram ve Youtube kullanıldığı görülmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %94,3’ü Instagram kullandığını beyan ederken Youtube kullanan öğrencilerin oranı %92,8’dir. Onları %59,9 ile X takip etmektedir. Facebook, Tiktok, LinkedIn gibi platformlar da oranları düşük olmasına rağmen öğrenciler arasında kullanıcı bulabilmektedir.

Toplam kullanılan sosyal medya sayılarında da anlık mesajlaşma ve kişilerarası iletişim platformlarına kıyasla gruplar arasında nispeten daha fazla yayılım olduğu görülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%39,4) 3 sosyal medya hesabı kullanıyor olsa da 2 (%23,4) ve 4 (%19,1) sosyal medya hesabı kullanan öğrencilerin oranları da birbirine yakındır. En sık kullanılan sosyal medya hesabı konusunda ise yine bir platformun piyasayı domine ettiğinden söz edilebilir. Öğrencilerin %75,5’i en sık Instagram hesabı kullandıklarını beyan etmişlerdir.

Hipotez 2₁’in kabul edilmesi, güven eğilimi ile aktif olarak kullanılan sosyal medya hesap sayısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Güven eğilimi

arttıkça, bireylerin daha fazla sosyal medya hesabı kullanma eğiliminde olmaları yüksek güven eğilimi olan bireylerin sosyal medya ortamlarında daha aktif ve açık olmalarını ve bu platformları çeşitli sosyal etkileşimler ve bilgi paylaşımı için daha yoğun bir şekilde kullanmalarını yansıtmaktadır.

Instagram ve YouTube'un öğrenciler arasında en popüler platformlar olduğunu gösteren bulgular, bu platformların geniş kullanıcı tabanı, erişilebilirliği ve çeşitlilik sunma yeteneklerinden kaynaklanıyor olabilir. Instagram ve YouTube, görsel içeriğe dayalı platformlar olarak, özellikle genç kullanıcılar arasında eğlence, bilgi edinme ve sosyal etkileşim ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir.

Öğrencilerin sosyal medya hesap sayılarındaki yayılım, farklı platformların çeşitli ihtiyaçları ve tercihleri karşıladığını göstermektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu 3 sosyal medya hesabı kullanıyor olsa da, 2 ve 4 hesap kullananların oranlarının yakın olması, bireylerin çeşitli sosyal ve bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için farklı platformları tercih ettiklerini işaret etmektedir.

Dutton ve Shepherd'a (2006) göre; teknolojinin güvenilirliği, kullanıcı verilerinin korunması, gizlilik politikaları ve platformun kullanıcı dostu olması, güven oluşumunda kritik rol oynamaktadır. Dolayısıyla, Instagram'ın en sık kullanılan sosyal medya platformu olarak öne çıkması, platformun kullanıcı dostu arayüzü, geniş içerik yelpazesi ve yüksek etkileşim potansiyeli sayesinde genç kullanıcılar arasında popüler olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Toplam sosyal medya hesabı kullanım sayılarının güven eğilimine ek olarak BAİ motivasyonu, internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medyada bireysel güven, kurumsal güven, sosyal medyanın toplam teyit/güven algısına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulguları ortaya koyulmuştur. Söz konusu ölçeklerin puan ortalamaları yükseldikçe kullanılan BAİ platformu toplam sayısı da artmaktadır. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının sadece bireysel güven eğilimleri tarafından değil, aynı zamanda BAİ motivasyonu, internet kullanım alışkanlıkları ve sosyal medyadaki bireysel ve kurumsal güven algıları gibi diğer önemli faktörler tarafından da etkilendiğini göstermektedir. Öğrencilerin teknoloji ve sosyal medya platformlarına karşı artan ilgi ve istekliliğini ifade eden yüksek BAİ motivasyonu onların yeni platformları denemeye ve çeşitli sosyal medya hesaplarına katılmaya daha açık olabileceklerini göstermektedir. İnternet

kullanımının yoğunluğu ve çeşitliliği, bireylerin çeşitli sosyal medya hesaplarına katılımını teşvik edebilir. Çünkü internetin farklı içerikler ve etkileşim fırsatları sunması kullanıcıları farklı platformlarda hesaplar açmaya yönlendirebilir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya platformlarına olan güvenlerini ve bu platformlardan alınan bilgiye olan inançlarını yansıtan bireysel ve kurumsal güven algıları, onların çeşitli sosyal medya hesaplarını kullanmalarını ve bu platformlarda daha aktif olmalarını teşvik edebilir. Genel olarak, bu bulgular, sosyal medya kullanımının, güven eğilimi gibi psikolojik faktörlerle birlikte, bireysel tercihler, sosyal ihtiyaçlar ve platformların sunduğu özellikler gibi çeşitli etmenler tarafından şekillendiğini göstermektedir.

3.3.3. Güven Eğiliminin Diğer Değişkenler ile Etkileşimleri

Bu bölümde güven eğiliminin diğer ölçeklerle etkileşimleri, ortaya konan hipotezler kapsamında ele alınmıştır. Öncelikle, literatür taraması neticesinde “güven” kavramına ilişkin ortak bir tanım veya açıklama olmadığı görülmüştü. Lewis ve Weigert (1985) ile McAllister (1995) tarafından duygu temelli ve biliş temelli olmak üzere iki türü olduğu savunulan güven; Mayer, Davis ve Schoorman (1995) tarafından gönüllülük esaslı bir isteklilik (ayrıca bkz. Baier, 1985) ile ortaya çıkan savunmasızlık (ayrıca bkz. Baier, 1985) ve kırılabilirlik (ayrıca bkz. George ve Jones, 1998) durumu olarak ifade edilirken, aynı zamanda bir risk alma davranışı olduğu kabul edilmiştir (ayrıca bkz. Hardin, 1992). Bu pencereden bakıldığında güvenin risk ve fayda hesabını içeren bir mantıksal davranış olduğu düşünülebilir (Axelrod ve Hamilton, 1981; Deutsch, 1958; Hardin, 1992; McAllister, 1995; Zand, 1972). Bu düşünceden hareketle güveni kendi kendini destekleyen döngüsel bir süreç olarak değerlendiren Uslaner (2002), güven oluşumunu optimizm kavramı ile açıklamıştır.

Güvenin mantıksal bir davranış olduğu fikrini destekleyen Deutsch (1958) ise bir olayın gerçekleşmesine güven duyulmasını o olayın gerçekleşmemesinin daha büyük kötü sonuçlara neden olacağı düşüncesine dayandığını izah etmiştir. Çünkü aslında güvenme davranışının sonuçları karşdakine bağlıdır (Zand, 1972). Bu nedenle; inanma beklentisi (Rotter, 1967) ve faydalı sonuç beklentisi (Kramer, 1999) gibi tamamen karşıdakinin davranışının sonuçlarına odaklanan beklentiler içermektedir.

Ayrıca, mantıksal bir çıkarım süreci olması dolayısıyla, her ne kadar Deutsch (1958) tarafından genel bir tahmin edilebilirlik ışığında değerlendirilse de kişisel bir tahmin içeren sübjektif bir süreç olduğu (Hardin, 1992) ve durumdan duruma değiştiği de iddia edilmektedir (Dirks, 1999). Ayrıca mantıksal bir tümevarım neticesinde duruma göre o anlık çıktığına dair görüşlerin aksine güvenin zaman alan bir süreç olduğunu ve sürekli artıp azalabilen, değişkenlik gösterebilen dinamik bir süreç olduğunu öne sürenler de vardır (örn. Axelrod, 1981; Baier, 1986; Jones ve George, 1998).

Güvenme süreci kapsamında güvenilen kişiye atfedilen özelliklere bakıldığında bu noktada da bir konsensüs olmadığı tespit edilmişti. Güvenilen kişide aranan özellikler iyilik, iyi niyet (Aristoteles, MÖ 4. yy; Mayer ve diğ. 1995), yetenek, uzmanlık, yetkinlik (Hosmer, 1995; Lewis ve Weigert, 1985; Mayer ve diğ., 1995), bilgelik (Aristoteles, MÖ 4. yy; Sokrates'ten aktaran Platon, MÖ 4. yy), erdem (Laozi, MÖ 6. veya 4. yy; Sokrates'ten aktaran Platon, MÖ 4. yy), sağduyu, ahlak (Aristoteles, MÖ 4. yy), adalet (Butler, 1991; Fukuyama, 1995; Platon, MÖ 4. yy), sadakat (Butler ve Cantlerr'den aktaran Hosmer, 1995; Platon, MÖ 4. yy) ve dürüstlük (Mayer ve diğ.'in ifadesi ile; bütünlük) (Butler, 1991; Hosmer, 1995; Laozi MÖ 6. veya 4. yy; Mayer ve diğ., 1995; Platon, MÖ 4. yy) olmak üzere oldukça geniş bir çerçevede ele alınmıştır.

Güveni taahhüt eden nitelikler elbette ki sadece yukarıdakileri saymakla bitmez. Örneğin, Mayer ve diğ. (1995) ile Hosmer'e (1995) göre "açıklık" da güven tahsis etmek için duyulan bir gerekliliktir. Ayrıca güvenilen kişinin sözleriyle yaptıkları birbiriyle çelişmemeli ve bir gün söylediği ile başka bir gün söyledikleri arasında "tutarlılık" olmalıdır (Butler, 1991; Hosmer, 1995; Mayer ve diğ., 1995).

Dahası duygular karşılıklıdır ifadesini destekler nitelikte güvenildiğini hisseden bir insan da karşısındakine güven duymaya başlayabilir ya da karşısındakine güvenmek için öncelikle karşısındakinin kendisine güvenmesini isteyebilir. Dolayısıyla "karşılılık" güvenilen kişiye karşı ihtiyaç duyulan bir gereksinimdir (Axelrod, 1981; Baier, 1986; Butler, 1991; Hosmer, 1995; Kramer, 1999; Lewis ve Weigert, 1985; Mayer ve diğ., 1995; McAllister, 1995; Ostrom ve Walker, 2003). Bir kişi karşısındakine güvendiğinde ondan empati (McAllister, 1995) bekler, anlayış ve saygı ister (Kramer, 1999), samimiyet arar (Aristoteles, MÖ 4. yy; McAllister, 1995). Dolayısıyla konuşma tarzının yanında jest ve mimikler bile önemlidir (Montaigne, 1580).

Fukuyama'ya (1995) göre ise güvenme işi biraz da ‘‘sosyal sermaye’’ ve ‘‘itibar’’ ile ilgilidir. Bu yüzden referanslar da oldukça önemlidir (Svare, Gausdal ve Möllering, 2020). İnsanların yakınlarına daha fazla güvendiğini söyleyen Hardin (1992) ise ‘‘yakınlık derecesi’’ni vurgulamaktadır. Hardin (1992) aynı zamanda kişinin bir çıkarı varsa güveni ancak öyle karşılayacağı düşüncesinden hareketle güvenilen kişinin ‘‘çıkart’’ları kavramını da literatüre kazandırmıştır. Olaya farklı bir perspektiften bakarak benzer bir sonuca varan Shapiro, Sheppard ve Cheraskin (1992) ise sözünün arkasında durmamanın olumsuz sonuçlarından kaçınma olarak değerlendirilen ‘‘caydırıcılık’’ kavramından bahsederek güvenilen kişinin güveni karşılamazsa olacaktan çekindiği için güveni karşılayacağını iddia etmiştir.

Görüldüğü üzere söz konusu güven ve güvenilen kişinin özellikleri olduğunda fikir birliğine varılamamıştır. Ancak, güvenenin özelliklerine gelindiğinde; Mayer ve diğ. tarafından ‘‘güven eğilimi’’ olarak nitelenen güvenenin kendisiyle ilgili o içsel özellik; literatürde her ne kadar ‘‘güvenebilme kapasitesi’’, ‘‘güvenebilme yeteneği’’, ‘‘güvenme istekliliği’’ ‘‘iyimserlik-kötümserlik’’ gibi farklı şekillerde isimlendirilmiş olsa da aslında hepsi ortak bir kavramı ifade etmektedir. Dolayısıyla, ne zaman ki sıra güvenen kişinin kendi özelliklerine geldiğinde ise işte o zaman bir fikir birliği olduğundan söz edilebilir: ‘‘Güven eğilimi’’. İşte güven eğilimi bu derece önemlidir. Bu sebepten kaynaklı olarak bu çalışmada temel bağımsız değişken güven eğilimi olarak belirlenmiştir ve bütün hipotezler güven eğilimi üzerine kurulmuştur.

Güven eğilimi bağlamdan bağlama değişmez (Colquitt ve diğ., 2007). BAİ gibi farklı bir bağlamda da değişmediği bu araştırma neticesinde ortaya koyulmuştur. Ayrıca sırf güvenin önemini daha da vurgulamak için motivasyon ve internet kullanım alışkanlığı gibi içsel kaynaklı diğer bazı değişkenler de araştırmaya dahil edilmiştir. Hiyerarşik regresyon analizleri neticesinde diğer değişkenlere göre güven eğiliminin ne kadar baskın olduğu, ne kadar etkili olduğu, ne kadar önemli bir değişken olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Güven eğilimin BAİ’ye yönelik tutum ve davranışlarına yönelik bu çalışmada ele alınan diğer bütün değişkenlerle ilişkileri incelendiğinde; bu bağlamda kurulan bütün hipotezlerin kabul edildiği görülmektedir. Başlangıç olarak; güven eğilimi ile bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Böylece Hipotez 3 kabul edilmiştir. Ayrıca, güven eğilimi BAİ motivasyonu

üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup, söz konusu etki BAİ motivasyonundaki varyasyonun %41,9'unu açıklamaktadır.

Güven eğilimi arttıkça, öğrencilerin BAİ platformlarını kullanmaya yönelik motivasyonlarının da artması, güven eğilimi yüksek olan öğrencilerin teknoloji ve sosyal medya platformlarına karşı daha açık ve istekli olduklarını gözler önüne sermektedir. Dolayısıyla yüksek güven eğilimini, BAİ'yi keşfetme ve kullanma konusunda daha yüksek bir motivasyonla ilişkilendirmek mümkündür. Çünkü güven eğilimli bireyler, teknolojiyi kullanmanın yararlarını daha olumlu algılayabilir ve bu platformları kullanma konusunda daha az tereddüt yaşayabilirler. Bu argümanlar öğrenciler ile yapılan röportajlar neticesinde elde edilen bulgular ile çok net bir şekilde desteklenebilmektedir. Konunun ayrıntıları nitel bulgular ve tartışma başlığı altında ele alınmıştır.

Güven eğiliminin BAİ motivasyonundaki varyasyonun yaklaşık %41,9'unu açıklaması, güven eğiliminin bu motivasyon üzerindeki etkisinin oldukça belirgin olduğunu göstermektedir. Bu oran, öğrencilerin BAİ motivasyonlarının büyük bir kısmının güven eğilimleriyle ilişkili olduğunu ve güvenin teknolojiyi benimseme ve kullanmada önemli bir faktör olduğunu işaret etmektedir. Sonuç olarak, bu bulgular, teknoloji ve sosyal medya platformlarının kullanımı üzerinde güven eğiliminin önemli bir etkiye sahip olduğunu ve bu etkinin öğrencilerin BAİ motivasyonları üzerinde belirgin bir rol oynadığını göstermektedir.

Hipotez 4'e gelindiğinde ise; güven eğilimi ile internet kullanım alışkanlığı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur. Güven eğilimi internet kullanım alışkanlıkları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup, söz konusu etki internet kullanım alışkanlıklarındaki varyasyonun %40,4'ünü açıklamaktadır. Güven eğiliminin, internet kullanımı üzerindeki güçlü etkisini vurgulayan, bu alışkanlıkların varyasyonunun %40,4'ünü açıklaması güven eğilimi yüksek olan bireylerin interneti daha sık ve çeşitli şekillerde kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu durumun potansiyel sebepleri, güven eğiliminin BAİ motivasyonuna etkisinin potansiyel sebepleri ile paralellik göstermektedir. Güven eğilimi yüksek bireylerin genellikle yeni deneyimlere ve bilgi kaynaklarına karşı daha açık olmaları ve internetin sunduğu çeşitli bilgi ve etkileşim olanaklarından daha fazla yararlanma istekliliği göstermeleri ve online ortamlarda karşılaşılabilecekleri risklere karşı daha az endişe duymaları interneti daha

yoğun bir şekilde kullanmalarına neden olabilmektedir. Bu argüman yine röportajlardaki bulgular ile desteklenmektedir.

Ek olarak, güven ile bilgisayar aracılı iletişim motivasyonunun internet kullanım alışkanlıkları üzerindeki etkilerini bir arada görebilmek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi neticesinde GE ve BAİM bir araya geldiğinde İKA üzerinde pozitif bir etkiye sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Ancak, internet kullanım alışkanlıklarındaki varyasyonun %50'sini açıklayan bu modelde motivasyonun ($\beta=0,406$) etkisinin güven eğiliminin ($\beta=0,373$) etkisinden biraz daha fazla olduğu fark edilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizinin sonuçları internet kullanım alışkanlıklarının sadece güven eğilimiyle değil, aynı zamanda motivasyonla da yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu durum öğrencilerin interneti ne kadar ve nasıl kullandıklarının, sadece güvene dayalı bir yaklaşımdan ziyade, daha çok motivasyon ve amaçlarla yönlendirildiğine işaret etmektedir. Motivasyonun güven eğiliminden biraz daha baskın bir etki göstermesi, bireylerin internet kullanımı konusunda güdülenmelerinin, sadece güven duygularından ziyade, bireysel amaçlar ve hedeflerle daha yakından ilişkili olduğunu düşündürülebilir.

Ayrıca BAİ motivasyonu internet kullanım alışkanlıkları ile doğrudan ilişkili bir kavramdır. Dolayısıyla motivasyonu yüksek olan bir öğrencinin daha fazla internet kullanması olağan bir durumdur. Ancak, güven eğilimi daha genel bir kavramdır. Güven eğilimi yüksek olan her birey BAİ kullanacak diye bir çıkarım elbette ki yapılamaz. Çünkü BAİ kullanımı biraz da yaşam tarzıyla ilgili bir durumdur. Kişinin güven eğilimi her ne kadar yüksek olursa olsun hayatında BAİ'nin yeri yoksa internet kullanım alışkanlıkları düşük çıkacaktır. İşte bu iki değişken arasındaki bu fark motivasyonun internet kullanım alışkanlıklarını neden daha fazla etkilediğini gayet net bir şekilde açıklamaktadır. Ayrıca burada sunulan argümanın birebir örnekleri röportaja katılan öğrencilerde görülmüştür. Güven eğilimi yüksek olduğu halde hayat tarzına uymadığı için fazla BAİ kullanmayan bir öğrenciyle yapılan röportajın bulguları ilgili bölümde detaylıca tartışılmıştır.

Hipotez 5 aynı zamanda alt hipotezlerden oluştuğu ve sosyal medyada güven algıları temel bağımlı değişkeni teşkil ettiği için sosyal medyanın güven algıları kavramı çok daha kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Araştırma bulgularına göre; güven eğilimi ile sosyal medyanın kurumsal güven boyutu, bireysel güven boyutu ve sosyal medyada

teyit/güven ölçeğinin toplam puan ortalaması arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Güven eğilimi sosyal medyanın kurumsal güven boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup, söz konusu etki sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonun %45,1'ini açıklamaktadır. Güven eğilimi ile sosyal medyanın kurumsal güven boyutu arasındaki pozitif etkileşimin bulguları, güven eğilimi yüksek olan bireylerin sosyal medyadaki kurumsal içeriklere (örneğin, markaların, şirketlerin ve kurumların paylaşımları) daha fazla güvenme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Güven eğiliminin sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonun %45,1'ini açıklaması, bu boyuttaki güvenin büyük bir kısmının bireylerin genel güven eğilimlerinden kaynaklandığını göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin sosyal medyada kurumsal markalara, haber kaynaklarına ve diğer profesyonel içeriklere olan güvenlerinin, genel olarak diğer insanlara ve sistemlere olan güvenlerinin bir yansıması olabileceğini düşündürmektedir.

Sosyal medyada kurumsal güven, genellikle şirketlerin, markaların ve diğer kurumların paylaştığı bilgilerin doğruluğuna ve güvenilirliğine olan inançla ilgilidir. Güven eğilimi yüksek bireylerin, bu tür bilgilere karşı daha az şüpheci olmaları ve bu nedenle onları daha güvenilir olarak değerlendirmeleri sosyal medya kullanımı üzerine yapılan araştırmalarda gözlemlenen bir eğilimle uyumludur. Örneğin, sosyal medya üzerindeki marka etkileşimleri ve tüketici güveni üzerine yapılan çalışmalar, güvenilir ve saygın kaynaklardan gelen bilgilere karşı daha olumlu tutumlar sergilendiğini göstermektedir. Güven eğilimi yüksek bireyler, bu tür kaynaklara karşı daha da olumlu bir tutum sergileyebilir ve onların paylaşımlarını daha güvenilir bulabilirler. Başka bir deyişle, bu bulgular güven eğiliminin sosyal medya üzerindeki bilgi ve içeriğin doğruluğu konusundaki algıları etkileyebileceği anlamına gelmektedir. Yani, güven eğilimi yüksek olan öğrenciler, sosyal medya üzerinden paylaşılan kurumsal bilgilere ve içeriklere, düşük güven eğilimi olanlara kıyasla daha olumlu yaklaşabilirler ve bu bilgilere daha fazla değer verebilirler.

Güven eğilimi sosyal medyanın bireysel güven boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup, söz konusu etki sosyal medyanın bireysel güven boyutundaki varyasyonun % 37,8'ini açıklamaktadır. Güven eğiliminin sosyal medyanın bireysel güven boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahip olması ve bu etkinin boyuttaki varyasyonun %37,8'ini

açıklaması, öğrencilerin sosyal medyada diğer bireylere (arkadaşlara, takip edilen kişilere, influencerlara vb.) olan güven düzeylerinin, kendi genel güven eğilimleriyle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Genel olarak yüksek bir güven eğilimine sahip öğrenciler, sosyal medyadaki bireysel hesaplara ve içeriklere daha fazla güvenme eğilimindedirler. Bu durum, güven eğiliminin yalnızca geleneksel sosyal etkileşimlerde değil, dijital ortamlarda da önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Güven eğilimi yüksek olan bireyler, sosyal medyada paylaşılan bireysel içeriklere ve bilgilere daha olumlu yaklaşabilir, bu bilgilere daha çok inanabilir ve bu tür hesaplardan gelen bilgilere daha fazla değer verebilirler. Bu tartışma, psikolojik teoriler ve sosyal medya kullanımı üzerine yapılan çalışmalarla uyumludur. Özellikle, sosyal medya kullanıcılarının, bilgiyi değerlendirirken ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurarken kendi içsel güven eğilimlerini yansıttıkları görülmektedir.

Güven eğilimi sosyal medyada teyit/güven ölçeğinin toplam puan ortalaması üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup, söz konusu etki sosyal medyada teyit/güven ölçeğinin toplam puan ortalamasındaki varyasyonun % 31,7'sini açıklamaktadır. Güven eğiliminin sosyal medyada teyit/güven ölçeğinin toplam puan ortalaması üzerindeki pozitif etkisi, öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları bilgi ve içeriklere yönelik genel güven düzeylerinin, kendi güven eğilimleriyle önemli bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Güven eğiliminin bu ölçeğin toplam puan ortalamasındaki varyasyonun %31,7'sini açıklaması, öğrencilerin sosyal medyada sunulan bilgilere ve içeriklere olan güveninin, büyük ölçüde kendi içsel güven eğilimlerine dayandığını gözler önüne sermektedir.

Güven eğilimin diğer başka değişkenlere kıyasla ne kadar etkili olduğunun daha iyi anlaşılması için diğer değişkenlerle bir arada etkilerinin incelendiği hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde SMG Kurumsal boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Model sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonun %37,3'ünü açıklamaktadır. Bu modelde İKA'nın ($\beta=0,353$) etkisi BAİM'in ($\beta=0,320$) etkisinden daha fazladır. Modelin, bu boyuttaki varyasyonun %37,3'ünü açıklaması, her iki değişkenin de kurumsal güven oluşumunda önemli roller oynadığını göstermektedir. Bu modelde, İKA'nın BAİM'den daha fazla etkiye sahip olması ($\beta=0,353$ karşı $\beta=0,320$),

bireylerin internet kullanım alışkanlıklarının, kurumsal hesaplara ve markalara olan güvenlerini daha fazla etkilediğini düşündürmektedir.

Güven eğilimi, Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde ise SMG Kurumsal boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Güven eğiliminin devreye girmesi modelin sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonu açıklama oranını artırmaktadır. Model sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonun %48,8'ini açıklamaktadır. Güven eğiliminin devreye girmesi modeldeki diğer bağımsız değişkenlerin etkisini azaltmaktadır. Bu modelde güven eğiliminin etkisi en fazladır ($\beta=0,480$). İkinci modelde, güven eğiliminin eklenmesiyle, modelin sosyal medyanın kurumsal güven boyutundaki varyasyonu açıklama oranı %48,8'e yükselmesi, güven eğiliminin, kurumsal sosyal medya hesaplarına olan güven üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunun kanıtı niteliğindedir. Modeldeki diğer bağımsız değişkenlerin etkisinin azalması ve güven eğiliminin etkisinin en fazla olması ($\beta=0,480$), öğrencilerin sosyal medya platformlarında sunulan kurumsal içeriklere ve hesaplara olan güvenlerinin, en büyük ölçüde kendi içsel güven eğilimlerine dayandığını ispatlamaktadır.

Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde SMG bireysel boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Model sosyal medyanın bireysel güven boyutundaki varyasyonun %33,2'sini açıklamaktadır. Bu modelde BAİM'in ($\beta=0,333$) etkisi İKA'nın ($\beta=0,301$) etkisinden daha fazladır.

Güven eğilimi, Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde ise SMG bireysel boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Güven eğiliminin devreye girmesi modelin sosyal medyanın bireysel güven boyutundaki varyasyonu açıklama oranını artırmaktadır. Model sosyal medyanın bireysel güven boyutundaki varyasyonun %41,8'ini açıklamaktadır. Güven eğiliminin devreye girmesi modeldeki diğer bağımsız değişkenlerin etkisini azaltmaktadır. Bu modelde güven eğilimin etkisi en fazladır ($\beta=0,416$). Güven eğilimi modele dahil edildiğinde, sosyal medyanın bireysel güven boyutu üzerindeki etki artması ve modelin açıklama oranının %41,8'e yükselmesi, güven eğiliminin sosyal medyadaki bireysel hesaplara ve kişilere olan güven üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Güven eğiliminin ($\beta=0,416$) modeldeki en güçlü etkiye sahip olduğunun gözlemlenmesi ise

öğrencilerin genel güven düzeylerinin, sosyal medyada bireysel hesaplara ve kişilere olan güvenlerini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.

Tıpkı kurumsal güvende olduğu gibi bireysel güvende de en önemli faktör güven eğilimidir. Sosyal medyaya olan güvenin her iki boyutunda da güven eğiliminin devreye girmesinin diğer bağımsız değişkenleri nasıl da bastırdığına bakılırsa güven eğiliminin önemi çok iyi anlaşılmaktadır. Dolayısıyla literatürde BAİ'nin özellikleri tartışılarsun; asıl faktörün güven eğilimi olduğu bu çalışma neticesinde gözler önüne serilmiştir.

Son olarak; bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde SMG toplamı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Model sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamındaki varyasyonun %38,5'ini açıklamaktadır. Bu modelde İKA'nın ($\beta=0,400$) etkisi BAİM'in ($\beta=0,281$) etkisinden daha fazladır. Güven eğilimi, Bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları bir araya geldiğinde ise SMG toplamı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Güven eğiliminin devreye girmesi modelin sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamındaki varyasyonu açıklama oranını artırmaktadır. Model sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamındaki varyasyonun %41,7'sini açıklamaktadır. Güven eğiliminin devreye girmesi modeldeki diğer bağımsız değişkenlerin etkisini azaltmaktadır. Bu modelde internet kullanım alışkanlıkları en çok etki eden faktördür ($\beta=0,306$).

İnternet kullanım alışkanlıklarının ($\beta=0,400$) etkisinin, bilgisayar aracılı iletişim motivasyonunun ($\beta=0,281$) etkisinden daha fazla olması nedeniyle İKA'nın sosyal medyadaki genel güven ve teyit süreçlerini daha fazla etkilediğini göstermesi ilk modelde en dikkat çeken husus olmuştur. İkinci modelde de güven eğiliminin devreye girmiş olmasına rağmen internet kullanım alışkanlıklarının etkililiğini koruması ve en etkili faktör olmaya devam etmesi bu regresyon analizinde elde edilen ilgi çekici bir sonuç olmuştur. Bu durumun yine tamamen ölçeğin tamamı düşünüldüğünde teyit boyutunun devreye girmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Teyit boyutuna bütün katılımcıların genel olarak yüksek puanlar vermiş olmaları ve ölçeklere katılım düzeyleri de incelendiğinde en yüksek katılım düzeyine sahip bir diğer ölçeğin de internet kullanım alışkanlıkları olması aslında bu durumu özetlemektedir. Teyidin devreye girmesiyle sonuçların nasıl etkilendiği şöyle bir örnekle açıklanabilir: İKA'sı daha yüksek olan,

haliyle interneti daha yoğun ve çeşitli şekillerde kullanan öğrenciler, sosyal medyada daha fazla bilgiyle karşılaşır ve bu bilgileri değerlendirme ve doğrulama konusunda daha aktif olabilirler. Sonuç olarak güven/teyit ölçeğindeki sorulara verdikleri puanlar bundan etkilemiş olabilir. Kısacası “teyit” gibi güvenden bambaşka bir kulvarda değerlendirilmesi gereken bir kavramın aynı ölçek içinde ele alınmış olması sonuçları etkilemektedir. Bu yüzden asıl olarak sosyal medyanın kurumsal ve bireysel güven boyutlarına ilişkin bulgulara odaklanmak daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Yine de güven eğilimi modele dahil edildiğinde, sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bütün boyutlarının toplamı üzerindeki etki daha da artmakta ve modelin açıklama oranı %41,7'ye yükselmesi güven eğiliminin sosyal medyada genel güven ve teyit süreçleri üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

3.3.4. Diğer Bulguların Tartışılması

Çömlekçi ve Başol tarafından “Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme” başlıklı makale ile geliştirilen Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin geliştirilmesi sırasında, Kırklareli Üniversitesi öğrencilerinin kurumsal ve bireysel güven düzeylerinin karşılaştırılması neticesinde kurumsal güven düzeyinin bireysel güven düzeyine göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştı (2019, s. 69). Bu çalışmada Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi lisans öğrencileri örneğinde elde edilen sonuçların Çömlekçi ve Başol’un bulgularıyla örtüştüğü tespit edilmiştir. Öğrencilerin kurumsal sosyal medya hesaplarına güven puanının daha yüksek olduğu (8,58) sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu Kırklareli Üniversitesi örneği ile uyushmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: NİTEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

4.1. Nitel Araştırma Yöntemi

Röportaj, katılımcıların deneyimlerini, düşüncelerini ve hislerini doğrudan ifade etmelerine olanak tanıyarak, araştırma konusunu çok daha detaylı bir şekilde anlamayı sağlamaktadır. Özellikle öznel verilerin ve bireysel perspektiflerin ortaya çıkarılmasında oldukça etkilidir. Sosyal bilimlerde, bireylerin inançları, tutumları ve algıları gibi öznel değişkenleri daha derinlemesine kavramak için kritik bir öneme sahiptir (Akman Dömbekçi & Erişen, 2022, s. 141). Bu nedenlerle, daha bütüncül ve zengin bir veri seti elde etmek adına bu çalışmada nitel yöntem olarak röportaj seçilmiştir. Çalışmada yüz yüze röportaj yöntemi ile veriler toplanmıştır. Röportaj formu 16 adet yarı yapılandırılmış sorudan oluşmaktadır. Elde edilen veriler tematik analiz tekniği ile raporlanmıştır.

Röportajın temel türleri arasında yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış röportajlar bulunmaktadır. Bu türler, kullanılan soruların türüne, röportajın ilerleyişine ve röportajın genel yapısına bağlı olarak birbirinden ayrılmaktadır (Akman Dömbekçi & Erişen, 2022, s. 142). Yapılandırılmamış röportajda önceden belirlenmiş spesifik sorular yoktur. Araştırmacı, katılımcının cevaplarına göre konuşmayı yönlendirir. Bu türün katılımcının doğal ve spontan cevaplarını almayı sağlaması ve röportajın esnek yapısı sayesinde derinlemesine bilgi almayı kolaylaştırması gibi avantajları olsa da röportajlar arasında tutarlılık sağlamak zor olduğu için analiz aşamasında problemlerle karşılaşılması riski bulunmaktadır. Yapılandırılmış röportajda ise tüm sorular önceden belirlenmiştir ve röportajın ilerleyişi sırasında yeni soru eklenmez. Yapılandırılmış röportajda; tutarlılık ve karşılaştırılabilirlik sağlanması dolayısıyla veri analizi daha kolay ve hızlıdır. Ancak bu tür katılımcının spontan cevaplarına ve yeni bilgilere kapalıdır. Yarı yapılandırılmış röportajda ise önceden belirlenmiş bazı anahtar sorular vardır, ancak röportajın ilerleyişi sırasında yeni sorular eklenebilir. Böylece araştırmacının spesifik konular üzerinde odaklanmasını sağlarken, ayrıca katılımcının yeni bilgiler sunmasına da izin vermektedir (Creswell, 2014, s. 92; Davies & Mosdell, 2006, s. 16; Akman Dömbekçi & Erişen, 2022, s. 142).

Yarı yapılandırılmış soru hazırlama tekniği röportajı gerçekleştirirken, katılımcının verdiği cevaplara göre esnek olmayı sağlamaktadır. Bu yönüyle tematik

analiz tekniği ile örtüşen yarı yapılandırılmış röportaj tekniğinde derinlemesine bilgi elde etmek için, katılımcının verdiği cevaplara bağlı olarak takip soruları sorulabilmektedir. Bu argümanlar göz önünde bulundurularak bu araştırmada yarı yapılandırılmış röportaj tekniğinden faydalanılması kararlaştırılmıştır.

Yarı yapılandırılmış röportaj soruları tematik analize uygun olacak bir şekilde hazırlanmıştır. Tematik kodlama kapsamında; röportaj ile elde edilen bilgilerin doğru ve eksiksiz bir şekilde analiz edilebilmesi ve araştırma kalitesinin artırılması için röportajın kaydedilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle etik ilkeler çerçevesinde katılımcıların ses kaydı hususunda mutlaka bilgilendirilmesi ve bilgilendirilmiş onam formuyla katılımcı rızasının alınması gerekmektedir. Bu araştırma özelinde anket ve röportaj için bilgilendirilmiş onam formları ayrı ayrı hazırlanmış olup röportaj onam formunda ses kaydı yapılacağı bilgisi yazılmıştır. Ayrıca katılımcıların röportaj süreçlerine ilişkin zihinlerinde oluşabilecek soruları daha kapsamlı bir şekilde ele alabilmek adına röportaj formu içerisinde ses kaydı ve veri gizliliği süreçlerine için detaylıca bilgilendirme yapan bir bilgilendirme ve onam formu daha hazırlanmıştır. Böylece katılımcılar açısından bu sürecin çok daha şeffaf bir şekilde işlemlerini sağlamak hedeflenmiştir.

Bu kapsamda;

1. Röportaj sırasında kaydedilen tüm bilgiler, sadece araştırma amacı doğrultusunda kullanılmıştır.
2. Kayıtlar yalnızca araştırmacının erişimine açık olmuş ve kimseyle paylaşılmamıştır.
3. Katılımcının kişisel bilgileri ve kimliği tez yazımında gizli tutulmuştur.
4. Röportaj sonuçları yazılırken anonimleştirme yöntemleri kullanılmıştır.
5. Katılımcının kullandığı ifadeler yalnızca anonimleştirilmek şartıyla tez yazımında alıntılanmıştır.

hususlarında katılımcılar ayrıntılı bir şekilde bilgilendirilmiştir.

4.1.1. Nitel Araştırmada Evren ve Örneklem

Karma yöntemin benimsendiği bu çalışmada; anket yöntemi ile geniş bir katılımcı grubundan standart verilerin toplanması ve istatistiksel analizler neticesinde güven eğiliminin bilgisayar aracılı iletişim sürecinde tutum ve algılar ile ilişkisinin geniş bir kapsamda değerlendirilerek ortaya koyulmasının ardından, röportaj yöntemi ile konu hakkında bireysel deneyimler ve anlamlandırmalar detaylı olarak incelenmiştir. Röportaj yöntemi ile katılımcıların bilgisayar aracılı iletişimde güven olgusuna yönelik bireysel deneyimlerini, duygularını, düşüncelerini ve bu konudaki perspektiflerini derinlemesine anlamak amaçlanmıştır. Anket katılımcıları arasından seçilen öğrencilerle yapılan röportajlar neticesinde, konunun daha derin bir anlayışının sağlandığına ve katılımcıların kendi kelimeleriyle deneyimlerini ve görüşlerini ifade etmelerine olanak tanındığına inanılmaktadır.

Nitel araştırmalarda amaç, genellikle belirli bir olguyu veya durumu derinlemesine anlamaktır ve bu tür çalışmalar genellenebilirlikten ziyade belli bir konuda detaylı bilgi elde etmeye odaklanmaktadır (Akman Dömbekçi & Erişen, 2022, s. 141). Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin bilgisayar aracılı iletişime yönelik tutumlarına dair güven eğilimleri göz önünde bulundurularak, katılımcıların belirli kriterlere göre seçilmesi gerektiğinden; belirli özelliklere veya kriterlere sahip bireylerin bilinçli bir şekilde seçildiği örnekleme yöntemi olan amaçlı örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Ankete katılan öğrenciler arasından röportaj için uygun katılımcılar, verdikleri yanıtlar temel alınarak seçilmiştir. Bunun için anket formunun sonuna röportaja katılmak isteyenlerin iletişim bilgilerini bırakabilecekleri bir bilgi notu koyulmuştur. Anket hakkında bilgilendirme yapılırken araştırmanın devamında röportaj yapılacağı anlatılmış ve katılmak isteyenlerin anketin sonunda yer alan bilgileri doldurması hatırlatılmıştır.

Amaçlı örneklemeye uygun olarak; öğrencilerin anket katılımcıları arasından seçilmelerindeki amaç ankette verdikleri cevapları nedenleriyle beraber daha derinlemesine sorgulamaktır (Akman Dömbekçi & Erişen, 2022, s. 141; Creswell, 2023, s. 97). Bunu için öğrenciler en başta güven eğilimi düşük ve yüksek olanlar diyerek ayrıştırılmış ve bu kritere göre özellikle seçilmişlerdir. Ülbeği ve Yalçın tarafından uyarlanan güven eğilimi ölçeğinin raporunda belirli bir skor belirlenerek o puanın

üstündekilerin güven eğilimi yüksektir, altında kalanların güven eğilimi düşüktür şeklinde bir ayırım yapılmamıştır. Bu tür bir sınıflandırma için nicel araştırmalarda kullanılan bir çok değişkenli istatistik yöntemi olan kümeleme analizi yapılması uygun görülmüştür. Bu yöntemle, bir veri kümesindeki benzer özelliklere sahip gözlemler ya da birimlerin aynı kümeye yerleştirilmesi mümkün olabilmektedir. Saha araştırması neticesinde elde edilen veri setine uygulanan bu analiz sonucunda katılımcılar güven eğilimi yüksek ve düşük olarak kümelanmıştır.

Yukarıda da belirtildiği gibi nitel araştırmalarda amaç çalışma evrenine genellemek yapmaktan ziyade konunun derinliklerine inmek olduğu için örneklem büyüklüğü istatistiksel oranlara göre değil araştırmanın özgün amacı ve doğasına uygun olarak belirlenmektedir. Burada temel belirleyici yeni veri toplandığında yeni bir bilgi veya tema elde edilmediği zaman ulaşılan bir nokta olan doyma noktasına ulaşmaktır. Amaçlı örnekleme yönteminde katılımcı sayısını belirleyen bir başka faktör ise araştırma konusuyla ilgili farklı perspektifleri, deneyimleri veya durumları kapsamak için farklı özellikteki katılımcıları seçmeyi tanımlayan çeşitlilik olgusudur. Bu iki faktör göz önünde bulundurularak daha önceki araştırmalar incelenmiş ve genel olarak 10-14 aralığında katılımcı ile röportaj yapıldığı gözlemlenmiştir. Bütün bu argümanlar neticesinde bu araştırmanın röportaj için katılımcı sayısının yedisi güven eğilimi düşük diğer yedisi de güven eğilimi yüksek kişiler arasından seçilerek toplamda 14 kişi ile röportaj yapılmıştır.

Amaçlı örnekleme kapsamında maksimum çeşitliliği sağlamak adına öncelikle güven eğilimi düşük ve yüksek olarak sınıflandırılan öğrenciler kendi içlerinde cinsiyet, fakülte, bölüm anket formlarında verdikleri yanıtların çeşitliliğine göre özellikle seçilmişlerdir. Böylece hem örneklemdaki mümkün olan bütün farklı tabakaların yansıtılması hem de farklı özellikteki bireylerden çıkabilecek farklı temaların tespit edilebilmesi amaçlanmıştır.

Katılımcı hakları, kişisel bilgilerin gizliliği ve etik ilkeler çerçevesinde katılımcıların kimliği gizli tutulduğundan nitel veri setine anonimleştirme yöntemleri uygulanmıştır. Bu kapsamda güven eğilimi yüksek olan katılımcılar “Katılımcı 1-2-3-4-5-6-7” olarak güven eğilimi düşük katılımcılar ise “Katılımcı 8-9-10-11-12-13-14” olarak kodlanmıştır.

Tablo 27: Röportaj Katılımcılarının Demografik Verileri

		n	%
Fakülte	İletişim Fakültesi	5	35,72
	Edebiyat Fakültesi	6	42,86
	İktisadi ve İdari Bilimler	3	21,42
	Toplam	14	100
Bölüm	İletişim Fakültesi/Radyo, Televizyon ve Sinema	4	28,58
	İletişim Fakültesi/Gazetecilik	1	7,14
	Edebiyat Fakültesi/Arkeoloji	2	14,29
	Edebiyat Fakültesi/Psikoloji	1	7,14
	Edebiyat Fakültesi/Sanat Tarihi	1	7,14
	Edebiyat Fakültesi/Çin Dili ve Edebiyatı	1	7,14
	Edebiyat Fakültesi/ Arapça Mütercim Tercümanlık	1	7,14
	İİBF/Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	2	14,29
	İİBF/Ekonometri	1	7,14
	Toplam	14	100
Sınıf	1. Sınıf	4	28,57
	2. Sınıf	6	42,85
	3. Sınıf	2	14,29
	4. Sınıf	2	14,29
	Toplam	14	100
Yaş	18	1	7,14
	19	4	28,58
	20	4	28,58
	21	1	7,14
	22	3	21,42
	23	1	7,14
	Toplam	14	100
Cinsiyet	Kadın	8	57,14
	Erkek	6	42,86
	Toplam	14	100

Röportaja katılan öğrencilerin demografik verileri Tablo 27’de gösterilmiştir. Buna göre, katılımcıların sekizi kadın, altısı erkek olup yaşları 18-23 aralığında değişmektedir. Ayrıca katılımcıların, %42,86’sı (N=6) Edebiyat Fakültesi, %35,72’si (N=5) İletişim Fakültesi ve %21,42’si (N=3) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde öğrenim görmektedir. 6 katılımcı 2. sınıf, 4 katılımcı 1. sınıf, ikişer katılımcı ise 3. ve 4. sınıf öğrencisidir.

4.1.2. Nitel Araştırmada Veri Toplama Süreci

Veri toplama süreçlerinin tamamı yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Röportaj yapılacak öğrencilerin bağlı olduğu fakültelere en yakın ve ortak nokta olarak İletişim Fakültesi seçilmiş olup ilgili fakültenin yerleşkesinde bulunan bir toplantı odası 2 gün boyunca rezerve edilerek röportajlar için kullanılmıştır.

Röportaj soruları yarı yapılandırılmış olarak hazırlanmıştır. Ayrıca güven eğilimi düşük ve yüksek öğrencilere yönelik ortak genel ifadeler ile hazırlanan sorular katılımcının güven eğilimine ve vereceği cevaplara göre yeniden şekillenmiştir. Görüşmeler katılımcının yaptığı paylaşımların derinliğine bağlı olarak yaklaşık olarak 30-50 dakika arasında sürmüştür.

4.1.3. Nitel Araştırmada Veri Analizi ve Değerlendirme Yöntemi

Araştırmanın ikinci aşaması olan röportaj nitel veri analizi tekniklerini gerektirmektedir. Röportaj verilerini analiz etmek için tematik analiz, fenomenolojik analiz, anlamlandırma analizi, etnografik analiz, içerik analizi, söylev analizi, görsel analiz gibi çok çeşitli analiz yöntemleri bulunmaktadır. Veri setinin defalarca okunarak, veriden temalar ve alt temalar çıkarılması yöntemi olan tematik analiz; veri içerisinde ortaya çıkan temaları ve alt temaları belirlemek için kullanılmaktadır. Bu çalışmanın yapısı ve amaçları göz önünde bulundurulduğunda en uygun analiz tekniğinin tematik kodlama olduğu kanısına varılmıştır. Bu nedenle yarı yapılandırılmış röportaj soruları mevcut literatüre dayandırılarak tematik analize uygun bir şekilde hazırlanmıştır.

Tematik analiz yöntemi veri setinden ortaya çıkan ana temaları ve alt temaları belirlemek için oldukça uygundur. Özellikle röportaj verilerinde, katılımcıların bilgisayar

aracılığıyla iletişimdeki güven algıları hakkındaki genel görüşlerini, deneyimlerini ve duygularını belirlemek için tematik analiz uygun görülmüştür. Bu tekniğin öğrencilerin bilgisayar aracılığıyla iletişimde nasıl bir güven algısı oluşturduğuna dair geniş bir perspektif sağladığına inanılmaktadır.

Çıkarımların yorumlanması aşamasında nasıl aktarılacağını belirleyen betimsel (tanımlayıcı) ve yorumlayıcı olmak üzere temelde iki genel yaklaşım vardır. Betimsel (tanımlayıcı) yaklaşım verileri olduğu gibi, yorum katmadan betimlemeye odaklanmaktadır. Bu yaklaşımda araştırmacı, verilerin temsil ettiği anlamı bozmadan, katılımcıların ifadelerini, hislerini, deneyimlerini ve düşüncelerini tanımlar. Tematik analiz, bu tür bir analiz için sıkça kullanılan bir yöntemdir, çünkü bu yöntemle veri içinde ortak temalar veya kategoriler belirlenir. Yorumlayıcı yaklaşımda ise araştırmacı verilere kendi yorumunu katarak derinlemesine bir anlam oluşturmaya çalışmaktadır (Creswell, 2014, s. 70). Creswell'in bu argümanına paralel olarak bu çalışmada nitel verilerin yorumlanması aşamasında nesnellikten de uzaklaşmamak adına her ne kadar betimsel yaklaşım benimsenmiş olup katılımcıların ifadeleri çoğunlukla alıntılar halinde verilmiş olsa da anlamı derinleştirmek adına eş zamanlı olarak yorumlanmıştır.

4.2. Nitel Araştırma Verilerinin Analizi ve Yorumu

Nitel çalışmada, amaçlı örneklem kapsamında katılımcılar belirlenmiştir. Örneğin, bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu çok yüksek (ölçek sorularının tamamı 5 "kesinlikle katılıyorum" işaretlenmiştir) olan Katılımcı 5, bu yönüyle özellikle seçilmiştir. Katılımcı 5, BAİ'ye karşı kendisini ekstrem derecede motive eden sebepleri şu şekilde açıklamıştır:

Benim yaklaşık 3-4 yaşımdan beri elimde bilgisayar var ve ben 6-7 yaşında ilk defa internetle tanıştığımda her şeyin elimin altında olduğunu keşfettim. Vikipedi ile tanışmam da sanırım 10-11 yaşlarımdaydı. İnsanlar sıkıldıkça gazete, kitap vesaire okurken ben ise 10-11 yaşımdan beri Vikipedi gibi özgün ansiklopedilerde vakit geçirmeyi seviyordum (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in yukarıdaki açıklamaları ile BAİ motivasyonu üzerinde çocukluktan gelen alışkanlıklar ve yaşam tarzının etkili olduğu çıkarımı yapılmıştır. Katılımcı 5 sözlerine şöyle devam etmiştir.

Onun dışında internetle erken yaşta tanışmanın verdiği bir kazanım olarak online oyunlarla da çok erken tanıştım. Ayrıca 4chan gibi platformlarla da çok erken tanıştım. Biraz da internetin amiyane tabirle banliyöleri ile çok erken tanıştım. İnternetin banliyölerinde çok vakit geçirdim. Herhalde 4chan'de yaklaşık bir on yılını geçirmişliğim vardır. Ondan kaynaklı olarak bilgisayara yatkınlığım ve motivasyonum çok yüksek (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in devam eden sözleri de yukarıda yapılan çıkarımları destekler niteliktedir. Bu açıklamalardan BAİ'nin Katılımcı 5'in hayatında önemli bir yer edindiği ve çocukluk çağından itibaren zamanının büyük bir kısmını gerek online oyunlarda gerekse forumlarda olsun BAİ ortamlarında geçirdiği anlaşılmaktadır.

Ayrıca, internetin "anarşist" bir yapıda olması gerektiğini savunan Katılımcı 5, BAİ hakkındaki görüşlerini bildirdiği kısımda motivasyonun BAİ'ye atfedilen özellikler ve BAİ'den beklentiler üzerinde ne kadar etkili olduğunu ispatlamıştır. Katılımcı 5'in BAİ hakkında anlattıkları her ne kadar asıl "BAİ Hakkındaki Görüşler" başlığı altında temalar oluşturulurken alıntılanmış olsa da aşırı motivasyonun BAİ hakkındaki görüşler üzerinde etkisinin daha iyi anlaşılması için kısaca şu ifadeler burada belirtilmiştir: "Kendini keşfetme fırsatı", "dünyayı yakalama fırsatı", "gazetelerin aracı rolünü aşip doğrudan halkın içinden insanlarla tartışma fırsatı", "internetin karanlık (berbat) taraflarıyla tanışma fırsatı(!)", "her şeyin açığa çıkması, hiçbir şeyin gizli kalmaması", "özgür bir platform olması", "internetin anarşist bir yapıda olması gerektiği", "internetin kendi kendine kontrol mekanizmasına sahip olması"(Katılımcı 5, GE Yüksek).

Evgeny Morozov (2011), "The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom" adlı kitabının özgürlük ve demokrasi beklentilerinin yanılsamalarına odaklandığı bölümünde, internetin demokratikleşme ve özgürlük konusunda abartılı beklentilere neden olduğunu ele almıştır. Morozov'un bu konudaki öğretileri kısaca şu başlıklar altında özetlenebilir:

1. Teknolojiye Karşı Aşırı İyimserlik: Morozov, teknolojinin sosyal ve politik değişimi otomatik olarak getireceği yönündeki aşırı iyimserliği eleştirmiştir. İnternetin otokratik rejimlerde kolayca sansürlenebildiğini ve manipüle edilebildiğini vurgulamıştır.

2. Siber-Ütopyacılık: Morozov, internetin demokrasiyi güçlendireceği ve otoriter rejimleri zayıflatacağına dair yaygın inancı sorgulamıştır. Ona göre bu düşünce gerçek hayattaki karmaşıklıkları ve yerel koşulları göz ardı etmektedir.
3. Aktivizmin Kolaylaşması ve Gerçek Dünya Etkileri: İnternetin aktivizmi kolaylaştırdığı ve daha etkili hale getirdiği fikri de tartışmalıdır. Morozov, çevrimiçi aktivizmin bazen yüzeysel kalabileceğini ve gerçek dünyada etkili olmak için daha fazlasının gerektiğini savunmuştur (Benzer tartışmalar için bkz. “Slactivism”).
4. İnternetin İki Yüzlülüğü: Morozov internetin hem özgürleştirici hem de baskıcı rejimler tarafından kullanılabilen çift yönlü bir araç olduğunu vurgulamıştır. Teknolojinin demokrasiyi destekleme potansiyeline karşın, aynı zamanda gözetim ve kontrol için de kullanılabileceğini belirtmektedir.

Eleştirel düşünce perspektifinde bir konunun her iki tarafını da ele almak gerektiği düşüncesinden hareketle Manuel Castells’in (Communication Power, 2009; The Rise of the Network Society Second Edition, 2010) “Ağ Toplumu” teorisi incelendiğinde; Morozov’un internetin sosyal ve politik etkileri hakkındaki öğretileri ile farklı perspektifler sunduğu görülmektedir. İki düşünürün yaklaşımlarını karşılaştırmak, internetin bireyler ve toplum üzerindeki etkisi hakkında daha geniş bir anlayış sağlamaktadır.

Manuel Castells’in Ağ Toplumu Teorisi kapsamında öğretileri şu başlıklar altında özetlenebilir:

1. Ağların Merkeziyeti: Castells’e internet ortamlarında kurulan sanal ağlar ekonomi, siyaset ve kültür üzerinde büyük etkilere sahiptir.
2. Bilgi Toplumu: Castells, bilgi ve iletişim teknolojilerinin, özellikle de internetin, toplumları dönüştürdüğüne inanmaktadır. Bu dönüşüm, bilginin merkezde olduğu yeni bir toplum yapısına yol açmaktadır.
3. Küreselleşme ve Zaman-Mekan Sıkışması: Castells, internetin küreselleşmeyi hızlandığını ve zaman-mekan algısını değiştirdiğini

savunmaktadır. Ona göre bu durum, kültürel ve ekonomik etkileşimleri yeniden şekillendirmektedir.

4. Siyasi Etki: Ağ toplumunda, siyasi süreçler ve hareketler de internet ve iletişim teknolojileri tarafından etkilenmektedir. Castells, bu teknolojilerin demokratikleşme ve toplumsal katılımı artırma potansiyeline dikkat çekmektedir.

Her iki tarafından fikirlerinin çakıştığı noktaları kısaca özetlemek gerekirse;

1. Teknoloji ve Toplum Etkileşimi: Her iki düşünür de teknolojinin toplum üzerinde derin etkileri olduğunu kabul etmektedir, ancak Morozov bu etkinin sınırlı ve karmaşık olduğunu vurgularken, Castells ise daha yapısal ve dönüştürücü bir etkiyi öne sürmektedir.
2. İnternetin Siyasi Etkisi: Castells, internetin demokratikleşme ve katılımcı siyaseti destekleme potansiyelini vurgularken, Morozov bu teknolojinin baskıcı rejimler tarafından da etkili bir şekilde kullanılabileceğine işaret etmektedir.
3. Küreselleşme ve Toplumsal Değişim: Castells, internetin küreselleşme sürecini hızlandığını ve toplumsal değişimi desteklediğini savunurken, Morozov internetin bu değişimlere katkısının daha karmaşık ve çoğu zaman beklenenden farklı olduğunu belirtmektedir.

Ağ Toplumu teorisi ile Jürgen Habermas'ın (1991) "Kamuoyu Teorisi"'ne (Public Sphere Theory) göndermede bulunan Castells, internet ağlarını modern toplumların yapısal ögesi olarak görmektedir. Bilindiği üzere kamuoyu kavramının Rönesans Dönemi ve Aydınlanma Çağı'nda Batı Avrupa'da yaşanan değişimlerle birlikte evrilmeye başladığını tartışan Habermas'ın Kamuoyu Teorisi özünde o dönem gelişmekte olan yeni teknolojiler ile insanların medya ve iletişim olanakları sayesinde bir araya gelip ortak kamuoyu kurması ve değişimi tetiklemesi olarak açıklanabilmektedir. Castells de benzer bir şekilde internet ortamlarının ana-akım medyanın eşik bekçiliği süreçlerini bertaraf ederek sanal ortamlarda insanların yeniden bir araya gelerek ortak bir sanal kamuoyu oluşturacağı ve bu durumun toplumsal değişimi tetikleyeceğini savunmaktadır.

Öte yandan, Morozov ise (2011, s. 205, 255) "geniş ağlar dar kafalar" ifadesiyle durumu çok net bir şekilde özetlemekte ve internetin sağladığı "sınırsız" olanaklara

karşın insanların sadece kendisi gibi düşünen başkalarıyla bir araya geldiğini ve karşıt görüştekilerle bir araya gelmeyi reddettiğini dolayısıyla ortak bir kamuoyu kurmanın mümkün olmadığını, aksine karşıt görüşler arasında gruplaşmalar olduğunu ve bu durumun kutuplaşmayı artırdığını iddia ederek Castells'in "teknolojiye karşı aşırı iyimser" olduğunu gözler önüne sermektedir.

Bu çalışmanın araştırma konusu olmadığı için hangi tarafın haklı olduğu hususu okuyucunun kendi perspektifine bırakılmıştır. Ancak bu çalışmada güven eğilimi ve motivasyon gibi kişinin kendi düşünce yapısından kaynaklanan içsel faktörlerin BAİ hakkındaki görüşler ve beklentiler üzerinde son derece etkili olduğu kanıtlanmaktadır. Ayrıca, bu çalışmanın ilerleyen bölümlerindeki röportaj analizleri Morozov ve Castells'in teknoloji hakkında görüşlerini sıklıkla akıllara getirmeye devam etmektedir.

Katılımcı 5'in farklı bir soruda (BAİ'nin güven inşa etme sürecindeki rolü) verdiği yanıtın bir kısmı tam olarak Morozov'un internet ortamlarındaki gruplaşmalara ilişkin öğretilerine yönelik bir cevap niteliğinde olduğu için özellikle bu bölümde alıntılanmıştır. "Bilgi sınırlı bir çevrede kaldığında bu durum yanlış bilginin yayılmasına sebep olabilir." diyen Katılımcı 5; "internette böyle kısıtlı çevrelerde kaldığı zaman bilgi güvenilirmez bir şey haline gelebiliyor." diyerek internet ortamlarının etkileşimin sınırlı çevreler arasında kalmasının zararlı olduğunu kabul etmiştir. Ancak, internette her ortamında her türlü insanı bulmanın mümkün olduğunu savunan Katılımcı 5, böylece ufkunu genişletmenin ve doğru bilgiye ulaşmanın çok daha kolay olduğunu savunarak tarafını bir kez daha belli etmiştir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre özellikle seçilmiş olmalarına bir başka örnek olarak, Katılımcı 6 ise güven eğilimi yüksek olmasına rağmen BAİ motivasyonu düşük bir öğrenci olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendisine bilgisayar aracılı iletişimde motivasyonunun düşük kalmasının gerekçeleri sorulduğunda kısaca "Bu durum hayatımdaki yeriyile ve teknolojiyle olan ilgimle ilgili. Teknolojiyi kullanıyorum ama pek ilgilenmiyorum, çok vakit geçirmiyorum." (Katılımcı 6, GE Yüksek) demiştir. Anket formu incelendiğinde de Katılımcı 6'nın BAİ ortamlarında "günde 1 saatten az" vakit geçirdiği görülmektedir. Bu durum yine yaşam tarzının etkili olduğunu ispatlar niteliktedir. Güven eğilimi dışında, BAİ'de motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları üzerinde etkili olan başka faktörler de elbette ki bulunmaktadır. Katılımcı 6'da bunun

tipik bir örneği görülmektedir. Güven eğilimi yüksek olmasına rağmen bilgisayar kullanımının pek yaygın olmaması yaşam tarzına uymamasından kaynaklandığı için bu çalışmanın nitel araştırması neticesinde BAİ kullanım alışkanlıklarını etkileyen faktörlerden birinin “Yaşam Tarzı” olduğu gün yüzüne çıkarılmıştır. Ayrıca, Katılımcı 6 her ne kadar BAİ motivasyonu düşük olsa da BAİ hakkında tamamen olumlu görüşlere sahiptir. Katılımcı 6’nın görüşleri “BAİ Hakkında Görüşler” başlığı altında alıntılanmış olmakla birlikte, motivasyonu düşük olmasına rağmen görüşlerinin tamamen pozitif olması, güven eğilimi ile açıklanmaktadır. Böylelikle, güven eğiliminin BAİ hakkındaki görüşler üzerinde etkili olduğu bir kez daha ortaya koyulmuştur.

Katılımcıların amaçlı örnekleme kağısında özellikle seçilmesine güven eğilimi düşük olanlardan bir örnek olarak Katılımcı 8 gösterilebilir. Katılımcı 8 hem güven eğilimi hem BAİ motivasyonu düşük olmasına rağmen internet kullanım alışkanlıklarının yüksek olması dolayısıyla özellikle seçilmiştir. Katılımcı 8’in BAİ hakkında olumlu görüşler ve teknolojiye güvenini olumlu yönde etkileyen faktörler kapsamında “Kullanım Kolaylığı” temasından bahsetmiş olması internet kullanım alışkanlıklarını açıklarken, BAİ’de kimlik sahteciliği kapsamında yaşadığı olumsuz bir deneyim BAİ’ye karşı temkinli olmasını açıklayabilmektedir. Röportajın sonunda güven eğilimi ve motivasyonu düşük olmasına rağmen internet kullanım alışkanlıklarını neden yüksek olduğu doğrudan kendisine sorulduğunda aslında güvenli gelmediğini ama bilgi aktarımını sevdiğini belirten Katılımcı 8 şunları söylemiştir: “Dediğim bilgi aktarımı birazcık dedikoduya kayıyor aslında. ‘Aa şu hoca şunu yapmış, şurada gördük’ falan çok yapıyoruz.”. Dedikoduyu oldukça sevdiğini söyleyen Katılımcı 8, arkadaşlarıyla aralarında Whatsapp grupları olduğunu ve sırf dedikodu yapmak için kullandıklarını anlatmıştır.

Bir başka örnek olarak Katılımcı 10 güven eğilimi düşük olmasına rağmen BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları yüksek olması dolayısıyla özellikle seçilmiştir. Kendisine bu durum anlatılıp BAİ motivasyonunun neden yüksek olduğu sorulduğunda “BAİ Hakkında Pozitif Görüşler” başlığı altında temalaştırılan şu cevabı vermiştir:

Şöyle ki bilgisayar ortamında iletişim kurarken, evden vesaire, biriyle yanyana olmadığımızda iletişim kurabiliyoruz. Bu büyük bir zaman kazandırıyor.

Mesela bizim öğrenci topluluğumuzun toplantıları online yapalım bir tek ben istemiştım 6 kişi arasında. Sonra online'a döndü. Çünkü zamandan tasarruf sağlıyor. Onun dışında uzaktaki şehir dışındaki arkadaşlarıyla vesaire konuşma imkanın oluyor. Çünkü zaten başka şansın yok (Katılımcı 10, GE Düşük).

Katılımcı 10'un normalde görüşmesinin mümkün olmadığı arkadaşları ile irtibat halinde kalmasını ve iletişim bağlarını güçlü tutmasını sağladığı ve zaman kazandırdığı için BAİ'yi büyük bir kolaylık olarak görmesi onun BAİ motivasyonunun yüksek olmasını açıklamaktadır. Katılımcı 10'un bu sözleri BAİ hakkında pozitif görüşler başlığı altında "Erişilebilirlik" teması altında işlenmiştir.

Katılımcı 11 ise güven eğilimi ve BAİ motivasyonu düşük olmasına rağmen internet kullanım alışkanlıkları nispeten daha yüksek olan bir katılımcıdır. İnterneti genel olarak iletişimden ziyade bilgiye erişmek için kullandığı söyleyen Katılımcı 11, teknoloji konusunda ise oldukça pesimist bir yaklaşım sergilemiştir. Teknolojiye güven kapsamında alınan güvenlik önemleri, siber suçlarla mücadele vb. hiçbir eforun yeterli olmadığını düşünen Katılımcı 11, BAİ hakkında da genel olarak negatif görüşler bildirmiştir. Bunun üzerine kendisinden BAİ'nin fayda zarar oranlaması yapması istediğinde internet kullanım alışkanlıklarının yüksek olmasını açıklar nitelikte bir cevap vermiştir:

İnterneti aslında çok fazla kullanıyorum, kullanmıyor değilim; sosyal medya kullanıyorum, iletişim için kullanıyorum, evet hani dikkat ederek kullanıyorum aslında ben. Kullanmıyor değilim. Olması çok yararlı. Faydalarını göz önünde bulunduruyorum. Zaten önemli olan aslında faydalı kullanabilmek (Katılımcı 11, GE Düşük).

Katılımcı 11'in bu açıklamaları aynı zamanda BAİ hakkında olumlu görüşler kapsamında "Kişisel Doyumlar" teması kapsamında ele alınmıştır.

Katılımcı 12 ise güven eğilimi çok düşük olmasına rağmen sosyal medya güven davranışı ve internet kullanım alışkanlıkları çok yüksek olması dolayısıyla özellikle seçilmiştir. Röportaj sırasında kendisiyle bu durum üzerine konuşulduğunda, kendisi bu durumu teyit alışkanlıklarının çok yüksek olmasına bağlayarak internette çok fazla bilgi olması ve bazılarının doğru olması ve kendisinin doğru bilgiyi teyit alışkanlıklarının yüksek olması sayesinde bulabilmesi ile açıklamıştır:

Çok fazla kaynaklar ve günümüzde her şeye ulaşmak çok mümkün. O yüzden birkaç kaynağa baktığım için o yüzden orta puan verdim. Bazıları var ki gerçekten hani doğruları yayınlıyorlar bazıları ise sadece haberi haber için yapıyorlar. Doğruyu öğrenmekten istiyorum ama herkesin kendi bakış açılarına göre yorumlarını görüyorum. Bu yüzden bana en realist şekilde yaklaşanlar beni daha fazla güvene doğru ilerletiyorlar (Katılımcı 12, GE Düşük).

Katılımcı 12'nin yukarıdaki sözleri BAİ hakkında pozitif görüşler kapsamında; “Sınırsız Bilgi, Kişisel Doyumlar, Teyit ve Açığa Çıkma, Çok Seslilik ve Çeşitlilik” temaları ile kodlanmıştır.

Güven eğilimi çok düşük olan Katılımcı 13'ün sosyal medyada güven algıları da oldukça düşüktür ama BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıkları nispeten daha yüksektir. Katılımcı 13 BAİ ile ilgili görüşlerini şöyle açıklamıştır:

Bilgisayarda çok çeşitli şeyler var. Bilgisayarın en çok sevdiğim yanı Wikipedia'da gezmek veya başka başka ülkeden birisiyle kolayca iletişime geçmek. Şimdi şöyle bir şey vardır; bir şeyi öğrenmek istiyorsanız onun kaynağına gitmeniz gerekiyor. Hani zamanında İsviçreli bir arkadaşım vardı. Onunla iletişime geçerken bizzat oradaki genel kaynağı öğreniyorum. Çünkü ben internete Wikipedia'ya yazsam İsviçre'deki okulların nasıl işlediğini, oradaki insanların liseden sonra ne yapacağını öğrenemem ama bir insan tarafından öğrenince benim için kuşkusuz çok güzel bir şey oluyor (Katılımcı 13, GE Düşük).

Katılımcı 13'ün bu sözleri BAİ hakkında pozitif görüşler başlığı altında “Sınırsız Bilgi”, Erişilebilirlik ve “Küreselleşme” olarak kodlanmıştır. Güven eğiliminin ise çok küçük yaşlardan beri düşük olduğunu söyleyen Katılımcı 13, ailevi ve psikolojik durumunun güven algıları üzerinde etkisi olduğunu anlatarak “ben kim olduğumu bildiğim için güven eğilimim düşük” demiştir: “Ben bir insanım, benim arzularım, düşüncelerim, iddialarım ve hedeflerim var. Çevremde bakınca herkeste bunların olduğunu görüyorum. İnsanlar var olmaya çalışıyor. İşte insanlara bu bakışım benim güvensizliği doğurdu.” Ardından duruma felsefi açıdan yaklaşan Katılımcı 13 “benim için insanlar vahşidir ve pragmatisttir” diyerek sonuca bağlamıştır: “insanlar her zaman kendi yollarına bakarlar, bu yolda önlerine çıkan ne varsa ezer geçerler.”.

Son bir örnek olarak güven eğilimi çok düşük olan Katılımcı 14 de bu durumun gerekçeleri sorulduğunda başlangıçta güven seviyesinin sıfır olduğunu ve kendisi için

güven inşa etmenin uzun zaman aldığını söyleyerek bu durumu geçmiş tecrübelerine bağlamıştır. Daha önce yaşadığı olumsuz güven deneyimleri neticesinde güven eğiliminin azaldığını söyleyen Katılımcı 14, ‘‘en yakın arkadaşım’’ dediği insandan örnek vererek 11 senelik arkadaşlık neticesinde üniversite öğrenimi için farklı şehirlere taşınmalarının ardından kendisiyle olan bütün bağı koparması ve kendisini unutarak yeni arkadaşlar edinip onlarla mutlu şekilde hayatına devam etmesinin yarattığı güvensizlik duygusunu anlatmıştır. ‘‘Ben insanları çok gözlemlerim bir insana güvenmem de uzun zaman alır’’ diyen Katılımcı 14, ‘‘Çok sorgulayan bir insanım ben genel olarak en ufak bir hareketi bile sorgularım. Bu iyi bir şey değil bu arada. Çünkü çok takıyorum ve çok üzülüyorum.’’ sözleriyle içinde yaşadığı güvensizlik duygularını tarif etmiştir. ‘‘O benim en güvendiğim insandı. Gerçekten. Ben babama bile güvenmem, öyle söyleyeyim...’’ diyen Katılımcı 14, o arkadaşına da artık güvenmediğini söylemiştir. İnsanların çıkarıcı olduklarını düşünen Katılımcı 14, ‘‘insanlar karşı taraftan ihtiyaçlarını karşıladıkları anda o insanla samimiyetlerini azalttıklarına’’ inandığını dile getirmiştir. ‘‘Dünyaya tabi ki de güvensiz bir şekilde gelmedim’’ diyen Katılımcı 14, eskiden daha fazla güvenebilen bir insan olduğunu belirterek; ‘‘ailevi sıkıntılar, arkadaşlık ilişkileri, aşk hayatı, bunların hepsinin toplamı beni güvensiz bir insan yapıyor bu yaşımda.’’ demiştir. Bütün bu örnekler neticesinde sonuç olarak şöyle bir çıkarım yapılmıştır: İnsanlar güven eğilimleri yüksek doğuyor olabilirler ama zamanla yaşadıkları neticesinde güven eğilimleri düşmektedir.

4.2.1. Katılımcıların Bilgisayar Aracılı İletişim Süreciyle İlgili Görüşleri

Araştırmanın başlangıcında, katılımcılara bilgisayar aracılı iletişim hakkındaki genel görüşleri sorulmuştur. Bu ilk soru, katılımcıların konu hakkında düşüncelerini özgürce ifade etmelerine olanak tanıyan geniş bir perspektiften giriş sağlamak amacıyla seçilmiştir. Bu yaklaşım, katılımcıların iletişim teknolojileri ve onların günlük yaşam pratikleri üzerindeki etkileri hakkında kendi deneyimleri ve perspektifleri üzerinden düşünmelerini ve konuşmalarını teşvik etmektedir.

Bilgisayar aracılığıyla iletişim hakkındaki genel görüşler incelendiğinde, güven eğilimi yüksek ve düşük olan katılımcılar arasında belirgin bir ayrımın olduğu gözlemlenmiştir. Güven eğilimi yüksek olan katılımcıların genellikle bilgisayar aracılı iletişim hakkında olumlu yönlerden bahsettikleri, buna karşın güven eğilimi düşük olan

katılımcıların daha çok bu iletişim biçiminin olumsuz özelliklerine odaklandıkları tespit edilmiştir. Güven eğilimi yüksek olup da BAİ hakkında bildirdikleri olumlu görüşlerin yanında olumsuz görüş de bildiren katılımcılar yalnızca katılımcı 3 ve 7 olmuştur. Onlar da olumsuz özelliklerin yanında mutlaka olumlu özelliklerden de bahsetmişlerdir.

Özellikle Katılımcı 3; hem güven eğilimi, hem BAİ motivasyonu hem de internet kullanım alışkanlıkları ölçeklerine yüksek puanlar vermiş olmasına rağmen BAİ ile ilgili görüşleri sorulduğunda beklenmedik bir yanıt vermiştir:

Zor. Teknoloji zaten çok zor. Sosyal medya, telefon, oradan internet, sürekli bir karmaşa içinde. Çok fazla bilgi yükleniyor. Sürekli bildirim geliyor. Üstten bir şey okuyorsun, sonra bir siteye giriyorsun. Çok karışık. Yorucu (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Verdiği bu yanıtla literatürdeki “aşırı bilgi yüklemesi” (information overload) tartışmalarına (örn. Hirst, 2011; Morozov, 2011; Van Dijk, 2012) işaret eden Katılımcı 3’e, bütün ölçek puanları yüksek olmasına rağmen şaşırtan bir cevap vermesi üzerine, “BAİ hiç olmasaydı daha iyi olur muydu?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. BAİ’yi “olmazsa olmaz” olarak niteleyerek BAİ’ye “vazgeçilmezlik” ve “bağımlılık” temaları kodlanmasını sağlayan Katılımcı 3’ün, bu noktada verdiği yanıt; BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıklarının neden yüksek olduğunu ispatlar niteliktedir:

Bilgisayar aracılı iletişim olmasıydı olmazdı. Çünkü ona çok alışmışım. Eğer olmasaydı yokluğunu hissederdim. Yokluğunu hissetmek artık teknoloji bağımlılığı oluyor herhalde. Bu iyi bir şey değil ama 1 saat 2 saat bile telefona bakmazsam yokluğunu hissederim (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Ayrıca “BAİ olmasaydı işlerimi halledemezdim. Öyle de bir güzelliği var.” diyen Katılımcı 3, normalde yapılabilecek olandan çok daha fazla işin BAİ sayesinde halledilebildiği şeklinde bir çıkarım yapılmasını sağlamıştır. Yine de verdiği bağdaşmayan cevaplarla merak uyandıran Katılımcı 3’e BAİ hakkındaki görüşlerini açıklığa kavuşturacak nihai bir soru daha yöneltilmiştir: “Sonuç olarak; sence BAİ’nin kazanımları mı daha fazla kaybettirdikleri mi?”.

Katılımcı 3 de verdiği açık ve net cevap ile - her ne kadar “BAİ hakkındaki negatif görüşler” başlığı altında “Zaman Kaybı” şeklinde bir temanın kodlanmasına da sebebiyet vermiş olsa da - BAİ ile ilgili görüşleri hakkında son noktayı koymuş ve güven

eğiliminin, motivasyon ve internet kullanım alışkanlıkları çerçevesinde bilgisayar aracılı iletişim hakkındaki görüşleri etkilediğini ispatlamıştır:

BAİ'nin kazanımları çok daha fazladır. Kaybettirdiği tek şey bence zaman olabilir. O da sosyal medyada boşa zaman geçirmekten kaynaklı. Yani zamandan kaybettiriyor ama zaman kazandırıyor da. Örneğin ünlü birine ulaşmak istiyorsun, biriyle röportaj yapacaksın. O noktada çok iyi. Mail atıyorsun. Hemen ulaşıyorsun. Yoksa normalde çok uğraşırsın. Hatta belki hiç ulaşamazsın. Eskiden olsa mektup yolladığını düşün. Herhalde ulaştırması 2 ay falan sürerdi. Mektubu gönderiyorsun. Gitti mi gitmedi mi belli değil. Gitse bile kimden geldiği belli değil. Cevap geldi mi gelmedi mi belli değil. Bilgisayar aracılı iletişimde bir görüldü atıyor, görüyorsun. Ya da senin kim olduğunu görebiliyor o kişi (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Katılımcı 3 bu sözleriyle ‘‘erişilebilirlik’’ temasına önemli katkılarda bulunmuştur. Dahası, her ne kadar BAİ'nin olumsuz yönlerini kabul etse de kazanımlarının çok daha fazla olduğuna inanarak BAİ'ye önemli özellikler atfetmektedir.

Katılımcı 3'ün vurguladığı gibi, BAİ ortamının erişilebilirliği, özellikle iletişimde zaman ve mekan sınırlarını aşma kapasitesi açısından dikkate değerdir. ‘‘Erişilebilirlik’’ olgusu literatürde de sıklıkla üzerinde durulan bir konudur (Örn. Castells, 2010; Flew & Smith, 2014; Walther J. , 2011). Castells'in "Ağ Toplumu" teorisi, dijital teknolojilerin sosyal, ekonomik ve politik yapıları nasıl dönüştürdüğünü incelerken, Flew ve Smith'in çalışmaları, dijital medyanın küresel iletişim ağlarını nasıl genişlettiğine odaklanmaktadır. Walther'in çalışmaları ise, çevrimiçi iletişimde kişilerarası ilişkilerin doğası ve dinamikleri üzerine derinlemesine bir bakış sunmaktadır.

Katılımcı 3'ün örneği, özellikle bilgi ve iletişimin hızı açısından BAİ'nin sunduğu avantajları gözler önüne sermektedir. Dünya genelinde anında iletişim kurmayı mümkün kılan BAİ ortamında bilgi, saniyeler içinde dünyanın diğer ucuna gönderilebilmektedir. Bu özellik, geleneksel iletişim yöntemlerine kıyasla önemli bir hız ve verimlilik artışı sağlamaktadır. Örneğin, Katılımcı 3'ün belirttiği gibi, e-posta yoluyla bir ünlüye veya önemli bir kişiye ulaşmak, mektup göndermekten çok daha hızlı ve etkilidir. Bu hızlı erişim, bilgi alışverişini kolaylaştırmakta ve karşılıklı iletişimi daha verimli hale getirmektedir. BAİ'nin bu özellikleri Katılımcı 3'ün BAİ'yi ‘‘vazgeçilmez’’ olarak nitelemesine katkıda bulunmuştur.

Öte yandan, Katılımcı 3'ün ifadelerinin tamamına bakıldığında; BAİ ve dijital teknolojilerin sağladığı hız ve erişilebilirlik avantajlarının yanı sıra, BAİ'yi "zor" olarak nitelenmesine neden olan özellikleri, karşılaşılan "aşırı bilgi yüklemesi" (information overload) sorununa da ışık tutmaktadır. Bu ifadeler, modern iletişim teknolojilerinin kullanıcıları üzerindeki olumsuz etkilerini ve bu teknolojilerle ilişkili zorlukları da göstermektedir. Katılımcı 3, teknolojinin karmaşıklığından, sosyal medya ve telefonlar aracılığıyla sürekli olarak akın eden bilgilerden bahsetmiştir. Gerçekten de sürekli bilgi akışı ve kesintisiz bildirimler, kullanıcıları yorabilmekte ve bilgi işleme kapasitelerini zorlayabilmektedir. Katılımcı 3'ün deneyimi, Hirst (2011), Morozov (2011) ve Van Dijk (2012) gibi yazarların literatürde ele aldığı "aşırı bilgi yüklemesi" konusuna önemli bir gerçek dünya örneği sunmaktadır.

Bireylerin sürekli artan bilgi miktarını işleyip anlamlandırmakta zorlanmalarını ifade eden "Aşırı bilgi yüklemesi" kavramı, dikkat dağınıklığına, bilgiyi etkili bir şekilde işleme ve anlamlandırma yeteneğinin azalmasına, hatta karar verme süreçlerinin bozulmasına yol açabilir. Morozov (2011) ve Van Dijk (2012) gibi yazarlar, dijital teknolojilerin nasıl bir bilgi bombardımanına sebep olduğunu ve bu durumun bireyler üzerindeki etkisini tartışmışlardır. Özellikle, Morozov'un teknolojinin toplumsal ve siyasal etkileri üzerine yaptığı çalışmalar, aşırı bilgi yüklemesinin bireylerin toplumsal ve politik anlamda bilinçli kararlar almasını nasıl zorlaştırabileceğine dikkat çekmektedir.

Katılımcı 3'ün bu açıklamaları, BAİ'nin getirdiği hız ve erişilebilirlik gibi avantajların yanı sıra, dijital çağın getirdiği zorlukları ve kullanıcılar üzerindeki potansiyel stres faktörlerini de gözler önüne sermektedir. Aslında bu durum, literatürdeki tartışmaların da ışığında, teknolojinin kullanımı ve etkilerini değerlendirirken dengeli bir bakış açısı gerektirdiğinin altını çizmektedir. Aynı zamanda, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımında dikkatli ve bilinçli olmanın, aşırı bilgi yüklemesinin olumsuz etkilerini hafifletmede önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

Bu bağlamda, Katılımcı 3'ün zaman kaybı şeklindeki değerlendirmesi de dikkate değer tartışma konusu olmuştur. Katılımcı 3'ün ifadeleri, Bilgisayar Aracılı İletişim (BAİ) kullanımının getirdiği zaman kazanımı ve zaman kaybı ikilemini açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcı 3'ün de vurguladığı gibi, BAİ sayesinde hızlı ve etkin iletişim mümkün hale gelirken, aynı zamanda sosyal medya kullanımı gibi unsurlar nedeniyle

zaman kaybı yaşanabilir. İşte bu nedenle dikkatli ve bilinçli olmakta fayda olduğu düşünülmektedir. Literatürde, konuyla ilgili olarak Carr (2011) ve Turkle (2011) gibi yazarların çalışmaları önemli örnekler sunmaktadır. Carr, İngiltere’de yayımlanan adıyla; "The Shallows: How the Internet Is Changing the Way We Think, Read and Remember " adlı çalışmasında, sürekli çevrimiçi olmanın insan beyni üzerindeki etkilerini ele almakta ve aşırı bilgi akışının dikkat dağınıklığına yol açabileceğini tartışmaktadır. Turkle ise "Alone Together: Why we expect more from technology and less from each other?" adlı eserinde, teknoloji ve sosyal medyanın insan ilişkileri ve iletişim biçimleri üzerindeki etkilerine odaklanmakta, özellikle internetin yanlış kullanımının sosyal ilişkilerde yüz yüze iletişimin azalmasına yol açabileceğini vurgulamaktadır.

Güven eğilimi yüksek olduğu halde BAİ hakkında olumlu görüşlerinin yanında negatif görüş de bildiren bir diğer kişi, Katılımcı 7 olmuştur. Verdiği cevaplar ile ‘BAİ hakkında olumsuz görüşler’ başlığı altına ‘Bilgi Kirliliği’ ve ‘Yüzeysel İlişkiler’ temalarının kodlanmasına katkıda bulunan Katılımcı 7, aynı zamanda güven eğilimi yüksek olmasına rağmen sosyal medyada güven ölçeğine düşük puanlar vermiş olması dolayısıyla özellikle seçilen bir katılımcıdır. Kendisine sosyal medyanın kurumsal ve bireysel güven boyutlarına neden düşük puanlar verdiği sorusu yöneltildiğinde alınan cevap BAİ hakkındaki görüşlerini de gün yüzüne çıkarır niteliktedir:

Sosyal medya benim için bir vakit geçirme yeridir. Ama faydası da var. Mesela oradan bilgi ediniyorsundur. Bilgi edinmek için iyidir. Yine de ben sosyal medyaya pek güvenmiyorum. Mesela diyelim oradan bir bilgi aldım. Öncelikle başka kaynaklardan araştırırım, sorup soruştururum, ondan sonra doğru olup olmadığına kanaat getiririm. Çünkü çevremizde bir sürü yanlış bilgiler geziyor. Mesela A markası yiyeceklerine insanları hasta eden içerikler koyuyor diye bir bilgi paylaştılar diyelim. Acaba doğru mu? Bunu mutlaka araştırıyorum. Eğer bir sürü profesörlerden, doçentlerden kanıtlanmış bilgiler varsa onu kabul ediyorum. Ama bulduğum hazır bilgiyi direkt kabul etmeyi sevmiyorum (Katılımcı 7, GE Yüksek).

Ayrıca Katılımcı 7’nin vakit geçirmekle ilgili açıklamaları ‘Kişisel Doyumlar’ teması kapsamında ‘Boş Zaman Aktivitesi’ teması şeklinde kodlanmıştır. Öte yandan, görüldüğü üzere Katılımcı 7’nin sosyal medyaya düşük güven atfetmesi Morozov, Van Dijk, Hirst gibi düşünürlerin üzerinde durduğu bilgi kirliliği kavramından kaynaklanmaktadır. Bu bulgu sayesinde; güven eğilimi yüksek olsa da, internet

ortamlarındaki bilgi kirliliğini keşfeden insanların güvenme davranışı güven eğiliminden daha çok bilgisayar aracılı iletişimin özelliklerden etkilendiği çıkarımı ortaya çıkarılmıştır.

Katılımcı 7'nin bahsettiği "Bilgi Kirliliği" literatürde tartışılan bir konudur (örn. Hancock, Curry, Goorha, & Woodworth, 2008; Hirst, 2011; Morozov, 2011; Van Dijk, 2012). Yanıltıcı, eksik veya yanlış bilgilerin bolca bulunduğu bir bilgi ortamını ifade eden "Bilgi Kirliliği" kavramı, özellikle dijital çağda, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla önemli bir sorun haline gelmiştir. BAİ'de bilgi kirliliği, doğru bilgilerin yanı sıra yanlış ya da yanıltıcı bilgilerin de kolayca yayılmasına ve büyük kitlelere ulaşmasına sebebiyet verdiği üzerine tartışılan bir olgudur. Özellikle internet ve sosyal medya platformlarında, herhangi bir düzenleme veya kontrol mekanizması olmadan bilginin paylaşılabilesinden kaynaklanan bu durum kullanıcıların karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu teyit etmelerini zorlaştırabilmekte ve yanlış bilgilerin hızla yayılmasına yol açabilmektedir.

Hancock, Curry, Goorha ve Woodworth (2008), Hirst (2011), Morozov (2011) ve Van Dijk (2012) gibi yazarlar, bilgi kirliliğinin nedenlerini, etkilerini ve bununla nasıl başa çıkılabileceğini kapsamlı bir şekilde ele almışlardır. Bu çalışmalar, bilgi kirliliğinin bireylerin bilgi alma ve işleme süreçlerini nasıl etkilediğini, bu durumun toplumsal ve bireysel karar alma süreçleri üzerindeki etkilerini ve medya okuryazarlığının önemine dikkat çekmektedir. Bilgi kirliliği ile başa çıkmak için, kullanıcıların bilgi kaynaklarını kritik bir şekilde değerlendirmeleri, bilginin güvenilirliğini ve kaynağını sorgulamaları, ve çeşitli bakış açılarına ve kanıtlara dayanan kapsamlı bir araştırma yapmaları önerilmektedir. Böylece, bireylerin bilgi kirliliğinin olumsuz etkilerinden korunmalarına ve daha bilinçli bilgi tüketicileri haline gelmelerine yardımcı olabilir.

Öte yandan, günlük hayatında asosyal olan insanların sosyal medya vasıtasıyla yeni insanlarla tanışarak sanal ortamlarda sosyalleştiğini anlatan Katılımcı 7, sosyal medyanın asosyal insanlara sağladığı fayda örneğinden yola çıkarak, sosyal medyayı insanların günlük hayattaki eksiklerini tamamlamak ve "ihtiyaçlarını karşılamak" için başvurdukları bir mecra olarak nitelendirmiş ve böylelikle BAİ'nin faydasına da değinmiştir. Yine de sosyal medya vasıtasıyla başlatılan arkadaşlıkların gerçek hayata taşınma oranının düşük olduğunu ve sanal ortamlarda kaldığını iddia eden Katılımcı 7, BAİ

ortamlarındaki ilişkilerin ‘‘yüzeysel’’ kaldığını anlatarak BAİ’nin bir olumsuz yönünü daha ön plana çıkarmıştır.

Katılımcı 7’nin gözlemleri, sosyal medyanın ve bilgisayar aracılı iletişimin toplumsal ve kişisel ilişkiler üzerindeki etkileri hakkında kapsamlı bir anlayış sunmaktadır. ‘‘Yüzeysel’’ ilişkiler kavramı aynı zamanda literatürde süregelen bir tartışma konusudur. Katılımcı 7’nin ifadeleri, sosyal medyanın günlük hayatta asosyal olan insanlara yeni insanlarla tanışma ve sosyalleşme fırsatları sağlayarak eksiklikleri tamamlayıcı bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Bu durum, Dutton ve Shepherd (2006), Campbell (2020) ve Castells (2010) gibi yazarların çalışmalarıyla uyumlu olarak, BAİ’nin toplumsal katılımı artırabileceği ve insanların birbirleriyle daha kolay bağlantı kurmalarına olanak tanıyabileceği fikrini desteklemektedir. Çünkü bilgisayar aracılı iletişimin, insanların birbirleriyle daha kolay bağlantı kurmasını sağlamasının toplumsal katılımı artırdığı savunulmaktadır (Dutton & Shepherd, 2006; Campbell, 2020; Castells, 2010).

BAİ ortamlarının zaman ve mekan kısıtlarını aşarak iletişimi kolaylaştırması dolayısıyla daha fazla tercih edildiği düşünülebilir. Yine de sağladığı kolaylıklardan da olsa ilişkilerin online ortamlarda yoğunlaşması dolayısıyla yüz yüze iletişimin azalmasının insan ilişkilerini zayıflattığı, yüzeyselleştirdiği ve yalnızlığı artırdığı iddia edilmektedir (Van Dijk, 2012). Katılımcı 7’nin de sosyal medya vasıtasıyla başlatılan arkadaşlıkların gerçek hayata taşınma oranının düşük olduğuna ve genellikle sanal ortamlarda kaldığına dair ifadeleri, BAİ’nin ilişkiler üzerindeki olumsuz etkilerine de dikkat çekmektedir.

Söz konusu çelişkili etkiler, BAİ’nin insan ilişkileri üzerindeki karmaşık doğasını ortaya koymaktadır. Bir yandan, sosyal medya ve diğer dijital iletişim platformları, asosyal bireylere sosyalleşme fırsatları sunarak onların toplumsal bağlarını güçlendirip sosyal katılımlarını arttırırken diğer yandan, bu tür ilişkilerin yüz yüze ilişkilerin yerini alması, ilişkilerin derinliğini ve anlamını zayıflatabilir. Bu durum yine BAİ’nin kullanımında dengeli bir yaklaşım gerektirdiğini ve kullanıcıların bu teknolojilerin getirdiği avantajlarla birlikte olası risklerini de göz önünde bulundurması gerektiğini göstermektedir. Bu dengeli yaklaşım, teknolojinin sağladığı faydaları en iyi şekilde

kullanırken, aynı zamanda insan ilişkilerinin kalitesini korumak ve geliştirmek için önemlidir.

Güven eğiliminin aksi yönde özellik atfedenele güven eğilimi düşük olan cepheden bir örnek olarak ‘‘Bilgisayar artık her şeyi çok kolaylaştırıyor ve bu beni tembelliğe çok itiyor.’’ diyen Katılımcı 8 BAİ hakkında ‘‘kolaylaştırıcılık (erişilebilirlik)’’ kapsamında pozitif bir görüş bildirmiş olmasına rağmen bu pozitif özellikten negatif bir anlam çıkarmıştır.

Güven eğilimi düşük Katılımcı 11 ise BAİ hakkında şunları söylemiştir:

Bilgisayar, telefon, tablet bu bahsettiğim her şey benim için daha çok iletişimden ziyade aslında bir şeylerden haberdar olma amacıyla kullandığım bir şey. Yani arkadaşlarımla uzun uzun mesajlaşmaktan hoşlanmam. Telefonla görüşmekten hoşlanmam. Aslında bir şeylerin yüz yüze olması beni daha mutlu ediyor. Daha tatmin ediyor. Ve daha güvenli geliyor (Katılımcı 11, GE Düşük).

Sonuçta genel olarak güven eğilimi paralelinde cevaplar verilmiş olmasına ilişkin bulgular, katılımcıların güven eğilimlerinin, bilgisayar aracılığıyla iletişim hakkındaki genel tutumları üzerinde etkili olabileceğine işaret etmektedir.

4.2.1.1. BAİ Hakkında Pozitif Görüşler

Bütün röportajların analiz edilmesi neticesinde BAİ hakkında pozitif görüşlere yönelik; 1) Erişilebilirlik, 2) Kişisel Doyumlar, 3) Sınırsız Bilgi, 4) Çok Seslilik ve Çeşitlilik, 5) Teyit ve Açığa Çıkma 6) İnteraktivite, 7) Özgürlük, 8) Vazgeçilmezlik olmak üzere toplamda sekiz tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan temalar onar katılımcı ile ‘‘Erişilebilirlik’’ ve ‘‘Kişisel Doyumlar’’ olmuştur. ‘‘Sınırsız Bilgi’’ ile ‘‘Çok Seslilik ve Çeşitlilik’’ temaları ise beşer katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Dört katılımcı tarafından vurgulanan tema ise ‘‘Teyit ve Açığa Çıkma’’ temasıdır. ‘‘İnteraktivite’’ üç, ‘‘Özgürlük’’ iki, ‘‘Vazgeçilmezlik’’ ise bir katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 28: BAİ Hakkında Pozitif Görüşler

1. Erişilebilirlik	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
a. Hız	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
i. Anlık İletişim	Katılımcı 3 (GE Yüksek)
ii. Zaman Kazandırması	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
b. Esneklik	Katılımcı 5 (GE Yüksek)
c. Kullanım Kolaylığı	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
d. Küreselleşme (Globallik)	Katılımcı 8 (GE Düşük)
e. Zaman ve Mekandan Bağımsızlık	Katılımcı 10 (GE Düşük)
f. İşlevsellik	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	Toplam 10
2. Kişisel Doyumlar	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
a. Kendini Keşfetme	Katılımcı 5 (GE Yüksek)
b. İlgi Alanlarını Karşılama	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
c. Görüşlerine Uygun İnsanlarla Tanışma	Katılımcı 7 (GE Yüksek)
d. Günlük Hayattaki Eksik Yönlerini Tamamlama	Katılımcı 8 (GE Düşük)
e. İhtiyaçlarını Karşılama	Katılımcı 9 (GE Düşük)
f. Keyif Alma	Katılımcı 11 (GE Düşük)
g. Boş Zaman Aktivitesi	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 10
3. Sınırsız Bilgi	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	Toplam 5

4. Çok Seslilik ve Çeşitlilik	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	5
5. Teyit ve Açığa Çıkma	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
a. Öz Denetleme Mekanizması	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
b. Otomatik Güven Mekanizması		
c. Açığa Çıkma (Hiçbir Bilginin Gizli Kalmaması)		
	Toplam	4
6. İnteraktivite (Etkileşimlilik)	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	3
7. Özgürlük	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
a. İfade Özgürlüğü		
	Toplam	2
8. Vazgeçilmezlik	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

En sık kodlanan “Erişilebilirlik” konusunda Katılımcı 1’in ifadeleri şu şekildedir:

Bilgisayar aracılı iletişim daha kolay ve hızlı oluyor. Biriyle istediğim anda hemen iletişime geçebiliyorum. O nedenle benim için bilgisayar aracılı iletişim, iletişimde kolaya kaçma şeklidir. Kısacası benim için işlevsel olduğunu söyleyebilirim (Katılımcı 1, GE Yüksek).

Aynı şekilde, “Görüntülü konuşma sistemi vb. özellikleri olması dolayısıyla bana çok sağlıklı geliyor.” diyen Katılımcı 2’nin sözleri ise asıl olarak “Teknolojiye Güven” başlığı altında alıntılanmış olmakla birlikte, bu sözleri “Erişilebilirlik” teması çerçevesinde “İşlevsellik” olarak kodlanmıştır. Katılımcı 2’nin BAİ’nin verileri yedekleme özelliği ile ilgili görüşleri ise “Kullanım Kolaylığı” çerçevesinde kodlanmıştır.

Ek olarak, Katılımcı 3 ve Katılımcı 7'nin BAİ hakkındaki sözleri de bir önceki başlık altında alıntılanmıştı. Katılımcı 3'ün "Bilgisayar aracılı iletişim olmasıydı olmazdı" şeklindeki sözleri "Vazgeçilmezlik" teması olarak kabul edilmiştir. İstenilen kişiye "hemen ulaşma"nın mümkün olduğunu iddia eden Katılımcı 3'ün bu sözleri ise "Erişilebilirlik" teması kapsamında değerlendirilmiştir. "Sosyal medya benim için bir vakit geçirme yeridir." diyen Katılımcı 7'nin bu sözleri ise "Kişisel Doyumlar" teması kapsamında "Boş Zaman Aktivitesi" olarak nitelendirilmiştir.

Bilindiği üzere Katılımcı 5, BAİ motivasyonu aşırı derece yüksek olan bir öğrencidir. Katılımcı 5'in motivasyonunun neden yüksek olduğuna ilişkin açıklamaları nitel araştırma bulguları bölümünün henüz en başında anlatılmıştı. Dolayısıyla BAİ hakkındaki görüşlerini daha iyi anlamak amacıyla röportaj sırasında Katılımcı 5 motivasyonunun neden yüksek olduğunu anlatmasının ardından kendisine "Bu yüksek motivasyonun faydalarını görüyor musun?" şeklinde bir soru yöneltilmişti. O soruya alınan yanıtlar bu başlık altında alıntılanmıştır:

Çokça görüyorum. Kendi kişisel ilgi alanlarımı keşfetmemde de çok fazla yardımcı oldu. Dünya gündemini izleme fırsatı sağladı. Gazeteler dışında asıl halkın içinden insanlarla tartışma fırsatım da oldu. İnternetin çok daha berbat kısımlarıyla da erken yaşta tanışma fırsatım oldu. Televizyonlarda izlediğim veya gördüğüm bir bilgiyi doğrulayamıyorum. Fakat internette çok farklı kaynaklardan bu bilgileri doğrulama fırsatım oluyor (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in bu açıklamaları BAİ hakkında görüşlerde "Kişiler Doyumlar" (Kendini Keşfetme), "Erişilebilirlik" (Globallik), "Teyit ve Açığa Çıkma", "İnteraktivite" temaları ile kodlanmıştır. İnternette karşıt görüşler ile karşılıklı sohbet edebilmenin önemini anlatan Katılımcı 2 de "İnteraktivite" temasına katkı sağlamıştır.

İnternette dolaşan yanlış bilgilerin internetteki konunun uzmanları tarafından nasıl düzeltildiğine dair çeşitli örnekler veren Katılımcı 5 "Otomatik Güven Mekanizması" süreçlerine ilişkin ayrıca şu açıklamalarda bulunmuştur:

Bilgisayar aracılığıyla iletişim süreçleri toplumun kendi güven duygusunu yaratmasını sağlıyor ve insanların güvenilir bilgiye erişimini kolaylaştırıyor. İnternetin yine kendi bir fraksiyonu olarak; gördüğün bir bilgiyi farklı internet sitelerinde teyit edebilirsin ve bu siteler genelde uzmanlık alanları olan ya da hobisi

olan insanların takıldığı ve orada surf yaptığı siteler oluyor. Oradan bilgiyi kesinlikle teyit edebilirsin. Bu hemen her alan için böyle (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in yukarıdaki açıklamaları aynı zamanda "BAİ'de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği" başlığı altında "Uzmanlık" temasının işlenmesini sağlamıştır. Bu anlatılardan aynı zamanda internette her konuda uzmanların dolaşması gerekçesiyle, internet ortamlarında bir çeşitlilik olduğu çıkarımı yapılarak "Çok Seslilik ve Çeşitlilik" teması altında kodlanmıştır. İnternet ortamında her türden insan bulunabilmesi, başka bir deyişle her işin uzmanının bulunabilmesi dolayısıyla her türlü konu hakkında doğru insanın bulunup teyit sağlanabilmesi aynı zamanda literatürde birçok akademisyen tarafından savunulan (örn. Dutton ve Shepherd, 2006; Lee & See, 2004; Miller, 2015; Walther, 1996) internetin yeni güven inşa etme olanakları sağladığı özelliğine başarılı bir örnek teşkil etmektedir. Bu durum, aynı zamanda, internetin, bilgiye erişimi demokratikleştirme ve bilgiye ulaşmada eşitlik sağlama yönündeki potansiyelini de göstermektedir. İnternet, kullanıcılarına geniş bir bilgi yelpazesine erişim sağlayarak, farklı kaynaklar arasında doğrulama yapma ve çeşitli bakış açılarını değerlendirme imkanı tanımaktadır. Bu imkan, özellikle bilgi kirliliğinin yoğun olduğu bir dönemde, kullanıcıların güvenilir bilgiye ulaşmaları için kritik bir öneme sahiptir.

Aynı zamanda, Katılımcı 5'in ifadeleri, internetin güven inşa süreçlerindeki rolüne dair literatürdeki tartışmalara önemli bir katkı sunmaktadır. İnternet ortamının sunduğu çeşitlilik ve çok seslilik, bireylerin daha bilinçli ve eleştirel bir şekilde bilgiyi işlemelerini ve böylece daha sağlam bir güven temeli oluşturmalarını sağlayabilir. Bu süreç, aynı zamanda, bireylerin bilgiyi değerlendirirken daha dikkatli ve seçici olmalarını gerektirmekte ve onların medya okuryazarlıklarını ve bilgiye eleştirel yaklaşım becerilerini geliştirmektedir.

Bu arada; Katılımcı 5'in internetin karanlık katmanlarıyla ilgili söylediklerine ilişkin küçük bir parantez açmak gerekirse; Katılımcı 5'in internetin çok daha "berbat" kısımlarıyla tanışmayı bir fırsat olarak görmesi, güven eğilimi ve motivasyonun insan algılarını nasıl etkilediğinin güzel bir örneğini teşkil etmektedir. Başka bir deyişle, internetin olumsuz yönleriyle karşılaşmanın kişisel gelişim ve algılar üzerindeki etkilerine dair önemli bir perspektif sunan bu ifade; güven eğilimi ve motivasyonun

algıları önemli ölçüde şekillendirdiğine dair bir çıkarım yapmaya sağlam bir zemin hazırlamaktadır.

Farklı kültürlerle ilgili bir konuyu merak ettiğimde hemen 4chan ya da Reddit'ten bilgiler araştırabilirim. Ya da Google'a herhangi bir anahtar kelime yazdığınızda illa ki karşınıza bazı bilgiler çıkıyor. Dünya gündemi ile ilgili Wikileaks'ten bir şeyler yokladığınızda önünde sonunda internette önünüze bir şeyler düşüyor (Katılımcı 5, GE Yüksek).

“Erişilebilirlik” temasının altını doldurmaya devam eden Katılımcı 5’e ait bu açıklamalar aynı zamanda “Sınırsız Bilgi” temasını da desteklemektedir. Ayrıca Wikileaks platformundan bahsetmesi ve internette sınırsız bilgi bulunması ile teyit olanaklarından söz etmesinin ardından; Katılımcı 5’e internette her bilginin açığa çıkması ve hiçbir bilginin gizli kalmaması hususunda neler düşündüğü sorulduğunda Katılımcı 5’in BAİ’ye yüklediği derin anlamları açığa çıkaran ve yukarıda da Morozov ve Castells tartışmaları kapmasında bahsedilen o yanıt alınmıştır:

Ben internetin tamamen anarşist bir yapıda olmasını savunuyorum. Çünkü anarşizm şuan günümüzdeki pratikte çok mümkün olan bir şey değil ama internet gibi kendi kültürünü yaratan bir platform; ne bir devletin ne de bir şirketin baskısından uzak bir şekilde kendi anarşizmini kendisi yaratabilmeli ve o özgürlüğü insanlara vadedebilmeli diye düşünüyorum (Katılımcı 5, GE Yüksek).

İlgi çekici yanıtlar veren Katılımcı 5’in anlattıklarını daha da derinleştirmek adına “Hiçbir müdahale olmaksızın özgürlük olunca nihayetinde nasıl bir kazanımımız olur?” şeklinde bir soru daha yöneltilmiştir. İşte alınan yanıt tam olarak şu şekildedir:

Yıllardır siyaset felsefesinde bahsedilen o her şeyin özgür olduğu toplum internette var olabilir bence. Meta olarak internet dünyasında insanların her istediğini yapabilme bunu da internet komününün denetlediği bir şekilde yapabilme bence mümkün (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Görüldüğü üzere Katılımcı 5 bu sözleriyle –bilerek ya da bilmeyerek- resmen Manuel Castells’in öğretilerine göndermede bulunmuş ve Morozov’un eleştirilerine tam uyan örnek oluşturmuştur. Güven eğilimi ve motivasyonu yüksek olan bir katılımcı görüldüğü üzere BAİ hakkında en ekstrem özellikleri anlatmakta ve en iyimser beklentilere sahip olmaktadır.

Ek olarak, özellikle ‘‘Dark web’’ (Deep Web) internet ortamlarında yaşanan uygunsuz ve yasadışı olaylardan çeşitli örnekler veren Katılımcı 5, herhangi bir merkezi yapıya veya hiyerarşıye sahip olmayan ve kim oldukları bilinmeyen kişilerin bir araya geldiği ‘‘hacktivist’’ (hacker ve aktivist) bir grup olan Anonymous’un söz konusu uygunsuz olayları internet ortamlarından nasıl temizlediğini anlattıktan sonra şöyle demiştir:

Ne zaman internette istenmeyen unsurlar patlak verse Anonymous gibi belli başlı unsurlar internette tekrardan toplanıp bunu temizlemeye başlarlar. Bu açıdan internette belli başlı bir ahlak kùltürü de oluşmaya başlıyor. Yani internet kendi kendisini var eden bir platform haline geliyor (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5’in görüşleri, internetin kendi düzenini yaratma yeteneği ve ağ toplumunun kendi kurallarını kendisi belirleme fikri etrafında şekillenmektedir. Bu perspektif, literatürde internet ortamlarında bir güven mekanizmasının otomatik olarak oluşabileceği düşüncesine dayandırılmaktadır (Castells, 2010; Min, 2016; Allan, 2006; Bowman & Willis, 2003; Bradshaw & Rohumaa, 2011). Bu nedenle konuyu güven olgusuna bağlamak amacıyla ‘‘Böyle olursa internet ortamlarında otomatik bir güven mekanizması da oluşur mu?’’ şeklinde yöneltilen soruya ‘‘evet kesinlikle!’’ diye yanıt veren Katılımcı 5’in internetin kendi kendini doğrulaması hakkında görüşleri literatürdeki ana-akım medyaya atfedilen ‘‘Eşik Bekçiliği’’ ve ‘‘Eşik Gözlemciliği’’ tartışmalarını hatırlatmıştır. Başka bir deyişle, Katılımcı 5’in bu görüşleri, internetin bilgi paylaşımı ve iletişim süreçlerindeki, özellikle de geleneksel medya kontrollerine alternatif olarak, rolünü yeniden düşünmeye sevk etmektedir.

Eşik Bekçiliği ve Eşik Gözlemciliği kavramları, bu bağlamda önemli bir tartışma zemini sunmaktadır. Geleneksel medyada hangi haberlerin yayınlanacağını, hangi bilgilerin kamuya sunulacağını belirleme sürecini ifade eden Eşik Bekçiliği (Gate-keeping); genellikle editörler, gazeteciler ve yayıncılar gibi belirli aktörler tarafından gerçekteştirilmektedir. Diğer yandan, özellikle dijital medyada, kullanıcıların sürekli olarak içerikleri inceleyerek, önemli bilgileri seçip paylaşmalarını tanımlayan Eşik Gözlemciliği (Gatewatching) daha çok kullanıcıların aktif katılımına ve topluluk tabanlı bir filtreleme sürecine dayanmaktadır.

Eşik gözlemciliği kavramı aslında daha çok internetteki bilgi kirliliği (Hirst, 2011) tartışmalarından yola çıkılarak oluşturulmuş bir kavramdır. Şöyle ki sınırsız bilgi akışının olduğu internet ortamlarında doğru bilginin yanında yanıltıcı bilgiler de hızla akmakta olduğu için dramatik boyutlara ulaşan bu bilgilerin tamamını kontrol etmenin pek mümkün olmadığı düşüncesinden hareketle, eşik gözlemciliği profesyonel gazetecilere akademik dünyada yüklenen bir misyondur. Fakat bu kavram litaretürde yeni tartışmaları da beraberinde getirmiştir: kimileri (Hirst, 2011; Mosco, 2005) internette dolaşan bilgilerin profesyonel gazetecilerin süzgecinden geçmesi gerektiğini savunurken, kimileri ise (Bowman & Willis, 2003; Gillmor, 2006; Min, 2016; Allan, 2006) internet ortamlarında kurulan otomatik kontrol mekanizmalarının bu ihtiyacı kendi kendine karşıladığı ve ayrıca yalan bilgilerin dolaşması sayesinde insanların sorgulama ve teyit etme alışkanlıkları kazandıkları, dolayısıyla herhangi bir eşik gözlemciliği sürecine dahi ihtiyaç olmadığını savunmaktadır.

Katılımcı 5'in düşünceleri, bu kavramlar bağlamında incelendiğinde, internet ortamlarında eşik gözlemciliğinin ötesine geçen bir dinamiğe işaret etmektedir. İnternetin, yanlış bilgiyi kendiliğinden eritebilecek ve doğru bilgiyi öne çıkarabilecek bir mekanizmaya sahip olduğu düşüncesi, geleneksel medya kontrol mekanizmalarının ötesinde, kendiliğinden düzenleyici bir yapıyı ima etmektedir. Bu düşünce, internetin kendi içerisinde, kullanıcıların katılımı ve etkileşimiyle doğru bilgiyi güçlendirip, yanlış bilgiyi zayıflatma yeteneğine sahip olduğu fikrini desteklemektedir.

Katılımcı 5'in yukarıdaki görüşlerine zıt bir şekilde güven eğilimi düşük olan Katılımcı 11 ise bir bilginin hangi platformda paylaşıldığının güven algısı üzerinde etkili olduğunu söyleyerek kullanıcı üretimi içeriklerden ziyade editorial süreçlerden geçen ve eşik bekçileri tarafından doğrulanan haberlere daha fazla güvendiğini şu sözlerle anlatmıştır:

Şöyle örnek vereyim; Twitter'da her bilgiye inanmam. Çünkü aslında çok fazla asparagas haber ve bilgi dönüyor. Gördüğümde 'aa böyle de bir şey varmış' demem. Özellikle bir haberse bu haber sitelerine girip bakarım (Katılımcı 11, GE Düşük).

'Erişilebilirlik' ve 'Sınırsız Bilgi' teması kapsamında katılımcı 4'ün ifadeleri şu şekildedir:

Özellikle akademik olarak okuyan bir insanım. BAİ derya deniz bir bilgiyi önümüze seriyor. Çok geriye gitmeye bile gerek yok. Bundan 50 yıl önce çok kısıtlı bir bilgiyle bir şeyler üretmeye çalışıyorduk. Şimdiyse sınırsız bilgiye hızlıca erişebiliyoruz (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4'ün "Sınırsız Bilgi" hakkındaki olağanüstü olumlamaları üzerine "Biz sosyal medyadaki hızlı bilgi akışına ayak uydurabiliyor muyuz? Ayrıca çok fazla bilgi sence bilgi kirliliğine sebep oluyor mu?" şeklinde bir soru yöneltmiştir. Katılımcı 4'ün cevabı şu şekildedir:

Tabi bu sistemin eleştirilen yönleri var ama aslında bu çok başlılık bence iyi bir şey. Sonuçta mesela tek başlı bir ortaçağ düşünelim. Bilgi tek bir kaynaktan çıkıyordu. Diğer görüşler az. Tek kanaldan propaganda yüklenmesi daha kolay. İnternette yanlış bilgiler paylaşılabiliyor ama en azından teyit şansımız var (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4'ün bu sözleri "Teyit ve Açığa Çıkma" teması kapsamında değerlendirilmiş olup aynı zamanda "Çok başlılık bence iyi bir şey" ifadesi "Çok Sessizlik ve Çeşitlilik" temasını oluşturmuştur.

"Sınırsız Bilgi" teması kapsamında devam edilirse Katılımcı 6'nın şu sözlerini aktarmak yerinde olacaktır:

BAİ insanın kullanması gereken ve değer vermesi gereken bir mecra bence. Çünkü özellikle bilgi aktarımı konusunda çok büyük işler yapabiliyor. Dünyada da böyle bu. Özellikle seçimlerin kaderini değiştirebiliyor. İnsanların farklı ilgi alanları bulmasına sebep olabiliyor. Bence olumlu yönleri çok çok fazla. Ben şahsen dediğim gibi çok aktif kullanamıyorum ama gayet kullanmaktan da keyif alıyorum açıkçası (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Katılımcı 6'nın "Sınırsız Bilgi" teması kapsamında kodlanan yukarıdaki ifadesi aynı zamanda "Kişisel Doyumlar" teması kapsamında "İlgi Alanlarını Karşılama" ve "Keyif Alma" olarak kodlanmıştır.

Katılımcı 4'ün BAİ hakkındaki görüşlerine geri dönülürse, Katılımcı 4 sözlerinin devamında şunları söylemiştir:

Bilgisayar Aracılı İletişimde sonuçta daha isteğe yönelik arkadaşlıklar kurulabiliyor. Yani dışarıda rastgele çevirdiğim bir insanda denk gelemeyeceğim özellikleri barındıran. Mesela benim 2-3 yıldır Telegram'dan tanıştığım bir

arkadaşım var. Felsefe grubunda tanışmıştık. Şuanda kendisi üniversitede felsefe bölümünde okuyor. Onunla tanıştım mesela. Tam anlamıyla okuma alışkanlıkları olsun, kültürel alışkanlıkları olsun, kafa yapısı olsun, ideolojik olarak olsun bu anlamlarda da tam anlamıyla insanları kavuşturabiliyor (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4'ün bu sözleri “Görüşlerine Uygun İnsanlarla Tanışma” kapsamında “Kişisel Doyumlar” teması altına işlenmiştir. BAİ’de kurulan arkadaşlıkların özgül ve isteğe yönelik doğasını vurgulayan Katılımcı 4'ün bu sözleri çevrimiçi platformlar, bireylerin ortak ilgi alanlarına, değerlere ve yaşam tarzlarına sahip insanlarla tanışmalarını kolaylaştırdığına dair bir örnek teşkil etmektedir. Katılımcı 4'ün Telegram üzerinden felsefe grubunda tanıştığı arkadaşı örneği, çevrimiçi etkileşimlerin, bireylerin benzer düşüncelere ve ilgi alanlarına sahip kişilerle bağlantı kurmasına nasıl olanak tanıdığını göstermektedir.

Katılımcı 4'ün vurguladığı gibi, BAİ sayesinde kurulan arkadaşlıklar, bireylerin spesifik ilgi alanlarına ve zihniyetlerine daha uygun olabilir. Bu tür online arkadaşlıklar, kişisel ilgi ve ideolojik yakınlıklar temelinde gelişebilir ve bu durum, geleneksel sosyal çevrelerde veya rastgele sosyal etkileşimlerde bulunması zor olan bir uyumu sağlayabilir. Örneğin, Katılımcı 4'ün felsefeyle ilgilenen bir kişiyle tanışması ve bu kişinin akademik ve kültürel ilgi alanlarıyla uyumlu olması, çevrimiçi platformların benzer düşünen bireyleri bir araya getirmedeki etkinliğini göstermektedir.

Güven eğilimi düşük bir öğrenci olarak BAİ hakkında hem pozitif hem de negatif görüşleri olduğunu belirten Katılımcı 9, bilgiye erişmek amacıyla kullanıldığında faydalı olan BAİ’nin sadece insanlarla tanışmak için kullanıldığını faydasız olduğunu şu sözleriyle anlatmıştır:

Aslında benim görüşüm nasıl kullandığınıza göre değişen bir şey. Atıyorum eğer bir bilgi doğrultusunda kullanıyorsam benim için çok faydalı bir şey ama işte ben İngiltere’den şöyle birini bulayım, bununla iletişime geçeyim gibi yani sadece insanlarla tanışmak amacıyla kullanıldığında benim için çok boş ve yapılmaması gereken bir şey. Ama kendimi geliştirebileceğim doğrultuda kullanacaksam olumlu karşılıyorum (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9’un yukarıdaki sözleri pozitif görüşler kapsamında “Kişisel Doyumlar” temasında ele alınmıştır. BAİ’yi kendini geliştirme mecrası olarak gören Katılımcı 9, kendisinin BAİ’yi bilgiye erişmek amacıyla kullandığını belirtmiştir.

Katılımcı 12 BAİ hakkındaki görüşlerini şöyle anlatmıştır:

Zaten teknoloji çağında yaşıyoruz. Bu yüzden ister istemez bu gibi şeylere ayak uydurmak zorundayız. Aslında doğru kullanıldığında gerçekten hayatımızı kolaylaştıran bir şey olduğuna inanıyorum. Çünkü hani gerçekten harika şeyler başarabileceğimiz platformlar bunlar. O yüzden genel olarak ben zaten tablet ve akıllı telefon kullanıyorum. Tablette zaten bütün dersle alakalı şeylerimi onunla hallediyorum; not tutma vesaire olsun ya da dil öğrenmek için uygulamalar var onları orada kullanıyorum. Gerçekten yararlı şeyler var. Yeri gelince dijital resim de çiziyorum ben. Gerçekten yararlı. Akıllı telefon olarak da; iletişim en basitinden yani özellikle ben şuan uzaktayım ailemden ve hergün onlarla sanki yanımdaymış gibi konuşabiliyorum. Bu yönden gerçekten çok iyi (Katılımcı 12, GE Düşük).

Katılımcı 12'nin yukarıdaki sözleri "Erişilebilirlik" ve "Kişisel Doyumlar" temaları kapsamında değerlendirilmiştir.

Pragmatist bir insan olduğunu söyleyen Katılımcı 13, güven eğilimi düşük bir insan olmasına rağmen fayda perspektifinden baktığında BAİ'nin kendisi için çok yararlı olduğunu anlatarak şöyle bir örnek vermiştir: "Mesela bir müzik grubum var. 127 tane insan var. Bunlarla iletişime geçme alanım benim Whatsapp. Keza bu benim için çok mükemmel bir şey haline geliyor.". Daha sonra internetin hem artıları hem eksileri olduğunu söyleyen Katılımcı 13, eksi yönünü anlattıktan sonra artı yönlerine şöyle bir ekleme yapmıştır: "Az önce saydığım ekside aslında aslında bir kısım var: İnsanların kendini ifade edebilmesi." Katılımcı 13'ün bu sözleri ifade özgürlüğü çerçevesinde "Özgürlük" teması altına yazılmıştır.

4.2.1.2. BAİ Hakkında Negatif Görüşler

BAİ hakkında negatif görüşlere yönelik; 1) Aşırı Bilgi Yükleme, 2) Bağımlılık, 3) Yüzeysel İlişkiler, 4) Sıkıcılık, 5) Tembelleştirme, 6) Gruplaşma, 7) Sahte Kişisel İmaj Sunumu olmak üzere toplamda yedi tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema dört katılımcı ile "Aşırı Bilgi Yükleme" olmuştur. "Bağımlılık" teması ise iki katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Diğer temalar ise birer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 29: BAİ Hakkında Negatif Görüşler

1. Aşırı Bilgi Yükleme a. Bilgi Kirliliği	Katılımcı 3 (GE Yüksek) Katılımcı 7 (GE Yüksek) Katılımcı 10 (GE Düşük) Katılımcı 11 (GE Düşük)
	Toplam 4
2. Bağımlılık a. Zaman Kaybı	Katılımcı 3 (GE Yüksek) Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Toplam 2
3. Yüzeysel İlişkiler	Katılımcı 7 (GE Yüksek)
	Toplam 1
4. Sıkıcılık	Katılımcı 8 (GE Düşük)
	Toplam 1
5. Tembelleştirme	Katılımcı 8 (GE Düşük)
	Toplam 1
6. Gruplaşma a. Kültürel Dayatma	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	Toplam 1
7. Sahte Kişisel İmaj Sunumu	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 1

Teknolojiyi “zor” olarak niteleyen Katılımcı 3’ün “Aşırı Bilgi Yükleme” temasında kapsamında paylaştığı sözleri “BAİ Hakkında Genel Görüşler” başlığı altında alıntılanmıştı. Aynı başlık altında “Bağımlılık” teması kapsamında kodlanan “Zaman Kaybı” hakkındaki sözleri de alıntılanmıştı. Benzer bir şekilde Katılımcı 7’nin “...Çevremizde bir sürü yanlış bilgiler geziyor...” şeklindeki sözleri de BAİ’de “Bilgi Kirliliği” kapsamında kodlanmıştır. Katılımcı 7 aynı zamanda “Sosyal medyada kurulan arkadaşlıkların sadece sanal ortamlarda kalır.” diyerek BAİ ortamlarında “Yüzeysel İlişkiler” olduğunu iddia etmiştir.

BAİ’nin kendisini tembelleştirdiğini iddia eden Katılımcı 8 aynı zamanda şu ifadeleri kullanmıştır:

Aşırı dijital ekrana sürekli bakmak hiç hoşuma gitmiyor mesela. Grafik tasarım eğitimi aldım bu yaz ama çok zorlanıyorum isteyerek yapsam bile. O kadar

saat ekrana bakmak beni korkutuyor. Çünkü baştan zaten hemen gözüm yoruluyor.

Başıma ağrı giriyor. Kendimi tuhaf hissediyorum (Katılımcı 8, GE Düşük).

Katılımcı 8'in bu ifadeleri "Sıkıcılık" teması kapsamında işlenmiştir.

BAİ ortamlarını "bilgisi olsa da olmasa da herkesin yorum yapabildiği bir yer" olarak tanımlayan Katılımcı 10, BAİ ortamlarındaki bilgilere çok güvenmediğini belirtmiştir. Katılımcı 10'un bu sözleri "Bilgi Kirliliği" teması ile işlemiştir.

BAİ'deki bilgi kirliliği olgusuna değinen Katılımcı 11 "her şey net bir şekilde doğru değil orada ve bilginin doğruluğuna çoğunlukla emin olamıyorsunuz, çok kez teyit etmeniz, farklı kaynaklardan araştırmanız gerekiyor." diyerek BAİ'ye karşı duyduğu güvensizliği gerekçelendirmiştir. BAİ'yi genel olarak faydalı olarak gören Katılımcı 12 aynı zamanda vakit kaybı olarak görmektedir: "Gerçekten çok yararlı ama saatlerimi harcayamam onun için. Ya da böyle sürekli bir şeye bakıp vakit kaybedemem."

BAİ hakkında "Benim şahsi görüşümde bunun eksileri ve artıları var." diyen Katılımcı 13, BAİ'nin fayda sağladığı ve zarar verdiği hususlar olduğunu belirterek, zarar verdiği hususların başında "kültür" geldiğini belirtmiştir. İnsanların kendi görüşlerine göre sosyal ortamlarda gruplaşarak diğer görüşleri reddettiklerini örnekle anlatan Katılımcı 13 bunu kültürel dayatmalar üzerinden anlatmış olsa da ana tema gruplaşma olduğu için bu şekilde kodlanmıştır. Katılımcı 13'ün bu görüşleri literatürde Morozov'un öğretileriyle uyum sağlamaktadır. Hatta bütün bu anlattıklarıyla ilgili finalde İngilizce bir söylemde bulunup sözlerini noktalamıştır: "Yani şöyle diyebilirim: Internet is closing minds!".

Sosyal medyayı kendini ispatlama yeri olarak gören ve bunun pozitif bir özellik olduğunu düşünen Katılımcı 14, öte yandan sosyal medyada "kendini olduğu gibi gösteren" ve "olmadığı gibi gösteren (olduğundan farklı gösteren)" iki farklı insan türü olduğunu söylemiştir. Maddi anlamda çok tutumlu olan bir arkadaşının sosyal medyada çok para harcıyormuş gibi paylaşımlar yaptığı örneğini veren Katılımcı 14'ün bu görüşleri ise negatif görüşler kapsamında "Sahte Kişisel İmaj Sunumu" şeklinde temalaştırılmıştır.

4.2.2. Katılımcıların BAİ’de Güven Olgusu Hakkındaki Görüşleri

Bu soru kapsamında genel olarak güven eğilimi yüksek olan öğrencilerin rahatlık ve umursamızlıklarından kaynaklı güven olgusu olmasa da olur şeklinde tavır sergilemelerine rağmen güven eğilimi düşük olanlar için çoğunlukla çok önemli bir koşul olarak ele alınmıştır.

BAİ’de güven olgusu hakkındaki görüşlere yönelik; 1) İhtiyaç, 2) Değişken ve Dinamik olmak üzere toplamda 2 tema çıkarılmıştır. Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema altı katılımcı ile ‘‘İhtiyaç’’ olmuştur. ‘‘Değişken ve Dinamik’’ ise üç katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 30: BAİ’de Güven Olgusu Hakkındaki Görüşler

1. İhtiyaç a. Ön Koşul	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Toplam	6
2. Değişken ve Dinamik	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	3

Güven eğilimi yüksek olan ve sosyal medyada biriyle iletişime geçmek için güvenin bir ön koşul olmadığını anlatan Katılımcı 6’nın BAİ’de güven duygusunun kişilerarası ilişkilerde nasıl bir rol oynadığına dair önemli bir perspektif sunan ilişkilerin başlaması ve sürdürülmesi için her zaman bir ön koşul olmadığına dair bu görüşleri aynı zamanda onun rahatlık seviyesini yansıtmaktadır. Başka bir deyişle Katılımcı 6’nın BAİ’de bir kişiyle iletişime geçmek için illa güvenmesi gerekmediği çünkü önemsiz

konularda başına herhangi bir şey geleceğinden çekinmediği anlatması güven eğilimi yüksek katılımcıların riskler konusunda endişe etmediğini göstermektedir.

Katılımcı 6, önemli olmayan veya hayatını kötü yönde etkilemeyecek konularda güvenmediği birisine bile bilgi danışabileceğini ifade etmiştir. Bu durum çevrimiçi etkileşimlerde güven duygusunun göreceli ve duruma bağlı olduğunu göstermektedir. Bu durum Jones ve George'un (1998) güven duygusunun durumdan duruma değişkenlik gösterebileceğine dair görüşlerini desteklemektedir. Çevrimiçi ortamda, bilgi alışverişi, iş birliği veya sosyal etkileşim gibi çeşitli amaçlar için kısa süreli ve belirli konular üzerinde ilişkiler kurulabilir ve bu ilişkiler, derin güven ilişkilerine gerek duymadan sürdürülebilir. BAİ'de kişilerarası ilişkilerin yüz yüze etkileşimlere kıyasla farklı dinamiklere sahip olduğu görülmektedir. Online etkileşimler, bireylerin geniş bir bilgi ağına erişimini sağlamaktadır ve bu durum, Katılımcı 6'nın da belirttiği gibi, güven duygusunun geleneksel anlamda bir ön koşul olmadan da işlevsel olabileceği durumları yaratabilmektedir.

Katılımcı 6 aynı zamanda olumlu deneyimler başlığı altında zorda kaldığı bir durumda BAİ ile tanıştığı bir kişiye nasıl güvenmek durumunda kaldığını ve bu güven neticesinde elde ettiği kazanımları anlatmıştır. BAİ'de güveni "İhtiyaç" olarak gören bir başka katılımcı ise Katılımcı 2 olmuştur. Teknolojiye güven perspektifinden yaklaşan Katılımcı 2, dijital ortamlarda iletişim kurabilmek için her iki tarafın da teknolojiye güvenmesinin bir ön şart olduğunu savunmuştur:

Yani karşımdaki insanın güveni yoksa olmuyor. Çünkü karşımdaki insan buna okeylemiyor. Şu genelde okumadığımız KVKK'ları falan bunlara çok güvenmiyor başlarına bir şey geleceklerini vesaire düşünüyorlar. Yani iki taraf da buna güveniyorsa oluyor yoksa bir taraf güvenmiyorsa zaten bu olmuyor (Katılımcı 2, GE Yüksek).

BAİ'de sağlıklı iletişim kurabilmek için güvenin "önemli" olduğunun altını çizen Katılımcı 3, röportaj için BAİ sayesinde ünlülere ulaşmasının örneği üzerinden giderek eğer kendisine güvenmeselerdi hiç cevap vermeyebileceklerini anlatmıştır. Bu durum "Ön koşul" teması altında işlenmiştir. Katılımcı 3 BAİ'nin aynı zamanda bu güven imkanını kendi kendine sağladığını anlatmıştır:

Mesela Instagramdan ulařtıđımızı dűőűnelim birisine; kim olduđum belli, kendi profilim var, belki iletiřim bilgilerim var. Yűz yűze iletiřimde de en azından bunun gibi olduđu için gűven sađlamak műmkűn (Katılımcı 3, GE Yűksek).

Katılımcı 8'in BAİ'de gűven olgusuna iliřkin "Gűven duygusu BAİ'de benim için çok bűyűk bir rol oynamaz. űnkű zaten sanal ya iki kiři birbirini gűrműyor. O yűzden gűvenmem zaten." demiřtir. Bunun űzerine Katılımcı 8'e bilgisayar aracılıđıyla iletiřim kurup kurmadıđı sorulmuřtur. İletiřim kurduđu yanıtı alınınca gűvenmediđi halde BAİ kullanmasının sebebi sorulmuřtur. Katılımcı 8'in bu soruya cevabı kısa ve űz bir řekilde "ıkar iliřkisi!" olmuřtur. Daha açık ifade ile ise ihtiyaçlarını karřılamak için BAİ'i kullanması gerektiđini anlatmıřtır. Gűven eđilimi dűřűk olan Katılımcı 8'in bu sűzleri aynı zamanda "BAİ Hakkında Pozitif Gűrűřler" bařlıđı altında "İhtiyaçlarını Karřılama" kapsamında "Kiřisel Doyumlar" temasına iřlenmiřtir.

Yukarıdaki anlattıkları ile BAİ kullanımının bireysel ihtiyaçlar ve motivasyonlarla nasıl řekillendiđini gűzler űnűne seren Katılımcı 8'in BAİ'ye karřı gűvensizlik duymasının nedeninin tarafların birbirini gűrműyor olması bařka bir ifadeyle fiziksel varlık ve gűzle gűrűlűr ipuçlarının eksikliđi olduđu ortaya çıkarılmıřtır. Bu durum BAİ ile yűz yűze arasındaki farklar bařlıđı altında "İletiřim İpuçları" bařlıđı altına yazılmıřtır. Katılımcı 8'in BAİ kullanımının sebebini "ıkar iliřkisi" olarak tanımlaması, evrimii etkileřimlerin, gűven duygusundan bađımsız olarak, kiřisel ve pratik ihtiyaçların karřılanması için kullanılabileceđini gűstermektedir.

Ancak burada dikkat edilmesi gereken en temel husus řudur: "İletiřim İpuçları"ndaki eksikleri birçok gűven eđilimi yűksek katılımcı da dile getirmiřti ancak hiçbiri bu nedenle BAİ'deki gűvenini kaybetmemiřti. Ancak, gűven eđilimi dűřűk olarak ele alınan ilk katılımcının bunu bir gűvensizlik gerekçesi olarak sunmuř olması BAİ hakkındaki gűrűřlerin BAİ'nin kendi űzelliklerinden ziyade kiřinin kendi űzelliklerinden etkilendiđini ispatlamıřtır. Bařka bir deyiřle, ortada bir gerçek var: o da BAİ'de iletiřim ipuçlarının eksik olması. Ama gerçeđi nasıl algıladıđımız BAİ'ye karřı tutumumuzu etkilemektedir. Burada da en űnemli faktűr gűven eđilimi olmaktadır. Gűrűldűđu űzere gűven eđilimi yűksek olan bu gerçeđi gűz ardı edip BAİ'ye karřı olumlu tutum sergilerken, gűven eđilimi dűřűk olan henűz ilk kiři BAİ'ye karřı olumsuz gűrűřlerinin arkasında bu űzelliđin yattıđını beyan etmiřtir.

Sonuç olarak özetlemek gerekirse; yukarıdaki durum, online etkileşimlerde güven oluşturma süreçlerinin, kişisel güven eğilimlerine göre önemli ölçüde farklılık gösterebileceğini göstermektedir. Katılımcılar tarafından belirtilen “İletişim İpuçları”ndaki eksiklikler, güven eğilimi yüksek olan katılımcılar tarafından da dile getirilmiş olmasına rağmen, bu durum onların BAİ’ye yönelik genel güvenlerini etkilememiştir. Diğer taraftan, güven eğilimi düşük olan bir katılımcının, aynı eksiklikleri BAİ’ye karşı güvensizlik gerekçesi olarak görmesi, bireylerin çevrimiçi ortamlara yönelik algılarının ve tutumlarının kişisel özelliklerine bağlı olarak değişebileceğini göstermektedir.

Bu durum, çevrimiçi ortamlarda iletişim ipuçlarının eksik olmasının bir gerçek olduğunu, ancak bu gerçeğin algılanma biçiminin, bireyin çevrimiçi ortamlara karşı tutumunu belirleyen en önemli faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Güven eğilimi yüksek olan bireyler, bu eksiklikleri göz ardı ederek, BAİ’ye daha olumlu bir tutum sergileyebilirken, güven eğilimi düşük olanlar bu eksiklikleri güvensizlik nedeni olarak görebilirler. Bu nedenle, çevrimiçi etkileşimlerde güven oluşturma süreçlerinin anlaşılması ve değerlendirilmesi, sadece çevrimiçi ortamların özelliklerini değil, aynı zamanda bireylerin kişisel güven eğilimlerini ve algılarını da göz önünde bulundurmalıdır. İşte bu noktada bu görüşü ispatlayan bulgular ile bu çalışma güven eğiliminin önemine gereken dikkati çekerek amacına ulaşmaktadır.

Güven duygusunun BAİ’de “çok ciddi bir rol oynadığını” düşünen Katılımcı 9, bu konuda şunları söylemiştir:

Şimdi internet ortamından birisiyle konuşuyorsam bu kesinlikle tanıdığım, huyunu suyunu bildiğim ya da hani neler yapabileceğinin kapasitesinde olduğum kişiler olmalı. Yoksa hani hiç tanımadığım biri, biliyorsunuz yazılım çok gelişti, internet çok gelişti; konuşmalarında söylemediğim şeyleri ekleyebilirler, işte üstünde shop yapabilirler ya da herhangi bir fotoğraf paylaşımında yapay zeka ile her şeyi değiştirebilirler. O yüzden çok güvenmiyorum eğer tanımadığım insanlarla sohbet halindeysem (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9’un bu sözleri BAİ’de güven olgusu üzerine görüşler kapsamında “Ön Koşul” olarak işlenirken aynı zamanda teknolojiye güven perspektifinde de ele alınarak teknolojiye güveni etkileyen olumsuz faktörler ve algılanan riskler kapsamında “Dijital Manipülasyon ve Yanıltma” temasının oluşturulmuştur. BAİ’de bilgi ve içeriklerin nasıl

yanıltıcı bir şekilde değiştirilebileceğini ve bu durumun güven oluşturma süreçlerine nasıl etki edebileceğini ele alan bu tema yazılımlar ve yapay zeka ile iletişim içeriklerinin manipüle edilebilmesinin ve gerçeğin değiştirilebilmesinin mümkün olduğu anlamını taşımaktadır.

Katılımcı 9'un online etkileşimlere karşı duyduğu güvensizlik, ayrıca güvenlik ve gizlilik endişeleriyle ilgili olarak "Siber Güvenlik Sorunları" teması altında da değerlendirilebilir. Katılımcı 9'un BAİ'ye karşı temkinli ve şüpheli tutumu BAİ'de karşılaşılan güvenlik risklerini ve kişisel bilgilerin korunmasına yönelik endişeleri içeren bu tema kapsamında ele alınabilir.

BAİ'de güven olgusunun öneminin paylaşılan bilginin gizlilik derecesine bağlı olduğunu söyleyen Katılımcı 10, yüz yüze kişilerarası iletişimle benzer olduğunu beyan ederek, özel bilgileri konuşmasa da güvenmediği bir insanla da iletişim kurabileceğini söyleyerek kendini açabilmesi için ise karşısındakine güvenmenin şart olduğunu anlatmıştır. Tıpkı Katılımcı 6 gibi, Katılımcı 10'un da iletişimin kademesine göre güven gereksiniminin değişmesi güvenin durumdan duruma göre değişen ve dinamik yapısını gözler önüne sermektedir.

Katılımcı 11'in BAİ'de güven olgusunun rolü hakkındaki görüşleri şu şekildedir:

Güven duygusunun kesinlikle olması gerektiğini düşünüyorum. Yani olmazsa olmaz gerçekten. Özellikle bilgisayarla iletişimde. Yani günlük hayatta tabi ki önemli ama bilgisayarla iletişimde olmazsa olmaz olarak düşünüyorum. Yani tanımadığım, hiç tanımadığım insanlarla bilgisayarla iletişim ortamında tanışmam (Katılımcı 11, GE Düşük).

Katılımcı 11'in bu görüşleri "ihtiyaç/ön koşul" teması kapsamında değerlendirilmiştir. Aynı zamanda Hardin'in (The Street-Level Epistemology of Trust, 1992) güven eğilimi düşük olanların daha az etkileşime girmesiyle ilgili iddialarını destekleyen bir örnek teşkil etmiştir.

Güven olmadan etkili bir iletişim olmayacağını düşünen Katılımcı 12 "bütün kullandığımız cihazlar insanlarla iletişim için, bir oyun oynadığımızda bile aslında insanlarla birlikte oynuyoruz. O yüzden güven önemli bir düzeyde gerekli". Güven eğilimi düşük olması dolayısıyla günlük hayatta bunun handikaplarını yaşadığını anlatan Katılımcı 12 okuduğu bölüm dolayısıyla da gelecekte işinin insanlarla olacağı

düşüncesinden hareketle güven problemlerini yenmeye çalıştığını belirtmiştir. Güven eğilimin düşük olmasını problematik bir durum olarak gören Katılımcı 12'nin bu sözleri bu çalışmanın başında bahsedilen güvenin bir ihtiyaç olduğuna dair görüşleri destekler niteliktedir.

Güven eğilimi düşük olmasına rağmen istisnai bir şekilde BAİ'de iletişim kurmak için güveni bir ön koşul olarak görmeyen Katılımcı 14, "güvenmediği bir insanla da iletişim kurabileceğini" söyleyerek "ama iletişim kurabilirim sadece. Yani kendimle alakalı özel şeyleri paylaşmam" demiştir.

Benim için güven kendinle alakalı şeyleri rahatlıkla paylaştığın, arkadana bakmadan ilerleyebileceğin, benim arkamda o destek var zaten hani bana pek bir zararı olmaz bu insanın diyebileceğim insanlardır (Katılımcı 14, GE Düşük).

4.2.3. Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklar

Online güven ile yüz yüze güven arasındaki farklara yönelik; 1) İletişim İpuçları, 2) Anonimlik, 3) Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı, 4) Profil, 5) Mahremiyet Algısı 6) Ön Yargı olmak üzere toplamda altı tema çıkarılmıştır. En fazla sayıda kişi tarafından kodlanan dokuz katılımcı ile "İletişim İpuçları" olmuştur. "Anonimlik" teması ise üç katılımcı tarafından dile getirilmiştir. İki katılımcı tarafından vurgulanan temalar ise "Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı" ile "Profil" temalarıdır.

Katılımcı 6 güven eğilimi yüksek olmasına rağmen yaşam tarzı nedeniyle BAİ'de fazla geçirmeyen bir öğrenci olarak bu soru kapsamında ön plana çıktığından öncelikle onun cevabına yer verilmiştir:

İşte Instagramda, Facebookta, Twitterda veya Whatsapta atılan mesajlar bu iletişim için bence çok yeterli değil. Bu sosyal medyadan kaynaklanmıyor çünkü bir yüz yüze iletişimde her zaman daha faydalıdır. Artıları daha fazladır. Çünkü insan jestleriyle mimikleriyle kendini daha iyi anlatabilir (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Katılımcı 6'nın yukarıdaki görüşlerine benzer bir şekilde Katılımcı 1, hem güven eğilimi hem de sosyal medyanın kurumsal ve bireysel boyutları yüksek olmasına rağmen online iletişim yerine yüz yüze iletişimi tercih etmesiyle ön plana çıkmıştır. BAİ platformlarında gerçekleştirdiği kişilerarası iletişim süreçlerinde sadece metin içerikli

mesajlarda duygunun belirtilmesinin pek mümkün olmadığını belirten Katılımcı 1'in bu görüşü neden mesaja yüklenen anlam konusunda emin olamadığını açıklamıştır.

Tablo 31: Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklar

1. İletişim İpuçları a. Jest ve Mimikler b. Ses Tonu c. Görünürlük	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Toplam	9
2. Anonimlik	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	3
3. Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı a. Tekrarlayan İletişim b. Arşivleme	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	2
4. Profil a. Farklı Bir Profil Çizme	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Toplam	2
5. Mahremiyet Algısı a. Veri Gizliliği Riskleri	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
6. Ön Yargı	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

“Mesajlaşmak ve internet üzerinden diyalogların değil de yüz yüze karşılıklı, ses tonunu mimiklerini görerek konuşmayı daha çok sevdiğini” ifade eden Katılımcı 7 de; “Ben bir insanın mimiklerini görmeden, ses tonunu duymadan o insana güven alıp veremiyorum maalesef.” diyerek güven eğilimi yüksek olmasına rağmen BAİ yerine yüz

yüzeyi iletişimi tercih edenlere bir örnek teşkil etmektedir. Katılımcı 7'nin bu sözleri ‘‘İletişim İpuçları’’ teması kapsamında ‘‘jest ve mimikler’’ ile ‘‘ses tonu’’ olarak kodlanmıştır.

Güven eğilimi yüksek olanlar arasında BAİ’de iletişim ipuçlarının eksikliğinden bahseden bir başka öğrenci Katılımcı 2 olmuştur:

Yani yüz yüzedeki sanki böyle heyecan ya da mimikler ya da el kol hareketleri çok daha fazla belli oluyor ve karşıdaki insan o enerjiyi alabiliyor. Ama bilgisayar bunun %25’ini falan anca bırakıyor ve aynı konuşma ortamı gerçekleşmiyor sanki. Yani şöyle kaliteli bir ortam gerçekleşmiyor (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Katılımcı 2’nin bu sözleri aynı zamanda hem teknolojiye güveni etkileyen unsurlar başlığı altında ‘‘İletişimin Kalitesi’’ teması kapsamında ele alınabilirken hem de BAİ hakkında negatif görüşler başlığında da değerlendirilebilir.

Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklara ilişkin Katılımcı 5’in görüşleri ise şu şekildedir:

Farklar bence tabi ki var. Çünkü internet ortamında insanın dış görünüşüne dair ön yargın kesinlikle olmuyor. Bununla ilgili sevdiğim bir içerik üreticisinin bir tane kısa bir konuşması vardı. Şöyle diyordu; bir insanı internette tanımak, o insanı yüz yüze tanımakla aynı şey değildir. Çünkü bir insanı sokakta gördüğünde onu kambur yürüyüşüyle tanırın ya da giydiği kot pantolonla tanırın veya ona benzer şeylerle tanırın. Fakat o insanı internette tanıdığında, o insanın dış görünüşünden farklı olarak tamamen fikirlerine, ilgi alanlarına bakarak tanırın’’ diyordu. Bence o yüzden en büyük farklılık da burada başlıyor (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 1, 2, 6 ve 7 ile Katılımcı 5’in bu konudaki farklı görüşleri, online ve yüz yüze iletişimdeki güven oluşturma süreçlerinin farklılıklarını ve bu farklılıkların bireysel algılardaki farklılıklardan nasıl etkilendiğini gözler önüne sermektedir. Özellikle Katılımcı 5’in görüşleri literatürde yer alan ve genellikle çevrimiçi iletişimdeki ipuçlarının eksikliğini olumsuz bir özellik olarak değerlendiren akademik çalışmalarla karşılaştırıldığında, farklı bir perspektif sunmaktadır.

Çevrimiçi iletişimde jest, mimik ve ses tonu gibi önemli iletişim ipuçlarının eksikliğine dikkat çeken Lippert (2009), Riegelsberger, Sasse ve McCarthy (2003) ve Taddeo (2011) gibi araştırmacılar, iletişim ipuçlarının yüz yüze iletişimde kolaylıkla gözlemlenebilen ve güven oluşturmada önemli rol oynayan unsurlar olduğunu iddia

etmektedirler. Bu nedenle bu ipuçlarının eksikliği sanki olumsuz bir şeymiş gibi kodlanmış ve beynimize işlenmiştir.

Benzer bir şekilde anonimlik kavramıyla da ilgili literatürde olumsuz bir algı yaratılmıştır. Örneğin, Xu ve Liao (2019), anonimlik ve gizliliğin yüz yüze iletişimde zor olması ve bu durumun güven oluşturmaya kolaylaştırması üzerine vurgu yapmaktadırlar. Onlara göre, yüz yüze iletişim, bireylerin daha şeffaf ve açık olmalarını gerektirirken, çevrimiçi ortamda anonimlik, bireylerin gerçek kimliklerini gizlemelerine ve dolayısıyla güven oluşturmaının daha zor olmasına neden olabilmektedir.

Ancak bu genel kabul görmüş yargılara bir alternatif sunan Katılımcı 5, çevrimiçi ortamda insanların dış görünüşüne ve fiziksel özelliklerine yönelik ‘‘ön yargı’’ların olmamasını, iletişimin daha fikir odaklı olmasını olumlu bir durum olarak değerlendirmektedir. Ona göre bu durum, bireylerin birbirlerini daha objektif bir şekilde, dış görünüşlerinden bağımsız olarak değerlendirmelerine ve fikirlerine odaklanmalarına olanak tanımaktadır. Bu açıdan bakıldığında, çevrimiçi iletişimdeki ipuçlarının eksikliği, bazı durumlarda fırsat olarak değerlendirilebilir. Çünkü bu, kişilerin birbirlerini dışsal etkenlerden bağımsız olarak tanıma ve anlama şansını artırabilir.

BAİ hakkında iyimser fikirler süren Katılımcı 3, BAİ’de yüz yüze iletişime göre çok daha fazla iletişim ipuçları olduğunu öne sürerek şu ifadeleri kullanmıştır:

Yüz yüzeden daha çok şey var aslında. Yüz yüzedeki sadece adını soyadını öğrenirsin. (BAİ’de) profili, biyografisi, hangi okulda okuduğu nerede çalıştığı, ortak bağlantılarımız, fotoğraflarını görebilirsin (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Konuya ilişkin Katılımcı 4 de sanal ortamlarda daha rahat olması ve fikirlerini daha özgürce söylemeleri sayesinde bazı durumlarda insanların gerçek yüzünü görmeyi mümkün olduğunu düşündüğünü söylemiştir.

Online güven ile yüz yüze güven arasında farklar olduğunu düşünen Katılımcı 8 bu farkları şöyle açıklamıştır:

Mesela şeyi okumuştum; tokalaşırken insanın eli soğuksa bu ilk başta karşıya negatif bir enerji veriyormuş ama sıcaksa daha ılımlı yaklaşıyormuş, duygusal açıdan etkiliyormuş insanları. Ve yüz yüze olduğunda işte mimiklerini falan, gözlerini daha çabuk kontrol edebiliyorsun. Ne hissettiğini anlayabiliyorsun (Katılımcı 8, GE Düşük).

Katılımcı 8’in bu ifadeleri ‘‘İletişim İpuçları’’ teması kapsamında kodlanmıştır.

Online iletişim ile yüz yüze iletişim arasındaki farklar kapsamında ‘‘İletişim İpuçları’’na değinen Katılımcı 9 o an yüz yüze gerçekleştirilmekte olan röportajı örnek göstermiştir:

Ben şimdi sizinle yazışarak bu röportajı yapsaydım ben sizin mimiklerinizi takip edemeyecektim. Yani verdiğim cevaplar sizi ne kadar etkiliyor bilmediğimden dolayı ya gereğinden fazla bilgiler verip sizin kafanızı şişirecektim ya da emin olamadığım için sizin işinize yarayamayacak tarzda bilgiler verecektim. Ama ben şimdi sizin mimiklerinizi görüyorum. Kafamda bir sürü cevap tarzı oluşuyor ama ben sizin mimiklerinize göre o cümleleri seçip veriyorum. Bu da sizin daha çok işinize yarıyor (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9 yazışmak üzerinden örnek vermiş olması literatürde tartışmalı olan bir konudur. Çünkü literatürde BAİ’ye karşı eleştirel yaklaşımlarda iletişim ipuçlarının eksik olduğunu öne sürerken çoğunlukla yazışmalar üzerinden örnekler verilir. Oysa ki BAİ sadece yazışmaktan ibaret değildir. BAİ’ye karşı iletişim ipuçları eksiklerine dair suçmalar geçmişte kalmış olabilir. Ancak artık günümüzde, görüntü görüşme ve hızlı internet sayesinde karşılıklı ve canlı olarak görüşmek mümkündür. Katılımcı 9’un bu durum hakkındaki düşünceleri sorulduğunda alınan cevap şu şekildedir:

Bunu güven kapsamında cevaplayacağım. Konuşmamız sırasında benden bir şey göstermemi istediniz diyelim. BAİ’de olsa ekran paylaşımı yaparak benim size bir şey göstermem gerekecek. Siz o sırada ekran kaydı alabilirsiniz. Paylaşmak istemeyeceğim tarzda belgem olur, notum olur yanlışlıkla bunları görebilirsiniz. Çünkü bilgisayar bu hani tıklamadığınız halde bir sayfa açılabilir ya da ben yanlış tıklayabiliyorum. Ama şuanda benden bir şey göstermemi istediğinizde ben hemen buradan açık elimde size gösterebilirim (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9’un bu sözleri tam olarak iki iletişim türü arasında bilgi paylaşmanın risklerine ilişkin algıları kapsadığından ‘‘Mahremiyet Algısı’’ şeklinde temalaştırılmıştır. Çünkü Katılımcının 9’un, BAİ’de ekran paylaşımı yaparken yaşanabilecek güvenlik risklerine dikkat çekmesi, özellikle gizlilik ve bilgi güvenliği konularında duyulan endişeleri yansıtmaktadır.

Katılımcı 9, görüntülü görüşmeler ve ekran paylaşımı gibi özelliklerin BAİ’ye eklenmesinin, iletişim ipuçları eksikliği eleştirilerini kısmen aşabileceğini kabul ederken, bu tür etkileşimlerin yeni tür güvenlik sorunlarına yol açabileceğini de dikkat çekmiştir.

Bir görüşme sırasında ekran kaydı alınması veya yanlışlıkla hassas bilgilerin paylaşılması riskleri, çevrimiçi ortamlarda bilgi güvenliğinin nasıl hassas bir konu olduğunu göstermektedir.

BAİ ile yüz yüze iletişim arasında herhangi bir fark olmadığını düşünen ilk kişi olan Katılımcı 10; ‘‘Bence BAİ ile yüz yüze iletişimde çok fark yok. Yüz yüze de güvenmek için hangi kriterleri arıyorsam diğerinde de onları ararım.’’ diyerek bir insan yüz yüze iletişimde nasıl güven inşa ediyorsa BAİ’de aynı şekilde güven inşa edilmesinin mümkün olduğunu iddia etmiştir. Bunun üzerine kendisine yüz yüze jest ve mimikler ve iletişim tarzı gibi iletişim ipuçlarının BAİ’de görmenin mümkün olup olmadığı sorulduğunda günümüz teknolojileri ile bu tür iletişim ipuçlarına ulaşmanın da mümkün olduğunu anlatmıştır.

BAİ yerine yüz yüze iletişimi tercih ettiğini söyleyen Katılımcı 11’e bunun gerekçeleri sorulduğunda şu cevabı vermiştir:

Çünkü jest ve mimiklere önem veriyorum. Veya bir mesajda karşıdaki insanın ne anlatmak istediğini, hangi duyguda anlatmak istediğini tam olarak anlayamıyorum. O yüzden göz göze olmak karşılıklı oturmak, surat ifadesini görebilmek daha güvenli geliyor bana (Katılımcı 11, GE Düşük).

Katılımcı 11’in yukarıda anlattıkları BAİ’nin farkları kapsamında ‘‘İletişim İpuçları’’ teması altına işlenirken, Katılımcı 11’in güven oluşturmak için karşısındakinin yüz ifadeleri analiz etmek gibi kriterleri olduğu ve bu kriterlerini BAİ’de karşılayamadığı görülmüştür. Özellikle yeni tanıştığı kişiler hakkında kendilerini görmeden bir yargıya varamadığını anlatan Katılımcı 11 BAİ’de güven inşa etmenin daha zor olduğunu dile getirmiştir:

Online iletişimde karşıdaki insanın bir mesajda size hangi duyguyu vermek istediğini anlayamazsınız Emoji kullanıyor olsa bile ama yüz yüze iletişimde surat ifadesini görebilirsiniz Tedirgin olduğunu hissedebilirsiniz ya da heyecanlı sevinçli olduğunu üzgün olduğunu anlayabilirsiniz o yüzden size daha güvenli gelir (Katılımcı 11, GE Düşük).

Online platformlarda güven kurmakla yüz yüze güven kurmak arasında farklar olduğunu söyleyen Katılımcı 12 bu farkları şöyle açıklamıştır:

Çünkü ne kadar internette konuşsak bile o kişiyle ben yüz yüze görüşme taraftarıyım. Çünkü bir insanı yüz yüze görmeden tam anlamıyla tanıyorum diyemezsin, ne kadar konuşsan da (Katılımcı 12, GE Düşük).

Online güven ile yüz yüze güven arasındaki temel farkı ‘iletişimin kayıt altına alınması’ olarak belirleyen Katılımcı 13 duygusal ilişkilerinden örnek vererek bu durumun güvensizliğini nasıl tetiklediğini şu sözlerle açıklamıştır:

Mesela son yaşadığım ilişkide hep bir diken üstündeydim. Bu güvensizlik sebebiyle. Mesela bu mesaja cevap verirken diyodum; ‘Şimdi ben mesaj atıyorum ama bu mesaj kaydedilecek ve kalacak. Uzun bir süre kalacak. Biz ayrılacak da kalacak, ayrılmasak da kalacak.’ Hep böyle 10 kez düşünerek yaptığım hareketler, o kadar ağır adımlar atıyorum ki yani artık bu çekilmez bir hale geldi (Katılımcı 13, GE Düşük).

4.2.4. BAİ’de Güvenin İnşa Edilmesi Süreçleri

BAİ güven eğilimleri ve başlangıçtaki güven seviyesinin örtüştüğü görülmüştür. Öneğin; BAİ’de güven inşa edilmesi süreci kapsamında başlangıçtaki güven seviyesi hakkında Katılımcı 6 şu açıklamalarda bulunmuştur:

Her insanın yaşantısı farklı. Ben babamın görevinden dolayı birçok ilde bulundum. İnsanlara karşı önyargım pek yoktur. Biraz da şunu isterim. Bu benim iyimserliğimle ilgili bir şey. Yani herkesin iyi, hoş, güvenilir olmasını isterim. O yüzden tabi kimse 5 puan vererek başlamasam da asla 1 vererek de başlamam. En güzeli orta-yüksek diyebiliriz.

Katılımcı 6’nın bu açıklamaları güven eğiliminin yüksek olmasıyla doğrudan ilişkilidir. Bu ifadeler, güven eğiliminin ve iyimserliğin birbirleriyle nasıl iç içe geçtiğini gösteren etkili bir örnek sunmaktadır. Katılımcının farklı illerde yaşama deneyimi ve babasının görevi dolayısıyla kazandığı çeşitlilik, onun insanlara karşı ön yargısız bir yaklaşım geliştirmesine katkıda bulunmuştur. Bu deneyimlerin, katılımcının insanlarla ilgili genel tutumunu şekillendirmiş ve daha açık, hoşgörülü ve güvenme eğilimi yüksek bir kişilik geliştirmesine yardımcı olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcı 6’nın başlangıçtaki güvenme davranışı Jones ve George’un (1998) başlangıçta ‘Güvensizliği Askıya Almak’ olarak adlandırılan açıklamalarıyla örtüşmektedir. Jones ve George’un "Güvensizliği Askıya Almak" kavramı, başkalarına

karşı önceden var olan bir güven veya güvensizlik inancının yokluğunu ifade etmektedir. Bu durumda, birey, karşıdaki kişinin güvenilir veya güvensiz olup olmadığına dair önyargılardan uzak, açık bir zihinle yaklaşmaktadır. Katılımcı 6'nın ifadeleri, bu kavramla uyumlu bir şekilde, insanlara karşı ön yargısız bir yaklaşım benimsediğini ve başlangıçtaki güven seviyesini "orta-yüksek" olarak belirlediğini göstermektedir.

Katılımcı 6'nın "herkesin iyi, hoş, güvenilir olmasını isterim" şeklindeki ifadesi, doğal bir iyimserlik eğilimini yansıtmaktadır. Bu durum, insanlarla ilk karşılaşmada onlara yüksek bir güven puanı vermese de, düşük bir puanla başlamaktan kaçındığı anlamına gelmektedir. Katılımcının bu yaklaşımı, bir tür "orta-yüksek" güven eğilimi olarak tanımlanabilir ve insanlara, ilişkilerin başlangıcında, şüpheyile yaklaşımdan ziyade, bir güven şansı verme eğilimini gösterebilir. Görüldüğü üzere bu açıklamalar güven eğilimi ile başlangıçtaki güven seviyesi arasında doğrudan bir ilişki olduğunu kanıtlamaktadır. İnsanların güven eğilimi arttıkça başlangıçtaki güven eğilimlerinin de yükseldiği iddia edilebilir.

Güven eğilimi yüksek olan Katılımcı 3'ün güvenmeyi daha kolay bulmasına ilişkin ifadeleri ile başlangıçtaki güven seviyesi bir hayli yüksek olması da güven eğilimi ile başlangıçtaki güven seviyesi arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermektedir:

Güvenmezsek çok da bir şey olmaz. Hani güvenip öyle sohbet etmek daha kolay gibi. Güvenmezsek hiç sohbet etmemiş oluyoruz. Baştan kaybetmiş oluyoruz yani. Güvenirsek en azından bir şeyler kazanma ihtimalimiz var (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Güven eğilimi düşük olan cepheden bir örnek olarak ise "benim için güven zamanla gelişen bir şey" diyen Katılımcı 10'un başlangıçtaki güven seviyesinin sıfır olduğu görülmüştür. Ancak, bu durum Katılımcı 10 için iletişimi engelleyen bir durum değildir. Başlangıçta karşısındaki kişiye güvenmese de iletişim kurduğunu anlatan Katılımcı 10'un kendini açma derecesi ise karşısındaki kişiye güveninin zamanla artmasına göre değişmektedir. Katılımcı 10'un güveninin zamanla artmasına ilişkin açıklamaları "Güveni arttıran unsurlar" başlığı altında ele alınmıştır.

BAİ'de ilk izlenimde dikkat edilen hususlara yönelik; 1) Profil Bilgileri, 2) Paylaşımlar, 3) Etkileşimler, 4) Geri Bildirim ve Değerlendirmeler, 5) İlgi Alanları olmak üzere toplamda beş tema çıkarılmıştır. Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt

kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan temalar onar katılımcı ile “Profil Bilgileri” ve “Paylaşımlar” olmuştur. “Etkileşimler” teması ise yedi katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Beş katılımcı tarafından vurgulanan tema ise “Geri Bildirim ve Değerlendirmeler” temasıdır. “İlgi Alanları” ise dört katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 32: BAİ'de İlk İzlenimde Dikkat Edilen Hususlar

1. Profil Bilgileri a. Profil Fotoğrafı b. Biyografi	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		10
2. Paylaşımlar a. Fotoğraflar b. Videolar c. Fikirler d. İçerik	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		10
3. Etkileşimler a. Takipçi Sayısı b. Takip Ettikleri	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 2 (Ge Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	

c. Popülerlik (İtibar)	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
d. Ortak Tanındıklar (Ortak Bağlantılar)	Katılımcı 10 (GE Düşük)
e. Yorumlara Verdiği Cevaplar	Katılımcı 12 (GE Düşük)
f. Beğeniler	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 7
4. Geribildirim ve Değerlendirmeler	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
a. Yorumlar	Katılımcı 3 (GE Yüksek)
b. Referanslar	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
	Katılımcı 9 (GE Düşük)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Toplam 5
5. İlgi Alanları	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
	Katılımcı 10 (GE Düşük)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 4

Güven eğilimi yüksek olan Katılımcı 1, BAİ’de karşı tarafta ilk olarak baktığı hususlar arasında profil, fotoğraflar (hem profil fotoğrafı, hem de paylaştığı fotoğraflar) ve başkalarıyla olan etkileşimlerine baktığını söylemiştir. Benzer bir şekilde Katılımcı 6’nın şu sözleri de “Profil Bilgileri” ve “Paylaşımlar” temalarının kapsamına girmiştir:

Mesela yaptığı paylaşımlardan, daha önce gezdiği yerlerden, attığı postlardan veya hani çok ekstrem gelebilir ama biyografisindeki yazılardan belki yazı stillerinden bir şeyler anlaşılabilir bence. Güveni etkileyebilir bence. (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Yine “Profil Bilgileri” kapsamında fotoğrafına baktığını söyleyen Katılımcı 2’nin aynı zamanda ilk olarak karşısındaki kişinin kimleri takip ettiğine baktığını belirtmesi “Etkileşimler” kapsamına dahil edilmiştir:

Bazıları mesela hangi programları takip ediyor ya da kendini hangi konuda geliştiriyor nasıl söyleyeyim hangi konuları takip ediyor, hangi sayfaları takip ediyor. Mesela erkekse hep kız mı kızsız hep erkek mi ya da kendini geliştirebileceği herhangi bir programlara falan başvurmuş mu? Ne kadar çok ortak takipçimiz var? Ve ortak takipçilerimizin cinsiyeti... Bunlara bakarım (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Katılımcı 2'nin bu sözleri aynı zamanda ‘‘Ortak Bağlantılar’’ kapsamında ‘‘Etkileşimler’’ ve ‘‘İlgi Alanları’’ temaları altına yazılmıştır.

Katılımcı 1'e tekrar döndüğümüzde ise; etkileşimler kapsamında ‘‘Altta yorumlara bakarım genelde’’ diyen Katılımcı 1'in bu sözleri ‘‘Geribildirim ve Değerlendirmeler’’ teması kapsamında kabul edilmiştir.

Katılımcı 1'in konu hakkındaki fikirlerini daha derinleştirmek adına baktığı yorumlarda hangi unsurlara baktığı sorgulandığında şu cevap alınmıştır:

Arkadaşlarıyla şakalaşma tarzında samimi yorumlar olup olmadığına bakarım. Varsa böyle yorumlar arkadaşlık ilişkileri iyi demektir. Demek ki çevresinde arkadaşları var gibi sosyal bir insan. Bu güvenimi etkiler. Güvenmeye başlarım(Katılımcı 1, GE Yüksek).

Katılımcı 1'e söz konusu yorumların sahte olabileceğini hiç düşünüp düşünmediği sorulduğunda bugüne kadar hiç düşünmediği söylemiştir. Bu durum güven eğiliminin şüphecilik ile ters orantılı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle; Katılımcı 1'in, BAİ'de sunulan sosyal ipuçlarını ve bilgileri, bunların gerçekliğini sorgulamadan kabul etme eğiliminde olması; güven eğiliminin şüpheciliği baskıladığını gözler önüne sermektedir. Bu durum BAİ'de güven oluşturma, kişinin doğal eğilimleri ve algılarına bağlı olduğunun ispatı niteliğindedir.

Ayrıca, Katılımcı 1'in, sosyal medyada bir kişi hakkındaki yorumları değerlendirirken arkadaşlık ilişkilerinin sıcaklığına ve samimiyetine dikkat etmesi, onun güven oluşturma sosyal çevre ve ilişkileri önemli bir faktör olarak gördüğüne işaret etmektedir. Bu durum, online etkileşimlerde güven oluşturma yalnızca teknik güvenlik önlemleri ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda sosyal dinamikler ve insan ilişkilerine dayalı olduğunu göstermektedir.

Dahası Katılımcı 1'in anlattıklarından çıkarılan temalar literatür ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Katılımcı 1'in, sosyal medyada bir kişi hakkında yorumların etkisini değerlendirirken, genellikle fiziksel görünüş ve vücut dili gibi unsurların eksik olduğu çevrimiçi ortamda, kişinin arkadaşlarıyla olan samimi etkileşimlerine odaklanması; Bodo (2021), Ma ve Agarwal (2007), Bacev-Giles ve Haji (2017) tarafından belirtilen, çevrimiçi ilk izlenimlerin farklı dinamikleriyle uyumludur. BAİ'de, fiziksel ipuçlarının

yerini alan kişinin profili, fotoğrafları, paylaşımları ve çevrimiçi aktiviteleri diğer unsurlar, güven oluşturmada önemli rol oynamaktadır.

Katılımcı 1'in yaklaşımı, Ma ve Agarwal (2007), Chen et al. (2021), Wu et al. (2010), Jarvenpaa ve Leidner (1999), Lee ve See (2004), Scott (2014) gibi akademisyenlerin tanımladığı çevrimiçi güven oluşturma unsurlarını destekler niteliktedir. Bu çalışmalarda da "Profil Bilgileri", "Paylaşımlar" "Geri Bildirim ve Değerlendirmeler" gibi faktörler değerlendirmeye alınmıştır.

Son olarak, Katılımcı 1'in sosyal medya yorumlarına dayalı güven oluşturma yaklaşımı, BAİ'nin sunduğu bilgi türlerinin ve etkileşim biçimlerinin, güven oluşturma süreçlerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Başka bir deyişle bir kez daha yorumlar ve paylaşımlar gibi unsurlar BAİ'nin güven inşa etme yolunda sunduğu yeni iletişim ipuçlarına güzel birer örnek teşkil etmektedir. Bu yaklaşım, çevrimiçi etkileşimlerde fiziksel ipuçlarının eksikliğinin, diğer sosyal ve iletişimsel ipuçları ile telafi edilebileceğini ve bu ipuçlarının güven oluşturulmasında kritik bir rol oynayabileceğini kanıtlamaktadır.

Katılımcı 1'in "Etkileşimler" temasına paralel olarak Katılımcı 6 da ilk izlenimler hakkında benzer görüşlere sahiptir. Sosyal medya üzerinden bir doktora bilgi danışmak üzerinden örnek veren Katılımcı 6 "takipçisi yüksek veya bilindik bir doktor ise güvenme eğilimim çok yüksektir." diyerek takipçi sayısı ve popülerliğin önemine dikkat çekmiştir.

Katılımcı 1 ve Katılımcı 6'nın BAİ'de ilk izlenimler sırasında dikkat ettiği kriterlerden farklı olarak; Katılımcı 5'in ilk izlenimlere ilişkin görüşleri şu şekildedir:

Öncelikle birbirimizi takip ettikten sonra bir süre konuşmadan önce paylaşımlarını bir süre takip ederim. Bu arkadaş ne anlatıyor? Bu arkadaşın derdi ne diye bir süre takip ederim. Daha sonrasında hoşuma giden veya gitmeyen bir şey olursa onunla ilgili mesaj atarım. Daha sonrasında normal yüz yüze olan bir ilişki gibi konuşma devam eder ve belli bir samimiyet seviyesine ulaşırız ya da ulaşmayız. O şekilde gider. Bir yerden sonra yüz yüze giden ilişkiden benim için farkı yok (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in ilk izlediğimde dikkat ettiği hususlar "Paylaşımlar" teması ile kodlanmıştır. Dijital çağda kişilerarası ilişkilerin anlaşılmasında temel bir yöntem olarak görülen (Ma & Agarwal, 2007; Chen, Yu, Yuan, Lu, & Shen, 2021; Wu, Hu, & Wu,

2010) karşıdaki kişinin paylaşımlarının incelenmesi hususu; sosyal medyada insanları tanıma sürecinde paylaşımların önemini gözler önüne sermektedir.

Katılımcı 7 ilk izlenimde nelere dikkat ettiğine ilişkin soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Öncelikle profiline girerim. Nasıl biridir? Nasıl bir karaktere sahiptir? Paylaşımları nelerdir? Görüşleri nelerdir? Neyi daha çok önemsiyor? Biyografisi, fotoğraflarıdır, videolarıdır falan onlara bakarım. Görünüşüne göre fikir edinirim. (Katılımcı 7, GE Yüksek).

Katılımcı 7'nin yukarıdaki sözleri "Profil Bilgileri" ve "Paylaşımlar" temaları altında kodlanmıştır. Görüldüğü üzere Katılımcı 7'nin görüşleri Katılımcı 1 ile örtüşmektedir. Benzer bir şekilde biyografide kişilerin nerede öğrenci oldukları ya da çalıştıklarının yazması sayesinde o kişi hakkında fikir edinebildiğini anlatan Katılımcı 3'ün ifadeleri de "Biyografi" kapsamında "Profil Bilgileri" teması kapsamında işlenmiştir. Katılımcı 3 aynı zaman "Ortak Tanındıklar"a da baktığını beyan etmiştir. Bu durum "Etkileşimler" teması altına kodlanmıştır. Son olarak da fotoğraflara baktığını söyleyen Katılımcı 3'ün bu ifadeleri de "Paylaşımlar" teması kapsamına alınmıştır. Söz konusu temaları henüz BAİ ile yüz yüze iletişimin faklarını anlatırken veren Katılımcı 3, sıra ilk izlenimler ile ilgili soruya geldiğinde bir kez daha şunları anlatmıştır:

Instagram'dan bana bir istek diyelim, biriyle tanışacağım. İlk başta ortak arkadaşlarımızın kim olduğuna bakıyorum. Sonra o kişiyle direkt iletişim kurmadan ortak arkadaşlarımızdan birine soruyorum: Bu kim? Sonra biyografisine bakarım; ne okuyor? İsteği kabul ettikten sonra fotoğraflarına bakarım; neler gitmiş? Gönderileri var mı? Öne çıkanları var mı? Sonra da mesajlaşmaya başlarım (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Katılımcı 3'ün yukarıdaki ifadeleri ek olarak referanslar kapsamında değerlendirilmiş olup "Geri Bildirim ve Değerlendirmeler" temasına işlenmiştir.

Katılımcı 4'ün ilk izlenime ilişkin görüşleri şu şekildedir:

Profilinin temizliğine önem veririm. Mesela derli toplu olması benim için önemlidir. Bir biyografi benim için önemlidir. Yani orada alelade lümpen şeylerin yazdığı bir biyografi ile orada Phd'ler ile dolu ya da okuluyla dolu daha Linked'in tarzı biyografi benim için daha farklı bir intiba bırakır (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4'ün bu ifadeleri ‘‘Profil Bilgileri’’ teması kapsamında ele alınmıştır. Paylaşımlara da baktığını beyan eden Katılımcı 4 bu konudaki kriterlerini şöyle açıklamıştır:

Mesela bir insanın sayfasında diğer paylaşımlarına nazaran kendine yer vermesi o kişi hakkında bence fikir verir. Kendini nasıl ortaya koyuyor kendini nasıl ispatlamaya çalışıyor? Topluma nasıl karışmaya çalışıyor? (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Karşısındaki kişinin ilk olarak profil fotoğrafına ve ardından paylaşımlarına baktığını söyleyen Katılımcı 8'in bu sözleri ‘‘Profil Bilgileri (Profil Fotoğrafı)’’ ve ‘‘Paylaşımlar’’ kapsamında ele alınmıştır. Katılımcı 8 bu kapsamda dikkat ettiği hususları şu şekilde açıklamıştır:

Çok yargılıyım ben bu konularda mesela (profil fotoğrafında) kaşında iki çizik varsa, öf şimdi ben bununla mı muhatap olacağım falan diyorum. Mesela profilinde ağzında sigara bir fotoğraf falan varsa ya da sürekli alkol, pavyon storyleri öne çıkıyorsa çok ön yargılıyım öyle insanlara. İlla hani erkek olmasına gerek yok kadında da aynı şekilde (Katılımcı 8, GE Düşük).

İlk izlenimler kapsamında kullanıcı yorumlarına baktığını söyleyen Katılımcı 9, normalde bir kişi veya kurum hakkında erişemeyeceği bilgilere BAİ sayesinde ulaşmasının mümkün olduğu düşüncesinden harekete BAİ'nin bu özelliğini bir avantaj olarak görmektedir. Çünkü bu sayede çok daha fazla sayıda yoruma erişmenin mümkün olduğu düşünen Katılımcı 9 güven açısından baktığında ise ilgili yorumlara şüpheyle yaklaşmaktadır:

Bakıyorum ve diyorum ki bu adamın para verip bu yorumları yazdırmadığını nereden bileceğim. Mesela o yüzden yorumlara baktığımda en başta 1 yıldızlılara bakarım. Çünkü kimse para verip kendisine 1 yıldız verdirtmez (Katılımcı 9, GE Düşük).

Yüzyüze iletişim ile BAİ'de güven inşa etme sürecindeki benzerlik ve farklılıkları anlatırken BAİ'de ‘‘Profil Bilgileri’’, ‘‘Paylaşımlar’’ ve ‘‘Etkileşimler’’e bakmanın mümkün olduğunu anlatan Katılımcı 10, bir kişinin profilini incelerken nelere dikkat ettiğini şu sözlerle açıklamıştır:

Biriyle flörtleşmek ve arkadaş edinmek üzerinden iki örnek vereyim. Biriyle flörtleştiğinde bakarım; nelerden hoşlanıyor, neleri takip ediyor, hangi futbol

takımını takip ediyor, hangi aktivileri takip ediyor işte müzik gruplarından birilerini takip ediyor mu mesela. Sosyal medya paylaşımlarına, beğenilerine vesaire bakarım. Arkadaşlarımda da aşağı yukarı aynı şeylere bakarım ama arkadaşlarımda bu kadar seçici olmam bu konuda (Katılımcı 10, GE Düşük).

Katılımcı 14 BAİ’de bir kişiye güven kapsamında diğerleriyle olan etkileşimlerine baktığını söylemiştir. Aynı zamanda yeni tanıştığı insanların profilini de inceleyini söyleyen Katılımcı 14, ‘nelerle ilgilendiği, kimleri takip ettiği, hangi gönderileri beğendiği’ hususlarına baktığını anlatmıştır. Katılımcı 14 ayrıca ilgi alanlarını keşfetmek için paylaşımlara da baktığını sözlerine eklemiştir. Katılımcı 14 aynı zamanda ortak tanıdıklar olup olmadığını da incelediğini söylemiştir. Katılımcı 14 aynı zamanda takipçi sayısının da karşısındaki kişinin sahte hesap olup olmadığını anlamak için önemli bir kriter olduğunu söylemiştir.

4.2.4.1. BAİ’de Güvenin Artması

BAİ’de güveni arttıran unsurlara yönelik; 1) İyilik/İyi Niyet, 2) Sır Tutma, 3) Ortak Değerler ve Görüşler, 4) Yakınlık olmak üzere toplamda dört tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema dört katılımcı ile ‘İyilik/İyi Niyet’ olmuştur. ‘Sır Tutma’ teması ise iki katılımcı tarafından dile getirilmiştir. ‘Ortak Değerler ve Görüşler’ ile ‘Yakınlık’ temaları ise birer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 33: BAİ’de Güveni Arttıran Unsurlar

1. İyilik/İyi Niyet	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	4
2. Sır Tutma	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Toplam	2

3. Ortak Değerler ve Görüşler	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Toplam	1
4. Yakınlık	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

Güveninin kadelemi olarak arttığını anlatan Katılımcı 4, BAİ’de koşulsuz güven duygusunu yaşamasını sağlayan unsurlara ilişkin şunları söylemiştir:

Artık bir şeyleri paylaşabileceğimi anladığım ya da gerçekten o bilginin, paylaştığım özel bilgilerin aramızda kaldığını anladığım, gerçekten özümsemişim, bu bilgi başkasına gitmiyor onu biliyorum dediğim andan itibaren daha yakın hissediyorum (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Güveninin artmasını yeni tanıştığı bir kişi üzerinden örneklediren Katılımcı 8, kendisi hakkında paylaştığı bilgileri o kişinin aklında tutmasını başka bir ifade ile ‘‘ilgili’’ olmasını güven göstergesi olarak görmektedir:

Benim hani o dediğimi aklında tutmuş ya da orada anımsıyor; ‘Bak aslında sen böyle diyordun, bunu seviyordun.’ falan. ‘Ona istinaden aklıma geldi de bak senin için işine yarayabilir.’ diyip bana oradan gördüğü bir şeyi atarsa falan ‘he tamam demek ki ben de aklına kazınmışım bir noktada’ derim (Katılımcı 8, GE Düşük).

Güveninin zamanla artmasına ilişkin en önemli kriterini ‘‘Aramızda konuştuklarımız başka yerlere gidiyor mu? Başka birinden duyuyor muyum?’’ sözleriyle açıklayan Katılımcı 10, en başta güvenmediği için zaten çok detaylı bilgi vermeyerek bir karşısındaki kişiyi test ettiğini anlatmıştır.

4.2.4.2. BAİ’de Güvenin Göstergeleri

BAİ’de güvenin göstergelerine yönelik; 1) Kendini Açma, 2) Sürdürülebilir İletişim, 3) Yardımlaşma ve İlgililik olmak üzere toplamda üç tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema on bir katılımcı ile ‘‘Kendini Açma’’ olmuştur. ‘‘Sürdürülebilir İletişim’’ teması ise beş katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Üç katılımcı tarafından vurgulanan tema ise ‘‘Yardımlaşma ve İlgililik’’ temasıdır.

Tablo 34: BAİ’de Güvenin Göstergeleri

1. Kendini Açma	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
a. Kişisel Bilgilerin Paylaşılması	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)
	Katılımcı 8 (GE Düşük)
	Katılımcı 9 (GE Düşük)
	Katılımcı 10 (GE Düşük)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 11
2. Sürdürülebilir İletişim	Katılımcı 7 (GE Yüksek)
a. Samimiyet ve Yakınlık Derecesi	Katılımcı 8 (GE Düşük)
b. Sözsüz İletişim İpuçları	Katılımcı 10 (GE Düşük)
	Katılımcı 11 (GE Düşük)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Toplam 5
3. Yardımlaşma ve İlgililik	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	Toplam 3

Kişisel bilgileri paylaşma derecesiyle güvenme derecesinin doğru orantılı olduğunu anlatan Katılımcı 3’ün söyledikleri doğrudan ‘‘Kendini Açma’’ teması kapsamına girmiştir:

Mesela birisi bana güvenmese kendi özel hayatıyla ilgili olan şeyleri paylaşmaz gibi düşünebilir. Mesela ben güvenmediğim biriyle özel hayatımla ilgili bilgileri paylaşmam. Ya da telefon numaramı da paylaşmam. O kişi bana telefon numarasını atıyorsa güveniyor demek ki (Katılımcı 3, GE Yüksek).

BAİ’de güvenin göstergeleri başlığı altında; ‘‘O gün başından kötü bir şey geçtiyse veya kendini kötü hissediyorsa ve bunu bana anlatıyorsa’’ diyen Katılımcı 5’in

bu sözleri “Kendini Açma” teması kapsamında işlenmiştir. Benzer bir şekilde, Katılımcı 1 de “Eğer ben onunla sırrımı paylaşıyorsam ya da bir bilgimi, yani benle alakalı bir şeyi paylaşıyorsam mutlaka güveniyordur.” diyerek “Kendini Açma” temasına bir başka örnek olmuştur. Katılımcı 7’nin şu sözleri de “Kendini Açma” teması ile paralellik göstermektedir:

Ek olarak, Katılımcı 1 “karşısındakinin sana güvendiğini nasıl anlarsın?” şeklindeki soruya ise şu cevabı vermiştir:

Benden yardım istiyorsa bir kişi bana güveniyordur. Sırrını paylaşıyorsa benimle yine bana güveniyordur. Kendisi ve ailesi ile alakalı bilgiler veriyorsa yine bana güveniyordur (Katılımcı 1, GE Yüksek).

Katılımcı 1’in bu sözleri ise “Yardımlaşma” teması çerçevesinde kodlanmıştır. Benzer bir şekilde Katılımcı 6’nın “Mesela bir işi vardır yapılması gereken. Belki de önemlidir. O işini başkasına değil bana söylüyorsa veya bir sırrını başkasına değil bana açıyorsa bana güveniyordur.” şeklindeki sözleri de “Yardımlaşma” ve “Kendini Açma” temaları kapsamına girmektedir.

“Bir dertleşme aşamasına geçmişsek, bana derdini anlatabiliyorsa” diyen Katılımcı 2 de bu soruya “Kendini Açma” teması çerçevesinde cevap vermiştir. Katılımcı 8 de “Kendini Açma” temasına katkı sağlamıştır. Katılımcı 8 bu konuda hakkında ayrıca şunları söylemiştir:

Çünkü arkadaş ortamında herkes gülüyor, eğleniyor. Ama ondan o benle şey yapıyorsa özelden gelip yazıyorsa veya bana birebir denk gelip bir şey anlatıyorsa, o ortamda biz bakışlarımızla iletişim kurabiliyorsak anlarım güvendiğini (Katılımcı 8, GE Düşük).

Katılımcı 9; “sormadığım halde kendisi hakkında bilgiler veriyorsa bana güvenmiştir.” demiştir. Katılımcı 9’un bu sözleri “Kendini Açma” temasına işlenmiştir. Bu soru kapsamında sır paylaşma ve kendini açmanın birer güven göstergesi olduğunu söyleyen Katılımcı 10, aynı zamanda bir kişiye güvendiğinde “Daha sıcak kanlı ve samimi” davranırım demesi ise “Samimiyet ve Yakınlık Derecesi” teması kapsamında ele alınmıştır.

Güvenmediği bir insanla iletişim kurmayı reddettiği ya da güvenmezse iletişimi keseceği içim bir kişiyle iletişimi sürdürmeyi güvenin göstergesi olarak gören Katılımcı 11 bu konu hakkında şunları söylemiştir:

Güvendiğim insanlarla iletişim kurmaya devam ederim zaten. Yani o iletişimimiz aksamaz iletişim kurmaya devam ederim. Bu ona güvendiğim anlamına gelir. Aynı şekilde karşımdaki insan benimle iletişim kurmaya devam ettiğinde ve işte benimle bir şeyler paylaştığını anladığımda onun da bana güvendiğini düşünürüm (Katılımcı 11, GE Düşük).

Başlangıçtaki güven seviyesinin oldukça düşük olduğunu anlatan Katılımcı 12 BAİ'de bir kişiye güvenmesinin oldukça zaman aldığını anlatarak güvenmeye başladıktan sonra kendini açmaya başlayabileceğini söylemiştir. Bu sözünden hareketle onun için kendini açmanın bir güven göstergesi olduğu çıkarımı yapılmıştır: “Güvenmeye başladıktan sonra şuan en yakın arkadaşlarıma nasıl davranıyorsam ona da öyle davranmaya başlarım. Yani daha yakın ve kendimi daha fazla açabileceğim tarzda”.

Katılımcı 13 “karşımdaki insanın sana güvendiğini nasıl anlarsın?” şeklinde yöneltilen soruya “Birinin bana güvenmesini istemem ilk başta” diyerek cevap vermiştir: “Birinin bana güvenmesinin sorumluluk almak olduğunu düşünüyorum.” Kimseyi aldatmayacağını ve aslında güvenilir bir insan olduğunu beyan eden Katılımcı 13, herkese dürüst yaklaştığını söylemiştir.

Kendisiyle ilgili bilgileri paylaşma seviyesi ile güveninin doğru orantılı olan Katılımcı 14 karşımdaki kişiye ne kadar güvendiğini “paylaştığı bilgiye göre” anladığını söylemiştir. Onun bu görüşleri güven kriterleri “kendini açma” teması kapsamında işlenmiştir.

4.2.4.3. BAİ'de Güvenin Hissettirdikleri

BAİ'de güvenin hissettirdiklerine yönelik; 1) Mutluluk ve Rahatlık, 2) Güven Eğilimi Sarmalı, 3) Derin ve Anlamli Bağlar, 4) Pişmanlık, 5) Huzursuzluk 6) Alışkanlık olmak üzere toplamda altı tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema üç katılımcı ile “Mutluluk ve Rahatlık” olmuştur. “Güven Eğilimi Sarmalı” teması ve diğer temalar ise birer katılımcı tarafından dile getirilmiştir.

Tablo 35: BAİ’de Güvenin Hissettirdikleri

1. Mutluluk ve Rahatlık	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	3
2. Güven Eğilimi Sarmalı	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
a. Pekiştirme	Toplam	1
3. Derin ve Anlamlı Bağlar	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
4. Pişmanlık	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
5. Huzursuzluk	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
6. Alışkanlık	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Toplam	1

BAİ’de bir kişiye güvenmenin hissettirdikleri konusundaki en önemli çıkarım Katılımcı 7’nin sözlerinden yapılmıştır:

İnsan sosyal medya aracılığıyla karşısındaki insana mimik, konuşma, ses tonu duygu iletişimi olmadan karşıya kendini güvendirilebilirdiye bu ne güzel bir şeydir. Kendini kanıtlayabiliyorsun o zaman sosyal medyada bile (Katılımcı 7, GE Yüksek).

“Güven Eğilimi Sarmalı” ve “Pekiştirme” olarak temalaştırılan Katılımcı 7’nin bu sözlerine göre; her ne kadar literatürde iletişimdeki ipuçları eksik olduğu için BAİ eleştirilse de, BAİ’deki bu eksiklik kimi insanlar için güven açısından önemli bir “pekiştireç” olarak işlev görmektedir. Şöyle ki; BAİ’de, yüz yüze etkileşimin sağladığı mimik, ses tonu ve diğer duygu iletişimi ipuçlarının olmamasına rağmen birine güvenmek veya birileri tarafından güvenilir bulunmak, bireyler için önemli bir başarı ve memnuniyet kaynağı olarak görülmektedir. “Güven Eğilimi Sarmalı” şeklinde nitelendirilebilecek bu durum, kişilerde iletişim ipuçlarına rağmen güvenilmesinin gerçekten de çok güvenilir bir insan olduğu duygusunun oluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla Katılımcı 7’nin bu

sözleri BAİ’de karşılıklı güvenin oluşumunun bireyler için nasıl bir anlam taşıdığını ve bu sürecin duygusal etkilerini açıkça ortaya koymaktadır.

Sosyal medya aracılığıyla güven oluşturma, bireyler için bir gurur kaynağı olması, kişinin kendi içsel güvenilirliğine ve iletişim becerilerine olan inancını güçlendirmektedir. Karşı tarafın iletişim ipuçları olmadan güven göstermesi, bireyin kendi sosyal becerilerini ve güvenilirliğini kanıtlama başarısını simgelemektedir. Bu durum, bireyin "Ben gerçekten güvenilirim, ipuçları olmadan bile güvenildim" şeklinde bir içsel değerlendirme yapmasına yol açmaktadır.

Dahası, birine sosyal medya üzerinden, geleneksel iletişim ipuçları olmaksızın güvenebilmek, karar verme yeteneğinin ve kişisel yargıların doğruluğuna dair bir memnuniyet duygusu yaratabilir. Çünkü bu tür bir güven, "Bu kişi gerçekten güvenilirmiş, ben bu kişiye sosyal medyada herhangi bir ipucu olmadan bile güvenebildim" şeklinde bir algıyı beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak, Katılımcı 7’nin bu ifadeleri, BAİ’de güven oluşturma ve güvenilir olmanın, bireysel özdeğerlendirme ve sosyal algılar için önemli olduğunu göstermektedir. Bu süreç, yüz yüze iletişimde olduğu gibi, çevrimiçi iletişimde de karmaşık ve çok boyutlu olup, bireylerin kendi kendilerine ve diğerlerine olan güvenlerini şekillendirebilir. Çünkü bu durum, çevrimiçi güven oluşturma sürecinin yalnızca teknik ve bilgi temelli faktörlerle değil, aynı zamanda bireysel ve duygusal faktörlerle de yakından ilişkili olduğunu gözler önüne sermektedir.

BAİ’de Güvenin Hissettirdikleri sorusuna Katılımcı 5, "Yeni bir arkadaş edinmiş gibi hissederim. Çünkü benim ilgi alanlarımla ilgilenen ya da benim sohbetimden keyif alan birisiyle tanışmışım ve gayet ilerliyor bu." şeklinde bir cevap vermiştir. Lise dönemlerinde birbirini hiç tanımayan insanlarla whatsapp gruplarında bir araya geldiklerini anlatan Katılımcı 5, bu sayede ortak ilgi alanları doğrultusunda çok güzel arkadaşlıklar kurduğunun altını çizerek "Şuanda çok samimi bir arkadaşım, çok sevdiğim bir arkadaşım. Oradan tanıdım." ifadeleriyle sözlerini noktalamıştır.

Katılımcı 4 güven duygusunun içini dökmeyi tetiklediğini söyleyerek, anonimliğin de verdiği rahatlık sayesinde bir tür "günah çıkarma" deneyimi yaşadığını söylemiştir. Katılımcı 4’ün bu soruya vermiş olduğu yanıt aynı zaman BAİ’nin farkları kapsamında "Anonimlik" başlığı altına yazılmıştır. Katılımcı 4 "Mesela 4 yıllık bir

arkadaşımı düşünüyüm. Belki onunla bile paylaşırken şüpheye düşeceğim şeyleri BAİ’de daha rahat anlatabilirim çünkü karşımdakini tanımıyorum.” şeklinde bir örnek vermiştir.

Öte yandan, güven eğilimi yüksek olan katılımcılar bu soruya genellikle “nötr” şeklinde cevap vermişlerdir. Bir başka değişle güvenmek onlar için gayet olağan bir durum olduğu için güven eğilimi yüksek kişileri güvenme davranışı genelde özel ve farklı hislere kapılmasına neden olmamaktadır. Ancak güven eğilimi düşük katılımcılar için aynı durum söz konusu değildir: Örneğin, Katılımcı 9’un güvenin hissettirdiklerine ilişkin soruya yanıtı tam olarak şudur: “Ben ne yapıyorum ya! derim.”.

Öte yandan, bir kişiye güvenmeye başladığında artık kendini daha rahat hissederek daha açık konuşmaya başladığını anlatan Katılımcı 10’un bu sözleri “Rahatlık” olarak kodlanmıştır. Benzer bir şekilde Katılımcı 11’in söyledikleri de “Rahatlık” teması kapsamında değerlendirilmiş olup Katılımcı 11 şunları söylemiştir:

Ya o güven duygusunu oluşturduğumda aslında kendimi güvenli bir alanda hissediyorum aslında. Yani böyle tedirginlikten ziyade, kendi odanızda bir rahatlığınız vardır ya böyle kendinizi rahat hissedersiniz, çok rahat hissedersiniz, telaşsız hissedersiniz. Aslında ona benzer bir güvenli alan duygusu hissediyorum. Daha çok böyle arınmış, anksiyete olmadan, daha böyle sakin, emin bir iletişim kurduğumu hissediyorum (Katılımcı 11, GE Düşük).

Görüldüğü üzere insanlar güven eğilimleri düşük olmasına rağmen güvenmeyi de istiyor olabilirler. Güvensizlik duygusu insanlar açısından yorucu bir hissiyat olabilir. Sonuçta güvenin kazanımları varken güvensizliğin de kaybettirdikleri bulunmaktadır.

4.2.5. BAİ’de Kişi, Bilgi ve Teknolojiye Güven

4.2.5.1. BAİ’de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği

BAİ’de kişi ve kaynak güvenilirliğine yönelik; 1) Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik), 2) İletişim Tarzı, 3) Ortak Değerler, Görüşler ve Durumlar, 4) İyilik (İyi Niyet), 5) Tutarlılık, 6) Karşılıklılık, 7) Yakınlık Derecesi, 8) Referanslar, 9) Tarafsızlık, 10) İtibar, 11) Güvenilenin Çıkarları ve Caydırıcılık, 12) Anonimlik, 13) Sempati, 14) Toplumsal Roller, 15) Dürüstlük olmak üzere toplamda on beş tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema on katılımcı ile

“Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik)” olmuştur. “İletişim Tarzı” teması ise sekiz katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Yedişer katılımcı tarafından vurgulanan temalar ise “Ortak Değerler, Görüşler ve Durumlar” ile “İyilik (İyi Niyet)” temalarıdır. “Tutarlılık” ve “Karşılılık” temalarını ise dörder katılımcı kodlamıştır. “Yakınlık Derecesi” üç, “Referanslar” ve “Tarafsızlık” temaları ikişer kişi tarafından kodlanırken geriye kalan temalar birer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 36: BAİ’de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği

1. Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik) a. Bilgililik b. Fikirler ve Zeka	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		10
2. İletişim Tarzı a. Resmiyet b. Samimiyet	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		8
3. Ortak Değerler, Görüşler ve Durumlar a. Ortak İlgi Alanları b. Ortak Durumlar c. Ortak Davranışlar	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	

	Katılımcı 10 (GE Düşük) Katılımcı 12 (GE Düşük) Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	7
4. İyilik (İyi Niyet)	Katılımcı 3 (GE Yüksek) Katılımcı 6 (GE Yüksek) Katılımcı 7 (GE Yüksek) Katılımcı 8 (GE Düşük) Katılımcı 9 (GE Düşük) Katılımcı 11 (GE Düşük) Katılımcı 14 (GE Düşük)	
a. İyiliğini Düşünmek		
b. Yardımseverlik		
c. Hoşgörü		
	Toplam	7
5. Tutarlılık	Katılımcı 5 (GE Yüksek) Katılımcı 6 (GE Yüksek) Katılımcı 10 (GE Yüksek) Katılımcı 12 (GE Yüksek)	
	Toplam	4
6. Karşılıklılık	Katılımcı 2 (GE Yüksek) Katılımcı 5 (GE Yüksek) Katılımcı 6 (GE Yüksek) Katılımcı 10 (GE Düşük)	
a. Empati		
	Toplam	4
7. Yakınlık Derecesi	Katılımcı 3 (GE Yüksek) Katılımcı 8 (GE Düşük) Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Toplam	3
8. Referanslar	Katılımcı 6 (GE Yüksek) Katılımcı 9 (GE Düşük)	
a. Yorumlar		
	Toplam	2
9. Tarafsızlık	Katılımcı 2 (GE Yüksek) Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	2
10. İtibar	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	

	Toplam	1
11. Güvenilenin Çıkarları ve Caydırıcılık	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
12. Anonimlik	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
13. Sempati	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
14. Toplumsal Roller	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
a. Mesleki Kimlik	Toplam	1
15. Dürüstlük	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
a. Açık sözlülük	Toplam	1

Katılımcı 6 güven eğilimi yüksek olmasına rağmen; kişilerin taraflı olduğunu düşünmesi sebebiyle, onun görüşlerinin öncelikli olarak irdelenmesi BAİ'de kişi ve kaynak güvenilirliği olgusunu daha iyi anlamak ve bu konuya daha derinden bir giriş yapmak için önem arz etmektedir. Katılımcı 6 kişilerin taraflı olmasıyla ilgili görüşlerini şu cümlelerle ifade etmiştir:

Ben birçok farklı haber sitesini takip ediyorum. İnternet ortamındaki siteler genelde taraflı oluyor. Birçok taraflı haber sitesini takip ettiğim için ve hepsini şöyle hızlıca süzgeçten geçirdiğim zaman aşağı yukarı doğruyu bulabiliyorum (Katılımcı 6, GE Yüksek).

İnsanların yaptıkları paylaşımlarda aslında mutlaka bir yan anlam ya da verdikleri mesajlarda mutlaka bir gizli amaç olduğunu ifade eden Katılımcı 6 sözlerine şöyle devam etmiştir:

Bildiğiniz üzere insan hiçbir zaman tarafsız değildir. Her zaman bir tarafı vardır. Sadece bunu belli eder veya etmez. Sosyal medyada fenomen dediğimiz kişilerin hayat görüşlerini onları takip eden herkes aşağı yukarı bilir. Bunun üstüne ben gittiğim zaman onun ne demeye çalıştığını veya hangi tarafı baskılamaya çalıştığını görebiliyorum (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Güven eğilimi yüksek olmasına rağmen Katılımcı 6 buraya kadar verdiği cevaplarda insanların taraflı olduğunu düşünmesi ve şüpheli yaklaşımları dolayısıyla güven eğiliminin gerçekten yüksek olup olmadığını ve yüksekse bu durumun nelerden

kaynaklandığını sorgulatmıştır. Bunun üzerine güven eğiliminin yüksek olduğunu ifade eden Katılımcı 6 şunları söylemiştir:

Güveniyorum. Çünkü dediğim gibi şunu da gözleyebiliyorum. Kolay kolay kimse özellikle yalan haber üretmemeye çalışıyor. Daha doğrusu rezil olmak diye bir şey var. Yalan söylerse nasılsa ortaya çıkıyor ve çok büyük bir dalga konusu olabiliyor. Aynı zamanda güven yıkıcı oluyor. Sosyal medya siteleri veya şahsiyetler de olabildiğince kendi açılarından sunmaya çalışsalar da o ana konuyu pek yıpratmıyorlar (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Öncelikle Katılımcı 6'nın "yalan söylerse nasılsa ortaya çıkıyor" ifadesi BAI hakkındaki görüşler başlığında "Açığa Çıkma" olarak işlenmiştir. Katılımcı 6'nın bu söylediklerinden "İtibar" çıkarımı yapılarak "BAI'de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği" başlığı altında belirlenen bir tema olmuştur. Ayrıca, Katılımcı 6'nın güven eğiliminin yüksek olmasının gerekçesinin; herkesin bir itibarı olması ve bu itibarı korumak istediklerinden kaynaklı yalan söylenmekten kaçınacaklarını düşünmesi olduğu açığa çıkarılmıştır. Ayrıca, kişilerin tarafsız olmadığı düşüncesinin bile güven eğilimini etkilememesi güven eğilimi olgusunun ne kadar güçlü bir belirleyici olduğuna işaret etmektedir.

Aslında bu düşünce yapısı, Hardin'in (The Street-Level Epistemology of Trust, 1992) Kapsülleştirilmiş (Kapalı) Çıkar Teorisi'ndeki öğretileri ile örtüşmektedir. Bu teoriye göre güvenilen kişi güveni yerine getirmemenin kaybettireceklerinden çekindiği için ya da güveni karşılama neticesinde elde edeceği çıkarlar güveni karşılamama neticesinde elde edeceği çıkarlara göre daha ağır bastığı için dürüst davranmaktadır. Katılımcı 6'nın anlattıkları da tam olarak bu kapıya çıkmaktadır. Benzer bir şekilde Shapiro, Sheppard ve Cheraskin'in de (Business on a Handshake, 1992) güvenilen kişi güveni karşılamazsa olacaklardan çekindiği için güveni karşılar ve sözünün arkasında durmamanın olumsuz sonuçlarından kaçınır şeklinde ifade ettiği "Caydırıcılık" kavramı bu durumu izah etmektedir. Literatürdeki bu öğretilerden hareketle Katılımcı 6'nın anlattıklarından "Güvenilenin Çıkarları ve Caydırıcılık" teması oluşturulmuştur.

Katılımcı 6'nın konuya ilişkin diğer açıklamaları ise "BAI'de Kişi ve Kaynak Güvenilirliği"ne "Tutarlılık" ve "Yorumlar" temalarının işlenmesini sağlamıştır:

Bazı siteler var mesela, bir post atıyor. Birkaç saat sonra onu silerek farklı bir post atıyor. Bu gelen yorumlarla ilgili bir durum. Ben özellikle yorumlara çok

değer veririm. Yorumlara baktığım zaman insanlar hayır bu böyle değildi, siz kırıpıyorsunuz veya siz belli bir tarafa yönelmeye çalışıyorsunuz gibi yorumlar geldiğini düşündükleri için kolay kolay bu işlere girmiyorlar (Katılımcı 6, GE Yüksek).

“Tutarlılık” literatürde de “güvenilenin özellikleri” çerçevesinde sıklıkla ele alınan bir konu olmuştur. Örneğin, Butler ve Cantrell’den (1984) aktaran Hosmer’in (1995) ileri sürdüğü güvenin beş ana bileşeni arasına “Tutarlılık” kavramı da yer almaktadır. Diğer dört bileşen ise; bütünlük, yetkinlik, sadakat ve açıklıktır.

Benzer bir şekilde “yorumlar” teması da BAİ literatüründe sıklıkla değinilen bir konudur. Üçüncü taraf bilgilendirmeleri başlığı altında ele alınan bu olgu kapsamında; diğer insanların veya kurumların deneyimleri ve değerlendirmeleri, bir kişiye veya kuruma olan güveni şekillendirebilmektedir (Wu, Hu, & Wu, 2010,; Riegelsberger, Sasse, & McCarthy, 2003). Aynı zamanda Svare, Gausdal ve Möllering’in (2020) diğerlerinden güvenilen kişi hakkında alınan olumlu “referanslar” şeklindeki açıklamalarıyla da örtüşmektedir.

Katılımcı 6’nın tarafsızlık hakkındaki görüşlerine paralel bir şekilde bir kişinin taraf tutup tutmadığına baktığını anlatan Katılımcı 2’nin hangi taraftan olursa olsun bir kişinin mesajlarında taraf tuttuğunu görürse o kişiye güvenmediğine ilişkin ifadeleri de “Tarafsızlık” teması kapsamında ele alınmıştır.

“Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik)” teması kapsamında görüşlerini paylaşan katılımcılardan bir diğeri de “Bana göre en ağırlıklı olarak kültürel yetkinlik. Yani bana bir şey aktarabilme potansiyeline bakıyorum” diyen Katılımcı 4’tür. Hatta Katılımcı 4’ün güven olgusu kapsamındaki görüşlerinin ana fikrinin “Yetkinlik” olduğu söylenebilir.

Katılımcı 5 de aslında bu soruya ilk izlenimler sorusunda cevap vermiş olup başta “Fikirler” olmak üzere “Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik)”, “Tutarlılık” ve “Karşılıklılık” temalarının bu başlık altında yazılmasını sağlamıştır. Ancak, röportajın olağan akışı doğrultusunda sıra bu soruya geldiğinde soru bir kez daha hatırlatılıp eklemek istediği bir husus olup olmadığı sorgulandığında Katılımcı 5; bir kez daha kendisi için asıl önemli olanın sadece fikirler olduğunu vurgulamıştır. Katılımcı 5’in “Fikirler” teması hakkındaki görüşleri İlk İzlenimler başlığı altında kapsamlıca ele alınmıştır. En önemlisi de Katılımcı 5, BAİ ile yüz yüze iletişim arasındaki farklar başlığı

altında anonimliği güven arttırıcı bir unsur olarak anlatması dolayısıyla kişi ve kaynak güvenilirliğine “Anonimlik” teması eklenmiştir.

Katılımcı 1’in BAİ’de karşısındaki kişiye güvenmesini etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri şu şekildedir:

Yardımseverlik olabilir. Eğer güvenme konusunda şey olacaksa. Yardıma açık biri. Mesela eğer benim bir durumum olduğunda karşıdaki kişinin geleceğini anlayabilirsem bu benim güvenmeme sebep oluyor (Katılımcı 1, GE Yüksek).

Katılımcı 1’in bu sözleri doğrudan “İyilik/İyi Niyet” teması altına “yardımseverlik” olarak işlenmiştir. Katılımcı 1’in, BAİ’de karşı tarafın yardımseverliğinin güven oluşturmada önemli bir etken olduğuna dair görüşleri, literatürdeki çeşitli araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Özellikle, Mayer, Davis ve Schoorman’ın (1995) ve diğer araştırmacıların (Lewicki, Tomlinson, & Gillespie, 2006; Kramer, 1999; Svare, Gausdal, & Möllering, 2020; Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer, 1998) güven modeli ve iyilik kavramı üzerine yaptıkları çalışmalar, Katılımcı 1’in deneyimlerini destekler niteliktedir.

Bu araştırmalar, güvenin bir kişinin karakteristik özellikleri ve davranışlarına dayalı olduğunu ve iyilik, güvenilirlik ve bütünlük gibi faktörlerin güven oluşturulmasında kritik rol oynadığını vurgulamışlardır. Özellikle, iyilik kavramı, güvenilen kişinin başkalarının ihtiyaçlarına ve çıkarlarına duyarlı olması ve iyi niyetle hareket etmesi olarak tanımlanmıştır. Bu çerçevede, bir kişinin yardımsever olması ve başkalarına yönelik olumlu niyetler taşıması, güven oluşturma sürecinde önemli bir etken olarak kabul edilmektedir.

Katılımcı 1’in ifadeleri, BAİ ortamında, karşı tarafın yardımseverliğine ve samimi davranışlarına dayalı olarak güven oluşturma mümkün olduğunu göstermektedir. Bu durum, özellikle online ortamlarda, fiziksel ipuçlarının ve yüz yüze etkileşimin eksikliğine rağmen, kişilerin davranışları ve iletişim tarzlarına dayalı güven ilişkilerinin geliştirilebileceğini işaret etmektedir. Ayrıca, bu durum, daha önce de bahsedildiği gibi; çevrimiçi ortamlarda güven oluşturma sadece teknik güvenlik önlemleriyle değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal faktörlerle de yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Katılımcı 3, BAİ’de yeni tanıştığı bir kişiyle mesajlaşma aşamasına geldiğinde karşısındaki kişinin “İletişim Tarzı”na dikkat ettiğini söylemiştir:

Mesajlaşmada bile bir insanın tavrını anlayabiliyoruz. O kişi böyle çok lay lay lom konuşuyorsa o kişiye çok güvenli yaklaşmazsın gibi ama böyle daha bilgili, sana bir şeyler katabilecek birisiyse daha güvenilir gibi bence (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Benzer bir şekilde, ‘‘İlk konuşmamızda kesinlikle sen/ben diye seslenmemeli. İlk başta resmi başlamalı.’’ diyen Katılımcı 2 de BAİ’de güven inşa etmesini sağlayan karşısında kişinin özelliklerine ilişkin şunları söylemiştir: ‘‘Kendini ifade ediş biçimi, duruşu, samimiyet seviyesi.’’. Katılımcı 2’nin bu görüşleri de ‘‘İletişim Tarzı’’ teması kapsamında ele alınmıştır.

‘‘Ortak Değerler ve Görüşler’’ teması kapsamında Discord’ta ortak ilgi alanlarına sahip kişilerle ortak gruplarda bulunduğu örneğini anlatan Katılımcı 4 bu gruplarda hissettiği güven duygusunu şu şekilde kelimelere dökmüştür:

Öyle bir ortama dahil olurken kendimizi de bildiğimiz için beklentimiz ortamda yer alan insanların da benzer şeyleri benimsediğini düşünüyoruz. %70-80 de zaten benzer çıkıyor. O yüzden aslında bir nevi onlarda kendimizi de buluyoruz. O yüzden güven inşa etmek çok daha hızlı geliyor, sıradan bir insana nazaran. Çünkü oralarda bulunma nedenimiz de o. Başka insanlarda biraz kendimizi bulmak... (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4 aynı zamanda ‘‘üslup ve konuşma tarzına’’ da dikkat ettiğini söylemiştir.

Güven eğilimi düşük olan Katılımcı 8 BAİ’ye karşı duyduğu güvensizlik duyduğu için teyit alışkanlıklarının çok geliştiğini ve BAİ’de bir kişiden aldığı bilgiyle asla yetinmediğini başka kaynaklardan araştırmaya devam ettiğini anlatmıştır. ‘‘Bana en makul olanına ya da sorunuma hangi cevap sorunuma uyuyorsa, halledebiliyorsa ona güvenirim’’ diyen Katılımcı 8 sağlık konusunda danışma üzerinden bir örnek vermiştir. Sosyal medyada böyle bir konuda birilerine danışması gerekirse bir kişiye yazmakla yetinmeyeceğini birkaç kişiye mutlaka yazacağını anlatmıştır. Aynı zamanda internet ortamlarında farklı kaynaklardan da bilgi araştırdığını söyleyen Katılımcı 8 hatta internetteki bilgilerle asla yetinmeyip en sonunda kesinlikle doktora da gideceğini söylemiştir:

Hasta oldum diyelim, internetten bir sürü sitelerden araştırıyorum, bu neymiş? Tanıdıklarına soruyorum bu sende olmuş muydu? Ertesi gün doktora

gittiğimde ise ben bunu okudum doğru mu? Yani bu dediğiniz buna mı çıkıyor diye sorguluyorum (Katılımcı 8, GE Düşük).

Güvensizliğin ikna ve tatmin olma süreçlerini de olumsuz etkilediğini ispatlayan Katılımcı 8'in bütün bu anlattıkları üzerine en azından doktora güvenip güvenmediği merak uyandırmıştır. Doktora güvendiğini söyleyen Katılımcı 8 bu güvenin gerekçesini esprili bir dille şöyle açıklamıştır: "Artık okumuş etmiş adam!". Katılımcı 8'in bu sözü kişi/kaynak güvenilirliği başlığı altında "Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik)" teması kapsamında işlenmiştir. Katılımcı 8'in "en makul olanına güvenirim" şeklindeki ifadesi ise BAİ'de Bilgi Güvenilirliği başlığı altında "Mantıksal Bütünlük" kapsamında "Tutarlılık" temasına işlenmiştir.

Katılımcı 8 sözlerinin devamında bilgiye güven kapsamında "Mantıksal Bütünlüğü" ispatlar nitelikte şunları söylemiştir: "Ama şey böyle haklı olsa bile benim aklıma yatmıyorsa bu doktor da biraz şey sanki yaparım." Katılımcı 8'in bu ifadeleri, güven eğilimi düşük olan bireylerin bilgiye yaklaşımını ve kendi doğruluk algılarının hakikate nasıl etki ettiğini açıkça gözler önüne sermektedir. Katılımcı 8'in, bir bilginin veya iddianın doğru olmasına rağmen kendi düşünce yapısına uymadığı durumlarda bunu reddetme eğiliminde olması, güven eğilimi düşük bireylerin bilgiyi değerlendirme sürecindeki subjektif yargıları olduğu ispatlamaktadır.

Bu durum, bireylerin bilgiyi kabul etme veya reddetme süreçlerinde, özellikle güven eğilimi düşük olanların, sadece bilginin objektif doğruluğuna değil, aynı zamanda kendi öznel inanç ve düşüncelerine de dayandıklarını göstermektedir. Katılımcı 8'in bir bilginin kendi düşünce yapısına uygun olmaması durumunda, o bilginin gerçekliğini sorgulama veya reddetme eğilimi olması güven eğilimi düşük bireylerin, bilgiyi değerlendirirken daha şüpheci ve eleştirel olabileceğini, hatta bazen objektif gerçeklerin ötesinde kendi subjektif algılarına göre karar verebileceğini göstermektedir. Bu durum, BAİ'de de karşılaşılan bilgilerin değerlendirilmesinde bireylerin kişisel güven eğilimlerinin ve düşünce yapısının bilgilerin gerçekten doğru olup olmadığından başka bir ifadeyle hakikatin ta kendisinden çok daha etkili olduğunu açığa çıkarmaktadır. Çünkü güven eğilimi düşük bireyler için, bilginin doğruluğundan ziyade, bu bilginin kendi iç dünyaları ve düşünce yapıları ile uyumlu olup olmaması, kabul veya reddetme

kararlarında belirleyici olabilir. Bu husus bu çalışmanın yola çıkarken ortaya koyduğu araştırma sorularının haklılığını ispatlar niteliktedir.

“Ben karşımdaki kişiyle ilk tanıştığımda sizli bizli konuşurum ve onun da bana böyle yaklaşmasını isterim” diyen Katılımcı 8’in bu sözleri “İletişim Tarzı” teması kapsamında kodlanmıştır. Katılımcı 8 ayrıca sözlerine şu ifadeleri eklemiştir: “Sohbet de akıyorsa ve düşüncelerimiz birbirine uyuyorsa falan oradaki resmi dil bir tık konuşma diline dönmüş oluyor. O bana güven sağlıyor.” Katılımcı 8’in “düşüncelerin uyumu” şeklinde ifade ettiği görüşleri “Ortak Değerler ve Görüşler” teması altına kodlanmıştır.

BAİ’de iletişim tarzının, karşılıklı güven oluşturma sürecinde önemli bir rol oynadığını gösteren Katılımcı 8’in yukarıdaki ifadeleri, ona göre online etkileşimlerde güven oluşturma’nın kişisel sınırlar ve saygı temelinde başladığı anlamına gelmektedir. Ancak, sohbetin olağan akışı çerçevesinde, iletişim tarzının daha samimi ve rahat bir konuşma diline dönüşmesinin karşılıklı güvenin gelişmesini sağlayan bir faktör olarak görüldüğü gözlemlenmiştir. Demek oluyor ki Katılımcı 8’e göre resmi ve samimi bir dil arasında bir denge vardır ve aradaki geçişi sağlayan bir çizgi mevcuttur. Bu çizgiye itimat etmek ve sınırları aşmadan geçişi sağlamak güveni inşa etme yolunda kritik bir adımdır. Bu durum BAİ’de ilişkilerin gelişiminin, sadece sözcüklerle değil, aynı zamanda iletişim tarzının zaman içindeki değişimi ve adaptasyonu ile ilgili olduğunu göstermektedir.

Aynı zamanda “zeka benim için çok önemli” diyen Katılımcı 8, karşındaki kişinin zeki ve bilgili olmasına verdiği değeri “Mesajlaşırken bana Google’u açtırsın bir noktada yani bana bir şeyler katsın.” sözleriyle açıklamıştır. Katılımcı 8’in bu sözleri de Yetenek/Yetkinlik teması altına kodlanmıştır.

Mesajın içeriği kapsamında soruyu yanıtlarken bir bölümde mesajın yakın arkadaşından gelmesinin mesaja güveni üzerinde etkili olacağını anlatan Katılımcı 8’in bu sözleri de “Yakınlık Derecesi” teması kapsamında ele alınmıştır: “Çünkü zaten hani düşünce yapılarımız, dünya görüşümüz uyduğu için biz arkadaşız.”. Katılımcı 8’in bu sözleri de yine “Ortak Değerler ve Görüşler” kapsamına girmektedir.

“‘Şu hesaba dikkat et’ en basitinden ‘Şu kişi bana güven vermedi’ falan, yani yine de kendim de bir doğrulamak isterim ama aklımda bulunur” diyerek karşındaki kişinin kendisinin iyiliğini düşünerek kendisi uyarmasının güven algılarını etkilediğini beyan eden Katılımcı 8’in bu sözleri “İyilik (İyi Niyet)” teması kapsamında kodlanmıştır.

Kişi güven kapsamında bir sempozyum kapsamında sunum hazırlarken internet ortamlarında kişilere danışması üzerinden bir örnek veren Katılımcı 9 o kişileri o konuda uzman olmaları dolayısıyla seçtiğini anlatarak kişiye güven kapsamında “Yetenek (Uzmanlık/Yetkinlik)” temasının kodlanmasını sağlamıştır. Ancak, o kişileri seçerken sadece uzman olmalarının yeterli olmadığını ve hocalarına sorduğunu anlatan Katılımcı 7’in bu sözleri ise “Referanslar” kapsamında değerlendirilmiştir. Aynı zamanda her ne kadar bir kişinin “Art niyetli” olmasına ilişkin sözleri “Güveni Engelleyen Unsurlar” başlığı altında incelenmiş olsa da Katılımcı 9’un aynı zamanda bir kişinin “Niyetlerine” baktığı da görüşmüştür.

Kişilere güven kapsamında tanınmış gazetecilerden örnekler veren Katılımcı 10, güvendiği bağımsız gazetecilerin tarafsız olduğunu düşünmese de en azından hayat görüşlerine göre karar verdiğini anlatarak kendisiyle ortak görüşleri savunan kişilere daha fazla güvendiğini yansıtmıştır. Bu durum “Ortak Görüşler ve Değerler” teması kapsamında ele alınmıştır.

Daha kişilerarası bağlamda ve güveni arttıran unsurları da bir arada düşündüğünde ise Katılımcı 10 aynı zamanda bir kişiye güvenini “Bizim konuştuklarımızı farklı yerlere yayıyor mu, bana özel şeyler anlatıyor mu?” gibi sorulara yanıtlar arayarak belirlediğini anlatan Katılımcı 10’un bir kişinin sır tutmasını güveni arttıran bir unsur olarak görmesi ilgili başlık altına işlenirken, aynı zamanda bir kişinin özel şeyler anlatmasını güven göstergesi olarak görmesi yine ilgili başlığa “Kendini Açma” olarak işlenmiştir. Bir kişinin kendisine özelini açarken güvendiğini göstermesi neticesinde kendisinin de ona güvenmeye başlaması ise kişiye güven kapsamında “Karşılıklılık” teması ile ele alınabilir.

İnternette akademik araştırmalar yaptığını anlatan Katılımcı 11 bazen akademik konularda uzmanlara BAİ sayesinde danıştığını söylemesi üzerine bu durumda karşısındaki kişiye güvenmesini sağlayan kriterin ne olduğu sorulduğunda “Bilgili olması durumunda o kişiye güvenirim” şeklinde bir cevap vermiştir. Katılımcı 11’in bu görüşü Yetenek/Yetkinlik teması kapsamında değerlendirilmiştir.

Kişiye güven kapsamında “Konuşma Tarzı”nın önemli olduğunu söyleyen Katılımcı 12, konuşma tarzı kapsamında şunlara dikkat ettiğini anlatmıştır:

Öncelik olarak daha yeni tanıştıysam eğer çok fazla hani direkman arkadaşınla hani aralarda şakalar vesaire olur ya başlangıçta ona girilmemesi taraftarıyım. Biraz daha yakınlaştığımızda şaka boyutuna girilmesi daha yararlı. Ya da hani konuşması mesela ben mesela yazı diline çok dikkat ederim ‘yapıyor, ediyor’ tarzında yazan bir insanım. Bazıları böyle argomsu konuşunca rahatsız oluyorum. Hoş değil yani (Katılımcı 12, GE Düşük).

İlişkilerdeki güveni kişiye güvenden ziyade durumlara güven perspektifinden ele aldığını anlatan Katılımcı 13, karşısındaki kişinin niyetinden öte o kişinin içinde bulunduğu durumda kendisine zarar verip veremeyeceğini irdelediğini örneklerle açıklarken ‘‘kötülük yapan insanın yanında kötülük yaparım ki kendini benim yanımda rahat hissetsin’’ diyerek benzer görüş ve davranışlarla bulunan insanların birbirlerinin yanında kendilerini güvende hissetmeleri görüşünden hareketle ‘‘Ortak görüşler ve değerler’’ teması altına işlenmiştir. Söz konusu tema da bu vesileyle ‘‘Ortak görüşler, değerler ve durumlar’’ şeklinde değiştirilmiştir.

Katılımcı 13’ün vermiş olduğu yukarıdaki örnek üzerine kendisine ‘‘İkimizin de hacker olduğumuzu düşünürsek, bilgisayar üzerinde rahatlıkla iletişim kurabilir miyiz?’’ şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcı 13’ün verdiği örneğin böyle bir durumda geçerli olmayacağını kabul etmesi hem güvenin durumdan duruma göre değişen dinamik bir olgu olduğunu ispatlarken (dolayısıyla Katılımcı 13 ilgili başlıkta bu tema altına da kodlanmıştır) hem de Katılımcı 13’ün görüşlerinin aksine bir insanın karşısındaki insanın niyetleri ve ne kötülükler yapabileceğine dair potansiyelini bilmesi güveni daha da olumsuz yönde etkiliyor olabilir.

BAİ’de bir kişiye güvenilebilmek için ‘‘bir kere dürüst olmalı karşımdaki insan’’ diyen Katılımcı 14, aynı zamanda davranışlarına dikkat ettiğini anlatmıştır. Katılımcı 14’ün bu sözleri ‘‘Dürüstlük’’ ve ‘‘İletişim Tarzı’’ temaları kapsamında işlenmiştir. ‘‘Dürüstlük’’ çerçevesinde ‘‘Patavatsızlıkla dobralık arasındaki ince çizgiye dikkat ettiğini’’ söyleyen Katılımcı 14; ‘‘Bana açık sözlü olmalı ama patavatsız olmamalı.’’ demiştir. Patavatsızlık konusunda TikTok’ta yaptığı bir paylaşımın eleştirilmesi üzerinden bir örnek veren Katılımcı 14, açık sözlülük kapsamında ise şu örneği vermiştir:

Mesela benim bir hatam olmuştur. Bu hatayı ben fark etmiyorumdur. Bana gelip demeli ki ‘sen şu hatayı yaptın’. Bana bu hatayı gösteriyorsa bu benim için

açık sözlü ve gerçekten benim iyiliğimi isteyen bir insan olduğunu düşünüyorum
(Katılımcı 14, GE Düşük)

Katılımcı 14'ün yukarıdaki sözlerinden aynı zamanda İyilik/İyi Niyet teması işlenmiştir. Aslında Katılımcı 14 için patavatsızlıkla açık sözlülük arasında “kışkırttığından söylemek” ve “iyiliğini düşündüğü için söylemek” şeklinde bir algısal bir farklılık olduğu söylenebilir.

4.2.5.2. BAİ’de Bilgi Güvenilirliği

BAİ’de bilgi güvenilirliğine yönelik; 1) Kaynak Güvenilirliği, 2) Tutarlılık, 3) İçerik ve Kanıt, 4) Dil Bilgisi, 5) Yan (Alt) Anlam, 6) Yaygınlık, 7) Ayrıntı ve Derinlik, 8) Gerçekçilik olmak üzere toplamda sekiz tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema on katılımcı ile “Kaynak Güvenilirliği” olmuştur. “Tutarlılık” ile “İçerik ve Kanıt” temaları ise altışar katılımcı tarafından dile getirilmiştir. İkişer katılımcı tarafından vurgulanan temalar ise “Dil Bilgisi” ve “Yan (Alt) Anlam” temalarıdır. Diğer temalar ise birer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 37: BAİ’de Bilgi Güvenilirliği

1. Kaynak Güvenilirliği	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		10
2. Tutarlılık	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	

a. İç Tutarlılık b. Mantıksal Bütünlük	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Toplam	6
3. İçerik ve Kanıt	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
a. Fotoğraf	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
b. Video	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	6
4. Dil Bilgisi	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
a. Sadelik, Açıklıklık, Anlaşılrlık	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Toplam	2
5. Yan (Alt) Anlam	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
a. Alt Mesajı (Gizli Mesaj)	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
b. Amaç	Toplam	2
6. Yaygınlık	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
7. Ayrıntı ve Derinlik	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
8. Gerçekçilik	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

BAİ’de bilginin içeriğine ilişkin daha önceki konuşmalarında ‘‘Tutarlılık’’ ve ‘‘Kanıt’’ temalarını veren Katılımcı 5, ilk izlenim başlığı altında kişilerin öncelikle paylaşımlarını incelediğini anlatırken emin olamadığı bir bilgi olursa ‘‘direkt mesaj atarım ve kaynak/kanıt isterim. Link isterim, görsel isterim veya okuduğu pdf her neyse onu benimle paylaşmasını rica ederim.’’ diyerek ‘‘Kanıt’’ temasının kodlanmasına katkıda bulunmuştu. Röportajın olağan akışı içerisinde sıra bu soruya geldiğinde ise bir

kez daha kanıtın önemli olduğunu yineleyerek yine de ‘‘Bence her şeyden daha önemlisi bilginin kaynağıdır.’’ diyerek kaynağın kanıttan daha önemli olduğunu anlatmıştır.

Benzer bir şekilde; paylaşımlardaki fotoğraf ve video gibi içeriklerin etkisinin düşük olduğunu anlatan Katılımcı 7 de ‘‘Çünkü, sosyal medyada baya yanlış bilgiler dolaşıyor. Bunlar mesela photoshop yapılmış olabilir. Sahte bir kanıt olarak düzenlenmiş olabilir. Bir insanın bir insana saldırısı olarak planlanmış olabilir.’’ diyerek kaynağın kanıttan daha önemli olduğunu vurgulamıştır. İçerikten ziyade bilginin hangi kaynaktan geldiğine baktığını söyleyen Katılımcı 7’nin bu sözleri ‘‘Kaynak güvenilirliği’’ teması altında kodlanmıştır. Benzer bir şekilde ‘‘daha güvenilir bir kaynak içerikten daha önde olur bence’’ diyen Katılımcı 3’ün bu sözleri de ‘‘Kaynak güvenilirliği’’ teması kapsamında değerlendirilse de Katılımcı 3 aynı zamanda güvendiği kaynağın bilgiyi aldığı orijinal kaynak yanıltıcı bilgi vermiş olabileceğinden güvendiği kaynakla çelişen ve fotoğraf vb. farklı bir içerikle desteklenen bir bilgi olmasında içeriğe inanmayı tercih edeceğini beyan etmiştir.

Öte yandan, Katılımcı 6’nın kaynak ve kanıtın karşılaştırılması hakkında görüşleri Katılımcı 3, 5 ve 7’nin görüşlerinden farklılık göstermektedir. ‘‘Kaynak mı daha önemlidir yoksa kanıt mı?’’ şeklinde yöneltilen bir soruya ‘‘Bence kanıt daha önemli. Yani kaynak da çok önemli ama kanıt bir adım daha önde.’’ şeklinde bir yanıt veren Katılımcı 6 bu durumu sadece mesaj içeren ve fotoğraf içeren iki çelişkili bilgi üzerinden örnek vererek şunları anlatmıştır:

Mesela ben kanıt olan bilgiye daha çok güvenirim. Çünkü bir fotoğraf var. Bir olay olmuş. Biri farklı bir şey anlatıyor. Başkası farklı bir fotoğraf gönderiyor. Şimdi o fotoğrafta zaten o şahıs da varsa özellikle ve onunla ilgili bir şeyse o fotoğrafın nerede nasıl çekildiğini aşağı yukarı da tahmin eder. O olayı biliyordur ki bir şeyler anlatmıştır bana onunla ilgili bir şeyler söylemesi gerekmektedir yani olayı açığa çıkartmak zorundadır bence (Katılımcı 6, GE Yüksek).

‘‘Daha önce bildiğim şeylerle uyumluysa güvenirim ama çok gündelik bir şey değil de hani uçuk bir şeyse, araştırmam gerektiğini düşünürüm.’’ şeklinde paylaşılan bilginin mantıklı ve gerçekçi olup olmadığına baktığını beyan eden Katılımcı 1’in bilginin güvenilirliği çerçevesinde söyledikleri de ‘‘Tutarlılık’’ teması kapsamında değerlendirilirken aynı zamanda ‘‘Gerçekçilik’’ şeklinde bir tema eklenmiştir. Bilginin

içeriğine de değinen Katılımcı 1'in video içerikli paylaşımlara daha çok güvendiğini anlatması da yine "Kanıt" teması altında işlenmiştir.

Katılımcı 1 ve Katılımcı 5'in BAİ'de bilgiye güven konusunda vurguladıkları "tutarlılık" kavramı, literatürdeki bulgularla büyük ölçüde örtüşmektedir. Bilginin tutarlılığı, çevrimiçi ortamlarda güvenilir bilgi kaynaklarını belirleme sürecinde kritik bir rol oynayan tutarlılık kavramı akademik çalışmalarda genişçe ele alınmış bir konudur.

Tıpkı Katılımcı 5 gibi; Katılımcı 1 de bilgi güvenilirliği başlığı altında "Kaynak Güvenilirliği" temasına değinerek; "Twitter'da takip ettiğim hesaplar var. O hesaplardan geldiyse bilgiler o zaman güvenilirliğim daha çok artıyor. Dediğim gibi videolu bir şekilde fotoğraflı bir şekilde geldiyse daha da fazla güveniyorum." demiştir.

Katılımcı 1 ve Katılımcı 5'in ifadeleri, çevrimiçi ortamlarda bilgiye güven oluşturma sürecinde "kaynak güvenilirliği"nin önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Bu durum, kullanıcıların çevrimiçi bilgiyi değerlendirirken hangi kaynaktan geldiğine büyük önem verdiklerini göstermektedir. Özellikle sosyal medya platformları gibi çeşitlilik ve hızlı bilgi akışının olduğu ortamlarda, kullanıcıların, bilginin güvenilirliğini belirlemede kaynağın itibarını ve geçmişteki tutarlılığını esas aldığından söz edilebilir.

"Resmi bir dille yazılmış mı? Noktalama işaretlerine dikkat edilmiş mi? Kim tarafından paylaşılmış? Ona bakarım." diyen Katılımcı 2'nin ise bu sözleri sözleri kaynak güvenilirliği kapsamında ele alınırken aynı zamanda "Dil Bilgisi" teması kapsamında ele alınmıştır. Kurumsal güven perspektifinden baktığında; "Benim için içerikte sadece yazı olsa bile yeter" diyen Katılımcı 2'nin ilgi alanına bilgileri kendisi zaten teyit ettiğini ancak ilgi alanına girmeyen konularda direkt güvendiğini anlatan bilginin içeriği (kanıt) hakkında söyledikleri, güven eğiliminin sorgulamadan güvenmek üzerinde etkisi üzerinde güzel bir örnek teşkil etmektedir:

Ben çok fazla sorgulamıyorum böyle şeyleri çünkü ilgi alanımsa açıp kendim okuyorum zaten. Ama ilgi alanım değilse vay be diyorum bu da bunu yapmış diyorum direkt güveniyorum ona. Magazinsel bir şeyse hele fotoğraf varsa direkt güvenirim ona kaynağını sorgulamam (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Bireysel güven perspektifinden baktığında ise Katılımcı 2 şunları söylemiştir:

Eğer ki ama böyle arkadaşlarım falan bir şey paylaşmışlarsa onlara da güvenebilirim ama emin değilim. Onları biraz sallantı da bir güven. Kendim

araştırabilirim. Tamamen konunun benim ilgimi çekip çekmemesi ile alakalı bir şey. Çekmiyorsa mesela magazin konuları hiç çekmez. Araştırmam. Mesela siyaset. İlgimi çekmez. Sorgulamam ve güvenirim. Diğer konularda araştırırım (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Katılımcı 6 ve Katılımcı 8 benzer bir şekilde bir bilgi paylaşıldığında belli bir amaca hizmet ettiğini, altında yatan bir gizli mesaj olduğunu anlatmışlardır. Dolayısıyla bir bilgiye güvenirken o bilginin hangi düşüncüyü dayattığını sorguladıklarını söylemeleri “Yan Anlam” şeklinde temalaştırılmıştır.

Bilgide güven olgusunu “haber” kavramı üzerinden örneklendiren Katılımcı 9, bir bilginin doğruluğuna ilişkin “Ayrıntı ve Derinlik” ile “Yaygınlık” şeklinde temalaştırılan iki önemli kriteri olduğunu dile getirmiştir. “Çok önemli ve gerçek bir bilgi çok fazla mecrada yayılır” düşüncesinden hareketle Katılımcı 9, bir bilgi doğruysa bunun yayılması gerektiğini ve dolayısıyla o bilgiye çok farklı kaynaklardan erişerek teyit etmenin bilgiye güven üzerinde oldukça etkili olduğunu vurgulamıştır. Dahası yalan haberler genelde yüzeysel olarak geçirtilirken doğru bilgilerde ayrıntıların da yer verildiğine inandığı için ayrıntılar içeren bilgiye daha fazla güvendiğini söylemiştir.

BAİ hakkında pozitif görüşler kapsamında internette ders videoları izlediğini anlatan Katılımcı 10’a orada yer alan bilgilere nasıl güvendiği sorulduğunda “derste işlediğim konularla tutarlı olması” şeklinde bir cevap vermesi bilgiye güven kapsamında “Tutarlılık” teması altına işlenmiştir. İnterneti bilgi araştırmak ve akademik çalışmalar yapmak için kullandığı anlatan Katılımcı 11’e internette eriştiği bir bilginin doğruluğunu değerlendirme kriterlerinin neler olduğu sorulduğunda “Kaynak Güvenilirliği” cevabı vermiştir. BAİ’de bilgiye güven kapsamında metnin “bütünlüğünün” kendisi için önemli olduğunu vurgulayan Katılımcı 12’nin bu sözleri “Tutarlılık” teması kapsamında işlenmiştir: “Üstte başka bir şey söyleyip altta başka bir şey söyleyerek çelişiyorsa bu sıkıntıdır”. “Metni sağlamlaştıracak fotoğraf ve videolar gibi şeyler de önemli” diyen Katılımcı 12’nin bu sözleri ise “İçerik ve Kanıt” olarak kodlanmıştır: “Bunlara dikkat ederim ama dediğim gibi ben bir kaynağa odaklanmam mutlaka farklı kaynaklardan teyit ederim”. Katılımcı 12’nin bilgi güvenilirliğine ilişkin son sözleri ise “Kaynak güvenilirliği” kapsamında değerlendirilebilir.

Bilgiye güven kapsamında ise teyit alışkanlıklarının fazlasıyla gelişkin olduğunu anlatan Katılımcı 13, yabancı dil bilmesi sayesinde özellikle küresel kaynaklardan araştırdığını anlatmıştır.

BAİ’de bir bilgiye güvenebilmesi için kanıt gerektiğini söyleyen Katılımcı 14 fotoğraf ve videolarda da manipülasyon yapılacağını söyleyerek bu konuda da çok dikkatli olduğunu beyan etmiştir. Karşısındaki insana güveniyor olsa kanıt istediğini anlatan Katılımcı 14 karşısındaki insan “orta derece güvendiği ya da hiç güvenmediği” bir insansa yine kanıt isteyip o kanita bile güvenemediğini anlatmıştır. Bu nedenle “Kaynak güvenilirliği” teması altına da işlenmiştir.

4.2.5.3. Teknolojiye Güven Olgusu Üzerine Görüşler

Güven eğilimi yüksek olan katılımcıların teknoloji hakkında daha fazla olumlu görüşler bildirdiği görüşmüştür. Örneğin “Teknoloji sayesinde attığı postlar, yaptığı gönderiler, fikri hayatı, belki hayata bakış açısı yani bunları oradan öğrenebiliyoruz artık günümüzde” diyerek güven inşa etme sürecinde yeni teknolojilerin sağladığı yeni olanaklara değinen Katılımcı 6, teknolojideki risklere ilişkin “iki adımlı doğrulama” olanaklarını kullandığını anlatarak gerekli önlemleri aldıktan sonra bu risklerin üstesinden gelinebileceği görüşündedir:

Yani bir parantez daha açayım. Bence sosyal medya kullanımından tutun internet kullanımına kadar insanlar bazı şeylere dikkat ettikten sonra özellikle dolandırıcılık veya çıkarıcılık konusunda hayal kırıklığına uğrama olasılıkları çok çok düşük oluyor (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Bir başka örnek olarak; Katılımcı 4 teknolojiye güven olgusu kapsamında veri ihlalleri konusunda “her şeyin farkında” olduğunu ancak umursamadığını söylemiştir. Dahası “Telefonda ayak izi bırakmışlık hissi oluyor” diyen Katılımcı 4, mesajlaşmaların kayıt altına alınmasının öte yandan arşivleme kapsamında faydaları olduğunu da dile getirmiştir. Katılımcı 4, “Kendi ilişki dinamiğimizde bir arşiv teşkil ediyor sonuçta. İnsanlar demedim diyip kaçamıyor bir yere.” diyerek bir kişinin söylediklerine dair bir kanıt bırakmasının o kişiye olan güveni arttırdığını izah etmiştir.

Katılımcı 4’ün ifadeleri, teknolojiye ve özellikle dijital veri kayıtlarına yönelik karmaşık bir bakış açısını yansıtmaktadır. Katılımcı 4, teknolojiye güven konusunda

endişe duymadığını belirtirken, aynı zamanda açık kaynak teknolojilerine yönelme tercihini de vurgulaması, Katılımcı 4'ün teknolojiye olan güveninin, aynı zamanda belirli bir hayat felsefesi ve değer yargılarıyla uyumlu olduğunu göstermektedir.

Katılımcı 4'ün anlattıkları teknolojinin sunduğu faydaların, potansiyel risklerden daha ağır bastığını düşündürmektedir. Özellikle, katılımcının "telefonda ayak izi bırakmışlık hissi" ifadesi ve mesajlaşmaların kayıt altına alınmasının arşivleme açısından faydalı olduğunu belirtmesi, dijital verilerin nasıl çift taraflı bir etkiye sahip olabileceğini göstermektedir. Bir yandan, dijital kayıtlar gizlilik ve veri güvenliği konusunda endişelere yol açabilirken, diğer yandan, geçmişte yapılan iletişimleri kaydederek, bireylerin söylediklerine dair bir kanıt sunabilir ve bu da ilişkilerde güveni artırabilir.

4.2.5.3.1. Teknolojiye Güveni Olumlu Etkileyen Unsurlar

Teknolojiye güveni olumlu etkileyen unsurlara yönelik; 1) Ekstra Güvenlik Önlemleri, 2) Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı, 3) Anonimlik, 4) Kullanım Kolaylığı, 5) İletişim Kalitesi olmak üzere toplamda beş tema çıkarılmıştır.

Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre; en fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema dört katılımcı ile ‘‘Ekstra Güvenlik Önlemleri’’ olmuştur. ‘‘Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı’’ ile ‘‘Anonimlik’’ temaları ise ikişer katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Diğer temalar ise birer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 38: Teknolojiye Güveni Olumlu Etkileyen Unsurlar

1. Ekstra Güvenlik Önlemleri	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Toplam	4
2. Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	

d. Geri Dönüş İmkânı	Toplam	2
3. Anonimlik	Katılımcı 5 (GE Yüksek) Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	2
4. Kullanım Kolaylığı	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
a. Kullanıcı Dostu Arayüz	Toplam	1
5. İletişim Kalitesi	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
a. Görüntülü Görüşme	Toplam	1

Teknolojiye güven konusunda güven eğiliminin yüksek olması dolayısıyla beklenildiği gibi olumlu yorumlarda bulunan öğrencilerden birisi Katılımcı 2 olmuştur:

Ben bu bilgisayar aracılığı ile görüşmelere falan koşulsuz güvenirim. Veri çalınacak vb. hiç böyle şeyleri düşünmem. Koşulsuz bir güven beslerim. O yüzden kullanırım. Ve daha sağlıklı geliyor. Görüntülü konuşma sistemi vb. özellikleri olması dolayısıyla bana çok sağlıklı geliyor (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Görüntülü görüşme özelliklerinden bahseden Katılımcı 2'nin bu açıklamaları "Teknolojiye Güveni Pozitif Yönde Etkileyen Unsurlar" kapsamında "İletişim Kalitesi" teması altına işlenmiştir. Öte yandan, Katılımcı 2'nin bahsettiği "Veri İhlali" hususu "Teknolojiye Güveni Olumsuz Etkileyen Unsurlar" başlığı altında en başta yazılan temalardan biridir. Ancak, görünen o ki Katılımcı 2, veri ihlali risklerinin farkında olmasına rağmen umursamamaktadır. Benzer bir şekilde, telefonların dinlendiğine inandığını söyleyen Katılımcı 3, "Yani çok da önemli şeyler konuştuğumu düşünmüyorum." diyerek bu durumu önemsemediğini beyan etmiştir.

Bu durum güven eğiliminin teknolojiye güven üzerinde ne kadar etkili olduğunu ispatlar niteliktedir. Öyle ki kişiler risklerin farkında oldukları halde güven eğilimlerinin yüksek olmasının verdiği rahatlık neticesinde umursamayabilmektedirler.

Ayrıca buradan hareketle güven eğiliminin kişilere belirli bir düzeyde rahatlık getirdiği de nitel analizlerin genelinde çıkarılan sonuçlardan biri olmuştur. Sahiden de genel olarak güven eğilimi yüksek bireylerin hem veri ihlalleri konusunda, hem insan ilişkilerinde, hem de BAİ ortamlarına uyum sağlamak hususlarında çok daha rahat ve sakin oldukları gözlemlenmiştir. O kadar ki bu nitel araştırmalar neticesinde ortaya çıkarılan veriler ile "Güven Eğilimin Rahatlık Kavramı Üzerine Etkileri" başlıklı bir

makale yazılabilir. Teknolojiye koşulsuz güven beslediğini beyan eden Katılımcı 2'ye “Koşulsuz güveninin arkasında yatan motivasyon nedir?” diye sorulduğunda verdiği cevap yukarıdaki argümanın elini daha da güçlendirmektedir:

Koşulsuz güvenin arkasında yatan motivasyon: Yani yedekliyoruz. Mesela telefonum sıfırlansa bile artık yeni telefonlarda yedekleme özelliği var. Telefonun sıfırlanıyor, tekrar açılıyor. Tekrar aynı uygulamalar bile yükleniyor. Bu bence baya büyük bir sistem. Zaten maillerimi falan genelde Google üzerinden yedekliyorum. O noktada diyorum ki; bunu birçok insan yapmışsa ve başlarına bir şey gelmemişse benim de gelmez. Gelirse de diyorum ki ne olacak ki? (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Katılımcı 2'nin yukarıda bahsettiği “Verileri Yedekleyebilme” özelliği teknolojiye güveni olumlu etkileyen faktörler arasında “Ekstra Güvenlik Önlemleri” teması altına işlenmiştir. Buluta yedekleme hususundaki rahatlığını ise “birçok insan yapmış başına bir şey gelmemiş” şeklinde açıklayan Katılımcı 2, başına bir şey gelse bile umursamaz tavırlar sergilemesi risklere karşı kayıtsızlık ve kaygısızlığın dışı vurumudur. Güven eğiliminin rahatlık ile ilişkisinin tipik bir tezahürü olan bu örnek diğer röportajlarda verilen başka örneklerle de desteklenmektedir. Örneğin Katılımcı 3 de bazı platformların verileri sattığına dair örnekler anlatarak verilerinin gizli olmadığına inanmasına rağmen veri paylaşımına izin vermese de verilerinin her nasılsa paylaşıldığı düşüncesinden hareketle veri paylaşımına rahatlıkla izin verdiğini anlatmıştır.

BAİ'deki risklerin farkında olmasına rağmen kişisel bilgilerini paylaşmaktan çekinmeyen bir başka kullanıcı ise Katılımcı 1 olmuştur:

Aslında çok çok güven vermiyorlar. Bence veri gizliliği konusunda güvende değiliz. Çok rahat satılıyor bilgilerimiz. Telefon numaramız özellikle çok rahat satılıyor. (Veri Gizliliği konusunda) ama ben çok dikkat etmem ama dikkat etmem gerekiyor. Hem böyle düşünüyorum hem de dikkat etmiyorum (Katılımcı 1, GE Yüksek).

Güven eğiliminin katılımcılara belli bir seviyede rahatlık getirdiği ve umursamazlık düzeylerini arttırdığını kanıtlayan bir örnek de Katılımcı 7'den gelmiştir:

Zaten şuanki sisteme baktığımızda herkesin bütün bilgileri sağda solda dolaşiyor. İster istemez, kabul etsek de kabul etmesek de. Benle eşimin, benle akrabalarım olsun, komşularım olsun konuşmalarımız, fotoğraflarımız,

görüntülü konuşmalarımız, seslerimiz hepsi bütün biyometrik verilerimiz her yerde dolaştığı için pek zaten önemsemiyorum (Katılımcı 7, GE Yüksek).

Bir başka örnek olarak; BAİ ortamlarında anonimliğe oldukça büyük bir önem atfeden Katılımcı 5'e BAİ'de teknolojinin güven duygusunu nasıl etkilediği sorusu yöneltildiğinde alınan cevap şu şekildedir:

Site yöneticilerinin siteyi sürekli olarak güvenlik açıklarına karşı desteklemesi bence bu konuda çok önemli bir şey. Veri sızdırılması bu bahsettiğimiz bütün anonimliği, bütün her şeyi tamamen yıkıyor ve veri sızdırılması neticesinde senin verinin kimin eline geçtiği belli olmuyor (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in bu sözlerinden teknolojiye güveni olumlu etkileyen unsur olarak "Ekstra Güvenlik Önlemleri" teması altında "Düzenli Güvenlik Açığı Güncellemeleri" kodlanırken, olumsuz etkileyen faktörler hakkındaki görüşleri ise "Veri İhlali (Verilerin Sızdırılması)" temasına işlenmiştir. Bu temalar Metzger'in (2017) ve Li ile Suh'un, (2015) teknolojinin güvenilirliğinin, kullanıcı verilerinin korunmasının, gizlilik politikalarının ve platformun kullanıcı dostu olmasının, güven oluşumunda kritik rol oynadığı argümanları ile örtüşmektedir.

Teknolojiye güven kapsamında akıllı telefon ile bilgisayar arasın bir kıyaslama yaparak sosyal ağ platformlarından örnekler Katılımcı 8 "telefonun daha güvenli alanı" olduğunu belirterek şunları söylemiştir:

Telefondan daha kolay giriş yapabilirim gibi. Bilgisayara daha temkinli yaklaşıyorum. Telefonda işte mesela ben bilgilerimi daha kolay veriyorum bilgisayara oranla. Daha hakim hissediyorum telefona. Bilgisayarla o kadar haşır neşir değilim çünkü. Evet telefonda daha kolay dolandırılabilceğimi biliyorum mesela fark etmeden her şeyimi verebilirim ama orası güven veriyor (Katılımcı 8, GE Düşük).

Katılımcı 8'in bu sözleri "Kullanım Kolaylığı" temasının oluşturulmasını sağlamıştır. Ayrıca güven eğilimi yüksek olan 7 katılımcı birden bunu söylememiş olmasına rağmen güven eğilimi düşük olan ilk katılımcı kullanım kolaylığının teknolojiye güveni etkilediğini dile getirmiştir.

İnternet ortamlarında çok fazla dolandırıcı olduğunu düşünen Katılımcı 12, BAİ platformlarının bunlara karşı ekstra güvenlik önlemlerini almasının teknolojiye karşı

güvenini olumlu yönde etkilediğini beyan etmiştir: “Çünkü bunlar büyük firmalar. Eğer o şeylere dikkat etmediği sürece bir kullanıcı skalası olamaz ve şirketini geliştiremez.”

4.2.5.3.2. Teknolojiye Güveni Olumsuz Etkileyen Unsurlar

Teknolojiye güveni olumsuz etkileyen unsurlara yönelik; 1) Siber Güvenlik Endişeleri, 2) Sahtecilik, 3) Dijital Manipülasyon ve Yanıltma, 4) Teknolojik Aletin Özelliklerinin Yetersizliği 5) Teknolojik Aletin İnsan Yapımı Olması, 6) Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı, olmak üzere toplamda altı tema çıkarılmıştır.

Tablo 39: Teknolojiye Güveni Olumsuz Etkileyen Unsurlar

1. Siber Güvenlik Endişeleri a. Veri İhlali (Veri Sızdırılması veya Satılması) b. Siber Saldırı c. Güvenlik Önlemleri Eksikliği	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
Toplam		8
2. Sahtecilik a. Sahte Hesaplar b. Sahte Karakter (Olduğundan Farklı Görünme) c. Sanal Kimlik	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	
	2	
3. Dijital Manipülasyon ve Yanıltma	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	
4. Teknolojik Aletin Özelliklerinin Yetersizliği a. Donanımsal Özellikler	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	
	2	
5. Teknolojik Aletin İnsan Yapımı Olması	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	
		2

6. Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı	Katılımcı 13 (GE Düşük)		
	a. Aleyhte Delil Oluşturması		
	Toplam		2

En fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema sekiz katılımcı ile ‘‘Siber Güvenlik Endişeleri’’ olmuştur. Diğer temalar ise ikişer katılımcı tarafından kodlanmıştır.

Röportajın başında BAİ’ hakkındaki görüşlerini anlatırken yapay zeka gibi teknolojilerin ‘‘Kötü Niyetli’’ insanlara ‘‘Dijital Manipülasyon ve Yanıltma’’ imkanları sağladığını anlatan Katılımcı 9, bu konuya ilişkin şunları söylemiştir:

Hem konuşma hem de görsel ve video da dahil. Mesela yeni bir yapay zeka çıktı ağız hareketlerini değiştirerek yeni dil ekliyor, cümleler oluşturabiliyorsun. Sadece sohbet veya telefon görüşmesi değil paylaştığın fotoğraf ve videolar da aynı zamanda benim aleyhime kullanılabilir (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9 Siber Güvenlik Sorunları ve Veri İhlali kapsamında ise şunları söylemiştir:

Sonuçta şirketler kendilerini geliştirebilmek için bilgi satmak zorundalar. Hani ne kadar gizlilik sözleşmesi falan imzalıyor olsak da. Hiçbirimiz o sözleşmeleri okumuyoruz. O sözleşmelerde ne var ne yok en ufak bir fikrimiz bile yok (Katılımcı 9, GE Düşük).

Siber saldırılar neticesinde verilerin sızdırılmasının ötesinde Katılımcı 9, kullandığı platformların gelir elde etmek için verileri kendi rızaları ile sattıklarını düşünmektedir:

Yani düşünsenize kim babasının hayrına size bir uygulama açayım da siz burada insanlarla sosyalleşin, hayatınızı paylaşın, gününüz geçsin, videolar izleyin, eğlenin. Hiç kimse kimseye bu tarz bedavadan veya çıkarı olmadan bir eğlence vermez (Katılımcı 9, GE Düşük).

Dahası geçen günlerde siber saldırılar sonucunda bir platformlarda verilerin çalınması örneği üzerinden konuşunca ‘‘Bence kendileri verdiler’’ diyen Katılımcı 9, verilerin çalınmadığını platformun verileri sattığına inandığını belirtmiştir:

Gizlilik sözleşmesini imzaladığımızdan dolayı da insanlar tazminat davası açmasın diye çalındı dediler. Yoksa düşünsenize büyük bir şirketiniz var ama hiçbir

siber güvenlik duvarınız yok. Ya da insanlar bunu kolayca kırabiliyor. Komik (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9'un bu açıklamaları üzerine kendisine siber güvenlik olgusunun bir platforma üye olurken seçici olmasına neden olup olmadığı hususu sorulduğunda "Tabi ki" diyen Katılımcı 9 o güvenilirliği nasıl belirlediğini ise şöyle izah etmiştir:

Şimdi zaten benim babam da yazılımcı bir insan. Yani şimdi neler yapılabilir, nasıl sitelere şey yapılabilir az çok biliyorum. Bağlantılarda doğruluk diye bir şey vardır. Ben o bağlantıya girdiğim gibi bağlantının yapısına bakarım. Bir sitenin web sitesinde belli başlı bir kodlama düzeneği oluyor. Buna baktığınızda az çok bunun şurasında bir hata var, burasında bir eksiklik var ya da işte atıyorum bir noktası fazladır, neden bir noktası fazla? Neden burada ekstradan şu harf var? Bunlara tabi ki de bakıyorum (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9'un siber güvenlik konusundaki bilgisi ve bir platforma üye olurken bu bilgiyi nasıl kullandığını açıklaması, çevrimiçi platformların güvenilirliğini değerlendirme sürecinde teknik bilgi ve becerilerin önemini gözler önüne sermiştir. Babasının yazılımcı olması nedeniyle edindiği bilgilerle, Katılımcı 9, bir web sitesinin güvenilirliğini kodlama düzeni ve bağlantı yapısına bakarak değerlendirmektedir. Bu yaklaşım, çevrimiçi platformların güvenliğini değerlendirirken teknik bilginin önemini ve kullanıcıların bu platformlara karşı nasıl daha bilinçli ve eleştirel olabileceğini göstermektedir. Katılımcı 9 sözlerine şöyle devam etmiştir:

Hani özellikle bir siteye kaydolmadan önce babama yollarım, baba derim sence güvenli bir site mi? Onu ekstradan araştırırım anca öyle şey yaparım. Çünkü hani biliyorsunuz bir de internetin daha alt katmanı "Dark Web" diye bir şey var ve oradaki insanlar çoğu kişiyi aşacak bilgisayar bilgisine sahip. En ufak bir şifrem, bilgim orada gezinebilir ya da sadece bilgilerimi çalmak için o tarz insanlar böyle bir site kurmuş olabilir. İçinde "Trojan" olan bir bağlantı koymuş olabilirler. O yüzden hani önce birkaç tarayıcıdan bir bakarım. Virüs var mı yok ona bakarım, incelerim. Ona göre o bağlantıya girerim (Katılımcı 9, GE Düşük).

Dutton ve Shepperd (2006, s. 435) "Trust in the Internet As An Experience Technology" başlıklı makalesinde orijini Donald MacKenzie'ye dayanan "Kesinlik Çukuru" (The certainty trough) Teorisi'ne atıfta bulunarak internet hakkında bilgi sahibi olma derecesiyle ona karşı duyulan güveni açıklamışlardır. Bilgi ve kesinlik arasında "U

şeklinde'' eğri bir ilişki olduğunun öne sürüldüğü bu teoriye göre; bir uçta teknoloji veya kullanımı hakkında hiçbir bilgisi olmayanlar diğer uçta ise bilgi teknolojileri profesyonelleri gibi internet hakkında aşırı derecede bilgi sahibi olanlar yer almaktadır. Onlara göre her iki uç da internete en az güvenen grupları temsil etmektedir. Çünkü bir yanda bu teknoloji hakkında hiçbir şey bilmedikleri için güvenemeyenler öbür yanda ise online güvenilirlik, güvenlik ve gizlilikle ilgili karmaşık ve zor yönetilen sorunlar hakkında bilgi edindikçe, belirsizlik düzeyleri artan ve ters orantılı olarak güven kaybeden kullanıcılar yer almaktadır. Ortadakiler ise internet hakkında daha fazla bilgi edindikçe, örneğin bir kullanıcı olmak gibi, teknolojiye daha yüksek bir kesinlik ve güven düzeyi kazanabilen kullanıcılardır. Kısacası, Dutton ve Shepperd'a göre teknolojiye yakınlık kapsamında bilgi düzeyi arttıkça güven artıyor olsa bir noktadan aşırı bilgi yükmelesi kişileri güvensizliğe sürükleyebilmektedir.

Katılımcı 9'un yukarıda anlattıkları onun Kesinlik Çukuru Teorisi'nin tipik bir örneği olduğunu düşündürmüştür. Sahiden de Katılımcı 9'un babasının da bilgi teknolojileri profesyoneli olması dolayısıyla internet hakkında çok fazla bilgi sahibi olduğu ancak bu bilgilerin düşük güven eğiliminin de etkisiyle internet hakkındaki negatif tutumları tetiklediği düşünülebilir.

BAİ'ye karşı güvensizlik duyduğunu söyleyen Katılımcı 11 bu durumu BAİ'deki ''yazışmalar, konuşmalar, arama geçmişi, her şey, orada yaptığınız her şeye başka biri ulaşabiliyor kolay bir şekilde'' şeklinde gerekçelendirerek veri ihlali konusundaki endişelerini dile getirmiştir. Katılımcı 11'in bu sözleri aynı zamanda algılanan riskler kapsamında ''Siber Güvenlik Endişeleri'' olarak kodlanmıştır. Bu nedenle Katılımcı 11 özel ve kişisel bilgilerini BAİ üzerinden paylaşmamayı tercih ettiğini söylemiştir.

Teknolojiye karşı güvensizlik duyduğu için ihtiya duyduğu son ana kadar sosyal medya kullanmadığını anlatan Katılımcı 12, teknolojiye karşı güvensizliğini ''Bütün verilerimizi alıyorlar ve bu verilerle ne yapacaklarını bilmiyoruz'' ifadeleri ile açıklamıştır. Genel olarak insanlara karşı bir güvensizlik duyan Katılımcı 12, teknolojik aletlere duyduğu güvensizliği de insan üretimi olmalarına bağlamıştır: Bu cihazlar bir nevi insanın elinden geçiyorlar. Hani her ne kadar robotlar vesaire yapsa da onları da insanlar yapıyor ve illa ki hatalar çıkabilir.

Bir insan herhangi bir suç işlediyse bunu internette konuşmaması gerektiği üzerinden bir örnek veren Katılımcı 13; ‘‘Çünkü biliyorsunuz bunu internetten konuşmak bunun belgelenmesi anlamına geliyor’’ diyerek BAİ’deki ‘‘Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı’’ olanaklarının bazı durumlarda teknolojiye güveni olumsuz yönde etkileyen bir tema olduğunu gözler önüne serilmiştir: ‘‘Çünkü bir ekran görüntüsü alınabilir, ayrıca yazılan şey başka bir noktaya çevrilebilir: manipülasyon!’’. Katılımcı 13’ün bu sözleri aynı zamanda teknolojiyi olumsuz etkileyen unsurlar ve alınglanan riskler kapsamında ‘‘Dijital Manipülasyon ve Yanıltma’’ olarak ele alınmıştır ancak burada irdelenmek istenen asıl tema ‘‘Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı’’dır.

Aynı tema güven eğilimi yüksek bir katılımcı tarafından (Katılımcı 4) olumlu olarak işlenirken, güven eğilimi düşük bir katılımcı tarafından ise benzer gerekçelerle (iletişimin arşivlenmesi ve belgelenmesi) olumsuz olarak görebilmektedir. (Katılımcı 9 ise güven eğiliminden bağımsız olarak iletişimin yazılı olmasını tekrar okuyup daha iyi anlamak perspektifinden ele almıştı). Dolayısıyla ortada bir gerçek var ve bu gerçeğin insanların o durumu nasıl algıladığına göre pozitif ya da negatif sonuçlar doğurabilmektedir. Burada da insanların güven eğiliminin etkili olduğu düşünülmektedir. Başka bir deyişle Katılımcı 4 ve Katılımcı 13’ün bu temaya ilişkin farklı yaklaşımları, güven eğiliminin bu algıları nasıl şekillendirdiğini gözler önüne sermektedir. Çünkü, BAİ’de iletişimin kaydedilmesi ve bu kayıtların sürekli bir biçimde var olması anlamına gelen ‘‘Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı’’ teması, online etkileşimlerin kalıcı doğasının, bireylerin güven oluşturma süreçlerine ve güvenlik algılarına nasıl etki ettiğini açığa çıkarmaktadır.

Katılımcı 4 perspektifinden bakıldığında; BAİ’de yapılan her türlü etkileşimin kaydedilmesinin, gelecekteki olası anlaşmazlıklarda kanıt olarak kullanılabilecek bir güvence olarak görülmesi güven eğilimi yüksek olan bireylerin ‘‘Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı’’nı güven oluşturma aracı olarak görebileceğini göstermektedir. Katılımcı 4, çevrimiçi etkileşimlerin kaydedilmesini, insanların söylediklerinden geri dönememeleri veya inkar edememeleri anlamında bir güvence olarak değerlendirmektedir. Bu durum, ilişkilerde şeffaflık ve hesap verebilirliği artırarak, karşılıklı güveni pekiştirebilir.

Öte yandan, Katılımcı 13’ün yaklaşımı, güven eğilimi düşük bireylerin, aynı temaya daha temkinli ve şüpheli bir perspektiften yaklaştığını ortaya koymaktadır. Bu

bakış açısı, BAİ’de yapılan her türlü etkileşimin kaydedilmesini, gelecekte aleyhlerine kullanılabilecek bir risk olarak görmektedir. Bu endişe, online etkileşimlerde daha korumacı ve kısıtlayıcı bir tutum alınmasına yol açabilir.

Sonuç olarak, bu iki farklı yaklaşım, "Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı" temasının, bireylerin güven eğilimlerine göre nasıl farklı algılanabileceğini ve bu algıların, BAİ’deki davranışları nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Güven eğilimi yüksek olanlar için, bu tema bir güvenlik ve şeffaflık aracı olabilirken, güven eğilimi düşük olanlar için aynı tema bir risk ve endişe kaynağı olarak değerlendirilebilir.

Katılımcı 14 BAİ’de güveni arttıran unsurlar başlığı altında kimsenin galerisinde fotoğrafının kalmasını istemediğini ve anlayış gösterip gönderdiği fotoğrafları silen kişilere güvendiğini anlatmıştır. Hatta başkasının telefonundan da asla fotoğraf çekilmediğini söyleyen Katılımcı 14’e gönderdiği fotoğrafların neden silinmesini istediği sorulduğunda ise teknolojiyi güveni olumsuz etkileyen “Kayıt ve İletişimin Kalıcılığı” teması kapsamında normalde profesyonel olarak kamera karşısına geçtiğini veya sosyal medya kendi kendine de fotoğraf paylaştığını söyleyerek arada şöyle bir fark olduğunu belirtmiştir: “Sosyal medyada bu fotoğrafımı herkes görebilir dediğim fotoğrafları paylaşıyorum”. “Bir kontrol var orada aslında” diyen Katılımcı 14’ün bu sözlerinden kendi kontrol ettiği fotoğrafların herkese açık olmasını tercih ettiği anlaşılmıştır.

4.2.6. BAİ’de Riskler, Engeller ve Güvene Zarar Veren Faktörler

4.2.6.1. Katılımcıların Algılanan Riskleri

Tablo 40: Katılımcıların Algılanan Riskleri

1. Siber Güvenlik Endişeleri	Katılımcı 3 (GE Yüksek)
a. Kimliğin Sızdırılması	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
b. Veri Gizliliği (Kişisel Veriler) Sızdırılması	Katılımcı 7 (GE Yüksek)
c. Siber Saldırı	Katılımcı 8 (GE Düşük)
d. Hacklenme	Katılımcı 9 (GE Düşük)
	Katılımcı 11 (GE Düşük)
	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	Katılımcı 14 (GE Düşük)

	Toplam	8
2. Sahtecilik	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
a. Dolandırılma	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
b. Taklit Etme	Katılımcı 9 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	5
3. Dijital Manipülasyon ve Yanıltma	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
a. Kötü Niyet	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	2
4. Sosyal Riskler	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	1
5. Anonimlik	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

Katılımcıların algılanan risklerine yönelik; 1) Siber Güvenlik Endişeleri, 2) Sahtecilik, 3) Dijital Manipülasyon ve Yanıltma, 4) Sosyal Riskler, 5) Anonimlik olmak üzere toplamda beş tema çıkarılmıştır. En fazla sayıda kişi tarafından kodlanan tema sekiz katılımcı ile ‘‘Siber Güvenlik Endişeleri’’ olmuştur. ‘‘Sahtecilik’’ teması ise beş katılımcı tarafından dile getirilmiştir.

Katılımcı 5’in konuya ilişkin yorumu şu şekildedir:

Sonuç olarak burada karşımdaki kişi de anonim. Hırslı ya da hırsız olduğu konusundaki bilgiye sahip değilim. Tutup beni takip etmeyeceğine dair bilgim yok. O risk orada duruyor ama onu göz ardı ediyorsun (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 7’nin konuya ilişkin sözleri ise şu şekildedir:

Bütün özelini, verdiği sırları göze almış oluyorsun. Fotoğraflarını paylaşıyorsun, telefon numaranı paylaşıyorsun. E-posta adresini paylaşıyorsun. Bunlar direkt senin elinden çıkmış oluyor.

Ancak Katılımcı 7 bu tür risklerin farkında olmasına rağmen bu güne kadar bu bilgileri paylaşması yüzünden başına herhangi kötü bir gelmediğini ve geleceğini de düşünmediğini sözlerine eklemiştir. Görüldüğü üzere hem Katılımcı 5 hem de Katılımcı

7 BAİ’de bir takım risklerin farkındadır. Ama dikkat edilmesi gereken en önemli husus her ikisi de farkında oldukları halde umursamamaktadır. İşte bu durum güven eğiliminin rahatlık ve umursamazlık üzerindeki etkisini bir kez daha göstermektedir.

Daha da ötesinde güven eğilimi ile algılanan risk faktörleri arasından ters yönlü bir ilişki olduğu da keşfedilmiştir. Şöyle ki güven eğilimi yüksek olan bireyler bütün risklerin farkında bile olmayabilirler. Katılımcı 6 bunun için güzel bir örnek teşkil etmektedir. Katılımcı 6 BAİ’de olumlu güven deneyimleri altında bir başkasına ödevini yaptırdığı ve 100 aldığı bir anısını anlatmıştır. Okul yönergesine aykırı olan bu hareket oldukça kapsamlı riskler taşımaktadır. Ancak katılımcı bu yaptığı eylemin ne gibi riskleri olduğundan şöyle bir cevap alınmıştır:

Ya burada açıkçası aldığım tek bir risk vardı. Başka bir risk yoktu. Çünkü mesaj attığım kişiyi ben tanımıyorum. O da doğal olarak beni tanımıyor. Açıkçası ömrü hayatımız boyunca da birbirimizi tanıyacağımızı düşünmüyorum. Buradaki riskim sadece şeydi; tamam diyip (zaten bilmiyorum dersi, konuyu, ödevi de bilmiyorum) 3-5 tablolar çizilecekti, hiç alakasız uyduruk tablolar çizip gönderip benim paramı da alabilirdi. Bu birincisi maddi kayıptır. Önemli değil. Daha büyük problem; ben 0 alacaktım. Riski buydu.

Emin olmak adına Katılımcı 6’dan aldığı riskler üzerine biraz daha düşünmesi ve bir kez daha cevap verilmesi istendiğinde, Katılımcı 6 “Tabi ki tek risk buydu. Yoksa mesela sen nasıl bilmiyorsun diye benimle dalga geçse çok da umrumda olmazdı.” demiştir.

Öncelikle Katılımcı 6’nın yukarıdaki sözlerinden yapılan çıkarımlar ile “Online Güven ile Yüz Yüze Güven Arasındaki Farklar” ve “Teknolojiye Güveni Olumlu Etkileyen Unsurlar” başlıkları altına “Anonimlik” teması işlenmiştir. Katılımcı 6’nın görmüş olduğu tek risk “Sahtecilik (Dolandırılma)” teması ile işlenmiştir. Daha önemlisi ise; Katılımcı 6’nın bu deneyimi, çevrimiçi etkileşimlerde alınan risklerin farkındalığı ve bu farkındalığın bireyin güven eğilimi ile olan ilişkisi üzerine önemli bir ışık tutmaktadır. Katılımcının, ödevini hazırlaması için tanımadığı bir kişiye başvurmasında, alınan risklerin -akademik itibar kaybı, okuldan atılma riski, şantaj gibi ciddi sonuçlar- farkında olmaması, güven eğilimi yüksek bireylerin risk algılarının nasıl etkilenebileceğini göstermektedir.

Katılımcı 6'nın gerçekte aldığı risklere şöyle bir bakılırsa; başkasına ödev yaptırmak, akademik dürüstlük politikalarının ihlali anlamına gemektedir. Eğer bu durum açığa çıkarsa, Katılımcı 6 disiplin cezalarıyla karşı karşıya kalabilir, hatta en kötü senaryoda okuldan atılabilir. Ödev konusuyla ilgili hassas veya kişisel bilgilerin sızdırılması ya da kötüye kullanılması mümkündür. Eğer Katılımcı 6'nın başkasına ödev yaptırdığı ortaya çıkarsa, bu durum akademik ve profesyonel itibarına zarar verebilir. Ayrıca, bu tür davranışlar gelecekteki akademik veya profesyonel fırsatlar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir ki Katılımcı 6'nın kendisi de itibara oldukça büyük bir önem vermektedir. Bu nedenle, Katılımcı 6, tanımadığı birisine güvendiği için, bu kişi tarafından şantaj veya manipülasyon riskiyle karşı karşıya kalabilir. Örneğin, ödevi yapan kişi, bu durumu Katılımcı 6'ya karşı bir baskı aracı olarak kullanabilir. Oysa Katılımcı 6 bu tür risklerin hiçbirinin farkına bile varmamıştır.

Bu durum, güven eğilimi ile risk algısı arasında ters bir ilişkinin olabileceğini düşündürmektedir. Yüksek güven eğilimi olan bireyler, çevrimiçi etkileşimlerde alınan riskleri daha az algılayabilir veya bu riskleri göz ardı edebilirler. Katılımcı 6'nın durumunda, potansiyel risklerin göz ardı edilmesi, karar verme sürecindeki subjektif faktörlerin - örneğin, anlık ihtiyaçlar veya kolaylık - objektif risk değerlendirmelerinden daha ağır basması sonucunu doğurmuştur. BAİ'de güven oluşturma sürecinin, bireylerin kendi güven eğilimlerine ve mevcut durumlarına göre şekillenmesi; çevrimiçi ortamda bireylerin karşılaştıkları riskleri nasıl değerlendirdiklerinin ve bu risklerin algılanış şeklinin, kişisel özellikler ve mevcut koşullar tarafından nasıl etkilenebileceğini ispatlamaktadır.

Katılımcı 3 BAİ'de güvenmenin algılanan risklerini şu şekilde açıklamıştır:

Mesela internette birine güvendim ve onunla arkadaş oldum diyelim; telefon numaramı biliyor. Ona mesela anlık fotoğraf atıyorum diyelim; fotoğraflarımı biliyor, belki ekran görüntüsü alıyor. Bunu da bilemeyiz. Ya da işte annemin babamın adını biliyor, artık o samimiyeti kurdıysak. Evimin adresini biliyor, belki bir şekilde ben konum attıysam. Çok büyük riskler bence bunlar çünkü bilemezsin numaramı bir yerlerde paylaşıyor ya da gelir evine, seni izler takip eder. Bunların hiç birini bilemezsin (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Katılımcı 3'e yukarıda bahsettiği risklerin BAİ'de bu tür bilgileri paylaşmasına engel olup olmadığı sorulduğunda bu risklerin "çok düşük ihtimaller" olduğu düşüncesinden hareketle "Ben yine de güveniyorum" şeklinde bir cevap vermiştir.

"En başta bir güvenlik ihlali olabilir, aleyhime kullanılabilecek bir şeyler olabilir, yani bir şeyler stoklanıp yakın arkadaşlarıma söyleneceğine dair şantaja uğrayabilirim mesela" diyen Katılımcı 4'ün bu sözleri de "Veri İhlali" teması kapsamında değerlendirilmiştir.

"Bilgilerimi herkese yayabilir" diyen Katılımcı 8 de çoğunluklu algılanan riskler kapsamında "Veri İhlali" kavramını dile getirmiştir. Bu riski her zaman göz önünde bulundurduğunu söyleyen Katılımcı 8, bu röportaja katılmasıyla ilgili şöyle bir örnek vermiştir: "Buraya gelirken de, iletişim bilgilerimi doldururken de; 'Zaten herkese her şeyimizi verdik, bari bilim adına da bir şey yapalım' diyip yazım." Katılımcı 8 de tıpkı güven eğilimi yüksek olan katılımcılar gibi veri ihlali risklerinin farkında olmasına rağmen bilgilerini her yerde paylaşmaktan çekinmediğini beyan etmiştir.

BAİ ortamlarında "kimlik doğrulama" ve "iki adımlı doğrulama" gibi ekstra güvenlik önlemlerini kırmanın oldukça kolay olduğuna değinen ve nasıl kırılabileceğine dair çeşitli örnekler anlatan Katılımcı 9 algılanan riskler kapsamında "Hacklenmek", "Verilerin Çalınması" gibi konuları ele almıştır. Karşısındaki profilin hacklenmiş olabileceği ihtimalini daima göz önünde bulundurduğunun altını çizen Katılımcı 9, sadece hacklemek değil aynı zamanda hesapların taklit edilmesi gibi yöntemler de olduğunu hatırlatarak şöyle bir örnekle bu durumu ispatlamıştır: "Mesela taklit ediliyor olabilme ihtimali olmasaydı, Instagram'da şikayet etme kısmında "Birini taklit ediyor" butonu olur muydu?".

Güven eğilimi düşük ve internet kullanım alışkanlıkları yüksek olan Katılımcı 10, arkadaşları ile okulda olan bitenler hakkında haberleşmeyi sevdiği gerekçesiyle interneti kullandığını anlatırken internette veri ihlalleri ile ilgili risklerin farkında olduğunu ancak önemsemediğini söylemiştir. Bu tür riskleri göz ardı etmesi BAİ motivasyonu ve internet kullanım alışkanlıklarının yüksek olmasıyla arasındaki korelasyonu izah etmektedir. Kendisine BAİ'deki riskleri neden önemsemediği sorulduğunda şunları söylemiştir:

Zaten teknolojik aletleri kullanarak günlük konuştuğumuz şeylerde aldıkları verilerden çok büyük şeyler yapabilecekleri için. Hatta faydası da oluyor çoğu zaman

bu internette önümüzde çıkan reklamlar vesaire bu veriler toplanarak zaten (Katılımcı 10, GE Düşük).

Kişiselleştirilmiş ve ihtiyaca yönelik reklamlar sunulmasını bir fayda olarak gören Katılımcı 10, internet aktivilerinin işlemlerini olumlu olarak karşılamaktadır. Katılımcı 10'un bütün bu anlattıkları güven eğilimi düşük olmasına rağmen BAİ motivasyonunun neden yüksek olduğunu çok güzel açıklamaktadır. Katılımcı 10 şöyle bir örnek vermiştir:

Mesela daha dün bir ana kart aldım. Arkadaşlarımla internet aracılığıyla veya yüz yüze konuştuğumda ana kart alacağımı anlatmıştım. Benim karşıma ana kart reklamları çıkmaya başladı. Orada ucuzlar listeleniyor, indirimde olanları gösteriyor. Mesela ben öyle aldım (Katılımcı 10, GE Düşük).

Konuya ilişkin Katılımcı 11'in açıklamaları şu şekildedir:

Bir kişiye güvendiğimde benim onunla paylaştığım şeyleri başkalarıyla paylaşabilir. Güvenmek aslında risk almak. İnternette başka biri buna erişim sağlayabilir. Yani üçüncü bir kişi buna erişim sağlayabilir. Bunu da bir risk olarak görüyorum. Bunu benim aleyhime kullanabilirler. Bu da bir risk. Güvendiğim insana karşı bu riskleri göz almış oluyorum (Katılımcı 11, GE Düşük).

Katılımcı 11'in internette verilerin üçüncü tarafların eline geçmesine için söyledikleri "Siber Güvenlik Endişeleri" kapsamında ele alınmıştır. Ancak, güven eğilimi düşük olup da internet kullanım alışkanlıkları yüksek olan Katılımcı 11'in bu soruya daha çok karşıdaki kişiye güven perspektifinden yaklaşması üzerine bir de teknolojiye güven açısından düşünmesi istenmiştir. Katılımcı 11'in teknolojiye güven risklerine ilişkin sözleri şu şekildedir:

Aslında teknoloji kişi bazında doğru kullanıldığında çok faydalı bir şey dediğim gibi ben kullanmıyorum değilim benim bilgisayarım evde hep açıktır mesela benim kapatmaya vaktim olmaz zaten büyük zararı olan şeyler hukuki olarak engellenmeye çalışılan şeyler ama teknolojiye karşı yaşanan riskler tamamen yanlış kullanımla alakalı (Katılımcı 11, GE Düşük).

Veri alışverişi kapsamında teknolojiye güvenden ziyade kişiye güvene önem veren Katılımcı 12, karşıdaki kişiye güvendiği sürece kişisel ve gizli veri paylaşmaktan çekinmediğini söylemiştir. Teknolojik aletin risklerine ilişkin ise şu ifadeleri kullanmıştır:

Teknolojiye karşı yapacak bir şeyimiz yok hani her şekilde zaten bütün banka hesaplarımız bile artık telefonlarımızda yani. Maillerimizi giriyoruz, herhangi

mesela E-devlet vesaire olduğu için hepsine T.C. kimlik numaralarımızı giriyoruz. Bir süreden sonra insan onu takmamaya başlıyor. O yüzden onun hakkında bir sıkıntı yaşamıyorum (Katılımcı 12, GE düşük).

Katılımcı 12 son olarak şunları söylemiştir: “bütün risk ilk tanışma evresindedir. O evreyi atlattıktan sonra risk azalıyor.”.

Katılımcı 13’e “BAİ’de bir kişiye güvendiğinde ne gibi riskler almış olduğu” sorulduğunda “Her şeyi! Çok büyük riskler!” diyerek söze başlayıp şunları anlatmıştır:

Kimliğimin ortaya çıkabilir, para kaybedebilirim, başıma bir iş gelebilir, evimin konumu öğrenilir. Ya o insan her şeyi yapabilir. Anlatabiliyor muyum? Her türlü kötülüğe açık oluyor ve kötülüğe açık olmamak için de güvenmemek gerek (Katılımcı 13, GE Düşük).

Katılımcı 13’ün bu sözleri “Siber Güvenlik Endişeleri”, “Sahtecilik” ile “Dijital Manipülasyon ve Yanıltma” temaları kapsamında ele alınmıştır.

Katılımcı 14 güven eğilimi çok düşük olmasına rağmen ve hatta gizlilik algıları kapsamında başkasının telefonundan fotoğraf dahi çekilmediğini ve birisine fotoğraf gönderirse silmesini istediği halde para kazanmak amacıyla TikTok hesabı açtığını ve canlı yayınlar yaptığını anlatmıştır. Bu durum, güven eğiliminin düşük olmasına rağmen, belirli motivasyonlar ve amaçlar söz konusu olduğunda BAİ araçlarının kullanılabileceğini göstermektedir. Güven eğilimi ile çevrimiçi etkileşim kararları arasındaki karmaşık ilişkiyi ortaya koyan bu örnekte söz konusu motivasyon para kazanmaktır. Para kazanmak gibi “güçlü” bir motivasyon söz konusu olduğunda, güven eğiliminin de ötesine geçerek BAİ kullanımına nasıl etki edebileceği bu örnekte açıkça görülmektedir. Başka bir deyişle, bu durum, bireylerin güven eğilimlerinin ve gizlilik endişelerinin, özellikle ekonomik kazanç gibi güçlü dışsal motivasyonlar söz konusu olduğunda, belirli durumlarda ikinci plana atılabileceğini göstermektedir.

Böylece, Katılımcı 14’ün örneği, güven eğilimi düşük olan bireylerin bile, yeterince güçlü bir motivasyon veya amaç varsa, güvenlik ve gizlilik endişelerini geçici olarak göz ardı ederek çevrimiçi platformlarda aktif olabileceğini göstermektedir. Bu durum, bireylerin çevrimiçi etkileşimlere karşı tutumlarının yalnızca kişisel güven eğilimleri tarafından değil, aynı zamanda dışsal motivasyonlar ve hedefler tarafından da şekillendirilebileceğini öğretmektedir.

Yine de Katılımcı 14'e TikTok'ta canlı yayın yaptığında ne gibi riskleri göze aldığı sorulmuştur. En büyük riskin geçmiş tanıdıklarla karşılaşma riski olduğunu anlatan Katılımcı 14, kendilerini kıskanabileceklerini ve kötü yorumlar yazabileceklerini söylemiştir. Bu nedenle eğer TikTok hesabında tanıdık birinin takip ettiğini görürse hemen engelleğini de sözlerine eklemiştir.

Katılımcı 14'ün TikTok'ta canlı yayın yaparken göze aldığı riskler ve bu risklere karşı aldığı önlemler, onun güven eğiliminin düşük olmasının teknolojiye karşı güvensizlikten ziyade insanlara karşı olan güvensizliğe dayandığını göstermektedir. Katılımcının, özellikle geçmişten tanıdık kişilerle çevrimiçi ortamda karşılaşma riskine ve bu kişilerin olası kıskançlık veya kötü yorumlarına karşı endişe duyması, online etkileşimlerde insan faktörüne yönelik güvensizliğini açığa çıkarmıştır. Bu durum, Katılımcı 14'ün çevrimiçi platformlarda karşılaştığı güvenlik ve gizlilik endişelerinin, teknolojik faktörlerden değil, sosyal etkileşimler ve kişilerarası ilişkilerden de kaynaklandığını göstermektedir. Bu nedenle Katılımcı 14'ün bu sözleri "Sosyal Riskler" şeklinde temalaştırılmıştır.

Röportajın olağan akışı içerisinde sıra bu soruya geldiğinde ise arkasında bir iz bırakmanın en temel risk olduğunu söyleyen Katılımcı 14 aynı zamanda paylaştığı bilgilerin başkalarına sızdırılması riskini de göz önünde bulundurduğunu hatırlatmıştır. "Mail adresini bile paylaştığında aslında her şeyin gidiyor, çalmak çok kolay" diyen Katılımcı 14'ün yukarıda anlattığı bütün ifadeler en genel kapsamıyla "Siber Güvenlik Endişeleri" kapsamında ele alınmıştır.

4.2.6.2. Katılımcılara Göre Güveni Engelleyen Unsurlar

Katılımcılara göre güveni engelleyen unsurlara yönelik; 1) İletişim Tarzı, 2) Profil Bilgileri, 3) Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık, 4) Karşıt Görüşler, 5) Kişilik Algısı, 6) İlgisizlik, 7) Bireysel Şartlanma, 8) Art Niyet, 9) Ortak İlgi Alanları Olmaması, 10) Anonimliğin Bozulması, 11) Gizlilik İhlali 12) İçerik, 13) Ortak Bağlantı Olmaması olmak üzere toplamda on üç tema çıkarılmıştır.

Tablo 41: Katılımcılara Göre Güveni Engelleyen Unsurlar

1. İletişim Tarzı	a. Etkileşimler	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
	b. Gereksiz Detaya Girmek	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
		Katılımcı 3 (GE Yüksek)
		Katılımcı 8 (GE Düşük)
		Katılımcı 9 (GE Düşük)
		Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 6	
2. Profil Bilgileri	a. Sahte Hesap Algısı	Katılımcı 1 (GE Yüksek)
	i. Profil Fotoğrafları	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
		Katılımcı 10 (GE Düşük)
		Katılımcı 12 (GE Düşük)
	ii. Arkadaş Sayıları	Katılımcı 13 (GE Düşük)
	iii. Beğeni Sayıları	Katılımcı 14 (GE Düşük)
	b. Profil Bilgilerinin Eksik Olması	Katılımcı 14 (GE Düşük)
Toplam 6		
3. Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık	a. Ön Yargı ve Irkçılık	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
		Katılımcı 6 (GE Yüksek)
		Katılımcı 7 (GE Yüksek)
		Katılımcı 12 (GE Düşük)
		Katılımcı 14 (GE Düşük)
	Toplam 5	
4. Karşıt Görüşler	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
Toplam 3		
5. Kişilik Algısı	Katılımcı 1 (GE Yüksek)	
	a. Ego	Katılımcı 2 (GE Yüksek)
	b. Baskın bir Karakter (Kendi Fikirlerini Dayatma)	Katılımcı 12 (GE Düşük)
	c. Kendi Kişiliği Oturmamış	Toplam 3
6. İlgisizlik	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	a. Geçişirme	Katılımcı 3 (GE Yüksek)
	b. Geç Cevap Verme	Katılımcı 11 (GE Düşük)
	c. Kısa Cevaplar Verme	Toplam 3

7. Bireysel Şartlanma	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
		1
8. Art Niyet	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
		1
9. Ortak İlgi Alanları Olmaması	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
		1
10. Anonimliğin Bozulması	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
11. Gizlilik İhlali	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
12. İçerik	Katılımcı 7 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
13. Ortak Bağlantı Olmaması	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

Katılımcı 5'in BAİ'de güveni engelleyen unsurlara ilişkin yorumu şu şekildedir:

Daha konuşmaya başlayalı birkaç gün olduğunda benden fotoğrafımı istemesi bence bu konuda benim önüme en çok set çeken şeylerden birisi. Çünkü ben anonim olmak istiyorum. Zaten gerekirse ya da yeterince bir samimiyet kurarsam ben kendim de paylaşırım o fotoğrafı (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in bu yorumu, BAİ'de güven oluşturabilmesi için anonimliğinin ve kişisel alanının korunması gerektiğini göstermektedir. Bu nedenle bu yorum "Anonimliğin Bozulması" ve "Kişisel Alanın İhlal Edilmesi" şeklinde temalaştırılmıştır. Çünkü Katılımcı 5'in, online iletişime yeni başladığı bir kişinin kendisinden fotoğraf istemesini, güven inşasını engelleyen bir unsur olarak görmesi, çevrimiçi etkileşimlerde gizlilik ve anonimliğin önemini vurgulamaktadır.

"Bir kişi eğer egoluysa ben direkt uzak duruyorum o kişiden. Bir kişi sürekli kendinden bahsediyorsa egoludur." Katılımcı 1'e göre ise BAİ'de bir kişiye güvenmesini engelleyen unsur "Ego"dur. Katılımcı 1'in bir kişinin sürekli kendinden bahsetmesini egoluluk belirtisi olarak algılaması ve bu tür kişilere karşı güven duymakta zorlanması, çevrimiçi etkileşimlerde "kişilik algısının" güven kurma süreçlerindeki etkisine örnek

teşkil etmektedir. Bu nedenle Katılımcı 1'in bu açıklamalar "Kişilik Algısı" olarak temalaştırılmıştır.

"Kişilik Algısı" kapsamında Katılımcı 2'nin de ortak bir proje yürütmek üzerinden örnek vererek kendi fikirleri dayatan insanları direkt engellediğini anlatması "Baskın bir Karakter (Kendi Fikirlerini Dayatma)" şeklinde değerlendirilmiştir:

Benim fikrim benim fikrim diye dayatmamalı kesinlikle! Of tamam diyorum sensin tamam sus artık yani sus. Sen tutup da benim fikrim böyle benim fikrim şöyle dersen insanı dışlarlar. Bir kere o tip insanlar zaten sevilmiyorlar. Yüzlerine söylenmiyor ama çok da hoşuma giden insan tipleri değiller benim için (Katılımcı 2, GE Yüksek).

"İletişim Tarzı" kapsamında ise karşısındaki kişilerin başkalarına yaptığı yorumları da incelediğini anlatan Katılımcı 2'nin bu yorumlardaki konuşma tarzlarına dikkat ettiğine dair kriterleri "Etkileşimler kapsamındaki İletişim Tarzı" olarak ele alınmıştır:

Başkasına yorum atmak bana itici geliyor. Mesela erkekse kızların böyle kalp atması alev atması falan hiç kabul edilebilir bir şey değil benim için. Kızsa da tam tersi erkeklerin hani böyle sulanır gibi konuşması bence. Ben olsam direkt engellerim silerim mesela. Bunlar güven eksikliği oluşturuyor bende hele cevap vermişse bu ne ya diyorum (Katılımcı 2, GE Yüksek).

BAİ sürecinde ilk izlenimler sırasında karşısındaki kişinin profiline ve paylaşımlarına baktığını anlatan Katılımcı 7, "önyargılı" veya "ırkçılık" içerikli paylaşımları örnek göstererek saldırgan ve kendi ahlaki değerlerine aykırı paylaşımlarda bulunan insanlarla iletişim kurmadığını beyan etmiştir. Katılımcı 7'nin bu açıklamaları öncelikle "Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık" ve "Saldırgan İçerikler" olarak temalaştırılırken Katılımcı 7'nin bu tür paylaşımları kendi dünya görüşüne aykırı bulması nedeniyle aynı zamanda "Karşıt Görüşler" şeklinde bir tema oluşturulmuştur.

Benzer bir şekilde "Siyasi duruşuma ve dini değerlerime çok aykırı hakaret noktasında bir şahsiyet ise anında engellerim" ve "Marjinalitesi yüksekse veya ahlak konusunda da öyle saçma sapan videolar paylaşıyorsa benim kendi ahlak görüşüme aykırı bu da benim için direkt bir engeldir" diyen Katılımcı 6'nın da güveni engelleyen unsurlar hakkındaki görüşleri "Karşıt Görüşler" ve "Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık"

temaları ile işlenmiştir. Katılımcı 6 aynı zamanda hiçbir ortak bağlantısının olmamasını da güveni engelleyen bir unsur olarak görmüştür.

Röportajın yapıldığı günlerde dünyada gerçekleşmekte olan bazı savaşlar üzerinden örnekler Katılımcı 2'nin bu soruda verdiği cevabın bir bölümü de "Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık" teması kapsamına girmiştir:

(Savaşla ilgili) Aşırı saçma bir şey yazmış direkt engelliyorum yani diyorum bu hayatta olmamalı şuan bu. İnsanlığa olan bir bakış açısından kaynaklı birazcık. Kötü insan izlenimi veren ya da böyle zorba bir insansa böyle atıyorum kilosunu ile birisini yargılıyorsa ya da yorumlarda falan dine ters bir şeyler söylüyorsa direkt engelliyorum (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Katılımcı 4 güveni engelleyen unsurlar kapsamında karşısındakilerinin özelliklerinden çok kendi "Bireysel Şartlanma"larının etkili olduğunu anlatmıştır. BAİ ortamında anonim olarak tanıştığı bir kızın eski kız arkadaşı olduğundan şüphelendiğini anlatan Katılımcı 4, karşısındaki kişi her ne kadar o olmadığına dair birçok kanıt sunmuş olsa da karşısındaki kişinin fikirleri eski kız arkadaşına benzetdiği için onun eski kız arkadaşı olmadığına asla inanmadığı ve güvenmediğini anlatmıştır.

"Vıcık vıcık" bir konuşma tarzından hiç hoşlanmadığını söyleyen Katılımcı 8, karşısındaki kişiye karşı güvenini engelleyen en önemli unsurun karşısındakinin henüz alttığı ilk mesajda söze "canım, hayatım, tatlım ile başlaması" olduğunu söylemiştir. Katılımcı 8'in bu sözleri "İletişim Tarzı" temasına dahil edilmiştir.

Katılımcı 9'un güveni engelleyen unsurlara yönelik görüşleri şu şekildedir:

Karşımdaki kişinin benimle ne tarz bir sohbet ilerletmeye çalıştığına bakarım. Mesela atıyorum yeni tanıştığınız birine nerede yaşadığını, genelde nerelerde takıldığını ya da kişinin rutin hayatında kendine ait alanlarını merak eder misiniz? Ben etmem şahsen. Yani karşımdaki kişi benim adımları soyadımı bile daha tam olarak bilmezken benim hakkımda; takıldığım yerleri, rutinlerimi falan öğrenmeye çalışıyorsa ben bunda bir art niyet ararım (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9'un bu görüşleri gereksiz detaya girmek kapsamında değerlendirilerek "İletişim Tarzı" ve "Art Niyet" temaları ile kodlanmıştır.

Katılımcı 10 güveni engelleyen unsurlar kapsamında karşısındaki kişinin profilini ve fotoğraflarını incelendiğinde onun "serseri tipli" bir insan olduğuna kanaat getirirse hiç güvenmediğini söylemiştir.

Kişiye güven başlığı altında akademik konularda bir uzmana danışırken karşısındakinin kısa cevaplar vermesi durumunda “paylaşımıcı olmadığını” düşünerek konuşmayı sonlandırdığını anlatan Katılımcı 11’in bu sözleri güveni engelleyen unsurlar kapsamında “İlgisizlik” olarak değerlendirilmiştir.

Başlangıçtaki güven seviyesi düşük olan ve yine güveni zamanla gelişen Katılımcı 12 başlangıçtaki güvenle ilgili şunları söylemiştir:

İnsanlar konusunda çok fazla güvensizliğim var. Zaten bu konularda sıkıntılar yaşayan bir insanım. O yüzden, yeni biriyle tanışacağım zaman internette veya gerçek hayatta o kişiye önce bir ısınmam lazım. O kişinin hareketlerini falan çok fazla incelerim. Kendi çapımda onu bir skalaya koyuyorum ve eğer bana uymayan tavırları ve hareketleri varsa o kişiden uzak durmaya çalışıyorum (Katılımcı 12, GE Düşük).

Güveni engelleyen unsurlar kapsamında Katılımcı 13 “kullandığı hesabın kendi adında olmaması en başta” demiştir. Katılımcı 13’ün bu sözleri “Sahte Hesap Algısı” kapsamında “Profil Bilgileri” teması altına işlenmiştir.

Karşısındaki kişinin üslubuna çok dikkat anlatan Katılımcı 14’ün BAİ’de gelen ilk mesajdaki üslubu beğenmezse hiç cevap vermediğini beyan etmesi güveni engelleyen unsurlar kapsamında “İletişim Tarzı” olarak temalaştırılmıştır. Ayrıca; “Profilinde beğendiği şeylere bakarım. Beğendiği şeyler benim etiğime aykırıysa güvenmem.” şeklindeki sözleri ise “Sosyal ve Etik Değerlere Aykırılık” teması altına yazılmıştır. Karşısındaki hesabın sahte olup olmadığına da baktığını söyleyen Katılımcı 14’ün bu sözleri de “Profil Bilgileri” başlığına yazılmıştır: “Bazen geçmişteki insanlar fake hesap açıp yazabiliyor. Cevap vermiyorum. O kendisi zaten dökülüyor.”

4.2.6.3. BAİ’de Güvenin Azalması ve Yok Olması

Güvenin azalması veya yok olması hususlarında güven eğilimi yüksek olanlar için güveni kaybetmenin daha zor olduğu güven eğilimi düşük olanların ise güvenlerinin daha kolay kırıldığı tespit edilmiştir.

Örneğin kaynak güvenilirliğine oldukça önem veren Katılımcı 5’e güvendiği bir kaynağın yalan söylediğine dair kanıtlar ortaya çıktığında o kişiye karşı güveninin azalıp azalmayacağı hususu sorulduğunda ilk iki, üç sefer tolere edebileceğini anlatarak güven

eğilimi yüksek bir insanın güveninin azalmasının ya da kırılmasının çok zor olduğunu göstermiştir. Dahası Katılımcı 5'e 'BAİ'de, bir kişiye güven duygusunu kaybetmenize neden olabilecek faktörler nelerdir?' sorusu yöneltildiğinde aklına güven kırıcı hiçbir faktör gelmemiştir.

Benzer bir şekilde bazı yalanları normal karşıladığı anlatan Katılımcı 6 için de güven bir kere kurulduktan sonra azalması veya tamamen yok olması zaman almaktadır:

Yalan söylemesi değil açıkçası. Arada yalan söyleyebilir. İnsan bazen isteyerek veya istemeyerek yalan söylüyor. Hepimiz böyleyiz yani. Hiçbirimiz kesinlikle hiç yalan söylemedik derse ben buna inanmıyorum açıkçası. Bu belki de insan doğası ile ilgili bir şeydir (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Güveninin her ne kadar zedelense de kolay kolay tamamen yok olmayacağını anlatan Katılımcı 6 konuya ilişkin ayrıca şunları söylemiştir:

Bir arkadaşım bana yalan söylerse güvenim zedelenir. Ama ne kadar zedelendiği duruma göre, yalanın büyüklüğüne göre değişir. Her insanın bir kriteri vardır. Benim kriterlerimi çok aşıyorsa tabi ki zedelenir (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Katılımcı 6'nın bu sözleri güvenin durumdan duruma göre değişen dinamik bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı 6 sözlerine şöyle devam etmiştir:

Benim bir arkadaşım var mesela. Benim hayatımda yaşadığım her şeyi bilir. Hiçbir gizli saklım yoktur. 9 senelik arkadaşımdır. Dediğim gibi eğer gerçekten yalan söylüyorsa veya bir şeyleri saklıyorsa o sakladığı duruma göre değişir. Mesela başka bir ortak arkadaşımızla yaşadığı ciddi bir problemi O bana yanlış bir şekilde aktarıyorsa ve benim onunla dostluğumun bitmesine sebep oluyorsa. Değil 9 sene isterse 20 sene olsun... (Katılımcı 6, GE Yüksek)

BAİ güveni azaltan ve yok eden unsurlara yönelik; 1) Gizlilik İhlali, 2) Yalan, 3) Dürüst ve Açık Olmamak, 4) Arkadan Konuşmak, 5) Çelişkili Bilgi, 6) Dayatma, 7) Aşağılama, 8) İletişimin Kesilmesi, 9) Saygısızlık, 10) Destek Olmamak olmak üzere toplamda sekiz tema çıkarılmıştır.

Tablo 42: BAİ'de Güveni Azaltan ve Yok Eden Unsurlar

1. Gizlilik İhlali	Katılımcı 4 (GE Yüksek)
a. Özel Bilgilerin Paylaşılması	Katılımcı 7 (GE Yüksek)

b. İfşa c. Sır Tutmamak	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Katılımcı 11 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	5
2. Yalan	Katılımcı 12 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	3
3. Dürüst ve Açık Olmamak	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
4. Arkadan Konuşmak a. İhanet Algısı	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
5. Çelişkili Bilgi	Katılımcı 3 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
6. Dayatma	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Toplam	1
7. Aşağılama	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Toplam	1
8. İletişimin Kesilmesi	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Toplam	1
9. Saygısızlık	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Toplam	1
10. Destek Olmamak a. Kötü Niyet b. Art Niyet	Katılımcı 14 (GE Düşük)	
	Toplam	1

Güveni kaybetmesine neyin sebep olacağı sorusuna ‘‘Benimle onun arasında geçen özel bir konuşmayı benim yakın arkadaşına söylerse, ben aramızdaki şeyleri bir başkasından duyarsam’’ şeklinde cevap veren Katılımcı 7’nin bu sözleri ‘‘Gizlilik İhlali’’ teması ile kodlanmıştır.

Katılımcı 3’ün aşağıdaki ifadeleri ‘‘Çelişkili bilgi’’ teması kapsamında işlenmiştir:

Sosyal medyadan birisiyle konuşuyorum diyelim. Tanımıyorum (Yeni tanıştım.) Bana daha önceden bir bilgi verdi. İşte bir iki hafta geçti. Yine aynı konu açıldı ve başka bir bilgi verdi. Ben ama o dediğini hatırlıyorum. İkisini farklı söyledi. Mesela yaşı diyelim. Bu güvensizliğe neden olur (Katılımcı 3, GE Yüksek).

Sır tutmayı güveni arttıran bir unsur olarak Katılımcı 4, birine anlattığı özel bilgilerin ifşa edilmesini başka bir ifade ile ‘‘sırlarının paylaşılması’’nı güveni azaltan bir unsur olarak gördüğünü beyan etmiştir.

Sır tutmayı güveni arttıran bir unsur olarak Katılımcı 10, ‘‘İkimizin arasında kalması gereken bir şeyi farklı bir yere söylerse’’ güveninin kırılacağını anlatan katılımcı 10’un bu sözleri ‘‘Gizlilik İhlali’’ teması altına işlenmiştir. Katılımcı 10 aynı zamanda samimi olduğu ve güvendiği bir arkadaşıyla hayatın olağan akışında aralarındaki bağ zayıflarsa ve bir süre sonra konuşmayı keserlerle zamanla ona karşı güveninin azalıp biteceğini anlatmıştır. Katılımcı 10’un bu söylediklerinden ‘‘İletişimin Kesilmesi’’ şeklinde bir tema oluşturulmuştur. Bunun üzerine kendisine hayatın olağan akışı dışında arkadaşınla bağlarının zayıflamasına ve aralarındaki ilişkinin kesilmesine başka ne sebep olabilir şeklinde bir soru yönelttiğinde ‘‘Saygısızlık’’ demiştir.

‘‘Paylaştığım bir şeyi başka bir yerde birileriyle paylaşması güvenimi zedeler’’ diyen Katılımcı 11’in bu sözleri ‘‘Gizlilik İhlali’’ teması kapsamında ele alınmıştır. Benzer bir şekilde başkasının paylaştığı bir sırrı gelip kendisine anlatırlarsa, o kişinin sır tutmayan biri olduğunu görmesi de güveninin kırılmasına neden olmaktadır.

‘‘Yalan çok fazla güvenimi kıracak bir şey’’ diyen Katılımcı 12 bu konuya ilişkin şunları söylemiştir: ‘‘Mesela bunu biraz yaşadım gibi bana gelip eğer hani çok fazla işim var, hiç zamanım yok diyip ama arkadaşlarıyla gezdiğini görürsem o sıkıntı benim için’’.

4.2.7. BAİ’de Güven Deneyimleri

Güven eğilimi yüksek öğrenciler daha çok olumlu deneyimler anlatıp, olumsuz deneyim aklıma gelmiyor derken, güven eğilimi düşük öğrenciler ise tam tersi olumlu deneyimlerinin olmadığını söylerken, olumsuz deneyimler kapsamında oldukça ilgi çekici anılar paylaşmışlardır. Örneğin güven eğilimi düşük olan Katılımcı 8 olumlu güven deneyimi kapsamında ‘‘Yok hiç öyle bir şey olmadı’’ demiştir. Katılımcı 8’in olumsuz güven deneyimi ise ilgili başlık altında anlatılmıştır. Bir başka örnek olarak Katılımcı 11

de internetten insanlarla tanışmayı reddettiği için internette olumlu güven deneyimi olmadığını söylemiştir. Güven eğilimi düşük olan Katılımcı 13 ise olumlu güven deneyimine ilişkin soru karşısında uzunca bir süre düşündükten sonra aklına hiçbir anı gelmeyince şöyle demiştir: “Hep kötü örnekler oldu, güvenim hiçbir zaman iyi çıkmadı ki yani internetten...” demiştir.

4.2.7.1. Olumlu Deneyimler

BAİ olumlu güven deneyimlerine yönelik; 1) Fayda (Kazanım), 2) Kendini Açma, 3) Güçlü Bağlar, 4) Duygusal Yardım ve Dayanışma, 5) Risk Yönetimi olmak üzere toplamda beş tema çıkarılmıştır.

Tablo 43: BAİ’de Olumlu Güven Deneyimleri

1. Fayda (Kazanım) a. Tercihlere Yön Vermesi	Katılımcı 2 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Toplam	3
2. Kendini Açma	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
3. Güçlü Bağlar	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
4. Duygusal Yardım ve Dayanışma	Katılımcı 5 (GE Yüksek)	
	Toplam	1
5. Risk Yönetimi	Katılımcı 6 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

BAİ’de güvenme davranışı neticesinde elde edilen kazanımları yansıtan olumlu deneyimler kapsamında Katılımcı 6’nın anlattığı anısı oldukça ilgi çekicidir (alıntı içerisinde bazı yerler anonimletirmek adına değiştirilerek aktarılmıştır):

(Bir derste final için ödev vermişlerdi.) Derslere pek girmedim açıkçası. Hiçbir bilgim yoktu. Instagramdan bir sayfa buldum. Yüksek lisans yapan bir öğrenci işte kendi blogunu bir şeyini paylaşıyor vesaire. Takipçi sayısı da benim için

yeterliydi. Rica ettim final ödevimi attım. Durumumu anlattım böyle böyle şuanda yapamıyorum diye. Yaptı gönderdi (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Katılımcı 6 sözlerine şöyle devam etmiştir:

Şimdi burada iki kriterim vardı. Birincisi neydi? Takipçi sayısıydı (30.000'den fazla). İkinci kriterim de neydi? Çünkü ödevi göndermem gerekiyor! Şimdi o ödevi attığı zaman. Ben de çok mutlu oldum. Çünkü benim o ödevi ertesi güne yetiştirmem gerekiyor. Yani ona bir yandan da güvenmek zorundayım. Şimdi ona güvenmekle güvenmemek arasındaki kriter şu; başka bir çarem yok. Çünkü ertesi gün o ödevi göndermek zorundayım. Yani yarım yamalak da yapsa, belki saçmalasa da kendi yapacağımdan kat kat daha iyi olduğunu düşündüğüm için güvenmek zorunda kaldım (Katılımcı 6, GE Yüksek).

“Son olarak bir bilgi daha vereyim; 100 aldım.” diyen Katılımcı 6’nın bu anısı “Fayda (Kazanım)” başlığı altında temalaştırılmıştır. BAI’de güvenme davranışının çıktıları kapsamında çeşitli kazanımlar sağladığı doğrudur ancak Katılımcı 6’nın bu anlattıklarından çok daha önemli çıkarımlar yapmak mümkündür. Bu çalışmanın başında değinilen “Güvenmek bir ihtiyaçtır” sözünü destekler nitelikte bir örnek anlatan Katılımcı 6’nın bu anısı literatürdeki mantıksal çıkarımlar çerçevesinde bazı durumlarda insanlar fayda sağlamak için güvenmeyi tercih etmektedir şeklindeki görüşleri desteklemektedir.

Katılımcı 6’nın devam eden sözleri bu görüşü destekler niteliktedir:

Bu hayat da böyledir. Mesela insanların bunu yapmam dedikleri şeyler çareleri tükendikçe güvenmek zorunda kalırlar. Veya hani mesela bir insandan hiçbir şekilde hazetmezsin ama birgün ona işin düştüğü zaman yani ondan haz etmesen bile o bilgiyi, o belgeyi paylaşmak zorunda kalabilirsin. Bu hayat böyledir bence (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Katılımcı 6’nın bu anlattıklarından aynı zamanda “Risk yönetimi” çıkarımı yapılmış olup güvenmeyi bir zorunluluk ve ihtiyaç olarak görmesi ise “Katılımcıların BAI’de Güven Olgusu Hakkındaki Görüşleri” başlığı altında “İhtiyaç” olarak kodlanmıştır. Katılımcı 6’nın röportajın devamında anlattıkları ise tamamen risk algısı kapsamında girmektedir. Güvenme davranışı neticesinde elde ettiği kazanımları yorumlayan Katılımcı 6 şunu söylemiştir.

Peki bu neye de sebep oldu biliyor musun? Bir daha böyle bir duruma düştüğüm zaman, güvenmekle güvenmemek arasında kaldığım zaman biraz daha güvenmek eğilimim artacaktır (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Hardin (1992) geçmiş tecrübelerin güvenebilme yeteneği üzerinde etkili olduğunu anlatmıştır. Katılımcı 6'nın bu söyledikleri de Hardin'in anlattıklarıyla birebir örtüşmektedir. Ayrıca, bu çalışma neticesinde elde edilen genel çıkarımlardan biri de geçmiş tecrübelerin güven eğilimi üzerinde oldukça etkili olduğudur. Bu başlık altında bile genel olarak bakıldığında olumlu tecrübe anlatanların hep güven eğilimi yüksek olan katılımcılar olduğu, öte yandan güven eğilimleri düşük olan katılımcıların ise başların hep travmatik derecede kötü olaylar geçtiği gözlemlenmiştir. Doğrusu bütün katılımcılara güven eğilimin düşük ya da yüksek olduğu fark etmeksizin hem olumlu hem de olumsuz deneyimleri sorulmuştur. Ancak, güven eğilimi yüksek olanlar genelde aklıma olumsuz deneyim gelmiyor derken, güven eğilimi düşük olanlar da çoğunlukla aklıma olumlu deneyim gelmiyor demiştir.

Katılımcı 6'nın yukarıdaki ifadesi de, geçmişteki olumlu güven deneyimlerinin, gelecekteki etkileşimlerde güven oluşturma eğilimini nasıl artırabileceğini göstermektedir. Bu durum, psikolojik ve sosyal bilimlerde sıkça ele alınan bir konsept olan "öğrenilmiş güven" fikrini desteklemektedir. Buna göre, bireyler geçmiş deneyimlerden öğrenir ve bu deneyimler, gelecekteki davranış ve eğilimlerini şekillendirir.

Katılımcı 6'nın deneyimi, başarılı bir güven deneyiminin, kişinin güvenmekle ilgili gelecekteki kararlarında daha cesur ve pozitif olmasını sağlayabileceğini göstermektedir. Bu durum, BAİ gibi ortamlarda özellikle önemlidir, çünkü bu ortamlarda güven genellikle geleneksel yüz yüze etkileşimlere göre daha az somut bilgilere dayanmaktadır. Kullanıcılar, güvenme kararının başarılı sonuçlar doğurması durumunda, gelecekte benzer durumlarda güvenmeye daha açık hale gelmektedir.

Bu durum, aynı zamanda çevrimiçi güven oluşturma'nın dinamik bir süreç olduğunu göstermektedir. Geçmişteki başarılı güven deneyimleri, bireylerin risk değerlendirmesini ve güvenle ilgili kararlarını etkileyebilir. Böylece, bireyler geçmişteki pozitif deneyimlere dayanarak, gelecekteki belirsiz durumlarda daha rahat bir şekilde

güvenme kararı alabilirler. Katılımcı 6'nın aynı örnek üzerinden anlattıkları "Algılanan Riskler" başlığına taşınarak orada tartışılmaya edilmiştir.

Katılımcı 5'in BAİ'de güvenin hissettirdikleri başlığı altında verdiği anonim Whatsapp gruplarında yeni arkadaşlıklar edinmesi aslında olumlu bir deneyime örnek teşkil etmektedir. Katılımcı 5 de bu duruma işaret ederek kendisiyle ilgili örneği hali hazırda vermiş olduğu için online ortamlarda tanıştığı ve o dönemlerde birbirlerini yüz yüze hiç görmediği bir arkadaşıyla ilgili örnek vermeyi tercih etmiştir:

Hiç görmediğim bir arkadaşım vardı. O zaman yeni tanıştığım zamanlarda annesi ve babası boşanma sürecindeydi. Benim ona çok yardımım dokunmuştu duygusal anlamda ve o dönem yanında olma anlamında (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in BAİ'deki olumlu deneyimlerine ilişkin ifadesi, online ortamların insanlar arası destek ve empati kurma konusunda ne kadar etkili olabileceğini göstermektedir. Katılımcının hiç görmediği bir arkadaşı ile yaşadığı deneyim, BAİ'de, yüz yüze görüşmelerin mümkün olmadığı durumlarda bile insanlar arasında derin ve anlamlı ilişkilerin gelişebileceğini kanıtlamaktadır. Bu nedenle bu ifadeler olumlu deneyimler başlığı altında "Kendini Açma" ve "Güçlü Bağlar" temalarına işlenmiştir.

Katılımcı 5'in bu deneyimi, Chen, Yu, Yuan, Lu, Shen'in (2021) güven duygusunun bireylerin motivasyonunu arttırarak daha güçlü bağlılıklar hissetmesini sağladığı yönündeki argümanlarına olumlu bir örnek oluşturmaktadır. Bu deneyim aynı zamanda Kramer'in (1999) karşılıklı anlayış ve saygı üzerine kurulan güvenin pozitif çıktılarına ilişkin; "bir insan güvendiği kişilere, kendisini daha açık bir şekilde ifade edebilmekte, duygularını, düşüncelerini ve sırlarını daha rahat paylaşabilmektedir. Bu sayede güçlü ve sağlam ilişkilerin kurulabilmesi mümkün olmaktadır." şeklindeki açıklamalarının gerçek hayattaki bir yansımasıdır.

Bu deneyim çevrimiçi etkileşimlerin sadece yüzeysel olmadığını, aksine zor zamanlarda insanlara "duygusal destek ve anlayış" sunma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcı 5'in arkadaşına boşanma sürecinde destek olması, BAİ'nin duygusal yardım ve dayanışma için bir alan yaratabileceğini göstermektedir. Bu tür etkileşimler, çevrimiçi ortamlarda kurulan ilişkilerin gerçek ve samimi olabileceğini, ve bu tür ortamların insanların zor zamanlarında yanlarında olacak insanlarla bağlantı kurmalarına yardımcı olabileceğini göstermektedir.

Dolayısıyla eğer röportajın başına gidilecek ve Morozov ile Castells'in öğretileri doğrultusunda internete yüklenen anlamlara ilişkin tartışmalar hatırlanırsa, Katılımcı 5'in BAİ motivasyonunun neden bu kadar yüksek olduğu ve internete neden bu kadar büyük anlamlar yüklediği şimdi daha iyi anlaşılmakta ve hak verilmektedir:

Ben internetin doğru kullanıldığında da yanlış kullanıldığında da müthiş sonuçlar verdiğini düşünüyorum. Yanlış kullanımda da internette aklınıza gelebilecek hemen her şeyi bulabilirsiniz. Doğru kullanıldığında da aynı şekilde. Yeni insanlarla yeni arkadaşlıklar kurabilirsiniz. Yeni deneyimler yaşayabilirsiniz (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Bu sözlerinin ardından Katılımcı 5, bir arkadaşının Danimarka'dan bir kişiyle Reddit üzerinden kurduğu bir arkadaşlık üzerinden örnek veren Katılımcı 5, birbirilerini görmek uğruna yapılan yolculukları anlatarak BAİ sayesinde sınırların ötesinde kurulan arkadaşlıkların, duygusal ilişkilerin ve güçlü bağların resmini çizmiştir.

Katılımcı 5'in anlattığı bu hikaye güven eğiliminin yüksek olmasının kazanımlarını akıllara getirilerek bazı insanlarda güven duygusunun neden ve nasıl yüksek olduğunun yeniden düşünülmesini sağlamıştır. Katılımcı 5'in bu konuda anlattıkları kendi güven eğiliminin neden ve nasıl yüksek olduğunu daha iyi açıklarken Hardin'in (1992, s. 163) "güvenebilme yeteneği çocukluktan gelen öğrenimler sonucunda kazanılmış bir yetenektir" şeklindeki tezini kanıtlar niteliktedir:

Ben 13-15 yaşındaki bir insana en azından belli başlı şeylerin öğretildikten sonra biraz daha serbest bırakılması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü benim ailem bana böyle yaptı. Belli başlı şeyleri gösterdiler. Daha sonrasında da biraz ben kendim keşfettim. Bana kimseye adresini verme, fotoğrafını atma vesaire gibi temel şeyleri anlattıktan sonra beni biraz daha serbest bıraktılar. Ben online oyunlarda da çokça vakit geçirdim. İnternetin dip, kuytu köşelerinde de çokça vakit geçirdim ve dediğim gibi bir sürü şeyle tanışma fırsatım oldu (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Olumlu bir deneyim olarak üniversiteye hazırlanma sürecinde BAİ'de bir etkinlik kapsamında tanıştığı yeni kişiler ile etkileşimleri üzerinden bir anısını anlatarak etkinlik kapsamında tanıştığı insanlar hakkında şunları söylemiştir:

Hiç tanımadık görmedik birbirimizi arada Whatsapp gruplarında konuşuyoruz. Bazen hani toplu konuşmalarımız oluyor. Liderimizle görüşmelerimiz falan oluyor. Orada mesela okul (üniversite) hakkında bir sürü bilgi aldım. İstanbula

gidecektik onlar hakkında bir sürü bilgi aldım. Hani birçok açıdan hayatımda yardım alacağım insanlarla tanıştım mesela orada (Katılımcı 2, GE Yüksek).

Kısacası Katılımcı 2, BAİ’de yeni tanıştığı insanlardan aldığı tavsiyelerin üniversite ve bölüm tercihleri hakkında faydalı olduğunu ve tercihlerinde etkili olduğunu bu sayede hayatına yön verebildiğini anlatmıştır. Katılımcı 2’nin bu anlattıkları ‘‘Fayda (Kazanım)’’ teması kapsamında ele alınmıştır. Benzer bir şekilde Katılımcı 3’ün anısı da ‘‘Fayda (Kazanım)’’ teması kapsamında ele alınmıştır:

Bir arkadaşım babası vardı. Yüz yüze hiç tanışmamıştım. Ama Instargram’dan konuşmuştum ve bana bir tane sporcuyla bir röportaj ayarlamıştı. Güvendim ona yazdım o da bana bir numara attı. Ve ben bu sayede haber yaptım (Katılımcı 3, GE Yüksek).

‘‘Yetkinlik’’ kavramına oldukça önem verdiği gözlemlenen Katılımcı 4 olumlu deneyim kapsamında da Felsefe grubunda tanıştığı arkadaşını örnek göstererek ‘‘Onun bilgi birikimine ve donanımına gerçekten çok güveniyorum. Beni çok yükselttiğine inanıyorum. Başka bir seviyeye çektiğine inanıyorum.’’ demiştir. Görüldüğü üzere BAİ’de güven duygusu Katılımcı 4’ün yeni arkadaşlar ile tanışmasını sağlamakta ve bu sayede Katılımcı 4 kendi bilgi birikimini arttırabilmektedir.

Olumsuz deneyimle ilgili internet ortamlarına güvenini kaybetmesine neden olan bir olay anlatan Katılımcı 9 olumlu deneyimle ilgisi ise ‘‘İnternet ortamında hiç faydalı bir şey yaşamadım’’ demiştir: ‘‘Bir kere bir güvendim, o günden sonrası zaten yok bende!’’.

4.2.7.2. Olumsuz Deneyimler

BAİ hakkında pozitif görüşlere yönelik; 1) Dolandırıcılık, 2) Sahtecilik, 3) Şantaj, 4) Siber Saldırı, 5) Veri Çalınması olmak üzere toplamda beş tema çıkarılmıştır. Temalar ve ilgili temaları meydana getiren alt kodlamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 44: BAİ’de Olumsuz Güven Deneyimleri

1. Dolandırıcılık	Katılımcı 6 (GE Yüksek)
a. Hesaplarının Çalınması	Katılımcı 10 (GE Düşük)
	Toplam 2

2. Sahtecilik a. Kimlik Sahteciliği	Katılımcı 8 (GE Düşük)	
	Katılımcı 13 (GE Düşük)	
	Toplam	2
3. Şantaj	Katılımcı 9 (GE Düşük)	
	Toplam	1
4. Siber Saldırı a. Virüs Bulaşması	Katılımcı 10 (GE Düşük)	
	Toplam	1
5. Veri Çalınması	Katılımcı 4 (GE Yüksek)	
	Toplam	1

BAİ ortamlarında herhangi bir olumsuz deneyim yaşamadığını beyan eden Katılımcı 5 şunları söylemiştir:

Benim yaşadığım herhangi bir olumsuz deneyim olmadı şu ana kadar. Burada şeyin de etkisi var. Ben Dark web forumlarında vakit geçirdiğim kadar, dark web forumlarında herhangi bir girdi yapmamaya özen gösteriyordum. Bunda bence farkındalık da önemli (Katılımcı 5, GE Yüksek).

Katılımcı 5'in bu açıklamaları yeni teknolojik okuryazarlığın önemini vurgulamaktadır. Katılımcı 5, BAİ'de olumsuz bir deneyim yaşamamış olmasını, kendi davranışları ve farkındalık düzeyine bağlamaktadır. Özellikle Dark Web forumlarında geçirdiği zaman boyunca herhangi bir girdi yapmaktan kaçınması, bu farkındalığın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Katılımcı 5'in Dark Web forumlarında pasif bir katılımcı olarak kalmayı tercih etmesi, çevrimiçi güvenlik konusundaki bilinçli bir seçimi temsil etmektedir.

Katılımcı 5'in deneyimi, çevrimiçi ortamlarda karşılaşılabilecek riskleri azaltmak için kullanıcıların alabileceği tedbirlerin bir örneği olarak değerlendirilebilir. Bu tedbirler, kullanıcıların bilgi paylaşımı ve etkileşimde bulunma şekillerini dikkatlice yönetmelerini içerir. Ayrıca, bu durum, çevrimiçi ortamlarda güvenliğin sadece teknik önlemlerle sağlanamayacağını, kullanıcıların davranışları ve farkındalık düzeyinin de bu güvenlikte önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Güven eğilimi yüksek olan Katılımcı 6 BAİ'de olumsuz bir güven deneyimi olarak arkadaşının hacklenmesi anısını anlatmıştır. Ancak, bu olumsuz deneyim Katılımcı 6'nın bundan sonra güvensizlik duymak yerine gerekli önlemleri alarak

güvenini korumaya devam etmesine neden olmuştur. Başka bir deyişle görüldüğü üzere güven eğilimi yüksek bireyler karşılaştıkları olumsuz durumlara karşı güven ortamının devamını sağlamak için gerekli önlemleri almakta ve bu önlemlere karşı optimist bir perspektif sergilemektedirler:

Bir defa başıma geldi. Samimi olduğumuz bir arkadaşımız vardı. Hacklemişler. Akşam 10'da mesaj attı bana. İşte bana o zamanın parasıyla bana acil 100 lira gönder. Yakın arkadaşım aramızda devamlı bir para alışverişi vardı zaten. Sorgusuz sualsiz attım yani. Benim yıllardır arkadaşım diye. Sonra birkaç saat sonra hacklendiğini öğrendim (Katılımcı 6, GE Yüksek).

Bu olaydan sonra hacklenmeye karşı “iki adımlı doğrulama” ve profilinde uyarı mesajı bulundurmak gibi önlemler aldığını ve bu tür önlemlerin faydalı olduğunu eğer daha dikkatli olunursa böyle şeylerin bir daha yaşanmayacağını anlatan Katılımcı 6’nın bu sözleri teknoloji güven başlığı altında detaylıca tartışılmıştır.

Katılımcı 2 bu soruda herkese her şeyi anlattığını, çok fazla konuştuğunu, çok kolay içini döktüğünü ama karşısındaki da doğru orantılı olarak kendisini açmazsa sonradan pişmanlık duyduğunu anlatmıştır. Ancak bugüne kadar kendisini açmasıyla ilgili başına olumsuz bir deneyim gelmediği görülmüştür. Aksine olumlu deneyim verdiği örnekte BAİ’de yeni tanıştığı insanlara kendi açması ve dert anlatması sayesinde üniversite ve bölüm tercihleri konusunda doğru kararlar aldığı ve hayatını olumlu yönde şekillendirdiği görülmüştür. Katılımcı 2 ek olarak BAİ kapsamı dışında kalan gündelik sınıf ortamı ilişkilerinden örnekler anlatmıştır. Bu nedenle Katılımcı 2’nin bu anlattıkları buradaki olumsuz BAİ deneyimleri kapsamına dahil edilmemiştir. Katılımcı 3 de başına herhangi bir olumsuz deneyim gelmediğini söylemiştir. Güven eğilimi yüksek katılımcıların olumsuz deneyim anlatmamaları deneyimlerin güven eğilimi üzerinde etkili olduğunun bir göstergesidir.

BAİ’de olumsuz güven deneyimine ilişkin Katılımcı 4 şu anısını paylaşmıştır:

Ben lisedeyken Instagram’da bir sayfam vardı ve çok hızlı giderek büyüyordu. Ne sebeple verdiğimi hatırlamıyorum ama şifremi internette tanıştığım birisine vermiştim. Baya girdi. Sonra artık ben giremedim (Katılımcı 4, GE Yüksek).

Katılımcı 4’ün hacklenmeye gerek kalmadan kendi elleriyle şifresini paylaşmış olması yüksek güven eğilimi ile kontrollü güvenmek arasındaki ince çizgiyi göstermektedir.

Ortaokul çağındayken bir dizi oyuncusunun fan sayfasını yönettiğini anlatan Katılımcı 8, söz konusu dizi oyuncusunun kız arkadaşını kıskanarak o kişiyi karalamak, Katılımcı 8'in kendi ifadesi ile "zorbalamak", adına onun hakkında bir "anti" hesap açtığını söylemiştir. Bir gün tanımadığı bir kişinin söz konusu anti hesaba bir mesaj attığını söyleyen Katılımcı 8, o kişiyle aralarında geçen diyalogu şöyle aktarmıştır:

"Aa" dedi "ben de hiç sevmiyorum" bilmem ne konuşmaya başladı. Ben artık orada ona hakaret ediyorum falan. Ondan sonra dedi ki "bu hakaretlerinin artık SS'ini (Ekran Görüntüsü) aldım. Benim babam savcı." O aslında benim antilediğim (zorbalık yaptığı) kız çıktı. Ama ben nasıl tutuştum. Yine de ben asla geri vites atmadım. Hiç özür falan da dilemiyorum. "E tamam git nereye verirsen ver" falan yapıyorum. Ama benim her şeyimi biliyor yani. Babası sanırım gerçekten savcı. Baya bildiğin IP adresime falan erişmişler. "Bak bu hesap da senin" diyor, "bu da senin" diyor. Ben diyorum ki "Hayır, ben kuzenimin evindeyim şuan" falan yapıyorum. "Hayır yalan söyleme sen şuan burada gözükyorsun" yapıyor bana. Ben çok korktum. Bir süre kapalı tuttum hesapları. Aileme bile anlatmadım ben bunu (Katılımcı 8, GE Düşük).

Literatürde belirtildiği gibi, güven eğilimi, bireylerin geçmiş deneyimleri tarafından şekillendirilir. Katılımcı 8'in bu deneyimi, bireylerin çevrimiçi etkileşimlerindeki deneyimlerinin, özellikle olumsuz olanların, güven eğilimlerini nasıl etkileyebileceğini ve güven oluşturma sürecini nasıl değiştirebileceği hususunda literatürdeki öğretilere bir kanıt oluşturmaktadır.

BAİ ortamında yaşadığı olumsuz bir güven deneyimiyle ilgili "Muhtemelen güven konusunu sorgulamaya başladığım nokta bu olabilir." diye bahseden Katılımcı 9, kendisi ve bir arkadaşıyla birlikte internette ayarladığı bir buluşma için arkadaşının fotoğrafını karşı tarafa gönderdiğinde başına şunların geldiğini anlatmıştır:

Kız üstünde shoplar yapılıyor. Kızın daha sonrasından iletişim numarası bulunup işte 'elimizde bu tarz görüntülerin var. Bunları bunları paylaşacağız. Şunu yaparsan şöyle yaparız, bunu yaparsan böyle yaparız.' Benim yüzümden arkadaşımın başına böyle bir iş geldi (Katılımcı 9, GE Düşük).

Katılımcı 9'un bu anlattıkları siber suçlar kapsamında "Şantaj" olarak kodlanmıştır.

BAİ’de bir kişiye güvenmek yerine teknolojinin kendisine güvenmekten zarar gördüğünü söyleyen Katılımcı 10, bilgisayarına yüklediği bir program yüzünden bilgisayarına bir virüs bulaşmasını ve verilerini kaybetmesini olumsuz bir deneyim olarak anlatmıştır. Ayrıca o virüs yüzünden bütün dijital oyun hesaplarının çalındığını söyleyen Katılımcı 10 o günden beri çok daha dikkatli olduğunu ve bir daha hiçbir lisanssız ürünü bilgisayarına indirmedığını anlatmıştır.

Olumsuz tecrübeler kapsamında arkadaşlarıyla paylaştığı ders notlarının başkalarıyla paylaşılması örneğini veren Katılımcı 11, olumsuz deneyim olarak sadece sır tutmama ve veri ihlali gibi konulara değinmiştir. Katılımcı 11 baştan temkinli olduğu için olumsuz olaylarla da karşılaşmamış olması olağan bir durumdur.

Katılımcı 12 güven eğilimi düşük olan ve bunu kendinde bir problem olarak görüp aşmaya çalışan bir öğrencidir. Bu nedenle Katılımcı 12’ye güven problemlerini çözmek için bu problemin kaynağına inip inmediği sorulduğunda esprili bir dille çocukluğuna indiğini söylemiştir ve çocuklukta yaşadığı bazı arkadaşlıklarda şahit olduğu “toksik ilişkilerin” etkili olduğunu anlatmıştır.

Katılımcı 12 BAİ’deki olumsuz güven deneyimine ilişkin ise şunu anlatmıştır:

İnternette bir kızla tanışmıştım. Yaşıttık. Bir kulüp aracılığıyla tanışmıştık. Kitap kulübüydü. Whatsapp’tan kitaplar hakkında konuşmaya başladık. Kız sayısalcıydı. Gayet iyi birisiydi ama çok fazla üstüme gelmeye başladı bir süreden sonra ben ne kadar nazık davransam da sürekli her söylediğimi farklı bir yöne çekti ve direkt kavga ortamı yaratmaya başladı. Ya da “sen şöylesin sen böylesin, sen hayal kırıklığısın” falan demeye başladı. Artık çok fazla üstüme gelmeye başlayınca ben konuşmayı kesmek istiyorum dedim (Katılımcı 12, GE Düşük).

Güvenip iyi davranmak neticesinde kötü bir davranışa maruz kalan Katılımcı 12’nin bu anlattığı aynı zamanda güvenin kırılması başlığına ilişkin de ipuçları vermektedir.

Katılımcı 13 aslında BAİ hakkındaki olumsuz görüşlerini anlatırken bu görüşleri tetikleyen duygusal ilişkilerle ilgili bir deneyim anlatmış olup söz konusu deneyimi o başlık altında ele alınmıştı. Kendisine aynı zamanda BAİ üzerinde yaşadığı olumsuz bir deneyim sorulduğunda ise ortaokul zamanlarında Facebook kullandığı dönemlere ait şu anısını anlatmıştır:

Bir gün internetten bana birisi yazdı. Bir kız yazdı. Antalya’da yaşayan bir kız. Sonra konuşmaya falan başladık. Ben direkt olarak tav oldum. Çünkü kimse yok çevremde. Bakıyorum, eve gidiyorum annem çalışıyor, babam çalışıyor, hiçbirisi suratıma bakmıyor. (Ama) Birisi konuşuyor benimle. Benimle ilgileniyor. Soruyor ediyor. Buluşalım falan diyor. Ben direkt tav oldum. Çevremdeki (okuldaki) arkadaşlar ilk başta, bana birisinin kuzeni olarak tanıtmışlardı. Diyorlar ki çok iyi bir kız o. Ben de tanışmıştım bir ara. İşte Ankara’ya gelecek buluşacaksınız falan. Sonra işte sürekli konuşuyoruz ediyoruz... Derken sonra bir gün buluşma tarihi belirlendi. Dedi ki ‘bir sürprizle gel bana’. Ben de bir kutu çikolata aldım. Sonra beklerken bir arkadaşım beni aradı. Dedi ki; ‘seni kandırıyorlar.’ Dedim ‘nasıl yani?’ ‘O hesabı 4 kişi kullanıyor’ dedi. 4 tane erkek beni işletmişler! Ve hani hayatımın en büyük şokunu yaşadım! (Katılımcı 13, GE Düşük).

Katılımcı 13’ün anlattığı deneyim, geçmişte yaşanan olumsuz ve travmatik güven deneyimlerinin, bireylerin güven eğilimlerini nasıl derinden etkilediğini açıkça göstermektedir.

Sonuç olarak, bu tür negatif deneyimler, özellikle güven eğilimi düşük bireylerde, online etkileşimlere karşı güvensizlik ve temkinlilik duygularını güçlendirmektedir. Çünkü, BAİ’de karşılaşılan insanlara ve ilişkilere karşı daha kritik ve şüpheli bir yaklaşım benimsemelerine neden olabilmektedir. Aynı zamanda, bu tür deneyimler bireylerin sosyal çevreleriyle ilişkilerinde de etkili olabilir, zira bu tür travmatik deneyimler insanların başkalarına açılma ve samimi ilişkiler kurma biçimlerini değiştirebilir.

4.3. Sonuç ve Öneriler

4.3.1. Temel Çıkarımlar

Bu çalışmada, kişilerin güven eğilimleri bağlamında bilgisayar aracılı iletişim (BAİ) sürecinde güven olgusu incelenmiştir. Bu çalışma bilgisayar aracılı iletişimde güven oluşturma süreçlerinin karmaşıklığını ve bu sürecin, bireysel güven eğilimleri tarafından nasıl etkilendiğini göstermiştir. Katılımcıların internet kullanım alışkanlıkları, sosyal medya platformlarındaki etkileşimleri, motivasyon ve genel güven eğilimleri,

BAİ'de güven inşasının önemli yönlerini ortaya koymuştur. Bulgular, güven eğiliminin, BAİ'de güven oluşturma süreçleri üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Araştırma neticesinde, bireylerin güven eğilimleri ile bilgisayar aracılı iletişim motivasyonu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koyulmuştur. Bu bulgu, güven eğilimlerinin, teknoloji aracılı iletişim ortamlarında nasıl etkili olduğunu göstermektedir. Güven eğilimi ile internet kullanım alışkanlıkları arasında da bir ilişki tespit edilmiştir. Bu durum, bireylerin internet üzerindeki davranışlarının, onların güven eğilimlerinden etkilendiğini göstermektedir. Araştırmada ayrıca, güven eğiliminin, sosyal medyanın kurumsal ve bireysel güven boyutları üzerinde etkili olduğunu belirlenmiştir. Son olarak, katılımcıların sahip olduğu toplam sosyal medya hesap sayısı ile güven eğilimleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Araştırmada, güven eğilimi ile teyit arasında belirgin bir ilişki bulunamamıştır. Bu durum, bireylerin güven eğilimlerinin, bilgi veya içerik teyit etme davranışlarıyla doğrudan ilişkili olmadığını göstermektedir. Anlık mesajlaşma uygulamaları ve kişilerarası iletişim uygulamaları kullanımı ile güven eğilimleri arasında da anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu, bireylerin bu tür uygulamaları kullanma sıklığının, güven eğilimleriyle doğrudan bir ilişkisi olmadığını işaret etmektedir.

4.3.2. Katkılar

Kişilerarası iletişimdeki güven konsepti, uluslararası akademik alanda derinlemesine incelenen bir olgu olarak bu kapsamda birçok teorik modelleme sunulmuştur. Güvenin temel iki belirleyicisi, güvenen ve güvenilen bireylerin karakteristikleridir. Literatür, güvenenin özelliklerini farklı terminolojilerle tanımlasa da (örn. güven eğilimi, güvenme yatkınlığı, güvenebilme yeteneği, güvenebilme kapasitesi, güvenme istekliliği, beklenen güven algısı, güvenme motivasyonu), bu özelliklerin bireyin kendi eğilimleri ve deneyimleriyle etkilendiği konusunda konsensüs vardır. Öte yandan, güvenilenin özellikleri üzerine yapılan çalışmalar karmaşık bir yapı ortaya koymaktadır.

2000'lerden itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinin yükselmesi, güven tartışmalarını bilgisayar aracılığıyla iletişim düzeyine taşımıştır. Bilgisayar aracılı iletişimde güven tartışmalarında, güvenme eğiliminin önemini vurgulamak esastır. Bu

tez, güvenin sadece teknolojik özelliklere değil, bireyin algısına da bağlı olduğunu savunmaktadır. Araştırma, güven tartışmalarına bireysel özellikler perspektifinden katkı sağlayarak, teknolojiye güven yaklaşımının ötesinde bir bakış açısı sunmaktadır.

Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde güven olgusuna yönelik benzer tartışmaların yaşandığı bir ortamda güven eğilimi olgusunun göz ardı edilmemesi ve gündemde tutulması için bu tez gibi çalışmalara ihtiyaç olduğuna inanılmaktadır. Güvenme süreçlerinin temelinde bütün bağlamlarda stabil bir varlık gösteren güven eğilimi yatmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişimin özellikleri her ne olursa olsun önemli olan nasıl algılandığıdır. Bu araştırma bu fenomeni vurgulayarak güven tartışmaları literatürüne güvenenin özellikleri perspektifinden dahil olmaktadır. Uluslararası literatürde daha çok teknolojiye güven çerçevesinde bir akış gösteren tartışmaların ötesine geçerek bu çalışma sadece teknolojinin (nesnenin) özelliklerinden ziyade araştırma öznesinin kendi özellikleri yönünden bir bakış açısıyla katkı sağlamaktadır.

Güven olgusu, özellikle dijital çağda, hem bireyler arası ilişkilerde hem de insan ile teknoloji arasındaki etkileşimde merkezi bir rol oynamaktadır. Mayer, Davis ve Schoorman'ın temel güven modelini kişilerarası ve bilgisayar aracılı iletişim bağlamında uygulayan bu çalışmada aynı zamanda güven olgusunun anlaşılmasında kapsamlı bir literatür taraması sunulmuştur. Dolayısıyla bu çalışma, güven olgusunun çeşitli yönlerini ele alarak, gelecekteki araştırmalar için sağlam bir temel ve geniş bir kaynak listesi sunmaktadır. Mevcut literatürü derinlemesine inceleyerek, güvenin nasıl oluştuğunu, sürdürüldüğünü ve teknoloji aracılığıyla nasıl etkilendiğini kapsamlı bir şekilde analiz eden bu çalışma araştırmacılara ve uygulayıcılara, kişilerarası iletişim ve teknoloji etkileşimleri konusunda güvenin kritik unsurlarını daha iyi anlama fırsatı sunmaktadır. Bu yaklaşım, hem akademik hem de pratik alanda, güvenin dinamiklerini anlamak ve etkili iletişim stratejileri geliştirmek adına bir rehber oluşturmaktadır.

Bu çalışmada uygulanan karma metodolojik yaklaşımı, bu alanda nicel ve nitel verilerin bir arada değerlendirilmesi açısından önemli bir örnek oluşturmaktadır. Örneklem seçimi ve veri toplama yöntemleri, benzer çalışmalar için bir model teşkil edebilir. Üniversite öğrencileri üzerine yapılan bu çalışma, özellikle genç yetişkinlerin güven eğilimleri ve iletişim tercihleri üzerine odaklanarak, bu demografik grubun anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Sonuç olarak; anket ile elde edilen nicel verilerin analizi sayesinde öğrencilerin bilgisayar aracılı iletişim sürecindeki tutumlarının güven eğilimi ile ilişkisi tespit edilmiş olup tamamlayıcı olarak seçilen röportaj tekniği ile nicel verinin ortaya çıkardığı sonuçlar derinlemesine irdelenerek literatürde var olan bilgiye katkı sağlamıştır.

4.3.3. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Kısıtlılıklar başlığı altında nicel ve nitel veri analizinin bir arada uygulandığı bu çalışmada nitel araştırmanın tarafsızlığı etkileyebileceği hususuna değinilmiştir. Bu bağlamda, nitel veri analizinin, araştırmanın genel güvenilirliği ve geçerliliği üzerindeki etkileri, ileriki çalışmalar ve analizler için önemli bir dikkat noktası oluşturmaktadır.

Araştırmanın sadece bir üniversitede uygulanmış olması önemli bir kısıtlılık olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bu çalışmanın sonuçlarının farklı üniversitelerden veya daha geniş ve çeşitli bir demografik yapıdan öğrencileri içeren bir örnekleme tekrarlanması, elde edilen bulguların genel geçerliğini ve kapsamını artırabilir. Bu bağlamda, araştırmanın kapsamı ve uygulanabilirliği üzerine bu sınırlamaların detaylı bir şekilde değerlendirilmesi ve ileri araştırmalar için dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca benzer araştırmaların üniversite öğrencileri popülasyonu dışında farklı demografik özelliklere sahipler gruplar arasında da uygulanarak kapsamının genişletilmesi önerilmektedir.

Bu çalışmada uygulanan karma metodolojik yaklaşımın, bu alanda nicel ve nitel verilerin bir arada değerlendirilmesi açısından önemli bir örnek oluşturduğu söylenmişti. Benzer bir araştırma tasarımı (desen) ile araştırma gerçekleştirmenin planlandığı gelecek çalışmalar için yöntem kapsamında veri toplama süreçlerine ilişkin kritik bir öneri şu şekilde açıklanabilir: Bu çalışmada anketler sınıf ortamında derste dağıtılarak kendi kendine doldurma (self-completion) yöntemiyle araştırmanın nicel verileri elde edilmiştir. Asıl amacın nitel araştırma olduğu ve nicel araştırmanın nitele gidilen yolda kullanıldığı buna benzer çalışmalarda anketlerin yüz yüze ve karşılıklı bir iletişim şeklinde gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Kendi kendine doldurma yöntemi, zaman açısından verimli olmasına rağmen, katılımcıların kişisel özelliklerini ve kendini ifade biçimlerini derinlemesine anlama fırsatı sunmamaktadır. Önerilen yüz yüze anket yöntemi ise, araştırmacıya katılımcılarla doğrudan etkileşimde bulunma ve onların

enerjilerini, konuşma tarzlarını ve kendilerini ifade etme yeteneklerini daha iyi algılama imkanı tanımaktadır. Bu yöntem, katılımcıların röportaj sırasında ne kadar kapsamlı ve detaylı bilgi sağlayabileceklerini tahmin etmeye yardımcı olabilir.

Son olarak, farklı iletişim bağlamlarında güven oluşumu ve güven eğilimleri arasındaki etkileşimler, bu çalışmanın dışında kaldığı söylenmişti. Bu çerçevede gelecekte güven eğiliminin daha farklı bağlamlarda da ele alınarak kapsamın genişletilmesi önerilmektedir. Örneğin, gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalarda, kişilerin yüz yüze iletişim ortamlarında gösterdikleri güvenme davranışlarının, bilgisayar aracılı iletişim ortamlarında sergiledikleri güvenme davranışları ile karşılaştırmalı bir analizi yapmak faydalı olabilir. Bu yaklaşım, farklı iletişim kanallarının güven oluşumu ve güven eğilimleri üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamaya olanak tanıyabilir. Bu tür bir analiz, güven eğilimlerinin kanala özgü güven üzerindeki potansiyel etkilerini ortaya çıkararak, iletişim kanalının güven dinamikleri üzerindeki rolünü daha net bir şekilde belirlememize yardımcı olabilir. Ayrıca, bu tür bir karşılaştırmalı çalışma, farklı iletişim ortamlarının güven inşası süreçlerine etkisini anlamak açısından önemli katkılar sağlayacaktır. Böylece, güven oluşumu süreçlerinin, farklı iletişim araçları ve ortamları bağlamında nasıl farklılaştığını daha iyi anlaşılabilir.

KAYNAKÇA

- Akman Dömbekçi, H., & Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 141-160.
- Alaçam Akşit, C. (2015). Yüzdeki Duygu Sızıntıları: Mikro İfadeler. G. Özdemir Erel, & E. Güzeloğlu içinde, *Kalbin Yolu Bir* (s. 25-56). İstanbul: Literatürk Academia.
- Allan, S. (2006). *Online News*. Maidenhead: Open University Press.
- Altschuller, S., & Benbunan-Fich, R. (2010). Trust, Performance, and the Communication Process in Ad Hoc Decision-Making Virtual Teams. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(1), 27-47.
- Aristoteles. ((Orj. MÖ 4. YY) 2021). *Retorik (5. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikleri Dizisi)*. (A. Çokona, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aşvaghosha. ((Orj. MS 1. veya 2. YY) 2022). *Buddhaçarita - Buddha'nın Yaşamı (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (K. Kaya, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Atabek, O. (2013). An Exploratory Study on The Use of Facebook by Pre-Service Teachers in Turkey and The U.S.A.: A Mixed Method Design (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Atabek, O. (2019). Personal Differences and Social Networking: A Comparison of Two Countries. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 14(4), 167-189.
- Axelrod, R. (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981). The Evolution of Cooperation. *Science (New Series)*, 211(4489), 1390-1396.
- Aycock, A. (1995). Technologies of the Self: Foucault and Internet Discourse". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(2). doi:https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00328.x
- Bacev-Giles, C., & Haji, R. (2017). Online first impressions: Person perception in social media profiles. *Computers in Human Behavior*, 75, 50-57.
- Baier, A. (1986). Trust and Antitrust. *Ethics*, 96(2), 231-260.
- Barczak, G., Lassk, F., & Mulki, J. (2010). Antecedents of Team Creativity: An Examination of Team Emotional Intelligence, Team Trust and Collaborative Culture. *CREATIVITY AND INNOVATION MANAGEMENT*, 19(4), 332-345.
- Barnes, S. B. (2009). Relationship Networking: Society and Education. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 735-742.

- Baron, S. (2005). *Trust, Risk And Aerospace Software: Balance and Optimization (Online Makale)*. ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/265080375_TRUST_RISK_AEROSP ACE_SOFTWARE_BALANCE_AND_OPTIMIZATION adresinden alındı
- Beaudoin, C. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and Interpersonal Trust: Taking into Account Motivation and Information Overload. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 550-568.
- Berger, A. A. (2011). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. London: SAGE.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices, Book 3*. https://digitalcommons.usf.edu/oa_textbooks/3.
- Bidault, F., & Castello, A. (2009). Trust and creativity: understanding the role of trust in creativity-oriented joint developments. *R&D Management*, 39(3), 259-270.
- Blank, G., & Dutton, W. (2012). Age and Trust in the Internet: The Centrality of Experience and Attitudes Toward Technology in Britain. *Social Science Computer Review*, 30(2).
- Bodo, B. (2021). Mediated trust: A theoretical framework to address the trustworthiness of technological trust mediators. *New Media & Society*, 23(9), 2668-2690.
- Bok, S. (1999). *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*. New York: Vintage.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center at the American Press Institute.
<http://www.hypergene.net/wemedia/> adresinden alındı
- Bradshaw, P., & Rohumaa, L. (2011). *The Online Journalism Handbook*. Edinburgh: Pearson.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Butler, J. K. (1991). Toward Understanding and Measuring Conditions of Trust: Evolution of a Conditions of Trust Inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643-663.
- Büyüköztürk, Ş. (2013). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Calefato, F., Lanubile, F., & Novielli, N. (2015). The role of social media in affective trust building in customer-supplier relationships. *Electron Commer Res*, 453-482.
- Campbell, S. (2020). Cutting the Cord: Social and Scholarly Revolutions as CMC Goes Mobile. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 101-110.

- Can, İ. (2019). Güveni Nasıl Tanımlayabiliriz? Ya Da Sosyal Bilimlerin Konusu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41, 46-59.
- Carpenter, S. (2008). How Online Citizen Journalism Publications and Online Newspapers Utilize The Objectivity Standart and Rely On External Sources. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 85(3), 531-548.
- Carr, C. T. (2020). CMC Is Dead, Long Live CMC!: Situating Computer-Mediated Communication Scholarship Beyond the Digital Age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 9-22.
- Carr, N. (2011). *The Shallows: How the Internet Is Changing the Way We Think, Read and Remember*. London: Atlantic.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society Second Edition*. Sussex: Wiley-Blackwell.
- Castells, M., & Himanen, P. (2002). *The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model*. Oxford: Oxford University Press.
- Chen, Y., Yu, C., Yuan, Y., Lu, F., & Shen, W. (2021). The Influence of Trust on Creativity: A Review. *Front Psychology*.
- Clark, M., & Payne, R. (1997). The Nature and Structure of Workers' Trust in Management. *Journal of Organizational Behavior*, 18(3), 205-224.
- Cole, D. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55(4), 584-594.
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. (2007). Trust, Trustworthiness, and Trust Propensity: a Meta-Analytic Test of Their Unique Relationships With Risk Taking and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 909-927.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE.
- Creswell, J. W. (2023). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (S. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cugelman, B., Thelwall, M., & Dawes, P. (2009). The Dimensions of Web Site Credibility and Their Relation to Active Trust and Behavioural Impact. *Communications of the Association for Information Systems*, 24, 455-472.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(30), 55-77.

- Davies, M. M., & Mosdell, N. (2006). *Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Dawes, R., & Orbell, J. (1995). The benefit of optimal play in anonymous one-shot prisoner's dilemma games. K. Arrow içinde, *Barriers to Conflict Resolution* (s. 62-85). New York: Norton.
- Deutsch, M. (1958). Trust and Suspicion. *The Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265-279.
- Deutsch, M. (1962). Cooperation and trust: Some theoretical notes. *Nebraska Symposium on Motivation* (s. 275-320). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Dirks, K. (1999). The Effects of Interpersonal Trust on Work Group Performance. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 445-455.
- Dutton, W., & Shepherd, A. (2006). Trust in Internet As an Experience Technology. *Information, Communication & Society*, 9(4), 433-451.
- Erasmus, D. ((Orj. 1511) 2016). *Deliliğe Övgü (17. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (Y. Sivri, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Farrier, E. (2022, 10 10). Avast. Internet Security: What It Is and How to Protect Yourself Online: <https://www.avast.com/c-what-is-internet-security> adresinden alındı
- Flew, T., & Smith, R. (2014). *New Media: An Introduction (Second Canadian Edition)*. Ontraio: Oxford University Press.
- Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153-160.
- Frazier, L. M., Johnson, P., & Fainshmidt, S. (2013). evelopment and Validation of a Propensity to Trust Scale. *Journal of Trust Research*, 3(2), 76-97.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Gilbert, N. (2008). *Researching Social Life*. London: SAGE.
- Gill, H., Boies, K., Finegan, J., & McNally, J. (2005). Antecedents Of Trust: Establishing A Boundary Condition For The Relation Between Propensity To Trust And Intention To Trust. *Journal of Business and Psychology*, 19(3), 287-302.
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. Cambridge: O'reilly.

- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.
- Hacıyakupoğlu, G., & Zhang, W. (2015). Social Media and Trust during the Gezi Protests in Turkey. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 450-466.
- Hancock, J., Curry, L., Goorha, S., & Woodworth, M. (2008). On Lying and Being Lied To: A Linguistic Analysis of Deception in Computer-Mediated Communication. *Discourse Processes*, 45(1), 1-23.
- Hardin, R. (1992). The Street-Level Epistemology of Trust. *Analyse & Kritik*, 14, 152-176.
- Hardin, R. (2002). *Trust and Trustworthiness*. New York: Russell Sage Foundation.
- Himmelboim, I., Lariscy, R. W., Tinkham, S., & Sweetser, K. (2012). Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1), 92-115.
- Hirst, M. (2011). *News 2.0: Can journalism survive the Internet?* Oxford: Routledge.
- Hobbes, T. ((Orj. 1651) 2006). *Leviathan*. (S. Lim, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hopkins, K., & Douglas, W. (1990). Tests for normality and measures of skewness and kurtosis: Their place in research reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50(4), 717-729.
- Hosmer, L. T. (1995). Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *The Academy of Management Review*, 20(2), 379-403.
- ITU. (2022, 09 16). International Telecommunication Union: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> adresinden alındı
- Jarvenpaa, S., & Leidner, D. (1999). Communication and Trust in Global Virtual Teams. *Organization Science*, 10(6), 791-815.
- Jones, G., & George, J. (1998). The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork. *Academy of Management*, 23(3), 531-546.
- Kalemci Tüzün, İ. (2007). Güven, Örgütsel Güven ve Örgütsel Güven Modelleri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 93-118.
- Karadoğan, E. S. (2003). Kişilerarası İletişim Sürecinde Güven Unsuru, Güven ve İkna Ölçeği Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

- Kaspersky. (tarih yok). Internet security: What is it, and how can you protect yourself online?: <https://www.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-internet-security> adresinden alındı
- Konfüçyüs. ((Orj. MÖ 4. YY) 2021). *Konuşmalar (2. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikleri Dizisi)*. (G. Fidan, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kramer, R. (1999). Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 569-598.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480-498.
- Kuo, F., & Yu, C.-p. (2009). An Exploratory Study of Trust Dynamics in Work-Oriented Virtual Teams. *Journal of Computer Mediated Communication*, 14(4), 823-854.
- Laozi. ((Orj. MÖ 6 YY veya MÖ 4. YY) 2021). *Tao Te Ching (7. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikleri Dizisi)*. (S. Özbey, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Lee, G. (1996). Addressing Anonymous Messages in Cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(1).
- Lee, J., & See, K. (2004). Trust in Automation: Designing for Appropriate Reliance. *The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 46(1), 50-80.
- Leiner, D., & Quiring, O. (2008). What Interactivity Means to the User Essential Insights into and a Scale for Perceived Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 127-155.
- Lewicki, R., & Bunker, B. (1995). Trust in relationships: A model of development and decline. B. Bunker, & R. Jeffrey içinde, *Conflict, cooperation and justice: Essays inspired by the work of Morton Deutsch* (s. 133-173). San Francisco: Jossey-Bass.
- Lewicki, R., McAllister, D., & Bies, R. (1998). Trust and Distrust: New Relationships and Realities. *The Academy of Management Review*, 23(3), 438-458.
- Lewicki, R., Tomlinson, E., & Gillespie, N. (2006). Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence,. *Journal of Management*, 32(6), 991-1022.
- Lewis, D., & Weigert, A. (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985.
- Li, R., & Suh, A. (2015). Factors Influencing Information credibility on Social Media. *Procedia Computer Science*, 314-328.

- Lippert, S. K. (2009). Trust in computer-mediated communications: Implications for individuals and organizations. C. Zaphiris, & S. Ang içinde, *Human computer interaction: Concepts, methodologies, tools, and applications* (s. 2118–2131). Pensilvanya: IGI Global.
- Locke, J. ((Orj. 1689) 2019). *Yönetim Üzerine İkinci İnceleme*. (F. Bakırcı, Çev.) İstanbul: Serbest Kitaplar.
- Lowry, P. B., Wilson, D. W., & Haig, W. (2014). A Picture is Worth a Thousand Words: Source Credibility Theory Applied to Logo and Website Design for Heightened Credibility and Consumer Trust. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 30(1), 63-93.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. Cambridge: Polity Press.
- Ma, M., & Agarwal, R. (2007). Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities. *Information Systems Research*, 18(1), 42-67.
- Machiavelli, N. ((Orj. 1513 ve 1532) 1994). *Prens*. (N. Güvenç, Çev.) İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management*, 20(3), 709-734.
- McAllister, D. (1995). Affect- and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *The Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- McKnight, H. D., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. (2011). Trust in a specific technology: An Investigation of its Components and Measures. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 2(2), 12-32.
- Metz, M. (1994). Computer-Mediated Communication : Literature Review of A New Context. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 2(2), 31-49.
- Metzger, M. (2017). Privacy, Trust, and Disclosure: Exploring Barriers to Electronic Commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(4).
- Miller, E. P. (2015). Trust in People and Trust in Technology: Expanding Interpersonal Trust to Technology-Mediated Interactions (Yayınlanmamış Doktora Tezi). University of South Florida, Florida, Amerika Birleşik Devletleri.
- Min, S. J. (2016). Conversation through Journalism: Searching for Organizing Principles of Public and Citizen Journalism. *Journalism*, 17(5), 567-582.
- Montaigne, M. ((Orj. 1580) 2011). *Denemeler (21. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (S. Eyüboğlu, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- More, T. ((Orj. 1516) 2022). *Utopia (37. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (S. Eyüboğlu, V. Günyol, & M. Urgan, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.
- Mosco, V. (2005). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. London: MIT.
- NiBussiness.co.uk. (tarih yok). Common cyber security measures: <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/common-cyber-security-measures> adresinden alındı
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory (3rd Edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Orbell, J., Dawes, R., & Peregrine, S. (1994). Trust, social categories, and individuals: The case of gender. *Motivation and Emotion*, 18(2), 109-128.
- Ostrom, E., & Walker, J. (2003). *Trust and Reciprocity: Interdisciplinary Lessons for Experimental Research*. New York: Russell Sage Foundation.
- Özeren, E., & Akpınar, B. (2016). İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(9), 21-29.
- Özşenler, D. (2015). Duyguların Yüzsüzel ve Sözsüz İfadelerinde Sosyal Bileşenler ve Makro Yüz İfadelerinin Duygu Kodları. G. Özdemir Erel, & E. Güzeloğlu içinde, *Kalbin Yolu Bir* (s. 57-70). İstanbul: Literatürk Academia.
- Park, N., Lee, K., & Cheong, P. H. (2007). University Instructors' Acceptance of Electronic Courseware: An Application of the Technology Acceptance Model. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 163-186.
- Patil, D., Mason, H., & Loukides, M. (2018, 7 24). *The five Cs*. Oreilly: <https://www.oreilly.com/radar/the-five-cs/> adresinden alındı
- Peters, R., Covello, V., & McCallum, D. (1997). The Determinants of Trust and Credibility in Environmental Risk Communication: An Empirical Study. *Risk Analysis*, 17(1), 43-54.
- Pew Research Center. (2021, 04 07). *Social media use by gender*. Social Media Fact Sheet: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/?tabId=tab-45b45364-d5e4-4f53-bf01-b77106560d4c> adresinden alındı
- Pew Research Center: Vogels, E., & Gelles-Watnick, R. (2023, 04 23). *Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/> adresinden alındı

- Pew Research Center: Vogels, E., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022, 08 10). *Teens, Social Media and Technology 2022*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> adresinden alındı
- Platon. ((Orj. MÖ 375) 2021a). *Devlet (45. Baskı) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (S. Eyüboğlu, & A. Cimcoz, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Platon. ((orj. MÖ 399) 2021b). *Sokrates'in Savunması (27. Baskı) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (A. Çokona, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Qin, Y., Cho, H., Li, P., & Zhang, L. (2021). First Impression Formation Based on Valenced Self-Disclosure in Social Media Profiles. *Front. Psychol., Sec. Human-Media Interaction*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.656365>.
- Rhoads, M. (2010). Face-to-Face and Computer-Mediated Communication: What Does Theory Tell Us and What Have We Learned so Far? *Journal of Planning Literature*, 25(2), 111-122.
- Riegelsberger, J., Sasse, A., & McCarthy, J. (2003). The Researcher's Dilemma: Evaluating Trust in Computer Mediated Communication. *International Journal of Human-Computer Studies*, 58(6), 759-781.
- Rotter, J. B. (1971). Generalized expectancies for interpersonal trust. *American Psychologist*, 26(5), 443-452.
- Rotter, J. B. (1980). Interpersonal Trust, Trustworthiness, and Gullibility. *American Psychologist*, 35(1), 1-7.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S., Burt, R., & Camerer, C. F. (1998). Not So Different After All: A Cross-discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Rousseau, J.-J. ((Orj. 1762) 2012). *Toplum Sözleşmesi*. (V. Günyol, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sajithra, K., & Rajindra, P. (2013). Social Media – History and Components. *Journal of Business and Management*, 7(1), 569-74.
- Schoorman, D., Mayer, R., & Davis, J. (2007). An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *Academy of Management*, 32(2), 344-354.
- Scott, G. (2014). More Than Friends: Popularity on Facebook and its Role in Impression Formation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 358-372.

- Shapiro, D. L., Sheppard, B. H., & Cheraskin, L. (1992). Business on a Handshake. *Negotiation Journal*, 8(4), 365-377.
- Shockley-Zalabak, P., Kathleen, E., & Gaynelle, W. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters. *Organization Development Journal*, 18(4), 35-48.
- Spitzberg, B. (2006). Preliminary Development of a Model and Measure of Computer-Mediated Communication (CMC) Competence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 629-666.
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazılar*, 3(6), 49-74.
- Svare, H., Gausdal, A. H., & Möllering, G. (2020). The function of ability, benevolence, and integrity based trust in innovation networks. *Journal of Indusrty and Innovation*, 27(6), 585-604.
- Swift, T. (2001). Trust, reputation and corporate accountability to stakeholders. *Business Ethics: A European Review*, 10(1), 16-26.
- Switzer, J. (2008). Impression Formation in Computer-Mediated Communication and Making a Good (Virtual) Impression. P. Zemliansky, & K. St.Amant içinde, *Handbook of Research on Virtual Workplaces and the New Nature of Business Practices*. New York: Information Science Reference.
- Şantideva. ((Orj. MS 8. YY) 2021). *Bodhiçaryavatara – Aydınlanma Yoluna Giriş (2. Basım) (Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi)*. (K. Kaya, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Şimşek, A. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taber, C., & Lodge, M. (2016). The Illusion of Choice in Democratic Politics: The Unconscious Impact of Motivated Political Reasoning. *Advances in Political Psychology*, 37(1), 61-85.
- Taddeo, M. (2011). Defining Trust and E-Trust. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 5(2), 23-35.
- Tarhan, N. (2006). *Duyguların Dili*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Thorne, S. L. (2008). Computer-Mediated Communication. N. Hornberger, & N. Van Duesen-Scholl içinde, *Encyclopedia of Language and Education, 2nd Edition, Volume 4: Second and Foreign Language Education* (s. 325-336). New York: Springer.
- Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. (2008). Too Much of a Good Thing? The Relationship between Number of Friends and Interpersonal

- Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 531-549.
- Tseng, F.-C., Huang, H.-c., & Teng, C. (2015). How Do Online Game Communities Retain Gamers? Social Presence and Social Capital Perspectives. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(6), 601-614.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uslaner, E. (2002). *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one's profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(2), 314-335.
- Ülbeği, İ. D., & Yalçın, A. (2019). The Validity and Reliability of Propensity to Trust Scale. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12(18), 850-866.
- Ülker, G. (2008). Çalışanların Örgütsel Adalet Algılamalarının Yönetici ve Örgüte Duyulan Güven Üzerindeki Etkisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(16), 188-208.
- Van Dijk, J. (2012). *The Network Society*. London: SAGE.
- Van Dyne, L., Vandewalle, D., Kostova, T., Latham, M., & Cummings, L. (2000). Collectivism, Propensity to Trust and Self-Esteem as Predictors or Organizational Citizenship in a Non-Work Setting. *Journal of Organizational Behavior*, 21(1), 3-23.
- Walther, J. (1996). Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J. (2011). Theories Of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations. *The SAGE Handbook of Interpersonal Communication* (s. 443-479). içinde New York: SAGE.
- Walther, J. B., Anderson, J. F., & Park, D. W. (1994). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Meta-Analysis of Social and Antisocial Communication. *Communication Research*, 21(4), 460-487.
- Whiteman, N. (2012). *Undoing Ethics: Rethinking Practice in Online Research*. New York: Springer.

- Whitener, E. M., Brodt, S. E., Korsgaard, A., & Werner, J. M. (1998). Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior. *The Academy of Management Review*, 23(3), 513-530.
- Wilson, J., Straus, S., & McEvily, B. (2006). All in due time: The development of trust in computer-mediated and face-to-face teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 99(1), 16-33.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass Media Research: An Introduction*. Boston: Cengage.
- Wrightsman, L. S. (1991). Interpersonal trust and attitudes toward human nature. P. R. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman içinde, *Measures Of Personality And Social Psychological Attitude* (s. 373-412). California: Academic Press.
- Wrightsman, L. S. (1992). *Assumptions about human nature: Implications for researchers and practitioners*. California: SAGE.
- Wu, G., Hu, X., & Wu, Y. (2010). Effects of Perceived Interactivity, Perceived Web Assurance and Disposition to Trust on Initial Online Trust. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(1), 1-26.
- Xu, K., & Liao, T. (2019). Explicating Cues: A Typology for Understanding Emerging Media Technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 32-43.
- Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı. (2016). *Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi*.
<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeli.aspx> adresinden alındı
- Zand, D. (1972). Trust and Managerial Problem Solving. *Administrative Science Publications*, 229-239.
- Zhang, R., & Sophia Fu, J. (2020). Privacy Management and Self-Disclosure on Social Network Sites: The Moderating Effects of Stress and Gender. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), 236-251.

EKLER

Ek A: Anket

I. BÖLÜM KİŞİSEL BİLGİLER VE BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM KULLANIM DURUMU

Bu bölüm demografik bilgilerinizi içeren bölümdür. Ayrıca bu bölümde bilgisayar aracılı iletişim kullanım durumlarınız sorgulanmaktadır. **Gerekli yerleri doldurup işaretledikten** sonra **2. Bölüme** geçiniz.

1. Fakülteniz: _____
2. Bölümünüz: _____
3. Sınıfınız: _____ () 1. Sınıf () 2. Sınıf () 3. Sınıf () 4. Sınıf
4. Yaşınız: _____
5. Cinsiyetiniz: _____ () Kadın () Erkek
6. Hangi bilgisayar aracılı iletişim aletlerini kullanıyorsunuz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
() Akıllı Telefon () Cep Telefonu () Bilgisayar (Dizüstü/Masaüstü)
() Tablet () Akıllı Saat () _____

Diğer: _____

7. Bilgisayar aracılı iletişim aletleriyle günde kaç saat geçiriyorsunuz?
() 1 Saatten Az () 1-3 Saat () 4-6 Saat () 6 Saatten

Fazla

8. Hangi sosyal medya platformlarını kullanıyorsunuz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
() X (Twitter) () Instagram () Facebook () TikTok
() LinkedIn () Youtube () _____
Diğer: _____

9. Aktif olarak kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesaplarınızın toplam sayısı kaçtır?
() 0-Hiç () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ve üzeri

10. En sık hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? _____

11. Hangi anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanıyorsunuz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
() Whatsapp () Telegram () SMS () BIP
() FB Messenger () WeChat () _____
Diğer: _____

12. Aktif olarak kullanmakta olduğunuz anlık mesajlaşma uygulaması toplam sayısı kaçtır?
☐ 0-Hiç ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üzeri
13. En sık hangi anlık mesajlaşma uygulamasını kullanıyorsunuz? _____
14. Hangi kişilerarası iletişim platformlarını kullanıyorsunuz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
☐ Zoom ☐ Teams ☐ Skype ☐ Discord
☐ Slack ☐ Webex ()
Diğer: _____
15. Aktif olarak kullanmakta olduğunuz kişilerarası iletişim platformu toplam sayısı kaçtır?
☐ 0-Hiç ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üzeri
16. En sık hangi kişilerarası iletişim platformunu kullanıyorsunuz? _____
17. Bilgisayar aracılı iletişim kullanım amaçlarınız nelerdir? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
☐ İletişim (E-posta, mesajlaşma, sohbet, forum vb.)
☐ Sosyal Paylaşım (X, Instagram, Facebook vb.)
☐ Ders Çalışma ☐ Genel Bilgi Araştırma ☐ Haber Takibi
☐ İnternette Gezinti ☐ Alışveriş ☐ Oyun
☐ Diğer: _____

II. BÖLÜM

GÜVEN EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Genelde insanlar bana güvenmemem için bir neden verene kadar onlara güvenirim.					
2. Başka birine güvenmek benim için zor değildir.					

3. Tipik yaklaşımım, onlar güvenmemem gerektiğini kanıtlayana kadar yeni tanıdıklara güvenmektir.					
4. Başkalarına güvenme eğilimim yüksektir.					

III. BÖLÜM

BİLGİSAYAR ARACILI İLETİŞİM MOTİVASYON ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Bilgisayar ortamlarını kullanarak iletişim kurmayı severim.					
2. Başkalarıyla iletişim kurmak için bilgisayar kullanmaya istekliyimdir.					
3. Başkalarına yazmak için bilgisayarın başına oturmaya can atıyorum.					
4. Bilgisayar aracılı iletişimde her zaman söyleyecek bir şey bulurum.					

İNTERNET KULLANIM ALIŞKANLIĞI ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Öğretmenlerime ait bilgi ve haberleri cep telefonu ile arkadaşlarıma duyururum.					
2. Derse ilişkin bilgi ve haber ve duyuruları, cep telefonu ve internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.					
3. Öğretmenlerime ait bilgi ve haberleri internet yoluyla arkadaşlarıma duyururum.					
4. Okulda arkadaş çevresi oluşturmada interneti (sosyal ağları) kullanırım.					

5. Çektiğim resimleri cep telefonu üzerinden arkadaşlarla paylaşıyorum.					
6. Derse yönelik kendi düşüncelerimi cep telefonu ile arkadaşlarımla paylaşıyorum.					
7. Derse yönelik kendi düşüncelerimi internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.					
8. Ahlaki değerlere yönelik inancımı internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.					
9. İnternet ile arkadaşlarımla gün içinde dersle ilgili yaşadığım her türlü bilgiyi paylaşıyorum.					
10. Dersle ilgili bilgileri arkadaşlarımla paylaşmada cep telefonunu kullanırım.					

SOSYAL MEDYA GÜVEN/TEYİT ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Basılı olarak dağıtılan gazetelerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.					
2. İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.					
3. Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.					
4. Kullanıcıların içerik oluşturduğu mecraların paylaşımlarına güvenirim.					
5. Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.					
6. Arkadaşlarımla/tanıdıklarımla sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.					
7. Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım.					
8. Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberi sosyal medyadaki farklı kaynaklardan teyit ederim.					
9. Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi sosyal medya dışındaki internet kaynaklarından teyit ederim.					
10. Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim.					

Ek B: Röportaj

YARI YAPILANDIRILMIŞ RÖPORTAJ SORULARI

1. Genel olarak bilgisayar aracılı iletişim süreciyle ilgili görüşlerinizi nasıl tarif edersiniz?
2. Güven duygusunun, bilgisayar aracılı iletişimde nasıl bir rol oynadığını düşünüyorsunuz?
3. Online platformlarda, bir kişiye güvenmekle yüz yüze iletişimde bir kişiye güvenmek arasında farklar olduğunu düşünüyor musunuz?
 - a. Cevap ‘‘Evet’’se: Bu farklar nelerdir?
 - b. Cevap ‘‘Hayır’’sa: 4. soruya geçiniz.
4. Bilgisayar aracılı iletişimde, tanımadığınız bir kişiyle ilk kez iletişim kurarken nasıl bir güven duygusu hissedersiniz ve ilk olarak nelere dikkat edersiniz?
5. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde karşınızdaki kişiye güvenmenizi sağlayan o kişinin özelliklerine ilişkin faktörler nelerdir?
6. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde edindiğiniz bir bilginin doğru olup olmadığına karar verirken o bilginin özelliklerine ilişkin kriterleriniz nelerdir?
7. Bilgisayar aracılığıyla iletişim kurarken kullandığınız teknolojik aletin özellikleri güven duygunuzu nasıl etkiler?
8. Bilgisayar aracılı iletişimde, karşınızdaki kişiye ne kadar güvendiğinizi nasıl anlarsınız?
9. Bilgisayar aracılı iletişimde, bir kişinin size güvendiğini nasıl anlarsınız?
10. Bilgisayar aracılı iletişimde, karşınızdaki kişiye güvendiğinizde kendinizi nasıl hissedersiniz? Neden?
11. Karşınızdaki kişiye online ortamda güvendiğinizde, bu güven duygusunu hangi özel deneyimlere veya örnek durumlara dayandırabilirsiniz?
12. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde yaşadığınız olumlu bir güven deneyimini anlatabilir misiniz?
13. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde, karşınızdaki kişiye güven duymanızı engelleyen durumlar yaşadınız mı? Bu durumlar nelerdi ve bu durumları nasıl ele aldınız?
14. Bilgisayar aracılığıyla iletişimde, bir kişiye güven duygusunu kaybetmenize neden olabilecek faktörler nelerdir?
15. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde karşınızdaki kişiye güvendiğinizde ne gibi riskleri göz önünde bulundurursunuz?
16. Bilgisayar aracılı iletişim sürecinde yaşadığınız olumsuz bir güven deneyimini anlatabilir misiniz?

Ek C: Öğrencilerin Araştırma Ölçeklerine Katılım Düzeyleri

Tablo: Öğrencilerin Güven Eğilimi Ölçek İfadelerine İlişkin Katılım Düzeyleri

	1		2		3		4		5		Düzey
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Genelde insanlar bana güvenmem için bir neden verene kadar onlara güvenirim.	54	12,9	111	26,5	92	22,0	130	31,0	32	7,6	2,94
Başka birine güvenmek benim için zor değildir.	68	16,2	136	32,5	85	20,3	102	24,3	28	6,7	2,73
Tipik yaklaşımım, onlar güvenmem gerektiğini kanıtlayana kadar yeni tanıdıklara güvenmektir.	52	12,4	140	33,4	95	22,7	111	26,5	21	5,0	2,78
Başkalarına güvenme eğilimim yüksektir.	68	16,2	142	33,9	79	18,9	102	24,3	28	6,7	2,71

(1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo: Öğrencilerin Motivasyon Ölçek İfadelerine İlişkin Katılım Düzeyleri

	1		2		3		4		5		Düzey
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Bilgisayar ortamlarını kullanarak iletişim kurmayı severim.	25	6,0	78	18,6	81	19,3	179	42,7	56	13,4	3,39
Başkalarıyla iletişim kurmak için bilgisayar kullanmaya istekliyimdir.	39	9,3	116	27,7	102	24,3	130	31,0	32	7,6	3,00
Başkalarına yazmak için bilgisayarın başına oturmaya can atıyorum.	119	28,4	166	39,6	76	18,1	34	8,1	24	5,7	2,23
Bilgisayar aracılı iletişimde her zaman söyleyecek bir şey bulurum.	45	10,7	96	22,9	115	27,4	113	27,0	50	11,9	3,06

(1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo: Öğrencilerin İKA Ölçek İfadelerine İlişkin Katılım Düzeyleri

	1		2		3		4		5		Düzey
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Öğretmenlerime ait bilgi ve haberleri cep telefonu ile arkadaşlarıma duyururum.	30	7,2	73	17,4	69	16,5	198	47,3	49	11,7	3,39
Derse ilişkin bilgi ve haber ve duyuruları, cep telefonu ve internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.	23	5,5	35	8,4	42	10,0	249	59,4	70	16,7	3,74
Öğretmenlerime ait bilgi ve haberleri internet yoluyla arkadaşlarıma duyururum.	27	6,4	84	20,0	78	18,6	183	43,7	47	11,2	3,33

Okulda arkadaş çevresi oluşturmada interneti (sosyal ağları) kullanırım.	46	11,0	128	30,5	85	20,3	123	29,4	37	8,8	2,95
Çektiğim resimleri cep telefonu üzerinden arkadaşlarla paylaşıyorum.	29	6,9	46	11,0	46	11,0	217	51,8	81	19,3	3,66
Derse yönelik kendi düşüncelerimi cep telefonu ile arkadaşlarımla paylaşıyorum.	36	8,6	60	14,3	83	19,8	185	44,2	55	13,1	3,39
Derse yönelik kendi düşüncelerimi internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.	39	9,3	75	17,9	77	18,4	177	42,2	51	12,2	3,30
Ahlaki değerlere yönelik inancımı internet yoluyla arkadaşlarımla paylaşıyorum.	97	23,2	116	27,7	94	22,4	79	18,9	33	7,9	2,61
İnternet ile arkadaşlarımla gün içinde dersle ilgili yaşadığım her tür türlü bilgiyi paylaşıyorum.	52	12,4	119	28,4	91	21,7	120	28,6	37	8,8	2,93
Dersle ilgili bilgileri arkadaşlarımla paylaşmada cep telefonunu kullanırım.	23	5,5	29	6,9	54	12,9	243	58,0	70	16,7	3,74
(1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)											

Tablo: Öğrencilerin Sosyal Medya Güven/Teyit Ölçek İfadelerine İlişkin Katılım Düzeyleri

	1		2		3		4		5		Düzey
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Basılı olarak dağıtılan gazetelerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	47	11,2	117	27,9	134	32,0	108	25,8	13	3,1	2,82

İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	51	12,2	139	33,2	147	35,1	72	17,2	10	2,4	2,64
Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	34	8,1	84	20,0	125	29,8	149	35,6	27	6,4	3,12
Kullanıcıların içerik oluşturduğu mecraların paylaşımlarına güvenirim.	71	16,9	154	36,8	135	32,2	44	10,5	15	3,6	2,47
Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	139	33,2	163	38,9	87	20,8	19	4,5	11	2,6	2,05
Arkadaşlarımla/tanıdıklarımla sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	27	6,4	82	19,6	142	33,9	154	36,8	14	3,3	3,11
Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım.	15	3,6	21	5,0	37	8,8	212	50,6	134	32,0	4,02
Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberi sosyal medyadaki farklı kaynaklardan teyit ederim.	10	2,4	17	4,1	47	11,2	213	50,8	132	31,5	4,05
Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi sosyal medya dışındaki internet kaynaklarından teyit ederim.	12	2,9	25	6,0	61	14,6	201	48,0	120	28,6	3,94
Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim.	26	6,2	41	9,8	94	22,4	161	38,4	97	23,2	3,63

(1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)

TEŞEKKÜR

İlk olarak, tez danışmanım Sn. Prof. Dr. Gaye Erel'e teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Kişilerarası iletişim alanında muazzam bir ustalık ve bilgeliğe sahip olan Prof. Dr. Erel'in danışmanlık süreci boyunca gösterdiği engin anlayış ve sabır, bu tezin hayata geçirilmesinde benim için büyük bir şans ve lütuf oldu. Aynı zamanda, bu akademik yolculuğum boyunca hep yanımda olduğunu hissettiğim, Sn. Dr. Arş. Gör. Miray Beşbudak'a, sürecin her aşamasında sağladığı kıymetli tavsiyeler ve anlayışlı yaklaşımları için duyduğum minnettarlığımı ifade etmek istiyorum. Ayrıca, tez izleme komitesinde yer alan Sn. Prof. Dr. Elif Yıldız ve Sn. Doç. Dr. Çiğdem Dirik'e, bu süreçte tezin gelişimine büyük destek sağladıkları için teşekkür etmek istiyorum.

Doktora öğrenimim boyunca derslerde değerli bilgiler sunan Ege Üniversitesi'nin saygıdeğer akademisyenlerine ve bu tezin bürokratik işlemlerinin yürütülmesinde emeği geçen idari personeline en içten teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Ayrıca, bana araştırma yapma fırsatı tanıyan ve bu süreci destekleyen Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi yönetimi ve personeline teşekkürlerimi ifade etmek istiyorum. Ayrıca, tezim için anket dolduran yüzlerce öğrenciye ve röportaj katılımcılarına en kıymetli varlıkları olan zamanlarını bu araştırmaya ayırdıkları için özel bir teşekkür borçluyum.

Teşekkürlerimin en derin ve en içten olanını, henüz iki yaşında bu akademik serüvene tanıklık eden, güzeller güzeli kızım Eylül Era Çelebi'ye adıyorum. Seninle oynadığımız oyunların eşliğinde, yoğun bir tempoda ders çalıştığım ve tezimi yazdığım bu dönemde, küçük yaşına rağmen gösterdiğin sabır ve anlayış, bana büyük bir motivasyon kaynağı oldu. Tezimi yazarken, senin gülüşün ve sevgin, her zorluğu aşmamda bana güç verdi. Bu tez, seninle birlikte geçirdiğimiz bu özel zamanların bir yansıması olarak, senin küçücük bir yaşta gösterdiğin büyüklüğün ve sabrın bir anıtıdır. Ve elbette, dünyalar güzeli eşim Aydan Çelebi'ye tüm kalbimle teşekkürlerimi sunuyorum. Bu yolculuğun her adımında yanımda olan sen, hayatımın en büyük destekçisi ve ilham kaynağısın. Bana olan inancın ve sarsılmaz güvenin, bu tez sürecinde bana cesaret ve güç verdi. Bu akademik başarımın temel taşı, bana olan anlayışın ve tezimi yazabilmem için sağladığın mükemmel koşullardır. Bu tez, seninle birlikte yürüdüğümüz bu yolun ve birlikte aştığımız her engelin bir simgesi olarak var olacak.

ÖZGEÇMİŞ

Mustafa Erdi ÇELEBİ

Eğitim			
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Medya ve İletişim	Lisans	2007-2012
University of Leicester	Yeni Medya ve Toplum	Yüksek Lisans	2015-2016

İş Deneyimi		
Memur	Milli Eğitim Bakanlığı	2017-2018
Öğretim Görevlisi	İzmir Bakırçay Üniversitesi	2018-2022
Öğretim Görevlisi	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	2022-Devam Ediyor