

122748

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

**BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM: İNTERNET’TE
SOSYAL PSİKOLOJİ KURAMLARINI YENİDEN
DÜŞÜNMEK**

Yüksek Lisans Tezi

Aslıhan DOĞAN

Tez Danışmanları
Doç. Dr. Nilüfer TİMLİ
Doç. Dr. Mutlu BİNARK

Ankara - 2006

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

**BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM: İNTERNET’TE
SOSYAL PSİKOLOJİ KURAMLARINI YENİDEN
DÜŞÜNMEK**

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanları

Doç. Dr. Nilüfer TİMİSİ

Doç. Dr. Mutlu BİNARK

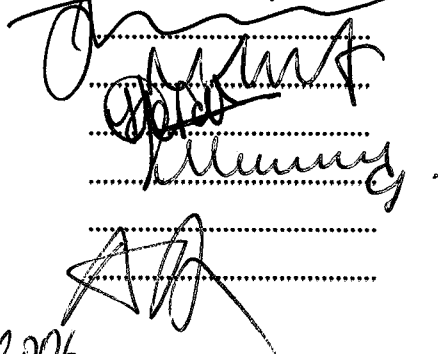
Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

Doç. Dr. Mustafa Yılmaz
Doç. Dr. Nilüfer TİMİSİ
Prof. Dr. Haluk Cerağ
Doç. Dr. M. Necdet Bek

Yrd. Doç. Dr. A. Altın

İmzası



Tez Sınavı Tarihi 20.1.2006

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
TABLO ve ŞEKİLLER DİZİNİ	iv
GİRİŞ	v

I. BÖLÜM: BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM

1.1. Bilgisayar Dolayımı İletişimin Tanımlanması	1
1.2. Bilgisayar Dolayımı İletişim Araçları	4
1.2.1. Elektronik Posta	4
1.2.2. Elektronik Posta Listeleri	5
1.2.3. Haber Grupları	5
1.2.4. Tartışma Listeleri	6
1.2.5. Anında Mesajlaşma	6
1.2.6. Sohbet Sistemleri	7
1.2.7. MUD	8
1.2.8. World Wide Web	9
1.3. Bilgisayar Dolayımı İletişimin Özellikleri	10
1.3.1. Eş Zamanlılık	10
1.3.2. Eş Zamanlı Olmama	11
1.3.3. Etkileşim	11
1.4. Bilgisayar Dolayımı İletişimle İlgili Yaklaşımlar	12
1.4.1. Sosyal Mevcudiyet Kuramı	12
1.4.2. Medya Zenginliği Kuramı	13
1.4.3. Göndergesizlik Modeli	14
1.4.4. İndirgenmiş Sosyal Göndergeler Modeli	14
1.4.5. Sosyal Enformasyon İşleme Kuramı	15
1.4.5. Hiper Kişisel Model	16

II. BÖLÜM: SOSYAL PSİKOLOJİ : TANIMLAR, KAVRAMLAR,

KURAMLAR	18
2.1. Sosyal Psikolojinin Tanımlanması	18
2.2. Sosyal Psikoloji Kuramları	20
2.2.1. Kişilerarası Çekicilik	21
2.2.1.1. Fiziksel Çekicilik	22
2.2.1.2. Fiziksel Yakınlık	24
2.2.1.3. Benzerlik	25
2.2.2. Sosyal Biliş	27
2.2.2.1. İzlenim Oluşturma	28

2.2.2.1.1. Sözsüz İletişimden İzlenim Oluşturma	30
2.2.2.1.2. Fiziksel Görünümden İzlenim Oluşturma	31
2.2.2.1.3. Davranışlardan İzlenim Oluşturma	31
2.2.2.1.4. İnsanların Kişilikleri Hakkında İzlenim Oluşturma	31
2.2.2.2. Atıfta Bulunma	33
2.2.3. Kendini Açma Edimi	33
2.2.4. İlişkilerin Gelişimi ve Çözülmesiyle İlgili Kuramlar	37
2.2.4.1. Altman ve Taylor'un Sosyal Nüfuz Kuramı	38
2.2.4.2. Levinger ve Snoek'in İlişki Düzeyleri Görüşü	42
2.2.4.3. Knapp'in Merdiven Modeli	44

BÖLÜM III: BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİNİN KİŞİLERARASI İLETİŞİME ETKİSİ

3.1. Katılımcı Profili	51
3.2. İnternet Ortamında Kurgulanmış Kişilikler ve Kimlikler	54
3.2.1. Takma Ad	57
3.2.2. Profil	62
3.2.3. Avatar	63
3.2.4. Kişisel Web Sitesi	63
3.3. Metin Temeli Olmanın Etkileri	65
3.4. İletişim Ortamının Etkileri	73
3.4.1. Parlama	73
3.4.2. Duygu İmleri	75
3.5. Sanal Bir Mekan Olan İnternet'in Kişilerarası İlişkilere Etkisi	77

BÖLÜM IV: SOSYAL PSİKOLOJİ KURAMLARININ BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM ORTAMINA UYGULANMASI

4.1. İnternet'te Kişilerarası Çekicilik	80
4.1.1. İnternet'te Fiziksel Çekicilik	82
4.1.2. İnternet'te Yakınlık	83
4.1.3. İnternet'te Benzerlik	87
4.2. İnternet'te Sosyal Biliş	89
4.2.1. Elektronik Posta	90
4.2.2. Takma Ad	91
4.2.3. Konuşma ve Yazma Tarzı	92
4.3. İnternet'te Kendini Açma	99
4.4. İnternet İlişkilerinin Gelişimi	105

4.4.1. İnternet İlişkilerinin Profili	106
4.4.2. Bir Kişilerarası Karşılaşma Mekanı Olarak İnternet	110
4.4.3. İnternet İlişkilerini Geliştirme Yolu: Başka Kanallar	113
4.5. İnternet İlişkileri Neden Biter?	121
4.5.1. İnternet Ortamına Özgü Sebepler	121
4.5.1.1. Parlama	122
4.5.1.2. Bağlamla İlgili Sorunlar	123
4.5.1.3. İlişkinin Başka Kanallara Taşınmasının Olumsuz Sonuçlanması	124
4.5.1.4. İlişkinin Başka Kanallara Taşınmasının Olumlu Sonuçlanması	125
4.5.2. Geleneksel Sebepler	125
SONUÇ	128
KAYNAKÇA	136

EKLER

ÖZET

ABSTRACT

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Jahori Pencereleri	34
Şekil 2.2 Karşılıklı Dönüşüm	35
Şekil 2.3 Kişilik yapısı ve soğan kesiti benzetmesi	39
Şekil 2.4 Sosyal nüfuz sürecinin grafiksel temsili	41
Şekil 2.5 Lvinger ve Snoek'in ilişki düzeyleri şeması	43
Şekil 2.6 Knapp'ın merdiven modeli	45
Şekil 3.1 Katılımcıların yaş ve cinsiyet profilleri	48
Şekil 3.2 Katılımcıların eğitim durumu profili	48
Şekil 3.3 Katılımcıların haftalık İnternet kullanım saatleri	49
Şekil 3.4 Katılımcıların İnternet etkinliği profili	50
Şekil 3.5 Katılımcıların en çok kullandığı bilgisayar dolayımı iletişim sistemleri	51
Şekil 3.6 "Ne kadar zamandır İnternet kullanıyorsunuz?" sorusuna alınan yanıtlar	
Şekil 3.7 "Ne kadar sıklıkla İnternet kullanıyorsunuz?" sorusuna alınan yanıtlar.....	54
Şekil 3.8 5 Temmuz 1993'te Steiner tarafından The New Yorker Magazine'ye çizilen ünlü karikatür	55
Şekil 3.9 Takma ad kullanımı	58
Şekil 4.1 Katılımcıların İnternet ilişkilerinde aradıkları benzerlik kriterleri	89
Şekil 4.2 "İnternet'te karşılaştığınız birinde ilginizi ilk ne çeker?" sorusuna alınan yanıtlar	95
Şekil 4.3 Katılımcıların İnternet ilişkileri ile ilgili olumsuz izlenimleri	98
Şekil 4.4 Katılımcıların İnternet ilişkilerinde olumlu izlenim değerlendirmeleri	99
Şekil 4.5 "Kendinizi İnternet arkadaşlarınıza yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızdan daha fazla açtığınız düşünür müsünüz?".....	103
Şekil 4.6 Kadınlar ve erkekler: kendini açma davranışı	104
Şekil 4.7 İnternet'te arkadaşla açılan bilgi miktarı ve cinsiyet ilişkisi	104
Şekil 4.8 "İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdaki ilişkileriniz kadar gerçek/samimi/önemli görüyor musunuz?" sorusuna alınan yanıtlar	107
Şekil 4.9 Cinsiyet ve ilişkiye verilen değer	107
Şekil 4.10 Katılımcıların İnternet arkadaşlarını seçerken göz önünde bulundurdıkları kriterler	109
Şekil 4.11 İnternet ilişkilerinin gelişimi	111
Şekil 4.12 İnternet ilişkisini başka kanallara taşıma ve cinsiyet değişkeni	116
Şekil 4.13 İnternet ilişkilerini bitiren sebepler	126

Tablo 3.1 Temel Yüz İfadeleri	76

GİRİŞ

A. TEZİN ADI: BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM: İNTERNET'TE SOSYAL PSİKOLOJİ KURAMLARINI YENİDEN DÜŞÜNMEK

B. ARAŞTIRMANIN TEMEL SORUNSAI (PROBLEMİ): İnsan sosyal bir varlıktır ve varlığını ancak başka insanlarla ilişki kurarak sürdürebilir. İnsan ilişkileri yıllardır psikoloji biliminin temel uğraş alanı olmuş, arkadaşlık, aile, sevgililik vb. ilişki türlerini anlayabilmek için, yıllar boyunca farklı modeller ve kuramlar geliştirilmiştir.

1950'lerden beri, sosyal psikolojinin temel konularından biri olan insanlararası ilişkilerle ilgili ilk araştırmalar, laboratuvar koşulları dışında yapılmış (Festinger, Schacter ve Back, 1960), yerleşim düzeni ve tutum benzerliğinin, zaman içinde insan ilişkilerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Bu ilk araştırmalar, sonraları değişik yöntemlerle de defalarca onaylanacak olan bazı olguları ortaya koymuştur. Örneğin, insanlar arasındaki fiziksel yakınlık ve tutum benzerliğinin, dostluk ilişkilerinin gelişmesini olumlu yönde geliştirdiği sonucuna varılmıştır. Bu ilk araştırmalardan sonra, 1970'li yıllara kadar sosyal psikolojide kişilerarası çekicilik (interpersonal attraction) adı altında yürütülen çalışmalar, birden çok kuramsal çerçevede altında yürütülmüş ve bazı genel-geçer saptamalar ortaya konmuştur. Örneğin yukarıda da değinildiği gibi, fiziksel yakınlık, tutum, inanç, yaş, sosyal düzey, coğrafi bölge, eğitim, boy, güzellik, yakışıklılık gibi boyutlardaki bir takım benzerlikler insan ilişkilerini olumlu yönde etkilemektedir (Hortaçsu, 2003: 11-12).

Kişilerarası ilişkilerle ilgili kuramların ortak noktalarından biri de ilk izlenim (*first impression*) kavramına verdikleri önemdir. Bu kavrama göre, kişilerin

birbirleri hakkındaki düşünceleri, ilk kez karşılaştıkları anda daha çok fiziksel özelliklere dayalı olarak oluşmakta ve kolay değişmemektedir.

1969'da askeri amaçlarla kullanılmaya başlanan, 1990'larda yaygınlaşıp ticarileşen ve insanlar için artık olağan bir iletişim aracına dönüşen İnternet, yaşamın her alanına girmiş ve vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. İnternet kullanımı üzerine yapılan bir çok araştırma, onun en çok iletişim kurma, daha sonra bilgi toplama amaçlı kullanıldığını ortaya koymuştur¹. İnternet'in insanların kullanımına sağladığı bir çok olanağın başında bilgiye ulaşmayı hiç olmadığı kadar kolaylaştırması gelmektedir. Buna rağmen insanlar İnternet'i bilgiden çok toplumsal ilişki arayışı için kullanmaktadır. Bunun doğal sonucu olarak da İnternet'te kurulan "sanal arkadaşlıklar" yaygındır.

Türkiye'de İnternet'in yaygınlığının gün geçtikçe artması ve İnternet kafelerin de sayısının çoğalmasıyla birlikte farklı toplumsal özelliklere sahip bireyler için İnternet erişimi daha fazla ulaşılabilir olmuştur. Ama kişilerin İnternet'i çoğunlukla toplumsal ilişki arayışı için kullanması, bu amaçla bilgisayar başında saatlerini harcaması ve gerçek hayatta belki hiç karşılaşamayacakları insanlarla, sanal ortamda iletişim için zamanını ve parasını harcaması dikkatle üzerinde durulması gereken bir toplumsal olgudur.

Sosyal psikologlara göre yüz yüze iletişimde sözsüz mesajların etkisi %90'dır. Sözsüz mesajlar jestler, göz ve baş hareketleri, beden duruşu, yüz ifadeleri, mesafe, bedensel temas gibi beden dili öğeleriyle ifade edilir. Bu mesajlar, düşmanlık, sıkıntı, güven, saldırganlık, hoşlanma gibi gerçek duygu ve tavırları yansıtmak konusunda çok önemli rol oynar. Söze dökülmeyen bu mesajlar, özellikle diğer insanlar üzerinde

¹ Barry Wellman ve Caroline Haythornthwaite İnternet kullanımı üzerine yapılan birçok araştırmanın, kişilerin İnternet kullanım amacının büyük oranda elektronik posta ve bilgi arayışı olduğunu ortaya çıkardığını belirtirler (2002: 19).

yaratılan ilk izlenim sırasında son derece önemlidir (Batlaş ve Batlaş, 1996: 20). Gerçek yaşamdaki ilişkiler için çok önemli olan bu tür değişkenlerin, İnternet ortamında bulunmamasına rağmen, ortamda da arkadaşlık ilişkilerinin hatta derin ve kapsamlı duygusal ilişkilerin kurulabilmesi ilgi çekici bir durumdur.

Bu araştırmanın temel problemi de bu noktadan kaynaklanmaktadır: İnsanlar neden gerçek ilişkiler yaşamak yerine, bilgisayar başında sanal ilişkiler peşinde zaman harcamaktadır; yüzyüze ilişkilerde, ilişkinin devamı için “olmazsa olmaz” kabul edilen değişkenlerin, İnternet ortamında bulunmamasına rağmen arkadaşlık ilişkileri hatta duygusal ilişkiler nasıl gerçekleşebilmektedir; bu eksikliklerin yerini bilgisayar dolayımılı iletişim sistemlerinde hangi olanaklar almaktadır ve sözü geçen eksiklikler nasıl telafi edilmektedir, sorularına bu çalışmada yanıt aranacaktır.

C. TEZİN KONUSU: İnternet, kişilerarası ilişkilerin incelenmesi ve gerçek yaşamdaki ilişkilerle karşılaştırılması ve ne şekilde dönüşüme/değişime uğradıklarını test etmek için çok uygun bir alandır ve bu çalışma bu dönüşümün/değişimin incelenmesini konu edinmektedir.

Bu tez çalışmanın konusunu, gerçek yaşamdaki kişilerarası ilişkilerle İnternet’te gerçekleşen “sanal ilişkileri” karşılaştırmak, benzerlikleri ve farklılıkları bulmak oluşturmaktadır. Gerçek yaşamda kişiler arasında bir ilişkinin oluşması için gereken şartların ne kadarının bilgisayar dolayımılı iletişim sistemlerinde varolduğu, geleneksel kişilerarası ilişki süreçlerinin (karşılaşma, tanışma, ilişkiyi devam ettirme, ilişkiyi bitirme vb.) İnternet’te ne şekilde yaşandığını saptamak tezin kapsamı dahilinde ele alınmaktadır.

D. TEZİN AMACI: Bilişim teknolojilerinin gündelik yaşamımızda artan bir hızla yer almaya başlaması, bireyleri yeni yaşam alışkanlıkları edinmeye, yeni ilişki ve iletişim biçimleri kurmaya itmekte, bu da, daha önce var olmayan birtakım davranış kalıplarını öğrenme ve davranış repertuarına katma zorunluluğunu getirmekte, tüm bu değişiklikler insan yaşamında olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilen bir takım değişikliklere yol açmaktadır (Dağ, 2001: 24). Bu anlamda teknolojik gelişmeler insan ilişkilerinin hem şeklini değiştirmekte, hem de yeni ilişki kanalları ve türlerinin kullanılmasına olanak sunmaktadır. Bilgisayar dolayımı iletişim de bunlardan biridir. Bu iletişim biçimi hem geleneksel iletişim biçimlerine alternatif oluşturmakta, hem de “yeni”liğiyle bireyler için cazibe unsuru olmaktadır. Ayrıca kişilerin İnternet’i yoğunlukla toplumsal ilişki kurma amacıyla kullanması da, bu konu üzerinde Türkiye’de özgün alan çalışmaları yapmayı gerekli kılmaktadır.

Bilgisayar dolayımı iletişim sistemleri, iletişimin kavramsallaştırılmasına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu sistemler kullanım itibariyle yaygın olmasına rağmen, bu iletişim türü üzerine yapılan araştırmaların sayısı azdır. Bu çalışma, üzerinde çok fazla çalışılmamış bu alan ile ilgili olarak² Türkiye’de özgün bir bilimsel çalışma yapmayı, gerek kişilerarası ilişkiler gerek bilgisayar dolayımı iletişim alanına küçük bir katkı sağlamayı amaçlaması bakımından önemlidir.

Bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kurulan arkadaşlıklar, İnternet’in doğasının getirdiği eksikliklere rağmen kurulmakta ve devam edebilmektedir. Bu, sosyal psikoloji alanında geliştirilen farklı ve çeşitli kişilerarası ilişkiler kuramlarına

² Julia Wood ve Steve Duck “Under-Studied Relationship” başlığıyla yaptıkları derleme kitapta bilgisayar dolayımı iletişimi, uzun dönem evlilikler, kültürel azınlıklar ve gay-lezbiyen ilişkileriyle birlikte “üzerinde henüz çok fazla çalışma yapılmamış ilikiler” kapsamında değerlendirmişlerdir. Bu kitapta Martin Lea ve Russel Spears “Love at the First Byte? Building Personal Relationships over Computer Networks” adlı makaleyle bilgisayar dolayımı iletişim aracılığıyla kurulan kişilerarası ilişkileri anlatmıştır (1995).

karşıt bir durumdur. Bu çalışmanın amaçlarından biri fiziksel yakınlık ve çekicilik, yüz ifadeleri, mimik, jest gibi öğelerin sanal ortamda olmasına rağmen, bu ortamda kişilerarası ilişkilerin nasıl gelişebildiğini ortaya koymaktır.

İnsanı anlamak, psikoloji biliminin temel hedeflerinden biri olagelmıştır. İnsanlar ancak kurdukları ilişkiler yoluyla ya da bu ilişkilerdeki davranış örüntüleriyle anlaşılabilir. Bu çalışma, hem insan ilişkilerini anlamak için hem de farklı ve çeşitli kişilerarası ilişki kuramlarının denenebileceği yeni bir alan olan İnternet'i bir araç olarak kullanmayı da amaçlamaktadır.

Böylece bu çalışmayla, sosyal psikoloji kuramlarının, İnternet ilişkilerini anlamlandırmada yol göstericiliği ortaya konacaktır.

D. TEZİN ÖNEMİ: Bilgisayar dolayımı ile iletişim, bilgisayarlar ve ağlar aracılığıyla gerçekleşen bir iletişim şeklidir. Gelişmiş ülkelerde İnternet'in gelişiminin bireysel ve toplumsal yaşam üzerindeki etkileri hem medyada hem de akademik çalışmalar düzeyinde çok kapsamlı bir şekilde tartışılmaktadır. Türkiye'de de 1990'lardan itibaren kullanımı yaygınlaşmaya başlayan İnternet, artık günlük yaşamın önemli bir parçası haline getirmiştir. Bu nedenle İnternet iletişim çalışmalarında önemli bir alan haline gelmiştir. Bu çalışmada da İnternet'te gerçekleşen iletişimin ve kişilerarası iletişimin değişen biçimleri irdelenmektedir ve Türkiye'de İnternet ortamında kişilerarası iletişimin değişimleri/dönüşümleri üzerine yapılan çalışmalardan biri olması nedeniyle önemlidir.

Hem psikolojinin hem de iletişim bilimlerinin ilgi alanına giren bir disiplin olan, "kişilerarası ilişkiler"i, teknoloji-toplum-iletişim ilişkileri bağlamında inceleyen bu çalışma iletişim bilimleri, yeni iletişim teknolojileri ve kişilerarası ilişkiler çalışma alanlarını birbiriyle buluşturan özgün bir çalışma olma niteliğini taşımaktadır.

E. YÖNTEM ve VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ: Bu tez çalışması sosyal psikoloji ve bilgisayar dolayımı iletişim çalışmaları olmak üzere iki ayrı çalışma alanıyla doğrudan ilgilidir. Çalışma her iki alan ile ilgili temel kuramsal tartışmaları içermektedir. Bu nedenle, tez çalışmasında, önce her iki alanla ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Bilgisayar dolayımı iletişimle ilgili literatür taraması yapılırken daha çok, çevrimiçi yayınlanan dergilerden elde edilen bilimsel makaleler başta olmak üzere Internet’te yayınlanan diğer kaynaklarından yararlanılmıştır. Internet’i kişilerarası ilişkiler alanında geliştirilmiş sosyal psikoloji kuramlarının ne şekilde dönüştüğünü incelemek için bir bağlam olarak gören bu çalışma, Internet’te kişilerarası ilişki kuranların deneyimlerini ortaya çıkarmak amacıyla, bilgisayar dolayımı iletişim araçlarının kullanıcılarıyla anket yapmayı da gerekli görmüştür. Bu amaçla katılımcılara üç bölümden oluşan bir anket uygulanmıştır. Anket formunun ilk bölümü demografik sorulardan, ikinci bölümü Internet kullanım bilgilerinden, son bölümü ise kişilerin gerçek yaşamda ve Internet’te kurduğu arkadaşlık ilişkileriyle ilgili tutum ve davranış pratiklerini ölçmeyi amaçlayan yirmi yedi sorudan oluşmuştur.

20 Şubat – 20 Mayıs 2005 tarihleri arasında yapılan alan çalışmasında 150 kişiye anket uygulanmış, anket verileri SPSS 11.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın örneklemi, lise, üniversite öğrencileri ve çalışma yaşamı içinden kişiler arasından seçilmiştir. Anket katılımcılarının 46’sını lise öğrencileri, 66’sını üniversite öğrencileri, 38’ini çalışanlar oluşturmaktadır. Tez çalışmasının üçüncü bölümünde (Bakınız 3.1. Katılımcı Profili) katılımcıların özellikleri ayrıntılı olarak betimlenmiştir. Anket formunun bölümleri ve her bölüme ait sorular kısaca şöyle özetlenebilir:

1. Demografik Sorular (EK I)

Anket formunun birinci bölümünde katılımcılara kişisel bilgilerini öğrenmek amacıyla cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, meslekleri, gelir durumları ve etnik kökenlerine ilişkin sorular sorulmuştur. Etnik köken ve gelir durumuna ilişkin sorular katılımcıların büyük çoğunluğunun yanıtlamaması sebebiyle bir değişken olarak kullanılmamıştır.

2. İnternet Kullanım Bilgileri (EK II)

Bu çalışma İnternet aracılığıyla kurulan kişilerarası ilişkileri incelediğinden, katılımcıların İnternet’le ne zaman tanıştıkları, haftada kaç saat İnternet kullandıkları, İnternet’i en çok hangi amaçlarla kullandıkları ve hangi bilgisayar dolayımı iletişim araçlarını kullandıklarını önemli görmektedir. Katılımcılara dört sorunun yöneltildiği bu bölümde ilk soru katılımcıların İnternet’i haftada kaç saat kullandıklarına ilişkindir. İkinci soruda katılımcılara İnternet’i en çok hangi amaçla kullandıkları sorulmuştur. Üçüncü soru katılımcıların en çok kullandıkları bilgisayar dolayımı iletişim sistemine (elektronik posta, sohbet sistemleri, anında mesajlaşma haber ve tartışma grupları) ilişkindir. Son soruda ise kişilere ne kadar zamandır İnternet kullanıcısı oldukları sorulmuştur.

3. Genel Sorular (EK III)

Bu bölüm katılımcıların İnternet’te ve gerçek yaşamda kurdukları arkadaşlıkları hakkında ayrı ayrı bilgi edinmek amacıyla sorulan yirmi yedi adet sorudan oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular genellikle çoktan seçmeli değil, kişilerin deneyimlerini şıklarla sınırlı olmadan anlatmaları için açık uçlu olarak tasarlanmıştır.

a. İnternet’te Kişilerarası İlişkiler ile İlgili Sorular

Bu bölümdeki ilk iki soruda katılımcılara ne kadar süredir İnternet’te kişilerarası ilişki kurdukları ve kişilerarası ilişki kurma sebepleri sorulmuştur.

b. İlk İzlenim ve Kişilerarası Çekicilikle İlgili Sorular

Tez çalışmasında “kişilerarası çekicilik” benzerlik, fiziksel yakınlık ve fiziksel çekicilik gibi ögelerle birlikte tanımlanmıştır. Anket formunda da katılımcılara “kişilerarası çekiciliği” ölçmeyi amaçlayan yedi adet soru sorulmuştur. Sorulardan dördü İnternet’te ve gerçek yaşamda tanıştıkları kişilerde neleri olumlu ve olumsuz ilk izlenim olarak değerlendirdikleri üzerinedir. Kişilerarası çekicilik ile ilgili bir başka soru da katılımcılara İnternet’te ve gerçek yaşamda karşılaştıkları kişilerde ilk dikkat ettikleri unsurun ne olduğu konusudur. Bir kişilerarası çekicilik ögesi olan benzerlik konusunda da katılımcılara İnternet ilişkilerinde arkadaşlarıyla en çok hangi konuda benzerlik aradıkları sorulmuştur.

c. Kendini Açma Edimi

Sidney Jourard (1971) tarafından ortaya atılan “kendini açma” (self-disclosure) kişilerarası yakınlık ve samimiyetin oluşması ve ilişkilerin devam edebilmesi için çok önemli bir edimdir. Bu amaçla katılımcılara “Kendinizi İnternet arkadaşlarınıza yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızdan daha fazla açtığınızı düşünür müsünüz?” ve “Sizin hakkınızda yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızın bilmediği ama İnternet arkadaşlarınızın bildiği bilgiler var mı?” soruları sorulmuştur.

d. Arkadaşlık İlişkileri ile İlgili Sorular

Bu bölümde kişilerin gerçek yaşamda ve Internet’te arkadaş seçim ölçütleri, arkadaşlık ilişkilerine verilen değer ve arkadaş ilişkisinin türüne ilişkin sorular sorulmuştur.. Ayrıca katılımcılara açık uçlu olarak düzenlenmiş iki soru ile Internet arkadaşlıkları ve gerçek yaşamdaki arkadaşlıkları arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları belirtmeleri istenmiştir.

e. Internet İlişkilerinin Gelişimi ile İlgili Sorular

Internet ilişkilerinin gelişmesinin bir yöntemi olan “ilişkiyi başka kanallara taşıma” ile ilgili katılımcılara üç soru sorulmuştur. İlk soruda katılımcılara Internet ilişkilerini başka kanallara taşıyıp taşımadıkları, ikinci soruda hangi kanallara taşıdıkları sorulmuş, diğer soruda ise katılımcılardan başka kanala taşımanın ilişkilerini nasıl etkilediklerini anlatmaları istenmiştir.

İlişkilerin gelişimi ile ilgili bir diğer soru grubu da katılımcıların ilişki bitirme pratiklerine ilişkindir. Bu sorularda katılımcılara gerçek yaşamda ve Internet’te arkadaşlık ilişkilerini bitiren sebepler ve ilişkinin bitmesi durumunda partnere ilişkinin neden bittiği konusunda açıklama yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğunun ilişki bittikten sonra partnere açıklama yapma ile ilgili soruyu hem Internet hem gerçek yaşam ilişkisi için yanlış değerlendirdiğinden bu soru değerlendirme dışı tutulmuştur.

F. VARSAYIMLAR: Yüz yüze ilişkilerin gözlemlenmesi sonucu oluşturulan kişilerarası ilişki kuramlarını, bilgisayar dolayımı ile iletişim araçlarıyla gerçekleşen kişilerarası ilişki süreçlerini uygulamayı amaçlayan bu tez çalışmasının en önemli varsayımı kuşkusuz teknolojinin kişilerarası ilişki süreçlerini değiştirip

dönüştürdüğüdür. Tez çalışması, bilgisayar dolayımı iletişimi henüz tanımakta olduğumuz yeni bir iletişim şekli ve bu ortamlarda kurulan ilişkileri de, yüz yüze iletişimden farklı özellikleri olan yeni bir kişilerarası ilişki türü olarak kabul etmektedir. Çalışma bilgisayar dolayımı iletişimin bir ilişkiyi kurmak, geliştirmek, sürdürmek ve bitirmek için kişilerin gereksinim duyduğu tüm araçlara yanıt verecek zengin bir iletişim ortamına sahip olduğunu varsaymakta ve Internet aracılığıyla kişilerarası ilişki kurmayı Internet kullanan herkes için olanaklı görmektedir.

Bir iletişim türü olarak bilgisayar dolayımı iletişimin yeterliliği ve niteliğini kişilerin bu iletişim ortamında geçirdikleri süre, ortamda daha önce yaşadığı deneyimler ve bilgisayar dolayımı iletişim araçlarının hangi amaçlarla kullanıldığına göre değişiklik göstereceğini varsayan tez çalışmasında bu sebeple bilgisayar dolayımı iletişimi tek bir kuramın verileriyle değerlendirmemiştir.

Bu tez çalışmasında yüz yüze kurulan kişilerarası ilişki süreçlerinin, bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında dönüşürken ortamın doğasından etkilendiği varsayılmaktadır. Bu sebeple yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında, bilgisayar dolayımı iletişim ortamında var olan eksiklikler ortamın doğasına uygun olarak başka yöntemlerle tamamlanmaktadır.

“Kimlik” ve “dil” kavramlarının bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kişilerarası ilişkiler tartışmalarının vazgeçilmez iki ögesi olduğunu iddia eden bu tez çalışmasında her iki kavrama geniş yer ayrılmıştır. Tez çalışmasının kimlik ve dil kavramlarına geniş yer vermesinin altında kişilerin Internet’teki “sanal kimlik kurgusu”nun ve dil aracılığıyla kurulan “iletişim tarzı”nın kişilerarası çekicilik, izlenim oluşturma ve atıfta bulunma gibi kişilerarası ilişki süreçlerinde çok önemli etkisi olduğu varsayımı yatmaktadır.

E. SINIRLILIKLAR: Araştırmanın bulguları, yalnızca bu örneklem ile benzer koşulları taşıyan örneklemelere genellenebilir. Araştırma kesitsel olduğundan, kesitsel araştırma deseninin tüm dezavantajları bu araştırma için de geçerlidir.

Bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarında kurulan ilişkileri sosyal psikolojik bir yaklaşımla inceleyen bu tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde bilgisayar dolayımıli iletişimle ilgili kavramlar, bilgisayar dolayımıli iletişim araçları, bilgisayar dolayımıli iletişimin temel özellikleri ve bilgisayar dolayımıli iletişimi teknoloji ve sosyal etkileşim yönünden eleştiren kuramsal yaklaşımlara talihsel olarak yer verilmiştir. İkinci bölüm tez çalışmasının dayandığı diğer çalışma alanı olan sosyal psikolojiye ayrılmıştır. Bu bölümde sosyal psikoloji tanımlanmış ve sosyal psikolojide kişilerarası ilişkiler alanında geliştirilen kişilerarası çekicilik, sosyal biliş ve kendini açma gibi kuramlara ait tartışmalar sunulmuştur. İlk iki bölümde verilen bilgilerle tezin kavramsal ve kuramsal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde öncelikle araştırmanın katılımcı profili ayrıntılı olarak betimlenmiş, daha sonra bu çalışmada bir bağlam olarak kabul edilen Internet'in dolayısıyla bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarının teknik ve yapısal özelliklerinin kişilerarası ilişkilere etkisine değinilmiştir. Katılımcıların takma adlarının sınıflandırılması, bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarında dil oluşturma, ortak dil kullanmaya ilişkin uygulamaya yönelik bilgilere yer verilmesi sebebiyle katılımcı profilinin üçüncü bölümde sunulması uygun görülmüştür. Son bölümde ise ikinci bölümde ayrıntılı olarak yer verilen sosyal psikoloji kuramlarının, bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarında başlayan ve gelişen ilişkilerde ortamın doğasına uygun olarak nasıl dönüştüğü ve şekil değıştiğı incelenmiştir.

BÖLÜM I

BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM (COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION)

1.1. Bilgisayar Dolayımı İletişimin Tanımlanması

Bilgisayar genelde işlem yapma, bilgi işleme, sembol dönüştürme aracı olarak görülmesine rağmen, özünde bir enformasyon teknolojisi ve iletişim aracıdır. Bilgisayarın ya da kullanıcının kontrol sahibi olduğu etkileşimleri içeren herhangi bir *bilgisayar-insan etkileşimi* de iletişim sayılabilir. Böylece bu tarz etkileşimler hem bilgisayarları programlayan insanları, hem de insanları programlayan bilgisayarları içerebildiği gibi, bilgi girme, depolama, arama, dönüştürme, aktarma amacıyla bilgisayar programları kullanmayı da içerir (Lance vd., 2002: 8).

İnternet ortamında yayınlanan sanal bir ansiklopedi olan *Wikipedia*'da bilgisayar dolayımı iletişimi şöyle tanımlanmaktadır: “Bilgisayar dolayımı iletişim, birbirleriyle ayrı bilgisayarlar aracılığıyla etkileşim kuran ya da birbirini etkileyen iki ya da daha fazla sayıda kişi arasındaki herhangi bir iletişim şeklidir. Bu iletişim, iki bilgisayarın iletişim kurma yöntemini içermekten çok, insanların bilgisayarları kullanarak nasıl iletişim kurduğıyla ilgilidir ” (<http://www.wikipedia.org>).

Bilgisayar dolayımıli iletişimde temel vurgu noktası “insanlar arasılık”dadır. John December’a göre, bilgisayar dolayımıli iletişim “bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleşen, kişileri içeren, özgül bir bağlam üzerine kurulmuş, ortamı çeşitli amaçlar için şekillendirme sũreciyle ilgilenen bir insan *iletişimi yũntemi*”dir (1997).

Bilgisayar dolayımıli iletişim genellikle elektronik posta ya da elektronik bũltenler aracılığıyla gerçekleşen *eş zamansız iletişim*; sohbet sistemleri aracılığıyla gerçekleşen *eş zamanlı* bilgisayarlar ve elektronik veri tabanları aracılığıyla gerçekleşen iletişim, enformasyon değişimi, elde edilmesi ve depolanması olarak anlaşılır (Ferris, 1997).

Bilgisayar dolayımıli iletişimin kũkenlerini İnternet’in bulunduğu ilk dũnemlere gũtũrmek mũmkũndũr. ũnkũ İnternet’in en ilkel tasarımında dahi ortam ileti alişverişi için kullanılagelmiştir. Ancak bilgisayar dolayımıli iletişim ilk kullanılan anlamına göre gũnũmũzde olduğa farklılaşmıştır. Hatta Dean Krikorian ve arkadaşlarına göre (2000) bugũn bilgisayar dolayımıli iletişim olarak ifade edilen kavram 1994, 1996 hatta 1998 yılındaki anlamından çok farklıdır.

Bugũn bilgisayar dolayımıli iletişim, bir iletişim tũrũ olmanın øtesinde hakkında çok sayıda bilim adamının¹ araştırmalar yaptığı, øzerine çok sayıda farklı ve çeşitli çalışmanın øretildeęi, kendine øzgũ bir dili ve sũylemi, kendi sivil toplum ørgũtũ², kendi yayın organları³ olan, bilgisayar dolayımıli iletişim ağları aracılığıyla

¹ Bu bilim arasında Sherry Turkle, Steven Jones, Elisabeth Reid, Susan Herring, John December, Howard Rheingold, Amy Bruckman, Nancy Bayms, Hillary Bays gibi isimlerin olduğunu sũylenebilir.

² Electronic Frontier Foundation <http://www.eff.org>

³ *Journal of Computer Mediated Communication* 1995’te kurulmuş bir yayın organıdır.

Journal of Online Behavior (2000) İnternet ortamında gerçekleşen insan davranışlarının ampirik analizini yapan, bilgisayar ve enformasyon teknolojilerinin bireyler gruplar ve toplum øzerindeki etkilerini inceleyen bir dergidir.

Computers in Human Behavior Bilgisayar kullanımını psikolojik perspektiften incelemekle uğraşan bilimsel bir gazetedir. Gazete bilgisayar kullanımına psikolojik temelli olarak bakmanın yanında bilgisayar kullanımının birey, grup ve toplum øzerindeki psikolojik etkilerini de inceler.

kurulan kişilerarası ilişkiler ve sanal topluluklar sebebiyle her zaman popülerliğini koruyan bir iletişim sistemi, kişilerarası iletişim, karşılaşma, tanışma ve ilişki geliştirme ortamı, üzerinde sanal toplulukların inşa edildiği bir mekan, bilimsel bir çalışma alanı ve toplumsal bir olgudur.

İletişim hakkında en yaygın tanımlama iletişimi mesaj, gönderici, alıcı ögeleriyle birlikte ele almaktadır (Mutlu, 1998: 169). Buna göre iletişim en basit olarak mesajın, göndericiden alıcıya iletilmesi olarak tanımlanabilir:

$$G \rightarrow M \rightarrow A$$

İnternet⁴ ise gönderen-mesaj-alıcı şeklindeki düz çizgisel iletişim sürecini yeniden yapılandırır. İnternet'te bir ileti, göndericiden ve alıcıdan çeşitli yollarla dağıtılabilir: Tek bir kullanıcının, tek bir alıcıya ileti göndermesi şeklinde (e- posta) *noktadan noktaya*; elektronik posta listelerinde olduğu gibi *noktadan çok noktaya*; tek bir kullanıcının iletisini servis sağlayıcı aracılığıyla tüm katılımcılara dağıtması (sohbet sistemleri) şeklinde gerçekleşen *noktadan sunucuya*; Web sitesi örneğinde olduğu gibi *geniş yayıncı sunucu*; ya da bilgilerin sadece belli bir yetkili alıcı grubuna sağlandığı (tartışma listeleri) *dar yayıncı sunucu* gibi (December, 1996).

Wired Magazine ve *CMC Magazine* çevrimiçi yayınlanan diğer yayın organlarıdır (Thurlow vd. 2004: 15).

⁴ İnternet, iki veya daha çok bilgisayarın birbirine bağlantısı anlamına gelen bilgisayar ağlarının (*network*) aralarında tekrar bağlantı kurmalarıyla oluşan ve böylece büyüyüp gelişen dünya çapındaki yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir (İçel, 1995: 406). Kısaca “ağların ağı” (*a network of network*) olarak anılan İnternet sözcük anlamı itibarıyla ağlar arası (*internetwork*) demektir. İnternet tekil bir iletişim teknolojisi olmaktan çok, farklı iletişim teknolojilerinin toplamıdır. Bu sebeple İnternet'i bir çok alt sistemden oluşmuş, ayrıca her alt sistemin kendi iletişim türüne sahip olduğu bir sistemler toplamı olarak düşünebiliriz. Sonuçta İnternet'te iletişim kurmanın tek bir yolu yoktur. Bunun yanında hem sosyal hem de teknolojik gelişmelere karşılık sürekli olarak İnternet'e bağlı yeni teknolojiler ortaya çıkmaktadır (Thurlow vd, 2004: 31).

1.2. Bilgisayar Dolayımı İletişim Araçları

1.2.1. Elektronik Posta (E-mail)

“E-mail” ya da “email” olarak da bilinen elektronik posta, elektronik iletişim sistemleri aracılığıyla iletileri oluşturma, gönderme ve alma yöntemidir (<http://www.wikipedia.org>).

Elektronik posta (e-posta) kullanımı neredeyse bilgisayarların, ağlar aracılığıyla iletişim kurması kadar eskidir. İlk kez 1972 yılında, yalnız yazılı metin bazında kullanılmaya başlayan e-posta, bugün metinlerin yanına ilâştirilmiş grafik, ses, resim ve hareketli görüntüleri de rahatlıkla iletebilmektedir (Gümüş, 2004: 58).

Elektronik posta, kullanıcıyı iletiyi alma ve kullanma zamanı açısından özgürleştiren eş zamanlı olmayan bir iletişime olanak sağlar. Kişiler kendilerine gönderilen bir iletiyi hemen anında okuyup yanıtlayabileceği gibi, daha sonra okumak ve yanıtlamak için günlerce ileti kutusunda saklayabilir. Bunun yanında Jackop Palme’nin söz ettiğı gibi, eş zamanlı olmayan bir iletişim aracı olması, iletiyi yanıtlamak açısından alıcıya yönelik olarak bir zorlama yapmamaktadır. Yalnız elektronik postada etkileşim seviyesi düşük olduğundan tarafların konu üzerinde uzlaşmaları daha güçtür (1995: 78).

1.2.2. Elektronik Posta Listeleri (Mail Lists)

Elektronik posta listeleri, kişiler ya da kurumlar tarafından iletilerin çoklu alıcılara gönderilmesi için kullanılan adreslerin ve isimlerin toplamından oluşur. Bazı elektronik posta listeleri üyelik ve yönetici (moderatör) sistemiyle çalışır. Kişiler üye olmak istedikleri listelere bir “başvuru ileti” gönderirler. Bu tarz listelerde grubun

ortak bir elektronik posta adresi vardır. Grup üyeleri iletilerini bu adrese gönderir ve gönderilen iletiler grubun diğer üyelerine dağıtılır. Elektronik posta grupları eş zamanlı olmayan iletişime olanak verir. Elektronik posta gruplarıyla, kişiler aynı ilgi alanına sahip başkalarıyla, bilgilerini paylaşmak, bir konu üzerinde tartışmak ve konuşmak için kendilerine bir grup oluşturabilecekleri gibi, ilgi alanlarına uygun bir gruba da katılabilirler. Elektronik posta grupları gönderilen bir iletiyi çok fazla sayıda alıcıya ulaştırma olanağı sağlaması açısından da yararlıdır.

1.2.3. Haber Grupları (USENET)

Usenet, “Unix Users Networks”ü temsil eden bir sözcüktür. İlk kez, Unix kullanıcılarının Unix programı hakkında konuşmak ve sistemin aksaklıklarını saptayıp çözüm bulmak amacıyla bir forum oluşturmak istemeleriyle ortaya çıkmıştır (Rheingold, 1993). Bugün, Usenet (Dünya Çapında Çoklu Tartışma ve İletişim Platformu) dünya üzerindeki milyonlarca ağ kullanıcılarının binlerce değişik konuda yazdığı, görüş ve düşüncelerini anlattığı yazılar ve haberlerden oluşan bir tartışma ortamıdır (İnan, 2000: 47). Usenet’in temel birimi, bireysel postalardır. Ağa ulaşan biri diğer kullanıcılara imzalı bir elektronik ileti gönderir. İletinin ulaşacağı adres, birey ya da elektronik posta listesi değil, haber grubu olarak bilinen tartışma konusunun kendisidir (Rheingold, 1993).

Haber grupları konuları gereği hiyerarşik bir yapıya sahiptir. Bu yapıyı toprağın altında gelişen büyük bir köke benzetmek mümkündür. Ana konu kendisi, alt konular ise kökün uzayan uçları gibidir. Olgunlaşan bir kök ucunun yeni sürgünler vermesi gibi, her alt konu kendi içinde başka alt konulara

bölünebilmektedir. Sistem, hiyerarşik yapının kullanımını kolaylaştırmak amacıyla, grupları konularına göre farklı köklere ayırmıştır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz:

comp : bilgisayar teknolojileri ile ilgili konular,

biz : iş dünyası ile ilgili konular,

soc : toplumsal ve kültürel konular,

rec : eğlence, hobi ve bunlarla ilgili konular,

rel : din ile ilgili konular,

sci : akademik ve bilimsel konular (Gümüş, 2004: 61).

1.2.4. Tartışma Listeleri (LISTSERV)

Tartışma listeleri özel bir yazılım programı tarafından desteklenen elektronik tartışmalardır. Bu yazılım elektronik tartışma listelerinin etkileşimini, kontrolünü, oluşturulmasını ve ilgili işlevlerini otomatikleştirir. LISERV yazılımı, abonelere sadece elektronik tartışmalara abone olma ya da abonelikten ayrılmanın ötesinde başka işlevler de sağlar. Özel bir listeye kimlerin abone olduğunu bulmak, arşivlenen tartışmalardaki geçmiş iletileri araştırmak ve tartışma kontrolörünün (discussion moderator) verdiği dosyalara erişim sağlamak olanaklıdır (Timisi, 2003:137).

1.2.5. Anında Mesajlaşma (Instant Messaging)

Anında mesajlaşma, iki veya daha fazla kişi arasında Internet aracılığıyla anında metin iletişimine izin veren bir programdır (<http://www.wikipedia.org>).

Anında mesajlaşma sistemlerinin sunduğu kişilerin listesine kayıtlı insanlar arasından kimlerin çevrimiçi olduğunu bildirme ve metin temelli konuşmaları gerçek zamanda iletme özellikleri onu diğer bilgisayar dolayımı iletişim araçlarından daha

özgün kılar. Ayrıca anında mesajlaşma programı, metin yanında ses ve görüntü öğelerini de desteklemektedir (Hu, Wood vd., 2004). Eş zamanlı ve metin temelli anında mesajlaşma bire bir ya da grup olarak iletişime izin vererek, telefonun, elektronik postanın ve sohbet odalarının özelliklerini tek bir sistemde toplamıştır (Nardi vd., 2000). Birçok anında mesajlaşma uygulamalarının desteklediği kullanıcının durumunu belirtmek için kullanılan “şu an burada değil”, “meşgul”, “dışarıda” gibi ilanlar telefonlardaki telesekreter hizmetlerine karşılık gelmektedir (<http://www.wikipedia.org>).

1.2.6. Sohbet Sistemleri (Chatting)

Sohbet ya da daha fazla bilinen adıyla “chat” kullanıcılar arasında eş zamanlı iletişime olanak veren bilgisayar dolayımı iletişim aracıdır. Sohbet sistemlerinde kişisel bilgisayarda yazılan iletiler aynı zaman dilimi içinde bir diğer ekranda görülebilmekte, böylelikle, bu sistemler metinler arasında etkileşimli bir değişime olanak sunmaktadır (Timisi, 2003: 138). Dünya üzerinde en çok kullanılan sohbet sistemi IRC olarak bilinen “Internet Relay Chat”tir (Internet Aktarmalı Sohbet). IRC programı, 1988 yılında, Finlandiya’daki Oulu Üniversitesi’nden Jarkko Oikarinen tarafından geliştirilmiştir (Henschel, 1998).

IRC sistemini oluşturan temel teknik özelliklerden biri “kanal”lardır. Kanallar IRC’ye bağlanan kişiler tarafından verilen komutlarla yaratılır. IRC’de kanallar her hangi bir kişinin o kanalı yaratmasıyla oluşur ve son kişi kanalı terk edince kanal kendiliğinden ortadan kalkar (Reid, 1991). Bir IRC terimi olarak kanal, iletişimin gerçekleştiği, iletilerin gönderilip alınabildiği bir araç olmaktan çok bir alan ve aynı zamanda konudur (Peter, 1998). Kanal adları kişilerin IRC’de konuşmak istedikleri

konuları ve konuşmak istedikleri kişileri bulmalarına da hizmet eder. Örneğin bazı kanal adları o bölgede yaşayan ya da o bölgeyle ilgilenen kişilerin oluşturduğu yer adlarına (#israel, #gb), temel ilgi alanlarına (#poets), yaş gruplarına (#30 plus, #41 plus), mesleki ve teknolojik ilgilere (#www, #mac, #os2) göre düzenlenmiştir (Bechar, 1995).

IRC'yi diğer bilgisayar dolayımı iletişim türlerinden ayıran özelliği aynı anda çok sayıda kişinin eş zamanlı iletişimine izin verebilmesidir. IRC'de iletişim kuran kişiler kanal içindeki tüm kullanıcılarla konuşabilmesine ek olarak, ikili konuşmalar da mümkündür. İsteyen kullanıcılar, yazdıkları diğer kullanıcılar tarafından görülmeden kanal içindeki diğer bir kullanıcıyla birebir iletişim kurabilir (Bays, 1998). Sohbetler, isteğe bağlı olarak özel ya da kamusal olabilir.

1.2.7. MUD (Multi-User Dungeons)

MUD'lar Internet kullanıcılarının ortak ve etkileşimli bir alanda karakterler yaratarak iletişim kurduğu sanal dünyalardır (Ito,1997: 79). MUD'lar diğer metin ve ses temelli ortamlara göre daha özgündür. Çünkü kullanıcılar kendi tanımladıkları bir alanda hareket eder, nesneler yaratıp bunlara dokunabilir ve diğer kullanıcılarla kendi yarattıkları bedenler aracılığıyla etkileşimde bulunabilirler (McRae, 1997: 76).

Alışılmış kişilerarası anlam kanallarının yokluğuna rağmen, MUD ortam olarak bir hayli zengindir, oyuncular birbirinin varlığını algılayabilmektedirler ve MUD oyuncuları arasındaki iletişim yüksek derecede duygusallığı barındırır. Birbirlerini görememe, duyamama ve dokunamamalarına rağmen, oyuncular beş duyuyu iletecek ifadeleri iletme yolları geliştirmişlerdir. MUD'da metinler mimiğin yerine geçer, hatta mimiğin kendisi olur (Reid, 1994).

MUD'a bağlanıldığında, ilk yapılması gereken bir karakter yaratmaktır: Karakterin cinsiyeti seçilir, ona bir ad bulunur ve neye benzediğini ayrıntılarıyla betimlenir. MUD'lar metinler aracılığıyla yaratılan fiziksel alan metaforu etrafında örgütlenmiştir. Bu ortamların içindeki hareketler de yazılan komutlar aracılığıyla gerçekleşir. Örneğin bir MUD türü olan LambdaMOO'ya bağlandığınızda oyunun başlangıç noktasını oluşturan bir gardırop betimlemesi görürsünüz:

“GARDIROP

Gardırop karanlık ve sıkışık bir alan. Çok kalabalık gibi görünüyor; (uyuyor gibi gözüken) insanlara, paltolara ve botlara çarpıyorsunuz. Bu çarpmalar sırasında metal bir kapı koluna benzeyen bir şey keşfettiniz ve bunun bir kapı olabileceğini düşünüyorsunuz. Burada bir gazetenin yeni sayısı da var. Gazeteyi görmek için 'news' yazın. MOO oyunlarına ilişkin temel bir açıklama için "@tutorial" yazın. Gardıroptan çıkmak için 'out' yazın.” (Bruckman, 1992; Reid, 1995: 168).

İlk MUD'lar 1980'lerin başında “Dungeons and Dragons” oyunlarını anımsatan fantastik “rol oynama” (*role-playing*) teması üzerine kurulmuş, kahramanlık öykülerine odaklanan, etkileşimli sosyal yapılarıdır. Bugün ise farklı temalara, farklı amaçlara, farklı işletim sistemlerine dayalı farklı türlerde MUD'lar da bulunmaktadır (Ito, 1997: 79).

1.2.8. World Wide Web (WWW)

İnternet'in en yaygın uygulaması olan Web, İsviçre'deki fizik laboratuvarı CERN'de bilim adamlarının teknolojiyi ortak çalışma ve bilgi alışverişinde bulunmaları amacıyla geliştirilmiştir. Web, İnternet bilgisayar ağı üzerinde kaynak keşfetme ve erişim için bir izleme aracıdır. Çeşitli formlardaki bilgilerin yerini

belirlemek, bu bilgilere erişmek, bu bilgileri indirmek ya da göstermek için bir çok standart protokol kullanan bir istemci/sunucu sistemidir (Timisi, 2003: 138).

World wide web kullanılabilirlik açısından hem eş zamanlı, hem de eş zamanlı olmayan bir iletişim şeklidir. WWW kullanıcısı, gerek sitenin içeriği ile ilgili konularda, gerekse sitenin yöneticisi ve sahibine, bazı durumlarda sitenin kendisi ile ilgili yorum ve düşüncelerini yazabilir (Gümüş, 2004: 60).

1.3. Bilgisayar Dolayımı İletişimin Özellikleri

1.3.1. Eş Zamanlılık

Zaman boyutu dikkate alınarak iletişim araçları, senkron ya da a-senkron olma özelliklerine göre sınıflandırılmaktadır. İletişim, kaynak ve alıcı arasında eş zamanlı bir süre içinde gerçekleşiyorsa bu iletişim ortamının eş zamanlılık özelliğine denk düşmektedir (Timisi, 2003: 125). Bu anlamda yüz yüze diyalog ve telefon eş zamanlı bir iletişim şeklidir. Bilgisayar dolayımı iletişim araçları açısından da sohbet, anında mesajlaşma ve etkileşimli oyunlar (MUD) eş zamanlı iletişime olanak verir. Yüzyüze iletişimin bir özelliği olan eş zamanlılık, yüksek derecede etkileşim kapasitesi sunduğundan ve kişilere sağlıklı bir iletişim ortamı sağladığından olumlu bir özellik olarak düşünülür. Eş zamanlılık bilgisayar dolayımı iletişim sistemlerinde de etkileşim miktarını yüzyüze iletişime yaklaştırması açısından önemlidir. Bunun yanında eş zamanlılık, iletişim kurmak için, kişilerin aynı zamanda diliminde aynı yerde olmasını zorunlu kıldığı için olumsuz bir özellik de olabilmektedir.

1.3.2. Eş Zamanlı Olmama

İletişim kaynak ve alıcı arasında belli bir zaman diliminde aynı anda gerçekleşmiyor, araya bir zaman giriyorsa bu iletişim eş zamanlı olmayan iletişim olarak nitelendirilir. Kitap, gazete telesekreter, video-kaset, CD ve bilgisayar disketi eş zamanlı olmayan iletişim araçlarıdır (Timisi: 2003: 125). Elektronik posta, tartışma listeleri ve haber grupları ise Internet iletişiminin eş zamanlı olmayan iletişim araçlarıdır.

Yeni iletişim teknolojilerinin bir özelliği olarak eş zamanlı olmama durumu, birey için uygun bir zamanda ileti gönderme veya alma olanağı sağladığından olumsuz bir durum değil, çok olumlu ve yararlı bir özelliktir. Eş zamanlı olmama, bir iletişim sisteminde kontrolün kaynaktan alıcıya doğru kaymasına olanak sağlar (Geray, 1994: 8). Aynı zamanda yeni iletişim teknolojilerinin bir özelliği olarak eş zamanlı olmama, iletiyi depolama özelliği sağlayarak, iletişim kurmak için aynı zaman diliminde aynı mekanda olma (ya da aynı iletişim aracını kullanıyor olma) zorunluluğunu ortadan kaldırır, ayrıca geleneksel eş zamanlı olmayan iletişim araçlarından (örneğin mektup) farklı olarak, yeni iletişim teknolojileri iletiyi çok hızlı bir şekilde alıcıya iletebilir.

1.3.3. Etkileşim

Etkileşim, birçok araştırmacı tarafından “iletişim sürecinde kaynağın alıcı, alıcının kaynak olabilmesi” olarak çok sınırlı bir şekilde tanımlanabilmektedir. Geri besleme veya seçmeyi etkileşim olarak kabul etmek de tanımı gereğinden fazla genişletmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren bir kanal ayırır. Geleneksel iletişim araçlarında olmayan bu

özellik, alıcının ileti üzerindeki etkinliğini artırır. Bu yüzden yeni iletişim teknolojilerinin özelliği olarak etkileşim şöyle tanımlanabilir: İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemelerin yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın ileti üzerindeki kontrolünü arttırabilmesidir (Geray, 2002: 18).

1.4. Bilgisayar Dolayımı İletişimle İlgili Yaklaşımlar

Bilgisayar dolayımı iletişim ortaya çıktığından beri, onun doğasını anlamak için araştırmacılar, sosyal etkileşim ve teknoloji kaynaklı bazı kuramlar ve açıklamalar geliştirmeye çalışmışlardır. Tez çalışmasının bu bölümünde, bilgisayar dolayımı iletişimi yetersizlik açısından eleştiren ilk modellerden “Sosyal Mevcudiyet Kuramı”, “Medya Zenginliği Kuramı”, “Göndergesizlik Yaklaşımı” ve “Toplumsal Bağlam Göndergelerinin İndirgenmesi Kuramı” değerlendirilecektir. Daha sonra da özellikle iletişim bilimcisi Joseph Walther’in “yetersizlik yaklaşımları”nı eleştirmesiyle oluşturduğu, “Sosyal Enformasyon İşleme Kuramı” ve “Hiper Kişisel Model” kuramları ele alınacaktır.

1.4.1. Sosyal Mevcudiyet Kuramı (Social Presence Theory)

Sosyal mevcudiyet, iletişimde deneyimlenen kişilerarası ilişki seviyesine ve samimiyet hissine karşılık gelir. Sosyal mevcudiyet yüz ifadeleri, jestler ve göz teması gibi görsel göndergeler aracılığıyla kurulur (Thurlow vd., 2004: 48).

1960’lar ve 1970’lerde uzmanlar farklı iletişim türlerinin farklı derecelerde sosyal mevcudiyet içerdiğini göstermek amacıyla telefon dolayımı iletişimi incelemiş, sonuçta iletişim tiplerini sosyal/asosyal, duyarlı/duyarsız, soğuk/sıcak, kişisel/kişidsı olup olmamalarına göre derecelendirmişlerdir (Thurlow vd., 2004: 48).

Sosyal mevcudiyet kuramını ortaya atan James Short, Ederyn Williams ve Bruce Christie, iletişim ortamında ne kadar az kanal ya da koda erişilebilirse, kullanıcının, bir etkileşimdeki diğer katılımcıların mevcudiyetine, o kadar az dikkatini verdiğini iddia ederler (aktaran Walther, 1996: 7). İlk yıllarda uzmanlar bilgisayar dolayımı ile iletişimi yüz yüze iletişimin görsel göndergelerinden yoksun olmasından dolayı oldukça düşük sosyal mevcudiyet derecesinde göstermişlerdir. Yüzyüze iletişim ise en yüksek dereceye sahip, tüm boyutları karşılayan bir iletişim türü olarak adlandırılmıştır.

1.4.2. Medya Zenginliği Kuramı (Media Richness Theory)

Medya zenginliği kuramı, sosyal mevcudiyete benzer, ama konuyu medya yönüne ağırlık vererek ele alır (Daft ve Lengel'den aktaran Mantovani, 2001: 238). İletişimde Medya Zenginliği kuramı, aracın bant genişliği ya da çoklu göndergeleri taşıma yeteneği, anında geri bildirim verebilme yeteneği, doğal ve konuşma dilini destekleme yeteneği tarafından belirlenir. Uzmanlara göre insanlar birbirlerini en etkili şekilde anlayabilmek için her zaman “en zengin” iletişimi tercih ederler. İletişim görevi ne kadar karmaşıkça, o kadar fazla zengin bir ortam gereklidir (Thurlow vd., 2004: 49).

Bu kurama göre, en zengin iletişim türü yüzyüze iletişimle karşılaştırılarak, kullanılan kanal ve göndergelerin sayısı, sözel ve sözel olmayan geri besleme göndergeleri, dilin kullanımı ve kişi boyutu açılarından iletişim araçları zengin ve zayıf araçlar olarak sınıflandırılmaktadır. Örneğin video konferans, telefon kanal kapasitelerine bağlı olarak az-çok zengindir, buna karşılık mektup en zayıf iletişim aracıdır. Bu yaklaşım, bilgisayar iletişimini zayıf olarak nitelemekte ancak basit ve

zayıf iletişim için uygun bir ortam olarak değerlendirmektedir (Walther, Morris ve Organ'dan aktaran Timisi, 2003: 136).

1.4.3. Göndergesizlik Modeli (Cuelessness Model)

Göndergesizlik sözlü olmayan göndergelerin (yüz ifadeleri, görüntü, ses tonu) ve kimlik göstergelerinin (statü, yaş cinsiyet, meslek) yokluğu demektir. Genellikle bu göndergeler dizisi kişilerin kendini konuştuğu konuya ve kişiye göre yönlendirme yollarını da içeren sosyal ve duygusal bilgileri iletirler (Thurlow vd., 2004: 49).

Sosyal mevcudiyete benzer bir şekilde bu kuramda da teknolojik olarak dolayımlanmış iletişimin görsel ve üstdilsel göndergelerin eksikliğinin, psikolojik uzaklığı arttırdığını, kişisiz (impersonal) iletişime yol açtığını öne sürülmektedir. Bunun hem iyi hem kötü yönleri vardır. Bu kurama göre bilgisayar dolayımı iletişim iyidir, çünkü böylece statülere, fiziksel görünümlere karşı geliştirdiğimiz önyargılardan kurtulmuş oluruz; kötüdür çünkü iletişim daha ağır ve anıdalıktan uzaktır (Thurlow vd., 2003: 49).

1.4.4. İndirgenmiş Sosyal Göndergeler Modeli (Reduced Social Cues Model)

Durgun (giysi, saç stili) ya da dinamik (yüz ifadeleri ve jestler) sosyal göndergeler, statü, güç ve liderlik hissi hakkında bilgi vermesinin yanında; kişinin karşı tarafı dinlediğini ya da konuşmada söz sırası almak istediğini gösteren “*hi-hi*”, “*ya*” gibi art kanalları (geri besleme sesleri) da içerir (Thurlow vd., 2004: 60).

Bu modelde temel tartışma, sosyal göndergelerin eksikliğinin insanlar arasındaki etkileşimi kontrol edilmesi zor, kişiler arasındaki konuşmaları daha az akıcı, daha zor denetim altında tutulabilir ve sonuç olarak daha çok çaba sarf

edilmesi gereken bir sürece dönüştürdüğü şeklindedir. Bilgisayar dolayımı iletişimin sağladığı kuralsızlık hissi, Sproull ve Kiesler'e göre, sosyal normların ve etkilerin göz ardı edilmesine yol açar. Başka bir deyişle, kişiler kurallara daha az uyma eğilimi gösterir ve sonuç olarak bilgisayar dolayımı ile iletişim kurarken uygunsuz davranışlar gösterme olasılığı artar (Thurlow vd., 2004: 61). İndirgenmiş sosyal göndergeler yaklaşımının sosyal mevcudiyet kuramı ve göndergesizlik modelinden farkı, iletişimin gerçekleştiği ortam olarak toplumsal bağlama önem vermesidir.

1.4.5. Sosyal Enformasyon İşleme Kuramı (Social Information Processing)

Bilgisayar dolayımı iletişimin doğasını olumlu olarak değerlendiren yaklaşımlardan biri, iletişim bilimci Joseph Walther'in sosyal enformasyon işleme kuramıdır. Sosyal enformasyon işleme kuramı Walther'in 1992'de yazdığı bir makaleye dayanır. Bu yaklaşım sosyal enformasyon işleme sürecini sosyal biliş ve kişilerarası ilişki gelişimi yaklaşımına dayalı olarak ele alır.

Bu model bilgisayar dolayımı iletişim aracılığıyla ilişki kuranların, diğerleri gibi, sosyal ilişki geliştirmeye çalıştıklarını varsayar. Bunu yaparken, daha önceden birbirine yabancı olan kişiler, metinsel olarak iletilen bilgiler aracılığıyla birbirleri hakkında basit izlenimler elde ederek birbirleriyle tanışır. Bu izlenimlere dayanarak, bilgi toplama stratejileri aracılığıyla, tanıştıkları insanlar hakkındaki varsayımlarının doğruluğunu denerler (Walther, 1996: 10). Walther'a göre kişilerarası izlenim oluşturma ve ilişkisel gelişim için yeterli miktarda zaman ve yeterli miktarda ileti değişimi yapıldığında, diğer eksikliklerin üstesinden gelinir ve bilgisayar dolayımı iletişim ortamı, yüz yüze iletişim ortamı ile aynı olur (1992: 69).

1.1.4.6. Hiper Kişisel Model (Hyper Personal Model)

Joseph Walther 1992 yılında sosyal enformasyon işleme kuramını geliştirdiği makalesinden dört yıl sonra, yeni bir makale yazmış ve bu makalede bilgisayar dolayımı iletişimin bazı durumlarda kişilerarası ilişkilerden daha üstün ve sosyal olarak daha arzulandır olduğunu iddia etmiştir (1996).

Walther hiper kişisel modelini oluştururken Erving Goffman'ın (1959) “izlenim oluşturma” ve “izlenim yönetimi” kavramlarından ve bilgisayar dolayımı iletişimin eş zamanlı olmayan iletişime olanak tanıma özelliğinden yararlanır.

Walther'in “hiper kişisel” kuramı üç varsayıma dayanmaktadır: Göndericinin idealleştirilmesi, alıcının seçici kendini temsili ve iletişim zamanının etkisi. Kurama göre İnternet iletişimin özelliğinden dolayı kişiler iletişim kurdukları partnerlerini idealleştirmekte, kendilerini sunarken daha çok olumlu özelliklerini ön plana çıkarmakta, bilgisayar dolayımı iletişimin eş zamanlı olan ve olmayan iletişime olanak sunması kişilerin birbirine ayırdıkları zamanı arttırabilmekte, gönderilecek iletiyi dikkatlice oluşturmaya olanak tanımaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü İnternet'te yüzyüze olduğundan daha başarılı ilişkiler kurulabilmektedir (1996).

Bu tez çalışmasında bilgisayar dolayımı iletişim sosyal mevcudiyetten ve sosyal göndergelerden yoksun ya da yüzyüze iletişimden de öte bir iletişim olarak tanımlanmamıştır. Bunun yerine bilgisayar dolayımı iletişim algısının kişiden kişiye değişeceği, onu sosyal mevcudiyetten yoksun ya da yüzyüze iletişimden üstün olarak değerlendirmenin kişinin kendi algısı tarafından ve onunla kurduğu ilişkiye göre şekilleneceği düşünülmektedir. Örneğin, kişi bilgisayar dolayımı iletişimi yalnızca iş ilişkileri için elektronik posta göndermek amacıyla kullanıyorsa, İnternet aracılığıyla kişilerarası ilişki kurmak düşüncesi ona mümkün görünmeyebilir. Ama bir diğer kişi

Internet iletiřimine uzun zaman ayırıyor, iliřki kurduđu kiřilerle bilgi deęiřimi yapıyor, onlarla gelecekte yeniden iletiřim kurmayı bekliyorsa Internet iletiřimine iliřkin daha olumlu dūřünebilecektir.

Bu alıřma aynı zamanda bilgisayar dolayımılı iletiřim ile yūzyūze iletiřimi karřılařtırılmıř, ama yūzyūze iletiřimi ideal bir iletiřim ortamı olarak tanımlamamıřtır. Bilgisayar dolayımılı iletiřim, kendine ōzgū kuralları olan, ōzgūn bir ortamda gerçekleřen ōzgūn bir iletiřim tūrūdür ve onun aracılıęıyla gerçekleřen iliřkiler de bu ōzgūnlūęū tařımaktadır.



BÖLÜM II

SOSYAL PSİKOLOJİ: TANIMLAR, KAVRAMLAR, KURAMLAR

2.1. Sosyal Psikolojinin Tanımlanması

Yeni insanlarla tanışmak, başkalarının davranışları hakkında yargıda bulunmak, arkadaşlarla deneyimleri paylaşmak sosyal bağlamın, yaşamın içinde olduğunu gösteren gündelik olaylardır. Düşündüğümüz, hissettiğimiz, söylediğimiz ya da yaptığımız hemen her şey, başkalarının düşündükleri, hissettikleri, söyledikleri ya da yaptıklarından etkilenir. Şüphesiz, insan davranışını açıklamaya çalışan bir bilim, sosyal süreçleri açıklamaya adanmış bir çalışma alanını da içermelidir. Bu da sosyal psikolojinin çalışma alanına girer (Brewer ve Crano, 1994: 2).

Sosyal psikoloji insan etkileşimlerini ve bu etkileşimlerin psikolojik temellerini sistematik olarak inceleyen bir bilimdir. Sosyal psikolojide analiz birimi davranışta bulunan bireydir. Temel soru bireyin diğerleriyle ilişkilerini nasıl yürüttüğüdür (Bilgin, 2000: 2).

Sosyal psikoloji, toplumsal davranışın sistemli bir incelemesidir. Sosyal psikoloji başka insanları nasıl algıladığımız, bizim onlara, onların bize karşı nasıl tepki gösterdikleri toplumsal durum ve ortamlarda bulunmaktan nasıl etkilendiğimiz

üzerinde durur. Bu alan, insanlar arasındaki bütün etkileşim alanlarını olduğu kadar, başkaları yokken bile görülen, toplumsal olgularla doğrudan ilişkili davranışların incelenmesini de kapsar. Sosyal psikolojinin üzerinde odaklandığı özgül konular sevgi, aşk, saldırganlık, uyma, toplumsallık, iletişim ve etkileşim gibi önemli kişilerarası davranış ve duyguları içerir. Bir anlamda, insanların birbirlerini nasıl etkiledikleri konusunda sorabileceğimiz her soru sosyal psikolojinin alanına girer.

Bazı sosyal psikologlar, sosyal psikoloji biliminin tarihini eski Yunan felsefesine kadar götürürler. Gerçekten, bugün sosyal psikologların yanıtlamaya uğraştığı bir çok önemli soru, tarihin eski çağlarında da düşünürler tarafından sorulmuş, yanıtları felsefede aranmıştır. Yunan filozofu Eflatun, insan-toplum ilişkilerini incelemiş; öğrencisi Aristo sosyal etki ve ikna konusunda bugün için bile geçerli olan ilkeler geliştirmiştir. Hatta, Hammurabi Kanunlarında (M.Ö. 2000) devlet otoritesinin himaye ve korunmasında insan haklarına dayanan bir sosyal düzeni belirleyen ilk sosyal belgeyi bulmak mümkündür (Kağıtçıbaşı, 2004: 23).

İnsan-toplum ilişkileri ile ilgili düşünce üretme insanlık tarihi kadar eski olsa da, bu sorulara bilimsel yöntemlerle yanıt aranması henüz yenidir. Sosyal psikolojinin bilimsel anlamda doğuşu 19. yüzyılın sonu olarak kabul edilir. Tarihsel olarak, sosyal psikolojiyle ilgili yapılmış ilk deneysel çalışma 1897 yılında gerçekleşmiştir (Brewer ve Crano, 1994: 8). Bunun yanında 17. ve 18. yüzyıldaki gelişmelerin de sosyal psikolojinin oluşmasına büyük katkısı olmuştur. 17. ve 18. yüzyıllarda özellikle İngiliz filozofları bireyin diğer bireylerle ve toplumla ilişkileri konusuna eğilerek sosyal davranışın hangi güdülere dayandığını bulmaya çalışmışlardır (Kağıtçıbaşı, 2004: 23). 1908 yılında ise birbirinden habersiz biri

psikolog (Mc Dougall), diğeri sosyolog (Ross) iki bilim adamı *Sosyal Psikoloji* başlıklı alanın ilk kitaplarını yazmıştır (Brewer ve Crano, 1994: 8).

Sosyal psikoloji bireysel süreçlerin, kişilerarası süreçlerin ve grup süreçlerinin incelenmesini kapsar (Brewer ve Crano, 1994: 9). *Bireysel süreçte*, sosyal psikoloji bireysel algı ve davranış gibi sorunlarla ilgilenir. Sosyal konularla ilgili tutumlar, diğeri insanları algılama, öz-saygı ve kimlik sosyal psikolojinin bireysel süreçte ilgilendiği konulardır. *Kişilerarası süreçte*, benzerlik, çekim gibi sorunlar tartışılır. Bu süreçlerle ilgili çalışmalar, karşılıklı çekim, yardım etme, karşılıklılık, rekabet ve sosyal değişim gibi sosyal psikoloji alanına özgü konuları oluşturur. Grup süreçleriyse normlara uyma gibi sosyal grup düzeyinde gerçekleşen çalışmaları kapsar. Uyma, uzlaşım oluşturma ve grup çatışmaları sosyal psikolojinin *grup düzeyinde* ilgilendiği konulardandır.

Bu tez çalışması, kişilerin başkalarını algılaması ve izlenim oluşturma gibi kavramlarla ilgilendiğinden hem *bireysel süreçle* hem de kişilerarası çekim ve arkadaşlık gibi kavramlarla ilgilendiğinden *kişilerarası süreçlerle* ilgilenmektedir. Sosyal psikolojinin grup düzeyinde ilgisi ise tez çalışmasının kapsamı dışındadır.

2.2. Sosyal Psikoloji Kuramları

Kişiler arasındaki ilişkilerin İnternet ortamında nasıl dönüştüğünü sosyal psikolojik bir yaklaşımla incelemeyi amaçlayan bu tez çalışması sosyal psikolojiyi hem bireysel düzeyde hem kişilerarası düzeyde ele almaktadır. Bu bağlamda tez çalışmasında sosyal psikoloji kuramları, kişilerarasındaki ilişkilerin başlamasında etkili olan *kişilerarası çekicilik kuramları*, kişilerin birbirlerini algısına karşılık gelen *sosyal biliş*, ilişkilerin gelişiminde önemli bir rolü olan *kendini açma edimi* ve

ilişkilerin gelişimi ve çözülmesiyle ilgili kuramlarla sınırlandırılmıştır. Tez çalışmasının bu bölümünde yukarıda adı geçen kuramlar ele alınacaktır.

2.2.1. Kişilerarası Çekicilik (Interpersonal Attraction)

Kişilerarası çekim, insanların hayatında çok önemli bir etkiye sahiptir ve bu nedenle, insanları bir araya getiren şeyi anlamak sosyal psikologlar açısından önemli bir görevdir. Sosyal psikoloji, çeşitli sorunların yanı sıra, insanların dostlarında veya yakınlarında neyi aradıklarını, mahrem ilişkileri sürdürmenin niçin güç olduğunu anlamaya çalışmaktadırlar. Bu ve benzeri sorunlar kişilerarası çekim konusuyla ilgilidir (Bilgin, 2000: 237).

Kişilerarası çekicilik genellikle “hoşlanmak” ve “sevmek”; “hoşlanmamak” ve “nefret etmek” gibi sözcükler yardımıyla tanımlanır. Kişilerarası çekiciliği kavramsallaştırmaya çalışan bir çok kuramcı onu, bir kişiye karşı olumlu ya da olumsuz tutum olarak tanımlar (Bercheid ve Walster, 1978: 1).

Kişilerarası çekicilik (ya da kişilerarası düşmanlık) basitçe “bireyin bir başka insanı olumlu (ya da olumsuz) bir şekilde değerlendirme eğilimi ya da mizacı” olarak tanımlansa da (Walster ve Walster’den aktaran Bercheid ve Walster, 1978: 3) sosyal psikologlar çekiciliği birbirinden farklı yaklaşımlarla açıklarlar. Bu yaklaşımlardan ilki bilişsel denge, ikincisi de öğrenme kuramıdır (Cüceloğlu, 1998: 526).

Denge yaklaşımlarının tamamı, bireyin iç ve dış dünyasında bir denge aradığını kabul eder ve bu dengeyi buluncaya kadar iç ve dış dünyasında değişimler yapmasını bekler. Bilişsel denge kuramı kişilerin dengeli ilişkiler yaşayabileceği kişiler tarafından çekilme eğiliminde olduğunu, kişilerin kendisi gibi düşünen ve davranan kişileri daha çekici bulduğunu öne sürer (Cüceloğlu, 1998: 526-9).

Clore ve Byrne ise, klasik koşullanma kavramlarını kişilerarası çekiciliği açıklamada kullanmışlardır: Bir kişi hoş bir durumda iken o anda çevresinde bulunan diğer kişileri de hoş bulmaya başlar. Diğer yandan, bir kişi hoş olmayan bir yaşantı içindeyse, o anda çevresinde bulunan diğer kişilerden de hoşlanmamaya başlar (aktaran Cüceloğlu, 1998: 529).

Kişilerarası çekimi öğrenme kuramıyla açıklayan bir diğer görüş, edimsel koşullanmayı esas alır. İnsanlar kendilerini ödüllendiren ya da ödülü çağrıştıran insanlardan hoşlanırlar. Bu ödül ilkesine göre amaç bedelleri en aza indirmek ve ödülleri en yüksek dereceye çıkarmaktır. Yani bir ilişki bize, bedelden çok ödül sağlıyorsa, bu ilişkiden hoşlanırsınız ve ilişkiyi sürdürmek isteriz (Myers, 1993: 463).

Kişilerarası çekicilik ile ilgili çalışmalar, genellikle insanları birbirine çeken dört temel faktör belirler: İlişkilerin başlangıç aşamasında etkili olan *fiziksel çekicilik* ve daha sonraki aşamalarda önem kazanan *benzerlik*, *aşinalık* ve *fiziksel yakınlık*.

2.2.1.1 Fiziksel Çekicilik (Physical Attractiveness)

Sarışınlar eğlenceyi sever; gözlük takan öğrenciler ineştir, saçlarını aykırı renklere boyayanlar asidir; temiz bir yüz güven uyandırır vs. gibi basmakalıp yargılar bize, insanların fiziksel görünümünden yola çıkarak toplumsal önyargılarını ne şekilde güçlendirildiğini açıkça göstermektedir. Araştırmalar, fiziksel güzelliğin, özellikle güzel bir yüzün, birçok olumlu beklentiyi de beraberinde getirdiğini göstermektedir (Dion vd. nden aktaran Kağıtçıbaşı, 2004: 220).

İnsanların bir kişiyle ilişkilerini devam ettirip ettirmeme konusunda karar verirken kullandıkları en güçlü, en kolaylıkla elde edilebilen bilgi, kişilerin fiziksel görünüşlerinden kaynaklanır. Başkalarını değerlendirirken, insanlar genellikle

fiziksel görünüş, giyim tarzı ve temizlik gibi bilgileri kullanırlar (Brewer ve Crano, 1994: 256). Bu yüzden de psikolojik araştırmalar fiziksel olarak çekici olanların, insanlar üzerinde daha olumlu ilk izlenim yarattıklarını ortaya çıkarır. Ama fiziksel çekicilikten kastedilen sadece dış görünüş değildir. Çünkü öncelikle fiziksel çekicilik evrensel olmaktan çok öznel bir yargıdır. Ayrıca, biri için çekici olanın, bir başkası için çekici olmayabileceği gibi, güzellik kavramı toplumdan topluma, hatta toplum içinde zamanla bile değişebilmektedir. Bunun yanında davranışlar da fiziksel çekiciliği oluşturabilir. Örneğin “hoş gülümseme” ya da “çevreyi eğlendirme” gibi (Fisher ve Adams, 1994: 243).

Fiziksel güzellik, konu karşı cins ilişkisi olsun ya da olmasın, kişilerarası çekimde çok önemli rol oynar. Bunun yanında güzel görünümlü insanların daha mutlu, daha sosyal, daha sıcak, daha iyi, daha başarılı ve daha zeki olacağı yönünde bir toplumsal önyargı vardır (Wallace, 1999: 137). “Halo etkisi” olarak adlandırılan bu kalıp yargıya göre fiziksel olarak çekici insanlar, gerçekte öyle olmasa bile bir dizi başka olumlu özelliğe sahip olarak algılanırlar (Freedman vd., 1993: 193).

Fiziksel çekicilik ile ilgili basmakalıp yargı, güzel kişilere başka olumlu özellikler yüklemenin yanında onlara karşı davranışları da etkiler. Fiziksel çekicilik daire kira vermekten, politik adaylara oy vermeye hatta insanların kazandıkları maaşlarda bile etkili olan bir unsurdur (Smith ve Mackie, 1995: 70). Ayrıca yardım etme davranışının da, yardıma ihtiyacı olan kişinin fiziksel özellikleriyle ilintili olduğu ortaya konmuştur. Berson ve arkadaşları, güzel olan kişilere daha çabuk ve daha çok yardım eli uzatıldığını saptamışlardır (aktaran Smith ve Mackie, 1995: 70).

2.2.1.2. Fiziksel Yakınlık (Proximity)

İnsanlararası ilişkiler, 1950’li yıllardan bu yana sosyal psikolojinin geleneksel konularından biri olmuştur. Bu konudaki ilk araştırmalar laboratuvarların dışında yapılmış, yerleşim düzeni ve tutum benzerliğinin, zaman içinde insan ilişkilerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Bu ilk araştırmalar, insanlar arasındaki fiziksel yakınlık ve tutum benzerliğinin, dostluk ilişkilerinin gelişimini olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır (Hortaçsu, 2003: 11).

Coğrafi mesafe küçüldükçe, çekime dayalı ilişkiler artma eğilimi gösterir. Buna “yakınlığın etkisi” denir (Bilgin, 2000: 239). Bu görüşe göre yakınlılık kişilerin arkadaş seçimini güçlü bir şekilde etkilemektedir. Coğrafi olarak iki birey birbirine ne kadar yakın olursa, birbirlerini o kadar etkileme olasılıkları vardır (Berscheid ve Walster, 1968: 31).

Bir çok araştırma (Maisonneuve, Palmade, ve Fourment 1952; Wilerman ve Swanson 1952; Byrne ve Buehler 1955; Byrne 1961; Nahemow ve Lawton 1975) öğrencilerin aynı sınıfı, yatakhane, apartman binasını paylaştıkları ya da yanlarında oturan kişilerle güçlü ilişkiler geliştirdiklerini gösteren bilgiler elde etmiştir. Ayrıca bir başka çalışma grubu da (Gullahorn 1952; Kipnis 1957; Zander ve Havelin 1960) büyük mağazalarda çalışan tezgahçıların birlikte çalıştıkları tüm insanlardan daha çok, kendilerine en yakın olan kişilerle yakın ilişkiler kurduklarını bulmuşlardır (aktaran Berscheid ve Walster, 1968: 31).

Fiziksel yakınlığın yakın ilişkilere sebep olmasının bir nedeni tarafların birbirini için ulaşılabilir olmasından dolayıdır. Aradaki mesafe azaldıkça ilişki daha olanaklı hale gelmektedir. Dostluk ya da düşmanlık ve buna bağlı olarak sevgi ve

nefret duygularını en alt düzeyde bilgi sahibi olduğumuz ve çok az birlikte yaşadığımız insanlara karşı hissetmemiz mümkün değildir.

Kolaylıkla ulaşılabilir olmak etkileşim sayısını artırır, doğal olarak bu da aşinalığa yol açar. Robert Zajonc sık görme ve beraber olmanın hoşlanmaya yol açacağını iddia eder. Bu görüşe göre önemli olan iki kişi arasındaki etkileşimin içeriği değil, etkileşim konusu ne olursa olsun, etkileşimden ortaya çıkacak aşinalıktan dolayı beğenme ve hoşlanma ortaya çıkacağıdır (Myers, 1993: 469).

Yakınlığın olanaklı kıldığı sürekli etkileşim beklentisi de çekicilikte önemli bir etmendir. Bir kişi eğer gelecekte biriyle etkileşim kurmayı beklerse, onun önemli özelliklerini abartma, olumsuz özelliklerini görmezden gelme eğilimi gösterir. Eğer o kişi yandaki kapıda yaşıyorsa, onunla sık sık karşılaşmayı ve bu karşılaşmaların olumlu olacağını kestirir (Freedman vd, 1993: 187).

Sürekli etkileşim beklentisinin bir başka önemi de insanların, yeniden görmeyi umduğu kişilere daha olumlu davranacağı, eğer yeniden görmeyi beklemiyorsa daha iyi bir ilişki için çaba harcamayacağı görüşünden dolayıdır. İnsanlar az çaba harcayarak bir ilişkiyi sürdürme eğiliminde olduklarından gelecekte görüşmeyi düşünmedikleri kişiler için iletişim kurma çabası göstermeyecektir.

2.2.1.3. Benzerlik (Similarity)

Bir ilişkinin sürmesinde en önemli etmenlerden biri kişilerarası benzerlik, yani kanaatlerin, zevklerin, nefretlerin, bağlanma biçimlerinin, enerji düzeylerinin ve boyutların benzerliği ya da paylaşılmasıdır. Benzerlik olmadığı takdirde ilişkinin devamı güçtür (Bilgin, 2000: 250).

Bize benzer olan kimselerden hoşlanacağımızı hem denge¹ hem de öğrenme kuramı belirler. Benzerliğin gerçekte var olup olmaması o derece önemli değildir. Göz önünde tutulması gereken, algılanan ya da varsayılan bir benzerliğin (*perceived similarity*) olup olmamasıdır (Cüceloğlu, 1998: 530).

Benzerlik, Steve Duck'a göre de bir "durum" olmaktan çok devam eden ikili (*dyadic*) bir keşfetme, kendini açma, hem bilişsel hem etkileşimsel hoşnutluğu gerektiren karşılıklı bir inşa sürecidir (aktaran Monsour, 1994: 130).

Kişilerarası çekicilikte benzerliğin önemine vurgu yapan varsayımlar iki merkezde toplanır:

1. Kişiler kendilerine benzer insanlardan hoşlanırlar;
2. Kişiler, hoşlandıkları insanlara gerçekte varolduğundan daha fazla benzediklerini düşünürler (Bercheid, Walster, 1978: 61- 62).

Benzerlik aynı zamanda önemli bir kişilerarası çekicilik unsurudur. Kişiler,

1. Kendi düşünce, duygu ve davranışlarına benzeyen,
2. Kendi bedensel güzellikleri kadar güzelliğe sahip olan,
3. Aynı grup ya da sosyal çevrede kendileriyle aynı statüye sahip olan,
4. Hemen hemen kendileriyle aynı yaşta olan kişileri çekici bulurlar (Cüceloğlu, 1998: 530).

Tutum benzerliğinin kişilerarası çekimi arttıracığı düşüncesi, Aristo'nun arkadaşlık üzerine yazdığı makalelere dek uzanır. Daha sonra yapılan bir çok araştırmada kişilerarası benzerliğin çekime yol açacağını ortaya konmuştur (aktaran Monsour, 1994: 114). Tutum benzerliği ve kişilerarası çekicilik hakkında en önemli araştırmalardan biri ise Byrne tarafından yapılmıştır. "Çekim Kuralı" olarak anılan

¹ Heider'in "Denge Kuramı", Newcomb'un "Simetri Eğilimi Kuramı", Festinger'in "Bilişsel Çelişki Kuramı" denge kuramları olarak anılır.

bu kuram, benzer tutumların sosyal ödöl olanağı sunduğunu savunur. Bu görüş, kişilerin karşılarındakilerden hoşlanmalarının, o kişilerle ortak tutumlarının oranı ile doğrudan ilişkili olduğunu savunur (Hortaçsu, 2003: 26).

2.2.2. Sosyal Biliş (Social Cognition)

Sosyal biliş, kişilerin ya da sosyal olayların zihinsel temsiline nasıl şekillendirildiğinin araştırılmasıdır. Sosyal biliş, sosyal psikolojinin, izlenim oluşturma üzerine yaptığı çalışmalarının uzantısıdır. Buna rağmen sosyal biliş daha çok bilişsel psikolojiden ödünç alınan genel bilgi işleme süreci ile ilgilenir. Bilgi işleme sosyal dünyadan elde edilen bilgiler aracılığıyla bilişsel aktivitelerin kişinin kendi bilgisiyle birleştirilmesi, böylece bir yoruma ya da zihinsel temsile ulaşılmasıdır (Brewer ve Crano 1994: 146).

Sosyal biliş sosyal olayları, sosyal grupları ve tek tek bireyleri algılamada bu bilgi işleme yaklaşımına başvurulmasıdır. Sosyal biliş yaklaşımının temel özelliği yeni kişiler ve olayları değerlendirme ve yorumlama şeklinin kişilerin zihinlerinde bulunan geçmiş deneyimlerinin ve zihinsel temsillerinin ürünü olduğudur. Kayıtlı bir bilgi yapısını oluşturmada geçmiş deneyimler, bugüne dair anlam oluşturmak için bir çerçeve sağlar (Brewer ve Crano 1994: 146).

Günlük yaşamımızda karşılaştığımız olayların ve davranışların nedenini açıklamaya, başkalarının inanç ve güdüleri hakkında bilgi sahibi olmaya çalışırız. Başka kişi ve olayları tanıma ve anlama çabalarımız, sosyal psikolojide *sosyal biliş* ve *sosyal algı* başlığı altında incelenir. Kişileri ve olguları anlama çabası farklı sosyal ve tanıma girişimi farklı sosyo-psikolojik süreçleri içerir. Bu süreçleri çok kabaca şu iki gruba ayırabiliriz: *izlenim oluşturma* ve *atıfta bulunma*. İzlenim oluşturma,

başkalarının ilk göze çarpan en belirgin özelliklerine dayanır. Sosyal algının ilk adımını oluşturan izlenim oluşturma sürecinden sonra, kişilerin neden belli bir şekilde davrandığını anlamaya çalışırız. Erişilebilen sosyal ipuçlarından yola çıkarak insan davranışlarının altında yatan nedenleri çıkarsama sürecine de atıfta bulunma diyoruz. Bu da sosyal algının ikinci adımını oluşturur (Kağıtçıbaşı, 2004: 217). Bu iki sürecin tez çalışması açısından önemli olması nedeniyle aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.2.2.1. İzlenim Oluşturma (Impression Formation)

Bir kişinin resmine ya da caddeden geçen birisine şöyle bir bakmak bile, o kişinin nasıl bir insan olduğu hakkında fikir edinmemize yeter. Hatta bir ismi duymak bile o ismin sahibinin nasıl biri olduğu konusunda bize bir şeyler söyler. İki kişi karşılaştıklarında bu yalnızca anlık bir karşılaşma bile olsa, birbirlerinin birer izlenimini oluştururlar. Karşılaşma sayısı arttıkça ilişkilerin tümünü etkileyen daha tam ve zengin bir izlenim edinirler. Birbirlerine karşı nasıl davranacakları, birbirlerini ne kadar sevecekleri, sık sık bir araya gelip gelmeyecekleri ve benzeri bu izlenimlere bağlıdır. İlk izlenimler toplumsal etkileşimin yalnızca başlangıcı değil, aynı zamanda temel belirleyicisidir (Freedman vd, 1993: 121).

İzlenim oluşturma davranışların psikolojik özellikleri başta olmak üzere diğer tüm psikolojik özelliklerden anlam çıkarma ve algılayan kişinin tüm bu sonuçlardan bütüne ulaşma sürecidir (Schneider vd, 1979: 152).

“İlk karşılaşmalarda insanlar hakkında nasıl bilgi sahibi oluyoruz?”; “Başkalarının gereksinimleri, karakter özellikleri ve yetenekleri ile ilgili sonuçlara nasıl varıyoruz?” gibi sorular yani bir insanın neye benzediği hakkında izlenim

oluşturma davranışı sosyal psikologların yıllar boyunca ilgisi çekmiştir. Sosyal psikologlar bir kişiyle ilgili bilgi sahibi olabileceğiniz ve kararınızı biçimlendirecek olan özelliklerin, o kişiyle karşılaştığınız ilk anda edindiğiniz izlenimlerden kaynaklandığını söyler (Kağıtçıbaşı, 2004: 218; Brewer ve Crano, 1994: 128).

Ann Demaris ve Valeria White bıraktığımız ya da edindiğimiz ilk izlenimlerin gelip geçici gibi görünse de çoğunlukla hayatımızda tahmin ettiğimizden daha büyük bir etkiye sahip olduğunu söyler. Onlara göre “hatırda kalıcılık” bir şey ya da biriyle ilgili uzun süreli bir duygu oluşturması bakımından önemlidir. Bırakılan ilk izlenim karşımızdakine kim olduğumuzu hissettirmek için ilk, bazen de tek şansımızdır ve karşımızdakinin bizimle ilgili hissi de çoğu zaman kalıcıdır. İlk izlenim o denli önemlidir ki, başkalarının sizi nasıl gördüklerini ve sizi daha iyi tanımak isteyip istemeyeceklerini belirler (2004: 8).

İzlenim oluşturma ise, kişiler hakkında farklı kaynaklardan gelen bilgileri, bir yargı haline getirme sürecidir. Sosyal psikologlar, izlenim oluşturma sürecini, yeni gelen bilgilerin ışığında sürekli yenilenerek değişen dinamik bir süreç olarak görür. Bu süreç aynı zamanda da bütünleştiricidir. Kişi hakkında elde ettiğimiz her bilgi, edindiğimiz diğer bilgiler ışığında değerlendirilir (Kağıtçıbaşı, 2004: 218).

Jeffrey Hancock ve arkadaşlarına göre insanlar hakkında izlenim oluştururken iki genel etmene başvururuz: Bunlardan birincisi ve en önemlisi ulaşılabilen dolaylı ya da dolaysız bilgilerdir. Bu bilgiler fiziksel özellikler gibi özerk göndergeleri, kişisel özellikleri içerir. Diğer sosyal etkileşim sırasında ortaya çıkacak daha incelikli göndergeleri içerir. Bunlar konuşmadaki sosyal işaretleri, karşılık vermeyi ve sözel ayrıntıları ve dil kullanımının diğer yönlerini içerir (2001: 325).

2.2.2.1.1. Sözsüz İletişimden İzlenim Oluşturma

Sözsüz iletişim yüz ifadelerini, bakışları, mimikleri, jestleri, beden temasını, mekansal iletişimi, kıyafetler ve görüntüyü, sözsüz sesleri ve kokuyu içerir.

Yüzümüzde görünür hale gelen hislerimiz konuştuğumuz kişilere ruhsal durumumuz hakkında bilgi verir ve onlarla konuşup konuşmak istemediğimizi, konuşmak veya dinlemek mi istediğimizi, söyleneni anladığımızı, söylenenden şüphe mi ettiğimizi veya destekleyip desteklemediğimizi vs. anlatır. (Schaber, 1999: 39). İlgi, sempati, çekicilik anlatan bakışa karşılık toplumsal statü, etki, çekim ve üstünlük ifade eden yaptırımcı bakışlar vardır (Schaber, 1999: 56).

Mekân iletişimi anlamına gelen “proxemics” insanın mekân algısının ve onu kullanımının bilgisidir. Mekân algısı ve kullanımı kültüre özgüdür (Hall, 1974: 205). Mekânın kültüre özgülüğü ise onu bir izlenim oluşturma aracı yapar. Örneğin, Almanlarda “bireysel gizlilik” ve “kişisel dokunulmazlık” büyük önem taşır. Akdeniz kültürünün üyeleri ise birbirlerine Kuzey Avrupalılar, Kuzey Amerikalılar ve İngilizlerden daha yakın dururlar (Hall’dan aktaran Kartarı, 2001: 155).

Üstdil (paralange) ne söylendiğiyle değil nasıl söylendiğiyle ilgilenir. Ses tonu, konuşma hızı, dil ötesi sesler (örneğin iç çekme gibi) üst dilbiliminin ilgi alanını oluşturur (Weitz, 1974: 94). Kullandıkları üstdilden yararlanılarak, iletişime katılan bireylerin duygusal durumları, toplumsal statüleri, ekonomik durumları, cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, etnik ve bölgesel kökenleri hakkında bilgi edinilir. Ayrıca güç aralığının çok olduğu bütün kültürlerde (Türk kültürü de dahil), hiyerarşik sıra ve paradil arasında anlamlı bir bağlantı vardır (Kartarı, 2001: 177).

2.2.2.1.2. Fiziksel Görünümden İzlenim Oluşturma

Daha önce fiziksel çekiciliğin kişilerarası çekimde etkisine değinilirken belirtildiği üzere, kişinin görünüşü (boyu, kilosu, saç ve ten rengi, giyim tarzı, makyajı) ilişkinin başlangıcında en önemli etmenlerden biri olmasının yanında fiziksel görünüşle ilgili çeşitli toplumsal kalıp yargılar vardır. Ayrıca fiziksel olarak güzel insanlara başka bir çok olumlu özellik atfedildiği gibi, yardım etme gibi bazı sosyal davranışlarda çekiciliğin önemli olduğu ispatlanmıştır. Bunun yanında kıyafetler, takılar, saç şekilleri belli sosyal gruplara (ya da kurumlara) aidiyetinin göstergesi olarak yorumlanabilmektedir.

2.2.2.1.3. Davranışlardan İzlenim Oluşturma

Fiziksel görünüş ve sözsüz iletişim önemli bilgi kaynakları olsa da izlenim oluşturmak için en yararlı kaynak diğer insanların davranışlarıdır. Örneğin eğer bir insanın boş zamanlarını gönüllü olarak bir sosyal hizmet kurumunda geçirdiğini öğrenirsek, bu kişinin başkalarını umursayan, yardımsever ve diğerkâm biri olduğunu düşünürüz. Eğer işyerinde birinin yazarkasadan para çaldığını fark edersek, büyük olasılıkla onun dürüst olmayan biri olduğu yargısına varırız. Bu örneklerde görüldüğü gibi bazı davranışlar güçlü bir şekilde bazı kişilik özellikleriyle bağlantılıdır. Kişiler başkalarını sıklıkla başkalarını sözleri ya da görüntülerinden çok yaptıkları aracılığıyla değerlendirirler (Smith ve Mackie, 1995: 73).

2.2.2.1.4. İnsanların Kişilikleri Hakkında İzlenim Oluşturma

Park insanların başkalarıyla ilk karşılaştıklarında genel görünüş, giyim kuşam gibi kolay gözlenebilen, fiziksel, sözel olmayan bilgilere başvurduklarını söyler.

Sherman ve Klein'e göre de tanışılan kişiyle etkileşim ilerledikçe, izlenimler daha ayrıntılı ve betimleyici özellikler eklenir. Başka bir deyişle insanlar hakkında daha fazla bilgiye sahip oldukça izlenimler daha soyut hale gelir ve belirli davranış özelliği kazanır. Bu betimleyici soyut sıfatlara "kişilik özelliği" adı verilir. Bunlar durağan niteliktedir; akıllı, sevimli, şüpheli, kaba olmak gibi. Kişilik özellikleri, insanların kişiliği ile ilgili izlenim oluşturma ve yargılara varmada çok sık kullanılan özellikler olduğu için, sosyal psikolojide etraflıca anlaşılmaya çalışılan konulardan birini oluşturur (aktaran Kağıtçıbaşı, 2004: 222).

Kişiler ayrıca bazı karakter özelliklerinin benzer karakter özelliklerini de beraberinde getireceğine inanır. Örneğin bir kişinin cömert olduğunu düşünüyorsak aynı zamanda sıcak biri olmasını da bekleriz. Kişilik özellikleri arasındaki bu ilişki beklentisi *gizil kişilik kuramları* (implicit personality theories) olarak anılır (Schender'den aktaran Smith ve Mackie, 1995: 93). Bu kuramlar başkaları hakkındaki karmaşık izlenimlerin değerlendirilmesine ve geliştirilmesine rehberlik eder. Gizil kişilik kuramları olumlu ve olumsuz özelliklerin kendi içlerinde bağlantılı ayrı iki grup olarak görme eğilimindedir. Bu kurama bağlı insanlar, bir kişinin tek bir iyi özelliğine dayanarak onun başka bir çok olumlu özelliği, tek bir olumsuz özelliğinin de başka bir çok olumsuz özelliği beraberinde getireceğini düşünürler. Bunun yanında yukarıda bahsedilen göndergelerin tümünün tek başına anlamı olmadığı, onlara anlam kazandıranın, bireylerin içinde yaşadıkları kültürel ortamda edindikleri deneyimler ve önyargılar olduğu da unutulmamalıdır.

2.2.2.2. Atıfta Bulunma

David Schneider ve arkadaşları “Person Perception” adlı çalışmalarında izlenim oluşturma sürecini anlık hükümler (*snap judgments*) ve daha ileri, karmaşık atıflar olmak üzere ikiye ayırır. Buna göre anlık hükümler eski ve basit kalıp yargılara dayalıdır ve düşünmeden yapılır. Ani hükümler durgun ya da devimsel olabilir. Durgun hükümler ten rengi, güzellik gibi fiziksel özelliklerden oluşur. Sözsüz iletişim kodları ise hem devimsel hem durağan olma kapasitesine sahiptir. Daha karmaşık atıflar ise bu ani hükümleri anlamlandırma sürecini içerir (1979).

Atıf kuramını ortaya atan ilk psikolog Fritz Hiedler’e göre insanın kendini ve çevresini anlamlandırma isteği, onu atıf süreçlerini kullanmaya yöneltir. Yabancı iki kişi karşılaştığında, her biri diğerinin davranış ve sözlerinin arkasında yatan temel nedenleri anlamak ister; bu istek karşıdakiyle ilgili algısal süreçlerde önemli rol oynar (Cüceloğlu, 1998: 515).

2.2.3. Kendini Açma Edimi (Self-Disclosure)

Kendimizle ilgili bilgilerin başka insanlarla paylaşılması psikoloji biliminin yıllardır üzerinde durduğu bir konudur. Çevremizdeki insanlarla ilişkilerimizde, karşımızdakileri daha iyi tanımak ve kendimizi onlara daha iyi anlatmak için atılan ilk adım bu tür bilgi paylaşımıdır (Kökdemir, 1997: 156). Bilgi paylaşımı sosyal etkileşimi başlatan ve geliştiren en temel olgudur. Bu tarz bilgi paylaşımı “kendini açma edimi” adı altında ilk kez 1964’te Sidney Jourard tarafından dile getirilmiştir.

Bochner yıllar boyunca kendini açma edimi üzerine yapılan pek çok kuramsal çalışmaya rağmen henüz onu nasıl kavramsallaştıracığımız ve ampirik olarak nasıl

çalışacağımızla ilgili bir uzlaşma olmadığını belirtir (aktaran Baker ve Benton, 1994: 222). Çünkü kendini açma edimini “A kişinin kendi hakkındaki bir bilgiyi B kişisine söylemesi” gibi tek bir durumla ve doğrusal bir tanımla açıklamak çok fazla tercih edilmemektedir (Baker ve Benton, 1994: 222).

Kendini açma edimi kişisel durumu, huyları, geçmişte olmuş olayları ve gelecek planlarını içeren, benliğe gönderme yapan herhangi bir bilgi değişimi olarak tanımlanabilir (Chelune'den aktaran Duck ve Pittman, 1994: 687). Kendini açma kuramının babası Sidney Jourard ise şunları söyler (1971: 19): “Kendini açma, kendini gösterme eylemidir, amaç kendini başkalarına göstermek, böylece başkalarının sizi fark edebilmesini sağlamaktır.”

Peter Hartley'e göre kendini açma edimini (self-disclosure) en iyi görselleştiren “Johari pencereleri”dir. Bu şema adını bu görsel açıklamayı keşfeden iki bilim adamının adlarından (Joe Lutf ve Harry Ingham) alır.

	Bizim bildiklerimiz	Bizim bilmediklerimiz
Başkalarının bildikleri	Serbest Bölge I	Karanlık Bölge II
Başkalarının bilmedikleri	Saklı Bölge III	Meçhul Bölge IV

Şekil 2.1. Jahori Pencereleri (Hartley, 1993:52).

Şekil 2.1. Jahori pencerelerine ait görsel bir modeli içermektedir. Bu şema sizin ve diğerlerinin, sizin hakkınızda bildiklerinizi ve bilmediklerinizi içeren dört pencereden oluşur (1993: 51-52). Bu bölgelerin ne anlama geldiğini sırayla görelim:

I. Bölge: Kendi hakkımızda hem bizim bildiğimiz; hem de başkalarının bizim hakkımızda bildikleri bilgileri (adımız, yaşımız) içerir. (Thurlow vd., 2004: 103).

II. Bölge: Başkalarının bizim hakkımızda bildiği ama bizim farkında olmadığımız bilgileri (ses tonu, sözel olmayan göstergeler) içerir (Myers ve Myers, 1980: 76).

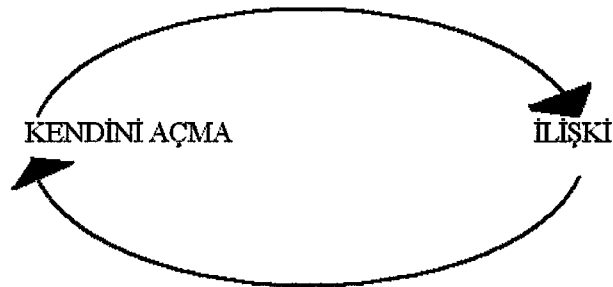
III. Bölge: Kendi hakkımızda bildiğimiz ve diğerlerinin bilmesini istemediğimiz, kendimizi koruduğumuz bölgedir (Myers ve Myers, 1980: 76).

IV. Bölge: Henüz bilincine varmadığımız derin ihtiyaçlarımızın, beklentilerimizin, bilinç dışı korkularımızın yer aldığı bölgedir (Hartley, 1993: 52).

Buna göre kendini açma edimi benliğin gizli tarafını yani bizim bilip başkalarının bilmediği yönlerimizi açıklamayı içerir.

Kişilerin kendileri hakkında başkalarına sözlü olarak açıkladıkları bilgiler (düşünceleri, duyguları, yaşadıkları) olarak tanımlanabilecek kendini açma edimi yakın ilişkilerde çok büyük rol oynar (Darlega ve arkadaşları, 1993: 1).

Kendini açma yakın ilişkiye yol açsın ya da açmasın mutlaka ilişkiyi dönüştürme potansiyeline sahiptir. İlişki ve kendini açma arasındaki bağlantı “karşılıklı dönüşüm” (*mutually transformation*) kavramıyla açıklanır. Şekil 2.2. bu süreci görselleştirmektedir.



Şekil 2.2. Karşılıklı Dönüşüm (Darlega vd., 1993:11).

Kendini açma ve ilişkinin karşılıklı dönüşümü, kendini açmanın hem ilişkinin yönünü, tanımını ya da şiddetini değiştirilmesi, hem de ilişkinin doğasının kendini açmanın anlamı ve etkisi dolayısıyla da değişmesi demektir. Yani kendini açma edimi hem ilişkinin yönünü değiştir, hem de değişen ilişki daha sonraki kendini açma davranışının niteliğini değiştirir (Darlega vd, 1993: 9).

Kendini açma edimi kendini açıklayan kişinin ve açıklanan kişinin cinsiyeti, açıklama yapılan konu gibi bazı faktörler tarafından da etkilenir. Toplumsal cinsiyet ve kendini açma konusunda yapılan çalışmalar kadınların erkeklerden daha fazla kendileri hakkında bilgi verme eğilimi gösterdikleri şeklindedir (örneğin Jourard, 1971; Rosenfeld, 1979; Darlega vd, 1993). Kadınlar, “kadınlık” doğaları gereği kendini açma konusunda teşvik edilmektedir. Kadınlarla ilgili sosyal beklenti, onların bağlantısal iletişimi devam ettireceği, kendini başkalarına açma konusunda daha özgür davranacakları ve böylece ilişkileri besleyen taraf olacakları yönündedir (Baker ve Benton, 1994: 219). Buna karşın erkekler kişisel sorunları hakkında konuşma konusunda ilgisiz ve isteksizdirler. Ayrıca arkadaşlıklarını, konuşma aracılığıyla duygularını paylaşmaktan çok, aktivitelerini paylaşarak gösterirler (Kramarae, 1998). Bu durumlar verili toplumsal cinsiyet farklılıklarının egemen cinsiyet rejimi tarafından yeniden üretilmesine işaret eder.

Kendini açma ediminde açıklama yapılan konu da çok önemlidir. Kendini açma davranışına *sosyal nüfuz* yaklaşımından bakan Altman ve Taylor kişilerarası ilişkilerde konuşma için seçilen konuların iki boyutu olabileceğini söyler: *Genişlik* ve *derinlik*. Genişlik konuların çeşitliliği, derinlik daha derin ve kişisel konulara karşılık gelir. Her konunun samimiyet derecesi aynı değildir. Örneğin evlilik ya da aile ile

ilgili konular, biyolojik ve demografik bilgilerden daha özeldir. Ayrıca hangi konuların özel ya da kişisel olduğu kişiden kişiye değişmektedir (1973: 23).

2.2.4. İlişkilerin Gelişimi ve Çözülmesiyle İlgili Kuramlar

Kişilerarası ilişkiler, canlı varlıklar gibi sürekli değişim ve gelişim yaşarlar. Gelişim ve değişim hem ilerleme hem gerilemeyi içerir. Birbirine yabancı iki insan çok kısa bir süre içinde evlenebilir. Çok yakın iki arkadaş, zamanla görüşmemeye başlayabilir ya da ilişkilerini daha az samimi bir şekilde devam ettirebilirler. Kişilerarası ilişkilerin gelişimi ve değişiminin bazı özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. İlişkiler zamanla aşama aşama evrimci bir şekilde gelişir ve değişir. Gelişme hızı değişik faktörlerden (yakınlık, ihtiyaç, durum) etkilenir. Gelişme doğrusal değil, sıralı ve aşamalıdır.
2. İlişkinin farklı evreleri, bireyler tarafından gerçekleştirilen etkileşim dizilerinde yaratılır.
3. İlişki, etkileşimin niteliğine (yoğunluğun artışı, düşüşü, samimiyet, güven) göre değişir, değişim her yönde olabilir (Fisher ve Adams, 1994: 284).

Kişilerarası ilişkilerin gelişimi, çözülüşü ve bu süreçlerdeki insan davranışları psikolojinin ilgilendiği önemli bir konudur. Bu süreçlerle ilgili bir çok bilim adamı birbirine benzer ya da farklı kuramlar üretmişlerdir. Bu bölümde kişilerarası ilişkilerin gelişimi ile ilgili ilk kuram olan Irwin Altman ve Dalmas Taylor'un *sosyal nüfuz kuramı*, kişilerarası yakınlığı şemalar yardımıyla açıklayan ve kendinden sonraki bir çok kuramı etkileyen Levinger ve Snoek'in *ilişki düzeyleri kuramı* ve Mark Knapp'ın *merdiven modeli* ele alınmıştır.

Bu kuramlar, kişilerarası ilişkilerin gelişimini şekiller ve şemalar yardımıyla anlatmaları, ilişkilerin gelişiminin yanında çözülmesiyle ilgili de varsayım üretmeleri ve ilişkilerin gelişimini aşamalı bir oluşum olarak görmeleri bakımından ortaklırlar.

2.2.4.1. Altman ve Taylor'un Sosyal Nüfuz Kuramı (Social Penetration Theory)

1973 öncesine kadar olan sosyal psikoloji çalışmaları, ilişkilerin gelişimiyle ilgilenmemiştir. Altman ve Taylor'un 1973'te kendini açıklama, samimiyet ve beğenin gelişimiyle bağlantılı geliştirdikleri ve "sosyal nüfuz" diye adlandırdıkları model 1977'de "ilişkinin gelişimini en kapsamlı olarak açıklayan kuram" olarak sunulmuştur (Fisher ve Adams, 1994: 279).

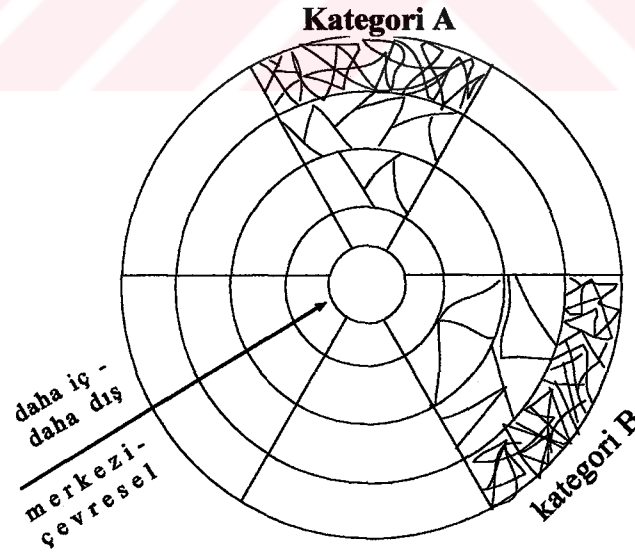
Bu kuram, yabancılıktan tanıdıklığa, yakın arkadaşlığa ve daha da ötesine ilerleyen sosyal ilişkilerin gelişimindeki olayları analiz eder. Bu süreçte insanların birbiri hakkında ne düşündükleri, ne hissettikleri, ilişkiyi nasıl şekillendirdikleri, besledikleri ve sonuçta ilişkilerini nasıl bitirdikleri sosyal nüfuz kuramının ana konularıdır (Altman ve Taylor, 1973: 3).

İlişkilerin gelişimi ve çözülmesini açıklayan bu kurama göre insanların farklı sosyal ilişkileri ve bu ilişkilerinde ulaştıkları farklı samimiyet dereceleri vardır. Bu kurama göre sosyal bağlar değişkendir. Bazı ilişkiler çok fazla gelişir ve ardından büyümeye devam eder, diğerleri çok arzulanmayan bir hal alır ve ya bozulur ya da daha az samimi bir seviyede devam eder. İnsanlar bazen ilişkinin hemen başında ilişkiyi bitirme kararı alır, bazı ilişkiler ise çok yüksek bir samimiyet derecesindeyken biter (Altman ve Taylor, 1973: 4).

Sosyal nüfuz kuramı ilişkilerin gelişmesi kadar çözülmesiyle de ilgilenir. Altman ve Taylor'a göre gelişme ve çözülme aynı ilkeleri izler. Gelişme yüzeysel

ilişkiden daha samimi ilişkiye geçişe karşılık geliyorsa, bozulma da daha fazla samimi ilişkiden, daha az samimi ilişkiye, daha büyük miktarda bilgi değişiminden daha aza doğru değişir. Yani süreç tersine doğru işler (1973: 7).

Farklı ilişki türlerinin, farklı kişilerin, farklı zamanlarda ve ortamlarda yaşanan ilişkilerin birbirinden farklı gelişim süreçleri geçireceğini söyleyen Altman ve Taylor kuramlarını açıklamadan önce bir “kişilik” kavramsallaştırması yaparlar. Onlara göre kişilik kesin sayısı tam olarak bilinemeyen parçalardan oluşan sistematik bir örgüttür. Kişilik kavramlaştırması yaparken bu kişilik parçaları ile “soğan kesiti” arasında bir benzerlik kurarlar (1973). Ortada bir merkez, etrafında bir yaprak katı, onun dışında bir daha ve bir daha vs. Dıştaki kısım kişiliğin başkaları tarafından görülebilir kamusal olarak bilinen tarafıdır. Kişinin kendini açması, benlik çevresindeki katmanları soymaya eşittir. Daha alt katmanlara işleme, daha özel bilgileri açmaktır (Fisher ve Adams, 1994: 279).



Şekil 2.3. Kişilik yapısı ve soğan kesiti benzetmesi (Altman ve Taylor, 1973: 18).

Kişiliğin parçaları kişinin kendi hakkında, başkaları hakkında ve dünya hakkında düşünceleri, inançları, hisleri ve duygularından oluşur. Altman ve Taylor kişiliği derinlik ve genişlik gibi iki boyutta tanımlarlar. Genişlik, kişiliğin farklı yönlerini derinlik ise bu yönüyle ilgili samimi bilgilerli içerir. Örneğin cinsellik kişiliğin bir boyutudur ve cinsel deneyim, cinsel davranış, cinsel tercih, cinsel korkular gibi daha derin boyutları içerir (1973: 15).

Altman ve Taylor sosyal nüfuz kuramında iki varsayım geliştirirler:

1) Kişilerarası etkileşim, benliğin ya da sosyal aktörün kişiliğinin yüzeysel ve samimi olmayan alandan, daha samimi ve derin katmanlara doğru aşama aşama gelişir. Kişiler başkalarının kendileri hakkında bilmelerine yavaş yavaş izin verir. Önce daha az samimi olan bilgiler açıklanır sonra daha kişisel bilgilere geçilir.

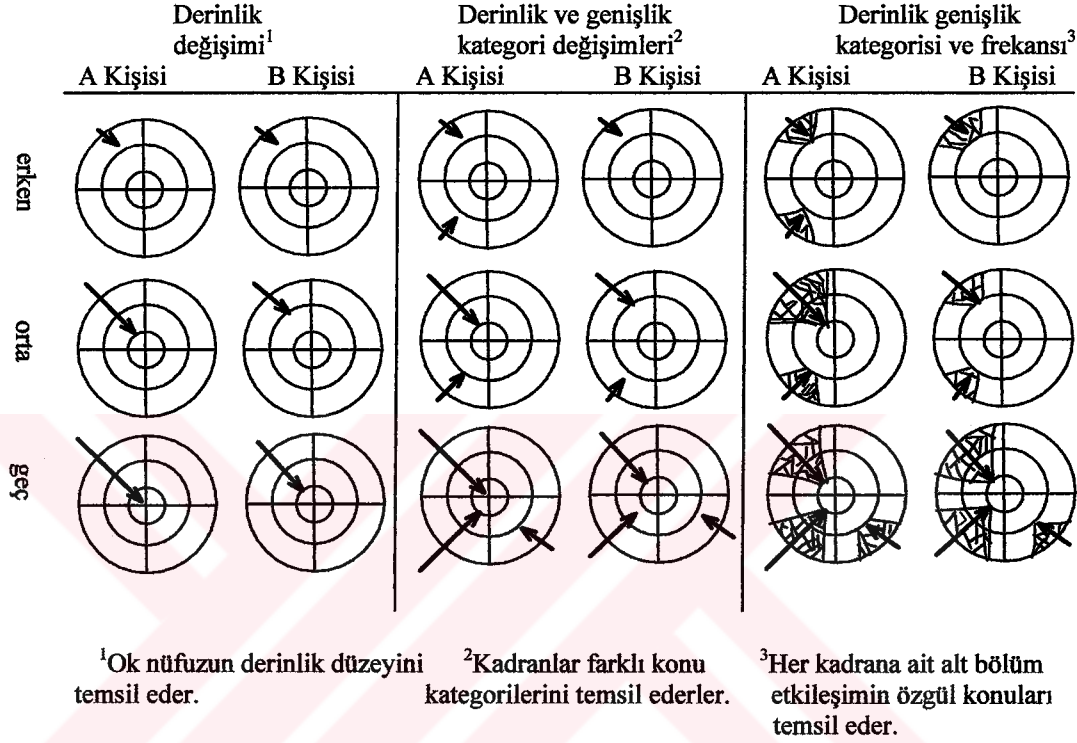
2) İnsanlar ilişkilerini, ilişkiden elde ettikleri ödüller (*rewards*) ve bedeller (*cost*) ile doyumlar ve doyumсузлуклар ışığında değerlendirir. İlişkilerin ilerlemesi bu ödül ve bedel miktarındaki dengeye bağlıdır (1973: 6).

İlk varsayıma göre kişilerarası ilişkilerin gelişimi kişilerin, karşıdaki kişilere kendileri hakkında anlattıkları konuların genişliğine ve derinliğine bağlı olarak gelişir. Genişliği tanımlarken *genişlik kategorisi* ve *genişlik frekansı* gibi iki terim kullanırlar. Genişlik kategorisi, her biri bir çok özgül yön ve konuyu içeren kişiliğin genel alanlarına karşılık gelir. Gittikçe daha fazla konu karşılıklı olarak açılır ve kişiler birbirleri için erişilebilir olursa ilişki gelişir (1973).

Kişilerin aynı anda ve aynı miktarda açma davranışı göstermeleri gerekli değildir. Genişlik frekansı kişiliğin her alanının özgül konulara ya da bilgi miktarına sahip olduğu düşüncesidir. Buna göre kişiliğin kategorileri, örneğin aile, çok sıradan bilgilerle (ailenin boyutu) çok samimi (ebeveyne duyulan düşmanca ve korku dolu

duygular) bilgilerden oluşur. Genişlik frekansında artış, büyük olasılıkla, önce kişiliğin önemsiz katmanlarında, sonra daha samimi düzeylerinde olur.

İkinci varsayıma göre de ilişkilerin gelişip gelişmeyeceğini kişilerin ilişkiden elde etmeyi bekledikleri ödül/bedel dengesi belirler.



Şekil 2.4. Sosyal nüfuz sürecinin grafiksel temsili (Altman ve Taylor, 1973: 28).

Altman ve Taylor'a göre ödül/bedel dengesine bağlı ilişki gelişim modeli yabancı iki kişinin ilk kez karşılaşmasıyla başlar. Bu karşılaşmada kişiliğin samimi olmayan boyutlarında ve yüzeysel bir etkileşim gerçekleşir. Bu etkileşim sırasında ve bu etkileşimin ardından karşılaşmanın bir değerlendirilmesi ve gelecekteki etkileşim beklentisiyle ilgili bir tahmin yapılır. Bu değerlendirme aktörlerden birinin, birbirinden hoşlanıp hoşlanmadığına ya da gelecekte bir daha görüşmek isteyip istemeyeceklerine dair bir hükmü içerir. Kişiler birbirlerine şu soruyu sorarlar: “Bu kişiyle yaşadığım deneyim iyi ve tatmin edici miydi?” ve bu soru daha analitik iki soruyu da kapsar:

1) Bu etkileşimden ne gibi ödüller ve beklentiler elde edildi?: Kişi etkileşimin kendi lehinde ve aleyhinde olan yönlerini değerlendirilir.

2) Ödüller, bedellerden fazla mı?

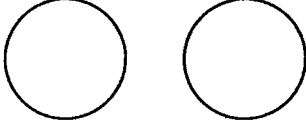
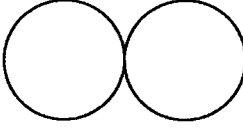
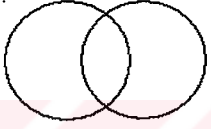
Daha sonra bu iki kişi geleceğe ilişkin tahminler ya da değerlendirmeler yaparlar. “Gelecekte bu kişiyle görüşmek ödüllendirici olacak mı?” Burada iki süreç söz konusudur: İlişkinin gelecekteki sonucuna dair tahmin ve ödül/bedel dengesi.

Ayrıca kişiler birbirleri hakkında, karşılıklı olarak bir resim ya da model inşa ederler. Böylece “Bu insanla daha samimi bir ilişkiden neler bekliyorum?” ve “Daha samimimi bir ilişkiden hangi ödüller ve bedeller elde edilir” sorularına yanıt bulabilirler. Eğer değerlendirmeler olumluysa, ilişkinin sürmesi yönünde karar verilir, eğer olumsuzsa ilişki bozulur ya da yavaş ilerler (Taylor, 1997: 36-37).

2.2.4.2. Levinger ve Snoek’in İlişki Düzeyleri (Level of Human Relatedness)

Görüşü:

Bu modelde dört tür ilişki düzeyinden bahsedilmektedir. Temassızlık yani sıfır ilişki düzeyinde (*zero contact*) iki kişi birbirini tanımamaktadır. Bu iki bireyin karşılıklı olarak birbirinin bilincine varması, esas olarak fiziksel mesafeye bağlıdır (Bilgin, 2000). Fark etme (*awareness*) olarak adlandırılan ikinci düzeyde bireylerde kişilerarası ilişki yoktur, yalnızca bireylerden biri, diğerinin farkına varmıştır. Bu ilişkileri iki türlü olabilir: Otobüste, kafede bir kerelik karşılaşılan kişilerle yaşanan geçici ilişkiler ya da sürekli karşılaşıp, selamlaşmanın ötesine gitmeyen postacı, veznedar gibi insanlarla “rol dilimi” ilişkileri. Üçüncü düzeyde karşılıklı ilişkiler yer almaktadır. Bu düzeyde, kişilerin etkileşimi yoğunluk boyutunda değişmektedir.

Mahremiyet düzeyleri:		Her basamağın önemli etmenleri
Temas sıfır	A 	
1. derece Karşılıklı bilinçlilik	A 	Yakınlık
2. derece Yüzeysel temas	A 	Fiziksel çekicilik Kişisel benzerlik
3. derece Karşılıklılık	A 	İhtiyaçların bağdaşması Karşılıklı kendini açma Empatik anlayış

Şekil 2.5. Levinger ve Snoek'in ilişki düzeyleri şeması (Bilgin, 1998: 229).

Bu kurama göre ilişkiler bu dört düzey arasında ileriye ya da geriye doğru değişiklik gösterebilir. Örneğin, boşanan bir çift, karşılıklı ilişki düzeyinden yüzeysel ilişki düzeyine geçebilmektedir (Hortaçsu, 2003: 42).

Kişilerarası ilişki düzeylerini Altman ve Taylor gibi gelişimsel olarak açıklayan Levinger ve Snoek'e göre her basamakta farklı çekim etmenleri ağırlık kazanır. Temassızlık düzeyinde kişiler birbirinin varlığının farkında değildir, İki kişi yüzeysel ilişki derecesine doğru ilerledikçe, çeşitli etmenler ilişkide rol oynamaktadır. Başlangıçta, fiziksel çekicilik, kişilerarası ilişkiye geçme açısından etkili olmaktadır. Temas, arttıkça, kişisel benzerlik önem kazanmaktadır. Bu aşamada kişiler, birbirinin çeşitli ilgi ve tutumlarını keşfetmeye çalışmaktadırlar. Çoğu kez bu keşifler oldukça sınırlı ve yüzeysel olmaktadır. Konuşulan konular

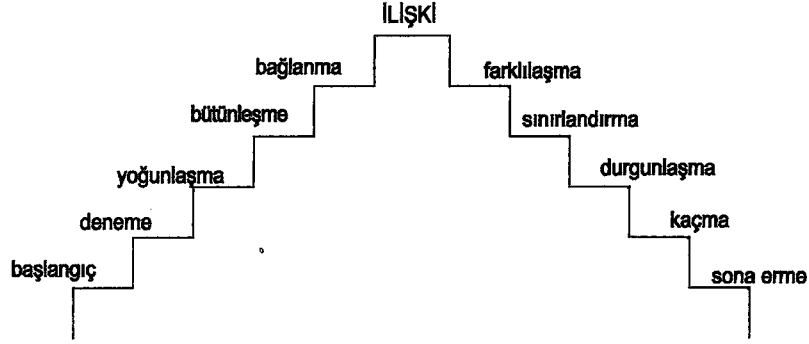
ortak tanıdıklar, sinema, müzik ve benzeri şeyleri kapsamaktadır; geleceğe ilişkin düşünceler, çocuk isteyip istememe gibi konulara pek yaklaşılmamaktadır. Bu ilişki düzeyi yüzeysel olamamakla birlikte, bu basamakta olan biten şeyler, ilişkinin geleceğinde önemli bir rol oynamaktadır. Nasıl ki ilk izlenimler daha sonraki ilişkilerde etkili ise, iki kişinin birbirini karşılıklı görme tarzları ve bir çift olarak algılanması, derin ilişkilerin, gelişmesinde rol oynamaktadır (Berscheid ve Grazino'dan aktaran Bilgin, 2000: 228).

İlişki yüzeysel temas basamağında taraflar için ödüllendiriciyse ve ilgi benzerlikleri şekillenirse çift karşılıklılık basamağına geçer. Kişilerin bu basamakta ortak noktası az ya da tamamen çakışacak kadar çok olabilir. Şekilde kesişme alanı dar tutulmuştur. Bu durumda kişiler, örneğin birbirlerini henüz kısa bir süredir tanımakta ve birbirleri için hissettikleri olumlu duyguları keşfetme çabası içinde olabilirler. Kesişme daha büyük olduğunda, uzun zamandır var olan, evlilik gibi samimi bir ilişki söz konusudur (Bilgin, 2000).

2.2.4.3. Knapp'in Merdiven Modeli (Knapp's Staircase Model of Relationship Development):

İletişim uzmanı Mark Knapp, kişilerarası iletişimin paralel bir biçimde yavaş yavaş geliştiği öngörüsünde bulunmuştur. Knapp'in modeli Altman ve Taylor'un sosyal nüfuz kuramından kaynaklanır. Partnerler *birlikte olma* (coming together) ve *ayrılmayı* (coming apart) birbirine paralel evrimsel bir süreç olarak yaşarlar. Birlikte olma sürecinin her aşamasına, ayrılma sürecinde karşılık gelen bir aşama vardır. Şekil 2.6.'da kişilerarası ilişkilerin gelişimini, paralel merdiven basamakları şeklinde

nasıl *başlangıç, deneme, yoğunlaşma, bütünleşme, bağlanma* aşamalarından geçerek geliştiğini resimlemektedir (Fisher, Adams, 1994: 282).



Şekil 2.6. Knapp'ın merdiven modeli (Fisher ve Adams, 1994: 282).

Eğer ilişki bozulur ya da parçalanırsa evrimsel süreç tersine dönerek *farklılaşma, sınırlandırma, durgunlaşma, kaçma ve sona erme*nin yaşandığı paralel aşamalara geçilir. Şekil 2.6. her “birlikte olma” aşamasının, “ayrılma” aşamasında karşılık geldiği her aşamayı gösterir (Fisher ve Adams, 1994: 282).

Tez çalışmasının bu bölümünde sosyal psikoloji alanında kişilerarası ilişki gelişimiyle ilgili üretilen kuramlara değinilmiştir. Çalışmanın son bölümünde bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kurulan kişilerarası ilişkilerin dönüşümü yukarıda bahsedilen kuramlar açısından incelenecek ve bu kuramlara yeniden dönülecektir.

BÖLÜM III

BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİNİN KİŞİLERARASI İLİŞKİLERE ETKİSİ

3.1. Katılımcı Profili

Bu çalışma, bilgisayar dolayimli iletişim ortamlarının kişilerarası iletişim süreçlerini değiştirmesini sosyal psikoloji kuramları açısından ele almaktadır. Bu nedenle, bilgisayar dolayimli iletişimle ilgili düşüncelerin üretilmesi, varolan düşüncelerin aktarılması ve değerlendirmesinin yanı sıra, kişilerin bilgisayar dolayimli iletişim araçlarını kullanırken neler hissettikleri, nasıl davrandıkları, neden bu yolla ilişki kurdukları, arkadaşlarını nasıl ve neye göre seçtikleri, bilgisayar dolayimli iletişim ve burada kurdukları ilişkiler hakkında ne düşündüklerini kişilerin kendi deneyimlerinden öğrenmek amacıyla, bilgisayar dolayimli iletişim sistemlerinin kullanıcılarıyla bir anket çalışması yapılmıştır.

Bu amaçla, İnternet'in potansiyel kullanıcılarına ulaşmak için katılımcıların lise öğrencileri, üniversite öğrencileri (ön lisans, lisans ve lisansüstü) ve eğitimini bitirmiş olup çalışma yaşamına geçmiş kişilerden oluşmasına karar verilmiştir. Bu şekilde örneklemin ergenler, gençler ve yetişkinlerden oluşması planlanmıştır.

Örneklemin lise öğrencileri grubunu oluşturan katılımcılar Aydınlikevler Anadolu İletişim Meslek Lisesi ve Gazi Anadolu Lisesi birinci ve ikinci sınıf

öğrencilerinden oluşan gönüllü katılımcılardır. Anket, öğrencilerinin ders saatlerinde, öğretmenlerinin gözetiminde uygulanmıştır.

Örneklemin üniversite öğrencilerinden oluşan kısmı Anadolu Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, GATA Askeri Meslek Yüksekokulu'nda önlisans, lisans ve lisansüstü eğitimlerine devam eden gönüllü katılımcılardan oluşmuştur. Her üniversiteye ait katılımcının kendi üniversitelerinin öğrenci profillerini temsil etmesinden çok, sonuçta yaşları, eğitim ve kültür seviyeleri ile toplamda genel bir üniversite öğrencisi portresi oluşturmaları amaçlanmıştır.

Örneklemin, çalışanlardan ya da başka bir ifadeyle yetişkinlerden oluşan bölümü ise Ankara Üniversitesi'ne ait üç elektronik posta grubuna (byyo-ilef@list.ankara.edu.tr¹, ank-clup@list.ankara.edu.tr², ank-inet@list.ankara.edu.tr³). gönderilen anket formuna alınan yanıtlardan oluşmuştur. Böylelikle değişik meslek grubundan katılımcılara ulaşmak amaçlanmıştır. Her üç gruba, araştırmanın adının, amacının açıklandığı, araştırmaya seyrek ya da yoğun İnternet kullanan herkesin katılabileceğinin belirtildiği ve anket formunun “ek dosya” olarak ilişitirildiği birer elektronik posta gönderilmiştir. Anket formunun sonuna katılımcıların yanıtlarını göndermeleri için araştırmacının dört adet elektronik posta adresi eklenmiştir.

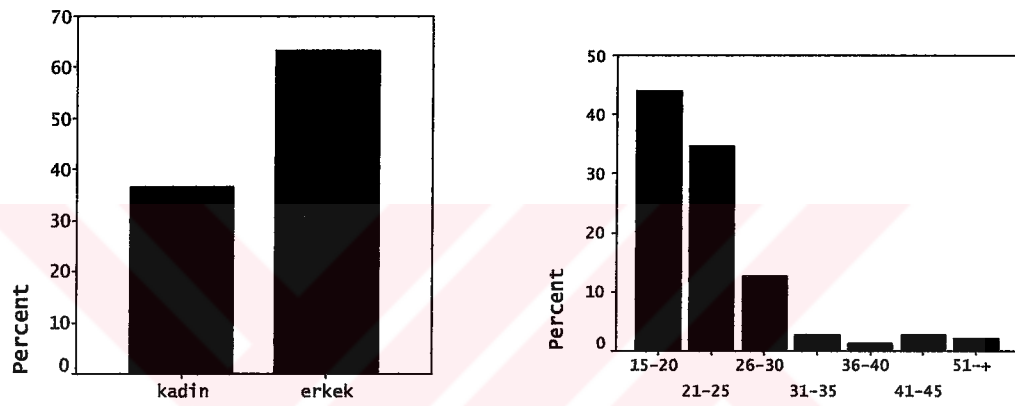
¹ *byyo-ilef* Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunlarına ait özel bir listedir. Bu listeye abone olmak için Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunu olmak ve bir elektronik posta adresine sahip olmak gerekmektedir

² *ank-clup* Ankara Üniversitesi'nin genelini ilgilendiren konularda demokratik bir tartışma ortamı oluşturmak için oluşturulmuş bir listedir. Bu listeye abone olmak için Ankara Üniversitesi mensubu olmak ve Ankara Üniversitesi'ne ait bir elektronik posta adresine sahip olmak gerekmektedir.

³ *ank-inet* Ankara Üniversitesi'nin İnternet ile ilgili konularda tartışmak için oluşturduğu bir listedir. Bu listeye de abone olmak için Ankara Üniversitesi mensubu olmak ve Ankara Üniversitesine ait bir elektronik posta adresine sahip olmak gerekmektedir

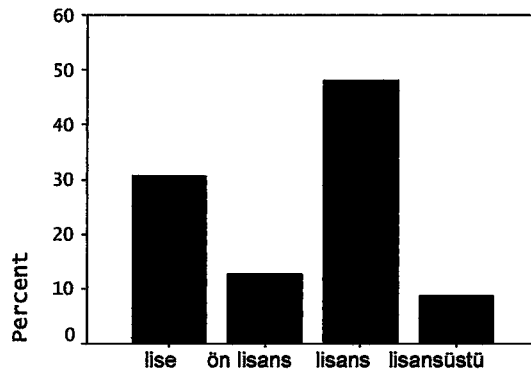
20 Şubat – 20 Mayıs 2005 tarihleri arasında toplam 150 kişiye anket uygulanmış, anket verileri SPSS 11.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir.

Anket yapılan 150 katılımcının 46'sını lise öğrencileri, 38'ini çalışanlar (elektronik posta listelerinden gelen yanıtlar) ve 66'sını üniversite öğrencileri (önlisans, lisans ve lisansüstü) oluşturmaktadır. Anket katılımcıların 55'i (% 36.7) kadın, 95'i (% 63.3) erkek ve yaş aralıkları 15 ile 70 arasındadır. Yaş ortalaması 22.85'tir. Şekil 3.1.'de katılımcıların yaş ve cinsiyet profili görülmektedir.



Şekil 3.1. Katılımcıların yaş ve cinsiyet profilleri.

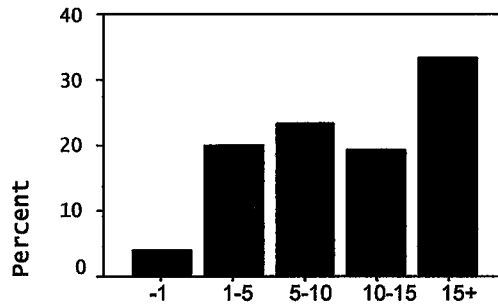
Katılımcıların 46'sı lise öğrencisi, 19'u önlisans öğrencisi (ya da mezunu), 72'si lisans mezunu (ya da öğrencisi), 13'ü ise lisans üstü öğrencisidir (ya da mezunu). Şekil 3.2.'de katılımcıların eğitim durumu görülmektedir.



Şekil 3.2. Katılımcıların eğitim durumu.

Katılımcıların geneline bakıldığında, önemli bir çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu (%63.3), genç (% 78.7'si 15-25 yaş arasında) ve eğitim seviyesi yüksek bir örneklem grubu karşımıza çıkar. Katılımcılar arasındaki İnternet kullanımıyla ilgili cinsiyetler arasındaki fark, erkeklerin geleneksel olarak teknolojiye erişim olanağı konusunda avantajlı oldukları ve İnternet kullanıcılarının çoğunluğunu oluşturdukları (Herring, 1994; Morahan-Martin, 1998), ama bu açığın gittikçe daralmakta olduğu (Boneva ve Kraut, 2004) düşüncesini doğrulamaktadır.

Horman Nie ve arkadaşlarına göre İnternet kullanımıyla ilgili yapılan araştırmaların eleştiri aldığı noktaların biri İnternet kullanım miktarını gözardı etmeleridir. Bu araştırmacılar örnekleme kullanıcılar ve kullanıcı olamayanlar şeklinde ayırmakta ve karşılaştırmaları bu iki grup üzerinde yapmaktadırlar. Ama “kullanıcı” kategorisini bu kadar geniş tutmak güvenilir araştırma sonuçlarına ulaşabilmek açısından uygun olmamaktadır (2002: 218). Bundan ötürü bu çalışmada kişilere haftada kaç saat İnternet kullandıklarını sorulmuş ve veriler değerlendirilirken İnternet başında geçirilen zaman göz önünde bulundurulmuştur.



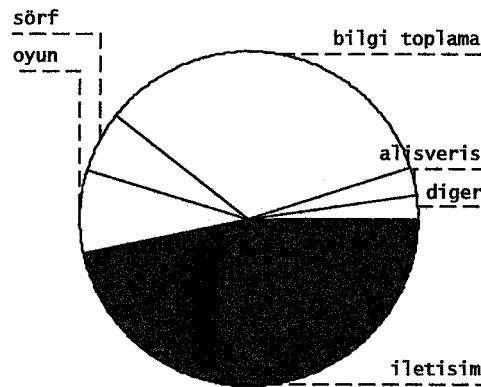
Şekil 3.3. Katılımcıların haftalık İnternet kullanım saatleri.

Şekil 3.3.'de katılımcıların haftalık İnternet kullanım saatleri görülmektedir. 150 katılımcının 50'si (%33.3) haftada 15 saatten fazla, 29 katılımcı (%19.3) haftada

10- 15 saat arası, 35 katılımcı (%23.3) haftada 5-10 saat arası, 30 katılımcı haftada 1-5 saat arası, 6 katılımcı (%4) ise haftada bir saatten az Internet kullandıklarını belirtmiştir. Katılımcılar arasında Internet'i hiç kullanmadığını belirten olmamıştır.

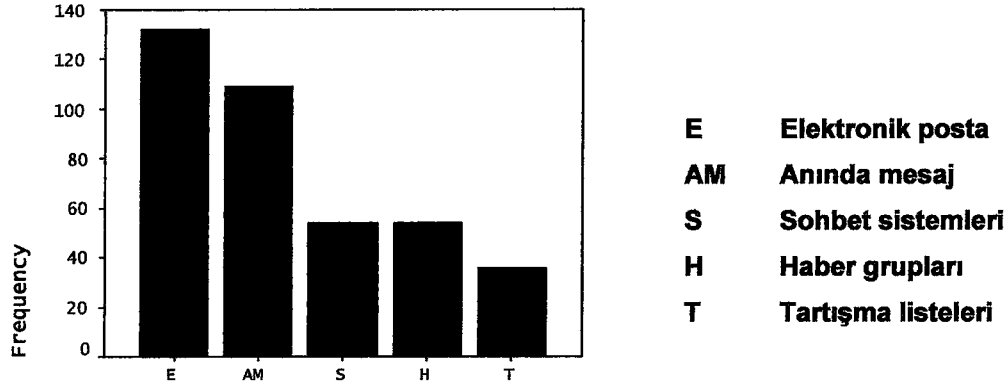
Wenhong Chen ve arkadaşlarına göre İnternet'i kimin kullandığı ve ne kadar süre kullandığı çok önemli farklılıklara işaret eder (2002: 74). Bir başka önemli etmen de İnternet'in ne amaçla kullanıldığıdır. Kişiler İnternet karşısında geçirdikleri saatleri farklı etkinlikler gerçekleştirmek için harcamaktadırlar. Philip Howard ve arkadaşlarına göre yaş, bazı İnternet etkinliklerinin kullanımında önemli bir değişkendir. Gençler ve ergenler İnternet'i daha çok eğlence amaçlı kullanırken, yetişkinler daha çok bilgi arama amacıyla kullanırlar (2002: 55).

Şekil 3.4.'de katılımcıların İnternet'i en çok iletişim kurma (101 yanıt ve %45.7 oran), daha sonra bilgi toplama (74 yanıt, % 33.5 oran) amacıyla kullandıkları görülmektedir. Bunun yanında katılımcılar “bankacılık hizmeti”, “web tasarımı”, “okul çalışmaları”, “ödev”, “film indirme”, “televizyon programlarını indirme”, “müzik ve program indirme”, “kendi web siteleriyle ilgilenme” gibi amaçlarla da İnternet kullandıklarını belirtmişlerdir.



Şekil 3.4. Katılımcıların İnternet kullanım nedenleri.

İnternet, kullanıcılara farklı gereksinimlere hitap eden, özellikleri birbirinden farklı iletişim seçenekleri sunar. Şekil 3.5.'de katılımcıların bilgisayar dolayımı iletişim sistemlerine ait tercihleri görülmektedir.

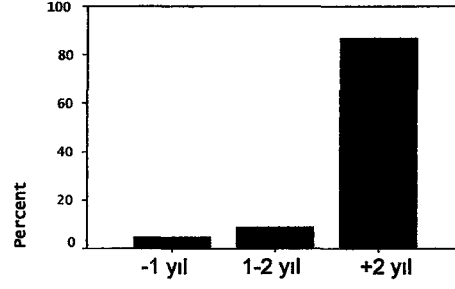


Şekil 3.5. Katılımcıların en fazla tercih ettiği bilgisayar dolayımı iletişim araçları.

Katılımcılar tarafından en çok tercih edilen bilgisayar dolayımı iletişim aracı (132 yanıt, %88 oran) elektronik postadır. Elektronik postayı, anında mesajlaşma (109 yanıt ve %72.7 oran), haber listeleri (54 yanıt ve %36 oran), sohbet sistemleri (54 yanıt ve %36 oran) ve tartışma grupları (36 yanıt, %24 oran) izlemektedir.

İnternet'in en çok hangi amaçla kullanıldığına ilişkin veriler önceki araştırma sonuçlarını desteklemektedir. Barry Wellman ve Caroline Haythornhwaite İnternet kullanımı üzerine yapılan bir çok araştırmanın, kişilerin İnternet kullanım amacının büyük oranda elektronik posta ve bilgi arayışı olduğunu ortaya çıkardığını belirtirler (2002: 19).

Kişilerin İnternet'i ne kadar ve ne amaçla kullandıkları kadar, kaç yıldır İnternet kullanıcısı oldukları da önemli bir değişendir. Şekil 3.6.'da katılımcıların çoğunluğunun iki yıldan fazla İnternet kullanıcısı olduğu görülmektedir.



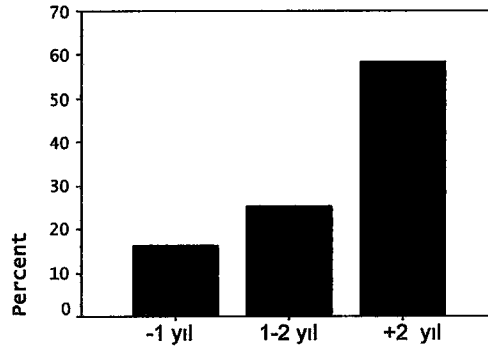
Şekil 3.6. “Ne kadar zamandır İnternet kullanıyorsunuz?” sorusuna alınan yanıtlar.

Michael Strangelove’ye göre “İnternet teknoloji, bilgi olmaktan çok iletişim demektir. İnternet’te insanlar birbiriyle konuşur, birbirine mail gönderirler... İnternet geniş katılımlı, iki yönlü, sansürsüz bir kitle iletişimidir. Burada iletişim temel ve esastır... İnternet kronik iletişimcilerin cemaatidir” (1994). İnternet’in bir “iletişim aracı olma” yönüne odaklanan bu çalışmanın ilgi alanı da İnternet’i kimin, ne amaçlarla, ne kadar uzunlukta kullandığından çok kimlerin İnternet aracılığıyla, neden kişilerarası ilişki kurduğu, ilişki kurmak için kimleri nasıl seçtiği, seçerken hangi ölçütlerin önemli olduğu gibi konularla ilgilenmektedir. Bu amaçla anket formunu dolduran katılımcılardan sadece “Kişisel Bilgiler” ve “İnternet Kullanım Bilgileri” bölümlerini dolduranların yanıtları “İnternet’te kişilerarası ilişki” kurmamaları sebebiyle değerlendirilme dışı bırakılmış, “Genel Sorular” bölümünden herhangi bir soruyu yanıtlayanlar “İnternet’te kişilerarası ilişki” kurduklarından yanıtları değerlendirmeye alınmıştır. Bu değerlendirme sonucunda anket formunun üçüncü bölümünden itibaren herhangi bir soruyu yanıtlayan ve İnternet’te kişilerarası ilişki kurduğu belirten 135 katılımcı seçilmiş, geri kalan 15 anket formu elenmiştir. Bundan sonra çalışma boyunca yapılan değerlendirmeler bu 135 kişinin sorulara verdiği yanıtlar ışığında değerlendirilecektir.

Katılımcılara anket formunda İnternet’te neden kişilerarası ilişki kurduklarını sorulmuş ve bu soruyu yanıtlayan 114 katılımcı neden İnternet kullandıklarını açıklamışlardır. İnternet’i gerçek yaşamda yalnız olan, güçlü sosyal ilişkileri bulunmayanların tercih ettiği bir iletişim ortamı ve iletişim şekli olarak niteleyen görüşleri destekleyen “Gerçek hayatta ilişkilerin yetersiz olması dolayısıyla kendimi bu şu şekilde tatmin etmeye çalışıyorum” diyen 81 numaralı üniversite öğrencisi kadın katılımcı, “Yalnızlık, İnternet dışında fazla arkadaşım yok” yanıtını veren 51 numaralı lise öğrencisi erkek katılımcı ile 30 numaralı erkek katılımcının verdiği “yalnızlık” yanıtının dışında, tüm yanıtlar değerlendirildiğinde İnternet’te kişilerarası ilişki kuranların, gerçek yaşamda doyurucu arkadaşlıkları ve ilişkileri olan, farklı ve yeni insanlar tanıyarak arkadaş çevrelerini genişletmek isteyen kişilerle yeni bir iletişim türü olması dolayısıyla merak duygusuyla bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında kişilerarası ilişkiler kurdukları saptanmaktadır. Katılımcılar İnternet’i şu amaçlarla kişilerarası ilişki kurmak için kullanmaktadır:

1. Yeni ve farklı insanlar tanıma,
2. Eğlence ve boş zaman değerlendirme,
3. Merak ve teknoloji ilgisi,
4. İnternet’in ucuz ve kolay bir iletişim sağlaması,
5. Arkadaş edinme, ortak ilgi alanına sahip kişiler bulma, her türlü paylaşım.

Sonuçta insanlar İnternet’i yoğunlukla ilgi alanlarına yönelik meraklarını giderme, aynı ilgiyi paylaşan kişilerle iletişim kurma, dostluk, arkadaşlık geliştirme gibi kişisel amaçlarla, zaman ve mekan sınırı olmadan iletişim kurma gibi kişilerarası amaçlarla kullanmaktadır.



Şekil 3.7. “Ne kadar süredir İnternet’te kişilerarası ilişki kuruyorsunuz?” sorusuna alınan yanıtlar.

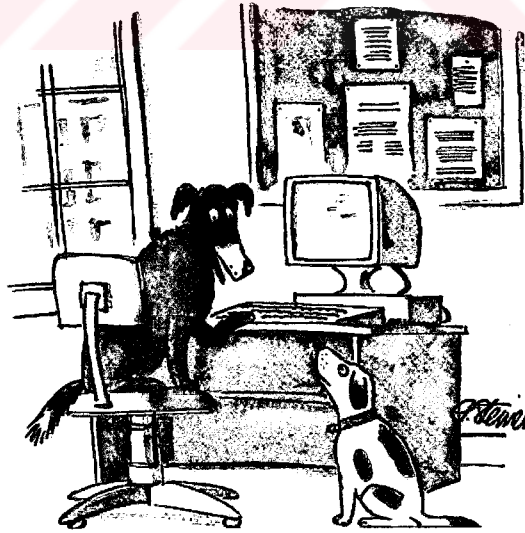
Kişilerin İnternet’te ne kadar zamandır kişilerarası ilişki kurdukları da yine önemli bir değişkendir. Şekil 3.7.’de katılımcıların uzunca bir süredir İnternet’te kişilerarası iletişim kurdukları görülmektedir.

3.2. İnternet Ortamında Kurgulanmış Kişilikler ve Kimlikler

“Kimlik, küresel ve yerel, materyal, tarihi ve kültürel söylemler koşuluyla deneyimler bağlamında sürekli olarak kurulan, sahip çıkılan, üstlenilen, bir yandan güven ve özdeşleşme hissini temin etmeye yönelik olarak sabitleme istemi ile, öte yandan farklı öğelerin arasından süregelen müzakerelerin sonucu ortaya çıkan gerilimle biçimlenen aidiyet tasarımıdır” (Hall’dan aktaran Binark 2003: 357). Bireyin kimliğini açıklaması bir yandan en kolay edim olarak görülürken aslında kimliğin açıklanması en zor edimdir. Kimliğin açıklanması kolaydır, çünkü kimlik, basitçe “Ben kimim?” sorusuna verilen bir cevaptır. En zordur çünkü bu sorunun cevabını bulmak, yani kim olduğunu tanımlamak, bir kimliği oluşturmak, korumak, temsil etmek, sürekliliğini sağlamak zordur.

Geleneksel benlik temsili kişinin nasıl görüldüğünün kolaylıkla değiştirilemeyeceğini varsayar. Fiziksel özellikler, kozmetiğin, estetik cerrahinin ya da modanın etkisine açık olsa da temelde değiştirilemezler. Kişiler nasıl göründükleriyle yaşamak zorundadırlar. Ama bu Internet'te geçerli değildir. Bir kişinin Internet'te nasıl görüldüğü o kişi tarafından sağlanan bilgilere bağlıdır. Kimlikle oynamak mümkündür. Kültürel olarak sınırları çizilen güzellik, çirkinlik, moda ya da demode kavramları, Internet'te yeniden yapılandırılır (Reid, 1991).

Peter Steiner 5 Temmuz 1993'da The New Yorker'da çizdiği karikatüre "Internet'te kimse köpek olduğunuzu bilmez" başlığını yazar ve karikatürde bilgisayar başında, bilgisayar dolayımı ile iletişimin anonimliğini yorumlayan bir köpeği resmeder (Şekil 3.8). Köpeğin sözcükleri sanal gerçekliğin anahtar özelliğinin farkındalığını açıklar: Bilgisayar dolayımı ile iletişim kişisel özellikleri maskeleyebilir ve siber alanda kimlikler, kamusal alanda kişisel anonimlik yaratmak için seyahat edebilir (Katzman ve Witmer, 1997).



"On the Internet nobody knows you are a dog."

Şekil 3.8. 5 Temmuz 1993'te Steiner tarafından The New Yorker'e çizilen ünlü karikatür.

Sherry Turkle kişilerin ekran aracılığıyla sanal topluluklara adım attıkları zaman, aynanın diğer tarafında kimliklerini yeniden kurguladıklarını belirtir. Ona göre bilgisayar kültürünün bir unsuru olan Internet, çoklu, heterojen, dinamik, parçalı, esnek gibi kavramlarla tanımlanan postmodern kimlik kavramını benzer tanımlamalarla tartışmanın bir başka arenası olmuştur. İnsanlar Internet'te birçok benliği dönüştürerek yeni bir benlik inşa edebilmektedirler. Internet postmodern yaşamın özelliği olan benlik inşa etmek ve yeniden inşa etmeyi deneyimlemek için önemli bir sosyal laboratuardır. Sanal gerçeklikte kişiler kendilerini yeniden yaratır ve yeniden şekillendirir (1995: 177-8).

İnsanların yeni kimlikler oluşturmaları ve var olan kimliklerini yeniden inşa etmeleri için bir atölye (Bruckman, 1993) ya da farklı kişilik özelliklerini denemeleri için bir laboratuvar (Turkle, 1995; Wallace, 1999) olarak düşünülen Internet'te kimlik kavramı iki ana çizgide tartışılır. Bunlardan biri, Internet'in gerçek yaşamda olmadığı kadar geniş kitlelere ve gerçek yaşamda olmayan olanaklar kullanılarak kişiye kendini ifade etme (*self-expression*) şansı tanınması; diğeri ise, kişilere farklı kişilik ve kimlik özelliklerine bürünerek yeni deneyimler yaşayabilmesine ve sosyal becerilerini geliştirme olanağı sağlamasıdır.

Bu bölümde, sanal kimlik oluşturma yollarından bir çok bilgisayar dolayımı iletişim uygulamasında kullanılan ve kişinin Internet'te tanındığı kurgusal adı olan *takma ad*, kişinin Internet'te geçerli olan ve bir çeşit sanal kimlik kartı yerine geçen *profil*, bazı özel Internet uygulamalarında, kullanıcının görsel temsili olan *avatar* ve son olarak kendini temsil aracı olarak *kişisel Web siteleri* ele alınmaktadır.

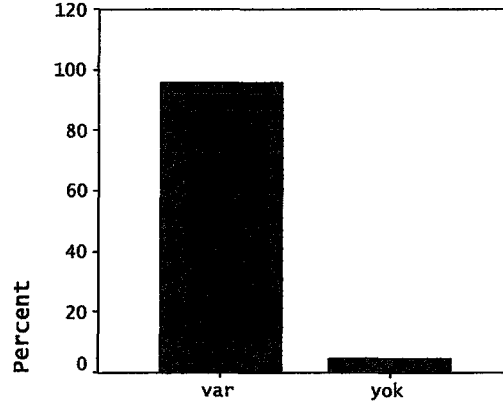
3.2.1. Takma Ad (Nickname - Pseudonym)

Bilgisayar dolayımıli iletişimin anonimliğinde insanlar kendilerine çevrimiçi kimlikler yaratırlar. Kimlik yaratmanın başlangıç noktası ise bir takma ad seçmektir (Baym, 1998: 54). Gerçek yaşamdaki toplumlarda insanlar tarafından kullanılan adlar ve takma adlar o toplumun özellikleri ve toplumdaki eğilimler hakkında bizi nasıl aydınlatırsa İnternet iletişiminde kişilerin kullandığı takma adlar da sanal topluma ışıktutabilir. Takma adlar ortak kültüre, etnik ya da dini temalara gönderme yaparak kişilerin üyesi olduğu gruplar hakkında bilgi verebilir (Bechar-İsraili, 1995).

Takma adlar kişiye sonradan verilen isimdir. Takma ad sözcüğünün İngilizce karşılığı olan “*nickname*” sözcüğünün etimolojik kökeni “eklenmiş çoğaltılmış” anlamında kullanılan eski bir İngilizce sözcük olan “*ecan*” dan gelir. Zamanla “*nickname*”e dönüşen “*eke-name*” doğumda verilmiş isme eklenmiş isim anlamına gelmektedir (<http://en.wikipedia.org/wiki/Nickname>).

Gerçek isimlerden ve takma adlardan farklı olarak çevrimiçi kullanıcıyı tanımlamaya yardım eden takma adlar ise kullanıcının kendisi tarafından seçilir. İstenilen herhangi bir zaman hatta sohbet sırasında bile değiştirilebilir (Peter, 1998).

Bu çalışmanın anket formunda katılımcılara takma ad kullanma pratikleri hakkında bilgi edinmek için İnternet ilişkilerinde kullandıkları takma adlar ve bu adı seçme sebepleri sorulmuştur. “İnternet’te kişilerarası ilişki” kurduğunu belirten 135 katılımcıdan 23’ü bu soruyu yanıtlamamıştır. Soruyu yanıtlayan 112 kişiden 5’i takma adının olmadığını, 4’ü ise birden çok takma adı olduğunu belirtmiştir.



Şekil 3.9 Takma ad kullanımı.

Soruyu yanıtlayanların büyük çoğunluğu takma adlarını açıklamadan, bir ada sahip olup olmadıklarını ya da bu adları seçme sebeplerini açıkladığından takma ad kullanımını cinsiyet, yaş gibi değişkenlerle karşılaştırılarak değerlendirme olanağı bulunmamakla birlikte takma ad kullanımının yüksek olduğu söylenebilir (%95.5). Bunun yanında sadece 4 katılımcı “birden fazla takma adı” olduğunu ya da takma adını “sürekli değiştirdiğini” söylediğinden, Haya Bechar-Israili’nin bir çok insanın bir takma adı uzun süre kullanma eğilimi gösterdiği ve ona bağlılık duyduğu iddiası doğrulanmaktadır (1995).

Brenda Danet’in Gombrich’ten alıntılanarak belirttiği gibi İnternet’te takma ad kullanımı iki amaca hizmet eder: kamuflej ve göze çarpma. Takma ad hem sahibinin gerçek yaşamdaki kimliğini gizler, hem de sanal dış görünüşüyle dikkat çekmesini sağlar (1998: 137). Bilgisayar dolayımıli iletişim sistemlerinin kullanıcıları tarafından bu iki ilke etkin olarak kullanılmaktadır. Yukarıda bahsedilen soruya 65 numaralı 17 yaşındaki erkek katılımcı “kendi ismimi kullanmak istemediğimden” yanıtını verirken, 60 numaralı 18 yaşındaki kadın katılımcı “Esmerim” takma adını “dikkat çekici” olduğu için, takma adını belirtmeyen 75 numaralı 19 yaşındaki erkek katılımcı ise “daha çekici olmak için” takma ad kullandığını söylemiştir. Benzer şekilde takma ad kullanma sebebini “kendi ismimi vermek istemediğim için”

şeklinde açıklayan 55 numaralı 16 yaşındaki erkek katılımcının yanında “Aşksız Prens” takma adını kullanan 18 yaşındaki 59 numaralı erkek katılımcı bu adı kullanma sebebini “herkes bu ada ilgi gösteriyo” şeklinde açıklamış, 17 yaşındaki 66 numaralı kadın katılımcı “Çirkin” adını seçme sebebini “erkekler rahatsız etmesin diye” kullandığını belirtmiştir.

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi takma ad, kullanıcıya onu daha fazla ya da daha az çekici gösteren ve tanınmamasını sağlayan bir maske sağlamasının yanında Çarşı (72 numaralı katılımcı), İlhan_1905 (47 numaralı katılımcı), Oktay_BJK (113 numaralı katılımcı), Ankaralı (46 numaralı katılımcı), Polat_Bozo (61 numaralı katılımcı), Şebo (54 numaralı katılımcı), Amorphis (116 numaralı katılımcı), Samarra (77 numaralı katılımcı), Beckham (111 numaralı katılımcı), Dentist (11 numaralı katılımcı), Godot (20 numaralı katılımcı) örneklerinde olduğu gibi kişinin tuttuğu takımdan sevdiği şarkıcıya, hayran olduğu yıldıza, nerede oturduğundan, mesleğine, izlediği diziye, seyrettiği filme, dinlediği müzik türüne dair ipuçları içermekte kullanıcısının kültürel arka planı hakkında bilgi vermektedir.

Takma adlar tanışma sebebi ve bahanesi³;

casanova95

MERABA ADINIZ COK ORJINALMISS.;) BEN EMRE NABER?
HAYAT NASIL GİDİYOOO?

mustitem

bu isim ne demek

albert

selam :) imjuli ne demek???

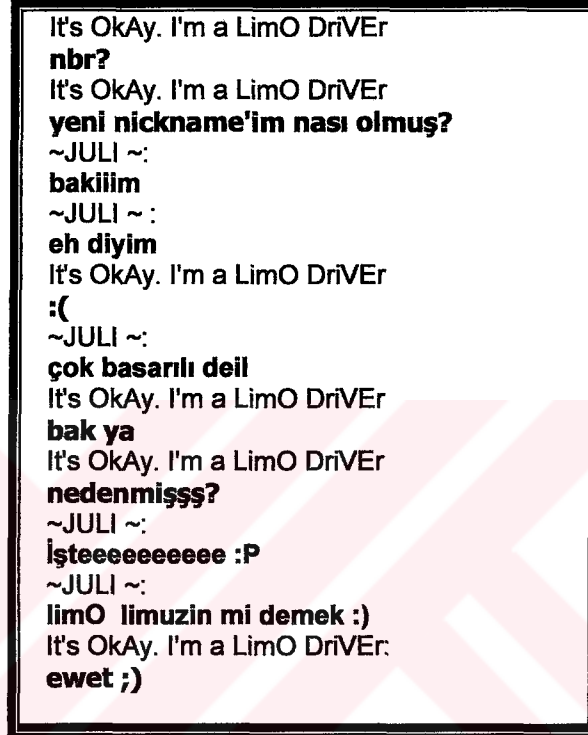
³ www.akampus.com sitesinde “imjuli” kullanıcısının kişisel hesabına gelen iletiler.

kişilere benzerlerini bulma imkanı veren bir iletişim yolu olarak işlev görür.

miraclemushroom

merhaba imjuli :) sanırım adını Fatih Akın'ın filminden seçtin. Ben çok severim Fatih Akın'ı sen de öyle galiba en beğendiğin filmi hangisi? Benimki duvara karşı.

Takma adlar bunun yanında ilginin odağı ve sohbetlerin konusudur⁴.



It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR
nbr?
It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR
yeni nickname'im nasıl olmuş?
~JULI ~:
bakilim
~JULI ~ :
eh diyim
It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR
:(
~JULI ~:
çok başarılı deil
It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR
bak ya
It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR
nedenmişşş?
~JULI ~:
İşteeeeeeeeeeee :P
~JULI ~:
limO limuzin mi demek :)
It's OkAy. I'm a LimO DrIVeR:
ewet ;)

Bechar-Israeli IRC sohbet odalarında bir yıllık gözlemi sonucu belirlediği 260 takma ad üzerinde yaptığı çalışmada 14 adet takma ad tipolojisi belirlemiştir (1995). Bu çalışmada da Bechar-Israeli'nin sınıflandırma sistemi kullanılarak katılımcıların takma adları sınıflandırılmış; ancak bazı kategorilere karşılık gelen takma ad bulunamamıştır. Katılımcıların belirttikleri takma adları şu şekilde sınıflandırılabilir:

- a) Kendi adını, adı ve soyadını ya da herhangi bir adı kullananlar: <Özlem>, <SERKAN>, <DevriM>, <Vedat_Gürbüz>, <Ayşe>;

⁴ İki MSN Messenger kullanıcısı arasında 18 Mayıs 2005'te gerçekleşen çevrimiçi konuşma.

- b) Hayvan, çiçek, ağaç adları gibi doğa ile ilgili takma adlar: <kedi>, <bull>, <daisy>, <butterfly>;
- c) Nesne adlarını içeren takma adlar: <Radyo>;
- d) Edebiyattan, peri masallarından, televizyon, sinema, oyun karakterlerinden seçilen takma adlar: <Rapunzel>, <Çizmeli Kedi>, <Scarlet>, <Jeanne d'Arc>, <Godot>, <kedi_sero>, <Şehsuvar>;
- e) Ünlü insanların adları. Bu tarz takma adların önemi kişilerin kendini bir başkası gibi görme ya da başka biri gibi olma eğilimini ortaya koymasındır: <Ortiz>, <İlhan_1905>, <Şebo>, <Beckham>;
- f) Kişilerin ilgi alanlarını ve dinledikleri müzikleri ya da beğendikleri müzik grubunu çağrıştıran takma adlar: <CEZA>, <Gothic>, <audytum>, <amorphis>, <linkin_park>;
- g) Ortamla, teknoloji ile ya da bilgisayarlarla ilgili takma adlar <mesaj>;
- h) Dil oyunları ve tipografi içeren takma adlar <FuRiOuS>, <yaramaz_IM>, <IcE_In_tHe_HeLL>, <ZuZu>, <K3MO\$>;
- i) Kişilerin kendi benliği ile ilgili takma adlar: Karakter özellikleri: <yaramaz_IM>, <heartless>, <Sladur>⁶, <DoDo>, <sensible>, <Mr. Wonderfull>; fiziksel görünüş <çirkin> <esmerim>; Kişilerin mesleklerini gösteren takma adlar <dentist>, <manager>; hobileri gösteren adlar <hacker>;
- j) Bazı yer adları ile ilişkili takma adlar: <ankaralı>, <İstTolga>, <Herki>⁷;
- k) Yansıma ve ses taklitlerini içeren takma adlar <muck>.

⁶ Katılımcı bu sözcüğün kendi anadilinde “tatlı çocuk” anlamına geldiğini belirtmiştir.

⁷ Katılımcı bu ismin aşiretine ait olduğunu belirtmiştir.

Gerçek yaşamda yüzyüze iletişimde kolaylıkla elde edilebilen, cinsiyet, ortalama yaş, ten rengi, ırk gibi asgari bilgilerin bile bulunmadığı insanların birbirini göremediği İnternet iletişiminde, takma ad kullanımı kişinin kendini tanıtmayı için önemlidir. Takma ad tek bir sözcük ya da ifadeyle bireyin kim olduğunu söylemesinin ilk yoludur (Bechar-Israili, 1995). Bu sebeple kişiler, sınırlı sayıdaki sözcük ya da ifadeden oluşan takma adlarını seçerken, kimliklerini en iyi yansıtacak sözcükleri bulmak zorundadırlar. Takma adlar anlamsız da olsa en azından onun kullanıcısı ya da dahil olduğu alt kültür grubu için bir anlam ifade etmektedir. Danet'e göre maddi mülkiyete benzer şekilde, sembolik ya da fikri mülkiyetin örneği olan kişinin takma adı, sanal dünyada benliğinin çok değerli bir uzantısıdır (1996).

3.2.2. Profil (Profile/Info)

Bir çok bilgisayar dolayımı iletişim aracı üyelik sistemiyle çalışır. Herhangi bir bilgisayar dolayımı iletişim ortamına, örneğin bir tartışma grubuna, anında mesajlaşma sistemine, bir foruma üye olmak isteyen kişi, kendine moderatör tarafından otomatik olarak gönderilen bir başvuru formunu doldurmak zorundadır. Kişilerin bu forma girdikleri bilgilerin tamamı ya da görünmesine izin verdikleri bir bölümü daha sonra kullanıcının o iletişim ortamındaki sanal kimlik kartı yerine geçen kullanıcı profilini oluşturur.

Kişilerin profilleri, içinde yazdıkları bilgiler doğru ya da yanlış, kurgu ya da gerçek kendilerini tanımlamalarına olanak verir. Böylece kişiler adları, yaşları, cinsiyetleri, fiziksel özellikleri, sevdikleri, sevmedikleri ve kendilerini tanımlayan cümleler ve bilgilerle sanal bir özgeçmiş oluşturarak yeni bir kimlik yaratabilir ya da kendilerini ifade edebilirler. Yazılı bilgilere ek olarak ayrıca isteyen herkes, eğer o

program destekliyorsa profiline tüm kullanıcılara ya da belli kullanıcılara açık olmak üzere fotoğrafını ekleyebilir.

Profil oluşturma, kişilere kendini ifade şansı vermesinin yanında bir başka yararı da, kullanıcılara kendine benzer başkalarıyla tanışma ve onlar tarafından erişilebilir olma olanağı sunmasıdır. Profil oluşturma özelliğini destekleyen bilgisayar dolayımı iletişim sistemleri profilde yer alan kategorilerle ilgili gelişmiş arama seçenekleri sunarak bir kullanıcının diğerine ulaşmasını sağlamaktadır.

3.2.3. Avatar

Sanal alemde kullanıcıların kim olduğunu ve nerede bulunduğunu temsil eden dijital “aktör” ya da ikondur. Avatar bir karikatür, bir hayvan ya da herhangi bir dijital unsur olabilir. Avatar seçerken kullanıcının dikkat etmesi gereken seçtiği resmin kendini temsil edeceğidir (<http://www.netlingo.com>).

3.2.4. Kişisel Web Sitesi

Kişisel web sayfaları genellikle geçici, narsizmin ve teşhirciliğin lüzumsuz ve amatörce ürünleri olarak eleştirilse de (Rothstein, 1996), kimlik politikaları, öz-temsil ve bilgisayar dolayımı iletişim kuramları tarafından dikkat edilmesi ve incelenmesi gereken bir konudur.

Kişisel web sayfası daha geniş kurumlarla bağlantısı olan ya da olmayan bireyler tarafından kurulan ve varlığı devam ettirilen Internet siteleridir. Kişisel web sayfası bireyler tarafından ya da bireyler adına yapılır. Bir web sayfasının “kişisel” olarak tanımlanmasının ölçütü herhangi bir kişiye ait olmasıdır (Chandler ve Dilwyn 1998). Web sitenin dizaynı profesyonellere yaptırılabilceği gibi web sayfanın sahibi

tarafından da tasarlanabilir. Kişisel web sitesinin sahibinin kim olduğu genellikle sitenin başlığı veya adı tarafından belirlenir (Döring, 2002).

Kişisel web sayfaları yeni iletişim teknolojilerinin olanaklı kıldığı medyanın kişiselleşmesinin de bir göstergesidir. Kendini dünyaya tanıtmak, düşüncelerini yaymak isteyen bir kişinin kendine bir televizyon ya da radyo frekansı satın alması herkes için çok mümkün gözükmezken, isteyen herkes için bir web sitesine sahip olmak, düşüncelerini ve kendini küresel olarak ifade etmek çok kolaydır.

Geleneksel kimlik kavramı, kişisel kimliğin homojenliğini ve durağanlığını varsayarken (Erikson, 1968) postmodern kimlik, birbirinden bağımsız ve kısmen içinde çeşitli alt kimlikleri barındıran, her gün yeniden yapılandırılan ve birbiriyle bağlantılı bir bütünlük duygusunu destekleyen bir yama işi (patchwork), (Kraus, 2000) ya da bir pastiş (Gergen, 1991) olarak düşünülür (aktaran Döring, 2002). Benzer şekilde benlik de artık bugün homojen ve statik bir varlık olarak algılanmaktan çok, çeşitli benlik yönlerinden oluşan dinamik ve çoklu bir yapı olarak algılanır (Markus ve Wurf, 1987). Postmodern kimlik için kullanılan “yama işi”, “çoklu”, “dinamik”, “değişken” gibi kavramlar kişisel web sayfaları için çok uygundur. Çünkü web sayfaları her gün ve sürekli yeniden inşa edilebilir, kişiliğin değişik bir çok yönünü yansıtır ve değişkendir. Kişi web sitesi aracılığıyla sahip olduğu bütün alt kimlikleri aynı anda sunabilir.

Temel ilgisi bilgisayar dolayımı iletişim ortamında kişilerarası iletişimin nasıl dönüştüğü olan bu çalışmada, kimlik ve kişilik konusuna ayrıntılı olarak değinilmesinin sebebi sanal kimliğin İnternet iletişimde bir kişilerarası çekim unsuru olması ve kişilerarası ilişkilerin başlaması ve gelişiminde önemli bir rol oynamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca gerçek yaşamdaki ilişkilerde, kişiler

arkadaşlarını nasıl kişiliklerine bakarak seçiyorlarsa İnternet’te de durum aynıdır. İnternet’te kişilerin, ancak kendilerini anlatmak istediği özellikleriyle algılanıp değerlendirildiklerinden kişinin kendini nasıl anlattığı daha da önem kazanmaktadır.

3.3. Metin Temelli (text-based) Olmanın Etkileri

Siberalanda iletişim genellikle bilgisayar klavyesi aracılığıyla veri girme yoluyla gerçekleşir. Elektronik posta, konferans sistemleri, tartışma grupları ve İnternet sohbeti geleneksel yazma (*writing*), basma (*printing*) ve daktilo etmenin (*typing*) geliştirilmiş şekilleridir (Lee, 2003: 307).

Gelişen teknolojiyle birlikte sürekli değişen ve gelişen bilgisayar dolayımı iletişim sistemlerinde tek sabit kalan, ortamın metin temelli yapısıdır. Kullanılan araç ne olursa olsun kişilerin yazdıkları geleneksel ASCII kodlarla⁴ (*American Standard Code for Information Interchange*) sınırlıdır. Teknolojik gelişmeler sayesinde bilgisayar dolayımı iletişim ortamları grafik, ses, görüntü vs. uygulamalarını da destekleyebilmelerine rağmen ortamın “metin temelli” olma özelliği hep baskın kalmaktadır. Ama bu metin temellik klasik anlamıyla yazılı kültürün özelliklerini taşımaktan çok sözlü kültürün özelliklerini taşır ve bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarının söylemi konuşma diline daha yakın özellik gösterir.

Hughes insan iletişiminin gerçekleştiği *sözlü ve görsel* olmak üzere birbirinden farklı iki temel kanal tanımlar ve bu iki kanaldan birinin seçilmesinin kullanılan dili de farklılaştıracağını söyler. O’na göre, konuşma dili ve yazılı dili arasındaki temel farklılık, konuşmanın temelde herhangi bir kayıt aracı (Örn. teyp) kullanılmaksızın zamana karşı dayanıklı olmayan işitsel bir süreç olmasına karşın,

⁴ASCII bilgisayarlar aracılığıyla kullanılan Latin harflerini, numaraları, noktalama işaretlerini temsil eden tüm dünyada geçerli (toplam 128 adet) kod numaralarıdır (<http://www.netlingo.com>).

yazmanın görsel/devinimsel bir süreç olması ve zamana karşı dayanıklı olma potansiyeline sahip olmasıdır (1996: 6-7). Yazma konuşmanın geçiciliğinin, insan zekasının yanılabilirliğinin üstesinden gelmek ve mesafelerin engellerini ortadan kaldırmak için icat edilmiştir. Dayanıklılık, yazmanın en belirleyici özelliklerinden biridir (Danet, 1996).

“Netlingo”, “weblish”, “e-talk”, “tech-speak”, “wired style”, “net speak” (Thurlow vd., 2004:127) gibi kavramlarla adlandırılan İnternet iletişiminin dili ve dilbilimsel yapısı hakkında bir çok araştırma yapılmış (December, 1993; Langham, 1994; Puterman 1994; Danet, 1997a; Peter, 1998), yazılı kültürün ve sözlü kültürün ya da konuşmanın ve yazının tüm bu özelliklerini göz önünde tutulan araştırmacılar, sonuçta bilgisayar dolayımı ile iletişimin, hem sözlü kültürün (ya da konuşmanın) hem yazılı kültürün (ya da yazının) özelliklerini gösteren melez bir dile sahip olduğunu sonucuna ulaşmışlardır (Reid, 1991; December, 1993; Danet, 1996, 1997a; Elke, 1998, Bays, 1998; Baym, 1998).

İnternet söyleminin sözel niteliklerini değerlendiren bir çalışma yapan John December bilgisayar dolayımı ile iletişimin, Ong’un “birincil” ve “ikincil sözlü kültür”⁵ kavramsallaştırmasına gönderme yaparak “üçüncül sözlü kültür” yarattığını iddia eder. Ona göre metine dayalı olmasına rağmen, bilgisayar dolayımı forumlardaki söylem, sözlü kültürün bir çok özelliğini göstermektedir (1993).

Eğer December’in İnternet iletişiminin dili için kullandığı “üçüncül sözlü kültür” olma özelliğinin doğru olduğu varsayılırsa; bu sözelliğin birincil sözlü kültüre daha yakın olduğu iddia edilebilir. Çünkü Barry Sanders elektronik iletişimin

⁵ Ong, yazı ve matbaa kavramlarının varlığının bilinmediği, iletişimin yalnız konuşma dilinden oluştuğu kültürleri “birincil sözlü kültür”ler olarak nitelendirir. Buna karşılık günümüz ileri teknolojisiyle yaşamımıza giren telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların “sözlü” nitelikleri, üretimi ve işlevi önce yazılı metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştüğü için “ikincil sözlü kültür” olarak değerlendirir (2003: 24-25).

getirdiği “ikincil sözlü kültür”ün gerçek anlamdaki sözellikten uzak olduğunu söyler ve şöyle devam eder:

“Elektronik iletişim araçlarını dinleyen biri sözellikten uzaktır; çünkü konuşmanın çok önemli kuralını çiğner: Dinleyen karşısındaki sözünü kesmez. Oysa karşısındaki sözünü kesme, tartışma, soru sorma, yineleme, insanların kontrolden çıkıp sonra tekrar düzene girmesi sözelliğın özünü oluşturur. Konuşma sırasında katılımcılar kuralları çiğneyebilir. Her an birinin kabalık yapma tehlikesi vardır. Radyo sıkı sıkı ambalajlanmış, en ince ayrıntısına kadar düzenlenenmiş bir ileti sunar. Televizyon ise sözellikten binlerce adım uzaktadır. (...) İnsanlar televizyonda birbirleriyle sohbet eden insanlar görür ama ekranda gördüğü kişilerle tartışamaz.” (1999: 45).

December’ın bilgisayar dolayımılı iletişim sistemlerinin özelliği olduğunu varsayıdığı “üçüncül sözlü kültür” ise iletişime kişiler arasılığı yeniden getirir. İnsanlar bilgisayar ekranında televizyonda olduğu gibi fiziksel görüntüleriyle olmasa da konuştukları kişileri yazdıkları aracılığıyla “görür”, ayrı bilgisayarların başında olsalar da, televizyon ekranında gördüklerinden farklı olarak, karşılıklı konuşur, tartışır, birbirine soru sorar, birbirinin sözünü keser, anlamadıklarını yeniden sorar söylediklerini yinelerler. Televizyondaki sözellikten farklı olarak, İnternet iletişimi önceden hazırlanmış, prova edilmiş değil, yüz yüze iletişimde olduğu gibi gerçek zamanda ve kendiliğindendir.

İnternet iletişiminin dili üzerine çalışan Brenda Danet, bilgisayar dolayımılı iletişimi *hafifletilmiş konuşma*, *hafifletilmiş yazma* kavramlarıyla tanımlanmaktadır. Konuşma ile karşılaştırıldığında, İnternet iletişimi, kişisel karşılaşmanın özelliği olan sözsüz kodlardan yoksundur; buna rağmen örneğın sohbet sistemleri canlı ya da canlıya yakın bir sohbet ve konuşma benzeri bir ortam sağlayabilmektedir. Bunun

yanında yine elektronik posta, hafifletilmiş bir yazma şeklidir çünkü sosyal mevcudiyetten yoksundur. Ayrıca yazmanın, konuşmanın geçiciliğinin üstesinden gelmek amacıyla keşfedilmesine rağmen, daha önceki yazı türleriyle karşılaştırıldığında dijital yazı en geçici ve soyut olanıdır. İnsanlar her gün okuduktan hemen sonra onlarca elektronik postayı silmektedir (1997a).

Bilgisayar dolayımı iletişim sistemlerinin kullanıcıları da sistemi yazılı olmaktan çok sözlü olarak algılamaktadırlar. Bundan dolayı İnternet etkileşimlerindeki ifadelerinde “duymak”, “görmek”, “söylemek”, “konuşmak”, “dinlemek” gibi konuşmanın sözel doğasını vurgulayan eylemler kullanırlar. Ayrıca yazılı olmaktan çok sözlü olarak algılanan bir öznel deneyim olmasından dolayı kullanıcılar, “IRC” etkileşimlerini “sohbet” (chat) olarak adlandırırlar (Peter, 1998).

İnternet iletişiminin dilinden bahsederken, unutulmaması gereken bir konu da, siberalanın “lingua franca”sının İngilizce olduğudur. Bunun en önemli sebeplerinden biri dünyada geçerli olan dilin İngilizce olmasının yanında, bilgisayar dolayımı iletişimin metin temelli olması ve klavye aracılığıyla girilen bu metinlerin ASCII kodlarıyla sınırlı olmasıdır. Bu kısıtlılık da dilden dile sorun oluşturmakta ve bazı dile özgü harfleri (ve bazen de bazı ülkelere ait alfabeleri) kullanmayı imkansız kılmaktadır. Ayrıca Peter’in belirttiği gibi bazı IRC kanalları, kanalda yalnızca İngilizce konuşulması gibi kurallar da koyabilmektedir (1998).

İnternet iletişimde kullanılan dil gerek İngilizce olsun, gerek her bir kullanıcının anadili olsun, gündelik yaşamda konuşulan ya da yazılan şeklinden uzak, ortamın doğasına uygun olarak yeniden inşa edilmiş ve sadece bu “dijital dili” kullananların anlayabileceği bir tür yeni dil, jargon oluşmuştur. Ortama yeni katılanlar da zamanla bu dili benimser ve bir anlamda gruba uyma davranışı gösterir.

Daha önce Peter’ a (1998) referansla belirtildiği gibi metin temelli olsa da, bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarının kullanıcıları, ortamı sözel olarak algılarlar ve etkileşimlerinde konuşma dili kullanırlar. Bu metin temelli konuşma dili genellikle, günlük konuşmada dışarıda bırakılan bazı harflerin, yazarken de kullanılmaması sonucu elde edilir:

Örn: yapıyorsun?	→	yapıyosun	niye	→	nie
söyle	→	söle	iyi	→	ii
değil	→	diil	bir	→	bi
bir şey	→	bişi	sağol	→	saol

Bilgisayar dolayımıli iletişimin metin temelli doğası, sözcüklerin karşılıklı değişim hızı olarak (özellikle sohbet sistemleri ve anında mesajlaşmada) yüzyüze konuşmaya yakın olmasına rağmen, sözsüz kodları ve üst dilsel göndermeleri taşıma konusunda yetersizdir. Bu yüzden ortamın kullanıcıları içinde bulundukları duyguları iletecek beden dilini, yüz ifadeleri, mimikleri temsil eden duygu imlerinin (emoticon/smiley) yanında; sesin sözsüz boyutunu oluşturan (sessizlik, ses tonu, bağırma vs.) üstdilsel kodlar (paralinguistic) ile kullanılan sözcüğün anlamını etkileyen (alçaltma yükseltme ve vurgulama) bürünsel (prosodic) kodları iletme stratejileri geliştirmişleridir.

Gülme: Bilgisayar dolayımıli iletişim sistemlerinde gülmeyi ya da kahkahayı ifade etmenin yollarından biri “emoticon” kullanmaktır. Duygu imleri kullanarak hem gülme [“:=)” ya da “:)”], hem de kahkaha [“:=D” ya da “:D”] ifade edilebilir.

Gülmeyi ifade etmenin bir başka yolu değişik “gülme efektleri” yazarak güldüğünü ya da komik bir durum olduğunu belirtmektir.

Örn: <xxxx> ehu ehu ehu
<xxxx> ha ha ha haaaaaaaaa
<xxxx> heheeh

Sessizlik/Susma: İnternet iletişimi kişilerin bilgisayar klavyesi olarak ekrana yazdıklarından oluştuğuna göre, herhangi bir şey yazmama, suskunluk, sessizlik ya da cevap vermeme anlamına gelmemektedir. Bu yüzden kişiler konuşma aralarında ara verdiklerinde bunu yine metin aracılığıyla gösterirler:

Örn: <JULI> Hmmm...
<BlackCAT> Immmss....
<rapunzel>

Sinirlenme/Kızma: Bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında ifadeleri büyük harfle yazmak genellikle yüksek ses ya da bağırma ifade eder:

Örn: <xxx> KES SESİNİiiiiii

Vurgu: İnternet etkileşimlerinde bazı harflerin ardarda tekrarlanması yoluyla sözcük ve cümle vurgusu sağlanabilir⁶.

⁶ İki MSN Messenger kullanıcısı arasında 18 Mayıs 2005’te gerçekleşen çevrimiçi konuşma.

***özlem * :**
Juiiiiiiiiiiiiiiiiiiii
~JULI~ :
selammmmmmmmmmmmmmmmm
***özlem *:**
günaydiiiiiiii
***özlem *:**
nbr
~JULI~:
günaydiiiiiiii
~JULI~:
çok iiiiiiiiiiiiiii
***özlem *:**
niyeeeeeeeeeeeeeeeee
***özlem *:**
çooooooooook iiiiiii
~JULI~:
bilmeeeeeeeeeeeeeeeeeem

Tonlama: Yukarda belirtildiği gibi büyük harfle yazılan iletiler yüksek ses belirtirken; MUD gibi bazı bilgisayar dolayımıli iletişim uygulamalarında bulunan “whisper” (fısıltı) komutu alçak sesle söyleneni iletmeyi sağlar. Bunun yanında soru işaretinin, ünlem işaretinin işlevsel kullanımı iletinin soru anlamı, heyecan ya da kızgınlık taşıdığını belirtebilir.

Örn: <NightShift > **yani?**
<NightShift > **kızma ok?**
<NightShift > **olamazzz!**

Bunun yanında duygu imleri de birlikte iletildiği cümlelerin anlamını değiştirerek, tonlama işlevi görür.

Örn. <NIKO> Neden :)
<NIKO> Neden ;)
<NIKO> Neden :(

Her üç ifadede de aynı sözcüğü içerse de birincisin gülümseyerek, ikincisin ironik bir tarzda, üçüncüsün de üzgün bir ifade ile sorulduğu anlamına ulaşılabilir.

Heal'e göre gerçek topluluk "aynı düşünen bireylerin oluşturduğu gönüllü ortaklık"tır (Heal'den aktaran, Bays, 1998: 37). Bu gönüllü ortaklığı bir arada tutan ortak bir geçmiş, ortak gelecek vaadi ve "biz" diyebilme bilincidir (62). Karmaşık herhangi bir toplumsal yapıda, toplumun geri kalanından daha fazla ya da daha az yalıtılmış sadece kendi içinde kamusal bir imgeyi paylaşan gruplar vardır. Bir sokak köşesinden bir yönetici grubuna, toplum bu tarz alt kültürlerle doludur. Bu alt kültürlerin etrafında örgütlendikleri imge, mekana bağlı, geçici ya da bağlantısız bir imge değildir. Bu imgeler etraflarındaki dünyayı birlikte paylaşıyor olma hayalidir ve değerli bir imgedir (Boulding'den aktaran Dodd, 1982: 50).

Grubu birbirine bağlayan değerlerden bir tanesi ortak simgeler ve semboller sistemine sahip olmaktır. Bu ortak simgelerin en önemlisi de kullanılan ortak dildir. Grup üyeleri jargon, argo gibi ortak bir dilbilimsel kullanım yapısına yönelirler. Bu sözcükler sadece grubun kendi üyeleri için anlam ifade eder (Dodd, 1982: 63).

Bu çalışmada da ortak dil kullanımının grup dayanışması oluşturması özelliği göz önünde tutularak katılımcılara İnternet ilişkilerinde arkadaşlarıyla geliştirdikleri ortak bir dilin olup olmadığı sorulmuş, soruyu yanıtlayan 102 katılımcının 66'sından evet yanıtı alınmıştır. Evet yanıtı veren ve kullandıkları dili örnekleyenlerin bu dile ait kelime hazinesine, işaret sisteminin bilgisine sahip oldukları gözlenmiştir.

Eğer bilgisayar dolayımı iletişim sistemlerinin kullanıcılarını bir alt kültür olarak kabul edersek, her alt kültürde olduğu gibi bu grubun da kendine özgü bir dili olduğunu söyleyebiliriz. Kişiler İnternet söyleminin ortak dilini benimsemenin yanında her grup, ayrıca, kendi dilini, işaret ya da simge sistemini geliştirebilmekte

ya da zamanla ortak bir konuşma (ya da yazma) stili de geliştirebilmektedir. Örneğin ankete katılan 12 numaralı katılımcı bu soruya şöyle yanıt vermiştir:

“Standart bazı kısaltmaların dışında [:), :(, slm] kendi konuşmalarımız sonrasında kullandığımız bazı yazma biçimleri oluyor. Gözlük kullandığım için gülen adam görselini 8-) şeklinde çizerim. Bunun dışında özellikle dvixlerle ilgili olarak altyazısı olmayan filmlere ‘haltyazılı’ deriz.”

17 yaşındaki 48 numaralı kadın katılımcı ise toplulukta kendilerine göre bir dil oluşturdıklarını ve o şekilde konuştuklarını belirtmiştir. 129 numaralı 16 yaşındaki erkek katılımcı “Da Vinci şifresindeki gibi algoritmalarla anlaştıklarını” söylemiş “Mesela Naber demek için MZADP yazarız” gibi geliştirdikleri dile örnekler vermiştir. Özel dilin yanında 2 numaralı katılımcı gibi Kürtçe, 65 numaralı katılımcı gibi İngilizce ya da 103 numaralı katılımcı gibi Almanca olmak üzere başka bir dilde iletişim kurduklarını belirtenler de bulunmaktadır.

3.4. İletişim Ortamının Etkileri

3.4.1. Parlama (Flaming)

Çeşitli sebeplerle ve çeşitli yollarla dışa vurulan saldırganlık durumu iki kişi arasında, bir grup içinde, gruplar arasında ve ulus çapında ortaya çıkabilir. Kendine zarar verme de benliğe karşı gerçekleştirilen bir şiddet türüdür (Garbasz, 1997). Davranışçı ve öğrenmeci yaklaşımlar saldırganlığı “başkalarını inciten ya da incitebilecek her türlü davranış” biçiminde tanımlarlar. Saldırganlık davranışında “niyet” çok önemli bir nedensel yüklemidir. Buna göre saldırganlık “başkalarını incitmeyi amaçlayan her türlü davranış ve eylemdir” (Freedman vd., 1993:236).

Başkalarını incitmeyi amaçlayan fiziksel saldırganlığın yanında sözel saldırganlık ve aktivite içermemesine rağmen zarar verme niyeti içeren pasif saldırganlık da saldırganlık kavramları arasında düşünülür (Gürşimşek, 1988:243).

Bilgisayar dolayımı ile iletişimin önemli bir özelliği ani sinir patlamaları, küfür, hakaret gibi davranışları içeren parlama olgusudur (Danet, 1997a).

Parlama, Internet iletişimiyle ilgilenen araştırmacılarca farklı şekillerde tanımlanmış, farklı davranış örüntüleri “parlama” olarak değerlendirilmiştir. Baron’a (1984) göre, arasız konuşma, tehdit etme, küçük düşürme; Kiesler, Siegel ve McGuime’e (1984) göre, birinin kendini bilgisayarda diğer iletişim ortamlarında olduğundan daha güçlü ifade etme pratiği, Eckholm’a (1984) göre, kabalık, küfür, saygısızlık, övünme ve insanlar tarafından gerçekleştirilen diğer duygusal patlamalar, Lea, O’Shega, Fang ve Spears’a (1992) göre duyguların ve hislerin aykırı ifadesi parlamadır. Garbazz’a göre ise parlama sözlü saldırının yazılı biçimidir. Gerçek yaşamda olduğu gibi sözcükler kızgınlık bildirmek, karşı tarafa hakaret etmek ve küçük düşürmek için kullanılır (aktaran Garbazz: 1997).

Parlama hem eş zamanlı iletişim ortamlarında, hem eş zamanlı olmayan özel elektronik posta iletilerinde, tartışma ve haber gruplarına postalanan kamusal iletilerde de görülebilir (Danet, 1997b). Parlama gerçek yaşamdaki saldırganlığa benzer olarak iki kişi arasında olabileceği gibi birden fazla kişi arasında veya gruplar arasında da olabilir. Bir tartışma grubu içinde gerçekleşen parlama hareketi grupta kutuplaşmalara yol açabilir ve uzun süreli sözlü savaşımlara yol açabilir (*flame wars*).

Internet’te ortaya çıkan parlama davranışının nedenlerinden biri kişiler arasındaki iletişimin yalnızca metin aracılığıyla olması ve beden dili, ses tonu, vurgu, tonlama gibi sözsüz iletişim kodlarının ve üst dilsel göndergelerin bulunmamasından

kaynaklanan yanlış anlamalardır. Kişiler sadece karşı tarafın yazdıklarını okumakta ve okuduklarına kendi yorumunu katmaktadır. Duygu imleri bu yanlış anlamaları önlemek için geliştirilmiştir. Gönderilen iletinin yanına eklenen “:)” ya da “;)” gibi işaretler, onun ciddiye alınmasını böylelikle olası bir parlamayı önleyebilmektedir.

Patricia Wallece’ye göre bekleme de İnternet’te saldırganlığın ve parlamanın ortaya çıkması için bir sebeptir. İnternet bağlantısının yavaşlığından kaynaklanan sayfaların geç açılması dolayısıyla ortaya çıkan gecikmeler, sohbet sistemlerinde “lag” olarak adlandırılan karşı tarafın geç yanıt vermesinden kaynaklanan gecikmeler (1997: 114), beklendiği halde çok uzun süre gelmeyen bir elektronik posta İnternet’te saldırganlığa ve parlamaya yol açabilmektedir (Sayar, 2002).

3.4.2. Duygu İmleri (Emoticons/Smiley Faces)

Duygu imleri (emoticons/ smiley faces/ smiley icons) noktalama işaretlerinin ve sembollerin birleşiminden oluşan ve gönderenin duygularını açıklamaya yarayan yandan görünen minyatür yüzlerdir (Chenault, 1998). Sözcüğün İngilizce karşılığı olan “*emoticon*” sözcüğü *emotion* (duygu) ve *icon* (ikon) sözcüklerinin birleşiminden oluşur ve duyguları temsil eden işaretler anlamına gelir (<http://www.netlingo.com>).

İlk “duygu imi” örneği olduğuna ve daha sonraki tüm imlerin ondan türediğine inanılan ilk duygu imi, Scott Fahlman tarafından 19 Eylül 1982 tarihinde Carnegie Melon Üniversitesi’nde bir forumda kullanılmıştır. Kişisel web sayfasında ilk “smiley” örneğini bulma öyküsünü anlatan Fahlman, bir tartışma grubuna gelen ve aslında mizahi olan bazı iletilerin, ortamın doğası gereği, kimi zaman okuyucularca yanlış anlaşıldığını ve tepki mesajları gönderildiğini, böylece tartışılan konuların ikinci planda kaldığını yazmıştır. Tartışma grubuna üye bazı kişiler buna

özüm olarak, ciddiye alınmaması gereken espri içerikli bazı iletilere bir takım açık işaretler konulmasını önermişlerdir. Tüm bu tartışmaların ortasında yine bir liste üyesi Fahlman ise, espri yapıldığını göstermek amacıyla “:)” işaretini, daha sonra sinirlenme ve hoşnutsuzluk anlamıyla yaygınlaşsa da, iletinin ciddiye alınması gerektiği zaman ise “:(” işaretini kullanmayı teklif etmiştir. Bu işaretlerin kullanımı önce bu tartışma grubunda, sonra diğer üniversitelerin tartışma gruplarında hızla yayılmıştır (Fahlman, 2002).

Duyguları ifade etmeye yarayan, bu sembollerde genellikle gözleri ifade için iki nokta (:); burun için kısa çizgi (-) ya da eşit işareti (=); dudakları göstermek için ise çeşitli parantez türleri ya da çeşitli harfler kullanılabilir ((,), [,], {, }, D, p, X).

Eğer duygu sembolleri ile iletilen duyguya vurgu yapılmak isteniyorsa dudak (yani parantez) sayısı çoğaltılır. Örneğin: “:))))))” içten bir kahkaha; “:(((((((” derin üzüntü ifade eder (Elke, 1998).

İnternet iletişimde kullanılan bazı yüz ifadeleri şunlardır:

YÜZ İFADELERİ	ANLAMLARI
:)	Gülümseme
:D	Kahkaha atma
;)	Göz Kırpma
:-*	Öpme
:P	Dil çıkarma
:(	Üzgün olma

Tablo 3.1. Temel Yüz İfadeleri (Karagülle ve Pala, 2000: 65-66).

Yukarıda Fahlman’ın da ifade ettiği gibi duygu imleri, ortamın doğası gereği metin temelli iletişimde bulunmayan, yüz ifadesi, mimik gibi sözsüz iletişim sembollerinin yanında duyguları da belirtmek için keşfedilmiş ve uygulanmıştır.

Duygu imleri bilgisayar dolayımıli iletişim sistemleri kullanıcıları tarafından Internet iletişimin sınırlılıklarının üstesinden gelme stratejisi olarak düşünölebilir. Bugün sayısız duygu sembolü türevine ek olarak sohbet ve anında mesajlaşma uygulamaları, grafiksel ya da hareketli duygu imlerini de desteklemektedir.

Duygu imleri, sözlü olmayan duyguları ifade etme aracı olması kadar, belki ondan daha çok, ortak dil yaratma ve geliştirmeyi göstermesi açısından da önemlidir (Baym, 1998:50).

Duygu imleri, Internet iletişiminde metin değişimleri sırasında ortaya çıkmasına rağmen günümüzde mobil telefonlarının kısa mesaj servisleri aracılığıyla gerçekleşen yazılı mesaj metinleri, resmi olmayan kişilerarası yazışmalar, reklam metinleri gibi başka alanlarda da duygu ifade etme aracı olarak kullanılmaktadır. Anket formları incelenirken, katılımcıların açık uçlu sorulara yanıt verirken de duygu imleri olarak adlandırılan işaretleri sıkça kullandıkları saptanmıştır.

3.5. Sanal Bir Mekan Olarak Internet'in Kişilerarası İlişkilere Etkisi

William Gibson 1984 tarihli *Neuromancer* adlı romanında, bilgisayar ağlarının birbirlerine yoğun şekilde bağlanmasıyla insan-makine ilişkisinde ortaya çıkan temel dönüşümü anlatmak için “siberalan” fikrini ortaya atar (Stratton, 2002: 80). Gibson romanında siberalanı şöyle tanımlar (2003: 69):

“Siberuzay. Her ulustan milyarlarca yasal operatörün, matematiksel kavramları öğrenen çocukların her gün deneyimlediği uzlaşımşal bir halüsinyasyon... İnsan sistemindeki her bilgisayarın bankalarından çalınan verilerin grafiksel bir göstergesi. Kavranamayacak bir karmaşıklık. Belleğin mekansızlığında ışıık çizgileri; öbekler ve takımyıldızları şeklinde düzenlenen veriler...”

Gibson'ın siberuzayı insanların yarattığı bir dünyadır. Gerçek bir uzam ya da alan değil, düşünsel bir yapıdır. Walster'in tanımına göre ise siberalan, insanlara bedensel olarak, olağan fiziksel dünyadan, bütünüyle hayali bir dünyaya taşınmış hissi veren bir ortamdır (Kramarae, 1995: 38).

Bilgisayar dolayımıli iletişim, temelde, sosyal olarak üretilmiş bir (siber) alandır. Bu anlamda bir araç olmanın ötesinde, bilgisayar dolayımıli iletişim, bir teknoloji, ortam ve sosyal ilişkilerin motorudur. Siberalan sadece sosyal ilişkileri şekillendirme kalmaz, ayrıca içinde sosyal ilişkilerin gerçekleştiği bir alan ve bireylerin bu alana girmek için kullandığı bir araç oluşturur (Jones, 1998: 16).

İnsanlar tartışma gruplarına, elektronik posta listelerine ya da MUD ve MOO'lara, nasıl bir barda ya da işyerinde kahve makinesinin etrafında zaman geçirebiliyorlarsa onun gibi girerler; diğer bir deyişle bir şeyler söylemek ya da birilerini dinlemek için bilgisayar dolayımıli iletişimi kullanabilirler (Porter, 1997: 5). Bu anlamda siberalan, insanların hala "yüz yüze" karşılaşabildikleri sosyal bir mekandır, sadece "yüz"ün ve "karşılaşma"nın yeni anlamları vardır (Stone'den aktaran Jones, 1998: 19).

Sanal topluluklardaki insanlar ekrandaki sözcükleri sohbet etmek, tartışmak, entelektüel konularda fikir alışverişi yapmak, ticari alışveriş yapmak, duygusal destek almak, planlar ya da beyin fırtınaları yapmak için kullanırlar. Burada insanlar dedikodu yapar, kavga eder, oyun oynar, flört eder, aşık olur, arkadaş bulup onları kaybedebilir. Kısacası insanlar gerçek yaşamda ne yapıyorsa sanal topluluklarda da onu yapar, ama bedenlerini geride bırakmışlardır (Rheingold, 1993).

Rheingold'un belirttiği gibi siberalan gerçek yaşamda yapılan bir çok eylemin gerçekleştirebileceği çoklu mekanlar sunar. Araştırmacılar için bir kütüphaneye,

satıcılar ve alıcılar için bir alışveriş merkezine, öğrenciler için sanal sınıflara, düşüncelerini paylaşmak isteyenler için bir “sanal agora”ya, ucsuz bucaksız bir oyun alanına, arkadaşlarla buluşmak, yeni insanlarla tanışmak için kafelere, barlara, yani Ray Oldenburg’un deyimıyla “üçüncü mekanlar”a (1999) dönüşebilir.

Oldenburg’a göre insan yaşamında üç temel mekan vardır: yaşadığımız mekan, çalıştığımız mekan ve eğlendiğimiz mekan... Üçüncü tip mekanlar, insanların kafelerde, barlarda, güzellik salonlarında bir araya geldikleri, birlikte hareket ettikleri yerlerdir. Buralar modern yaşamların “agora”larıdır. Bu üçüncü mekanlar “tarafsız” alanlarda ortaya çıkar ve sosyal eşitlik şartına hizmet ederler. Bu alanlar, resmi mekanlardan farklı olarak 24 saat açıktır. Üçüncü tip mekanlar rahatlığı ve konforu sağlayarak ev hissi uyandırırılar. Bu özellikleri evrenseldir ve kamusal yaşam için temel gereklilikleridir. İnternet de bu üçüncü tip alanlardan biridir. İnternet’te bir sohbet odasına bir kafeye bir bara girmekten farksızdır; içerde kimler olduğuna bakmak, sohbet etmek için kalmak vs (1999). İnternet de Oldenburg’un tanımladığı “üçüncü mekanlar”ın tüm özelliklerini taşımakta, bu ortamda kurulan ilişkiler de, yaşadığımız ya da çalıştığımız mekanlardaki ilişkilerden çok, sosyal yaşamımızı sürdürdüğümüz üçüncü mekanlardaki ilişkilere benzemektedir.

BÖLÜM IV

SOSYAL PSİKOLOJİ KURAMLARININ BİLGİSAYAR DOLAYIMLI İLETİŞİM ORTAMINA UYGULANMASI

Bu tez çalışmasının birinci bölümünde, bilgisayar dolayımı ile iletişimle ilgili tanımlamalara, bilgisayar dolayımı ile iletişim araçlarının ve bilgisayar dolayımı iletişimin özelliklerine yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümü sosyal psikolojiye ayrılmış, bazı sosyal psikoloji kuramlarının aktarılmasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamının özelliklerinin kişilerarası iletişim süreçlerine etkisine değinilmiştir. Üçüncü bölümde ilişkilerin değişimi bilgisayar dolayımı iletişimin teknolojik özellikleri açısından incelenirken; dördüncü bölümde bu dönüşüme sosyal psikoloji kuramları açısından bakılacaktır.

4.1. İnternet’te Kişilerarası Çekicilik

Günümüzde çağdaş psikolojinin en önemli konularından birisini kişilerin diğer insanlardan neden hoşlandıkları ya da hoşlanmadıklarının incelenmesi oluşturmaktadır. Başka insanlara karşı davranışlarımız, onlarla olumlu ya da olumsuz ilişkiler kurmamızı sağlar ve onlarla ilişkimizi yoğunlaştırmak ya da sürdürmek isteyip istemediğimizi belirlememize yardım eder (Berkowitz, 1971: 23).

“Neden bazı insanlar bizi çekerken bazıları çekmez?”, “İnsanları bir araya getiren nedir?”, “İnsanlar neden bir ilişkiyi devam ettirmek isterler?” gibi sorulara sosyal psikoloji en başından beri yanıt aramaktadır. Bu tez çalışması bu soruları yüzyüze iletişimden başka bir iletişim ortamında, İnternet aracılığıyla kurulan ilişkilerle ilgili sormuş, kişilerarası çekiciliğin hangi etmenlere dayalı olarak oluştuğu, sevmeye, hoşlanma; nefret etme ve hoşlanmama gibi davranışların İnternet ilişkilerinde neye dayanarak gerçekleştiği, kişilerin İnternet’te bir ilişkiyi nasıl kurduğu ve devam ettirdiği gibi sorulara yanıt aranmıştır.

Deb Levine’ye göre ilişkiler bir bakkal dükkanından işyerine ya da bir sohbet odasına bir çok farklı çevrede başlayabilir. Ama Sharon Stephens Brehm’e göre ilişkiye götüren en büyük adım her zaman, her yerde aynıdır: Kişilerarası çekim yani birine yaklaşma isteği. Başka bir deyişle çekim olmadan İnternet’te ya da gerçek yaşamda ilişki mümkün değildir (aktaran Mantovani, 2001: 236).

Bu tez çalışmasında İnternet’te kişilerarası çekim incelenirken, yüzyüze ilişkilerde kişilerarası çekimde büyük rol oynayan *fiziksel çekicilik*, *yakınlık* ve *benzerlik* gibi unsurların İnternet’te ne kadar geçerli olduğu ya da ne şekilde dönüştüğü tartışılmıştır. Yüzyüze ilişkilerde, kişilerarası çekimi oluşturan yakınlık, benzerlik ve fiziksel çekiciliğin yanında İnternet’in kendine özgü, kişiler arasında çekime yol açan unsurları vardır. Bunlardan biri hiç kuşkusuz daha önce değinilen sanal kimlik kurgusudur. Gerçek yaşamda kişinin görüntüsünü ve sosyal özellikleri, sosyal çekim ve fiziksel çekim için ne kadar önemliyse, sanal kimliği oluşturan her öge İnternet’te aynı işlevi görmektedir. İnternet iletişimi metin aracılığıyla gerçekleştiğinden, metin de önemli bir çekim ve izlenim oluşturma unsurudur.

4.1.1. İnternet’te Fiziksel Çekicilik

Fiziksel çekiciliğin, kişilerarası çekimde önemine ve “halo etkisi” olarak adlandırılan fiziksel çekicilikle ilgili toplumsal kalıp yargıya bu çalışmada daha önce değinilmişti. Yüzyüze ilişkilerde bu kadar önemli olan fiziksel çekiciliğin, iletişimin en azından başlangıçta metin aracılığıyla gerçekleştiği İnternet dolayımı ilişkilerde çekim unsuru olması mümkün değildir. Çünkü İnternet’te iletişim sosyal bağlam ve görsel göndergelerin olmadığı bir ortamda gerçekleşir. Böylelikle yüzyüze ilişkilerde önemli olan fiziksel çekicilik ve buna bağlı kalıp yargılar İnternet ilişkilerinde yoktur. Kişiler fiziksel çekicilikleriyle değil, düşünceleri ve yazdıklarıyla ilgi çekerler (ya da çekmezler). İnternet’te kurulan ilişkilerin gerçek yaşamdakilerden farkını anlatan 1 numaralı kadın katılımcı bu durumu şöyle dile getirmiştir:

“Yüz yüze dikkatinizi çekmeyen ya da size itici gelen birileri internette sadece düşünceleri ile karşınızda olduğu için daha toleranslı olabilirsiniz. Ya da tam tersi de mümkün olabilir. Dış görünüş ile düşünceler arasındaki ilişkinin kopmuş olması farkı oluşturuyor.”

İnternet’te kişilerarası çekim konusu tartışılırken, günlük yaşamdan farklı olarak bilgisayar dolayımı iletişimde fiziksel çekiciliğin bir çekim unsuru olmaması sebebiyle herkesin eşit olduğunu düşünmek, olası ama yüzeysel bir varsayımdır. İnternet’in doğası ve İnternet iletişimiyle ilgili kuramları düşünerek İnternet’te fiziksel çekicilikle ilgili derinlemesine yargılara ulaşmak gerekli ve önemlidir.

İnternet’te fiziksel temasın olmaması, yüzyüze iletişimde kişiler arasında cinsiyet, yaş, fiziksel çekicilik gibi ilk elde ulaşılabilen ve ilk temasa karşılık gelen ilk izlenimin, bilgisayar dolayımı iletişimde oldukça farklı şekillenmesi anlamına

gelmektedir. Yüzyüze iletişim özelliklerinin bilgisayar dolayımı ile iletişimde olmaması, kişilere ilişki gelişimi açısından daha radikal fırsatlar sunar. Kişilerin birbirini görmeden iletişim kurması ve fiziksel olarak birlikte olmamaları -fiziksel izolasyon- çevrimiçi ilişkilerin “büyü”sünü oluşturur (Lea ve Spears, 1995: 202).

İnternet’te kişilerarası çekiciliği sağlayan önemli etmenlerden biri kişilerin sanal kimlik kurgularıdır. Bu sanal kimliğin her bir bileşeni (takma ad, kullanıcı profili, avatar, kişisel web site) kişinin İnternet’teki görüntüsü yerine geçmekte; kişiler, gerçek yaşamda fiziksel görünüşle ilgili yaptıkları çıkarımları, sanal kimlik üzerinden yapmaktadır. Sanal kimlik kurgusu ise kişilere kendilerini istedikleri gibi sunma olanağı vermesi açısından önemlidir.

İnternet’te kişilerarası çekim unsuru olan ve İnternet’te fiziksel çekiciliğe karşılık gelen bir başka özellik de *tipografik bilgidir*. Kişiler burada görüntüleriyle değil “iletişim tarzlarıyla” ilgi çekerler. İletişim tarzıysa, kişilerin yazdıklarının yanında neyi nasıl yazdıklarından da oluşur. Örneğin Martin Lea ve Russel Spears’a göre iletilerdeki yazım yanlışları, gönderenin yazarken telaşlı ya da aceleci davrandığını gösterebilir. Ama bu yanlışlar sürekli olarak, bir dizi ileti de gözlemlenmişse o zaman kişinin dikkatsiz ya da bilgisiz olduğu yorumu yapılabilir (aktaran Hancock ve Dunham, 2001: 327). Kişilerarası çekicilik ve izlenim oluşturma aracı olarak metin, ileride görüleceği gibi filtre etkisi görmesi ve kalıp yargılara dayanmasıyla İnternet’te tam olarak, fiziksel çekicilik yerine geçmektedir.

4.1.2. İnternet’te Yakınlık

Yakınlık kuramı, yakınlık kavramını fiziksel yakınlık anlamında kullanır. Bu kurama göre, iki insanın arkadaş olup olmadıklarını en iyi belirleyen birbirlerinden

ne kadar ayrı yaşadıklarıdır. Eğer biri Brezilya’da diğeri Çin’de yaşıyorsa, büyük olasılıkla arkadaş değillerdir. Biri Ankara’da diğeri İstanbul’da yaşıyorsa, hatta aynı kentin birbirine zıt iki ucunda yaşıyorlarsa, arkadaş olma olasılıkları düşüktür (Freedman vd., 1993:183).

Bilgisayar dolayımıli iletişim ortamları aracılığıyla arkadaşlık kuranlarsa, fiziksel olarak yakın ya da uzak olmak şöyle dursun, gerçek anlamda bir “uzam”da bile bulunmamaktadırlar. Bilgisayar dolayımıli iletişimin bu özelliğı yakınlık kuramının iddia ettiğı “fiziksel yakınlığın yakın ilişki doğuracağı” görüşüne aykırıdır. Çünkü bu kurama göre kişiler İnternet aracılığıyla iletişim kurarken fiziksel olarak yakın olmadıklarına göre aralarında yakın ilişki hatta arkadaşlık bile olamaz. Oysa kişilerin, İnternet aracılığıyla yakın arkadaşlıklar kurabildikleri artık kabul edilmiş bir gerçektir.

İnternet iletişiminde ve İnternet dolayımıyla kurulan ilişkilerde yakınlık kendine özgüdür. Çünkü İnternet’in kendine özgü bir “uzam” kavramı, kendine özgü “fiziksel” yakınlık ve uzaklıkları vardır. Bilgisayar dolayımıli iletişim daha önce belirtildiğı gibi birbirinden farklı özellik gösteren ortamlarda gerçekleşir. Örneğın bir kullanıcı, her gün iletişim kurmak için, kendi ilgi ve gereksinimlerine uygun bir sohbet kanalına katılıyorsa, aynı sohbet kanalında bulunanlar, o kişiye “fiziksel” olarak yakındır. Oysa bir başka sohbet kanalındaki katılımcılar, iletişim kurmak için bilgisayar dolayımını ve iletişim türü olarak sohbeti seçmelerine rağmen fiziksel olarak uzaktırlar. Yine benzer düşünceyle aynı haber grubuna yazan kişiler birbirine fiziksel olarak yakın kabul edilebilir. Ama farklı iki haber grubuna katılan kişiler birbirine uzaktır. Anında mesajın kullanıcılarına sağladığı “arkadaş listesi” hizmeti, çok geniş bir “uzam” olan İnternet’te kişileri “fiziksel olarak” birbirlerine mümkün

olduğunca yakınlaştırır. Bu doğrultuda yakınlık yaklaşımının “ancak fiziksel olarak yakın olanlar arasında ilişki olabilir” görüşüne benzer biçimde, İnternet iletişimi için düşünülen yakınlık kavramında da “ancak aynı haber grubuna yazan, aynı sohbet kanalında bulunan, aynı İnternet uygulamasını kullanan” kısacası “fiziksel olarak yakın olan” kişiler arasında ilişki olacağı iddia edilebilir.

Fiziksel olarak yakın olmanın, yakın ilişkilere yol açacağı görüşünün temel dayanak noktalarından biri yakınlığın, karşılaşma sıklığına ve aşinalığa bunun da hoşlanmaya neden olacağıdır. Gerçek yaşamda fiziksel olarak yakın olmanın aşinalığa yol açmasına benzer şekilde, bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında da “karşılaşma sıklığı” tanıdıklığa, dolayısıyla yakın ilişki olasılığına yol açar.

David Myers’ın (1980) mekândan çok etkileşim temelli olarak tanımladığı, “işlevsel yakınlık” tanımına göre, kişilerarası çekimi sağlayan yalnızca birbirine yakın oturmak değil “yollarının kesişmesi”dir. Bu görüşe göre genellikle aynı eğlence yerlerini, aynı otoparkı, aynı giriş kapısını kullanan kişiler arkadaş olabilir. Benzer düşünceyle İnternet’te kişilerin birbirine yakınlığı mekândan çok etkileşim düzleminde tanımlanabilir. Birbirlerine yakın olanlar birbiriyle en fazla karşılaşan, aynı sohbet kanalını, aynı haber grubunu kullananlardır.

Yakınlığın, yakın ilişkiye yol açacağı görüşünün bir diğer dayanak noktası da ulaşılabilir olmanın etkisidir. Kişiler arasındaki mesafenin azlığı, ilişkiyi sürdürmeyi daha kolay kılar. Fiziksel yakınlığın etkileşimi kolaylaştırmasının yanında, bir başka yararı da gelecekteki etkileşim olasılığını arttırmasıdır. Kişiler ancak gelecekte iletişim kurma beklentisi içinde oldukları insanlara hoş duygular beslerler.

Gelecekte yeniden iletişim kurma beklentisi ve ulaşılabilirliğin etkisi bilgisayar dolayımı ile iletişim için tanımlanan “yakınlık” kavramı için de geçerlidir.

İnternet dolayımıyla kurulan bir ilişkinin tarafları arasında gerçekte milyonlarca kilometre de olsa İnternet’te aynı iletişim ortamını paylaştıkları sürece aynı mekanda sayılırlar ve birbirleri için erişilebilirdirler. Üstelik gerçek yaşamda dünyanın farklı iki noktasında yaşayan iki kişi için “gelecekte iletişim beklentisi” çok mümkün gözükmezken, eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan bilgisayar dolayımıyla iletişim ortamları sayesinde kişiler gelecekte iletişim kurma beklentisi içinde olabilirler.

İnternet iletişiminde “yakınlık” kavramı çevrimiçi olma sıklığı ile birlikte de düşünülebilir. Çevrimiçi olma sıklığı kişinin kendine ulaşılabilirliğini arttırmakta, “bilgisayar dolayımıyla iletişim ortamlarını daha uzun süre kullananların daha fazla arkadaşlık kuracağı” görüşünden hareketle hem ortama hem de ilişkilerine bağlılık duymasını sağlamaktadır. İnternet’e bağlanmak, bir sohbet kanalına girmek, bir elektronik posta grubuna yazmak bir çeşit sosyal etkinliktir. Nasıl gerçek yaşamda zamanını farklı sosyal etkinliklerle değerlendiren kişilerin daha geniş sosyal çevresi varsa, bu İnternet için de geçerlidir.

İnternet’te çevrimiçi olma sıklığı, hem aşinalığa neden olması hem ulaşılabilirliği artması sonuçta da kişiler arasında gerçek olmasa da “fiziksel” yakınlık oluşturma açısından önemli olmakla birlikte, tek başına yeterli değildir. Çevrimiçi olma, ancak katılımcı olmakla birlikte gerçekleştiğinde yakın ilişkilere yol açabilir. Örneğin, bir kişi, bir haber grubuna gönderilen postaları her gün okur, ama tartışmalara katkıda bulunmazsa, varlığı diğer kullanıcılar tarafından hissedilmez¹. İnternet’te varlığını hissettirmenin tek yolu düşündüklerini söylemektir. Çevrimiçi olma-katılımcı olma ayrımı haber gruplarının yanında elektronik posta listeleri için de geçerlidir. Kişiler, üyesi oldukları elektronik posta listelerinden gelen iletileri,

¹Bilgisayar dolayımıyla iletişim ortamlarında devam eden sohbetlere ve konuşmalara katılmadan ve katkıda bulunmadan yalnızca izleme edimi, “lurking”, bu edimi gerçekleştiren de “lurker” olarak adlandırılır.

kendi düşüncelerini bildirmeden yalnızca okumakla yetinirlerse, yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı kişiler arasında “fiziksel yakınlık” olması ve dolayısıyla da listenin diğer üyeleriyle ilişki geliştirebilmeleri mümkün değildir.

Sonuç olarak yakınlık kuramı, İnternet’te farklı bir “fiziksel yakınlık” kavramsallaştırmasıyla anlaşılabilir. İnternet’in kendine özgü yakınlık kavramı gerçek yaşamdakine benzer olarak kişiler arasında tanıdıklığı ve ulaşılabilir olmayı artırmasında ve sonuçta yakın ilişkilerin gelişmesinde önemli bir etmendir.

4.1.3. İnternet’te Benzerlik

Kişiler, daha fazla ulaşılabilir oldukları için aynı sosyal sınıftan, aynı mahalleden kişilerle ilişki kurarlar. İnsanlar genellikle, okulda ya da iş yerinde kendilerine en yakın hissettikleri kişilerle arkadaş olurlar. Oysa insanların yakın çevrelerinde her zaman kendilerine benzeyen, kendileriyle ortak ilgileri ve zevkleri paylaşan kişiler bulmaları mümkün olmayabilir. Bu açıdan İnternet, kişilere, benzerlerini bulma konusunda gerçek yaşamda olduğundan daha fazla olanak sunar. Çünkü kişinin sosyal çevresi, sınırlıdır ve bu sınırları aşması her zaman çok kolay değildir. İnternet, kişiler arasındaki zamana ve mekâna bağlı her türlü sınırlılıkları kaldırarak, onların aynı mekânda buluşmasına izin verir.

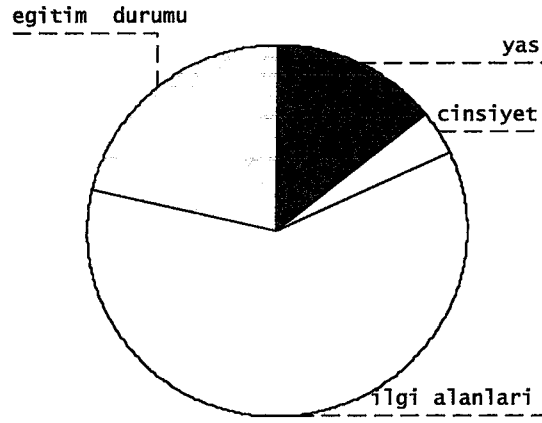
İnternet’in birbirinden farklı ortamları kişilere benzerlerini bulmasında çeşitli olanaklar sağlar. Örneğin sohbet sistemlerinde kanallar ve odalar, içeride yapılan sohbet ve sohbet edenlerin profili hakkında bilgi verebilmektedir: Kanal adları yaş gruplarına (#15+, #45+), bölge adlarına (#ankara, #izmir), ilgi alanlarına (#müzik, #yemek) yönelik de olabilmektedir.

Bazı İnternet uygulamalarının desteklediği “profil oluşturma” da kişilere hem benzerleri tarafından ulaşılabilir olma hem de benzerlerini bulmaya olanak sağlar. Kullanıcı profilini oluşturan her birim, İnternet uygulaması arama seçeneklerini destekliyorsa, kişilerin istediği özellikleri sahip kişilere ulaşmasına yardımcı olur.

Kişilerin kendileriyle ortak ilgi alanlarına sahip kişileri bulmalarına en çok yardımcı olan bilgisayar dolayımıli iletişim ortamı haber gruplarıdır. Haber grupları yüzlerce değişik konuda insanların yazılabileceği, düşüncelerini paylaşabileceği, tartışabileceği bir ortamdır. Böylece kişinin ilgi alanı ne olursa olsun, haber gruplarında kendileriyle aynı ilgiyi paylaşan kişileri bulmaları mümkündür.

İnsanlar ilgileri, deneyimleri, inançları, statüleri kendileriyle benzer insanlar tarafından etkilenme eğilimindedir. Kısacası insanlar en çok kendine benzeyen insanlarla konuşurlar (Fisher ve Adams, 1994: 145). Bunu yaparken kişiler gerçek yaşamda çevresindeki kişiler arasında kendileriyle benzerlikler bulmaya çalışırken, İnternet’te kişiler benzerlerinin olduğu yerlere giderler. Eğer benzerliğin kişilerarası çekiciliğin oluşmasında, kişilerarası ilişkilerin kurulmasında ve devamında olası katkısı varsa, bunun İnternet’te kişilerarası çekiciliği arttıracak ve kişilerin birbirinden daha kolay hoşlanması beklenmelidir.

Anket katılımcılarının “İnternet ilişkilerinde aradıkları benzerlik” sorusuna verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde katılımcıların İnternet’te tanıştığı kişilerle en çok ilgi alanlarının benzer olmasını istedikleri ortaya çıkmaktadır (Şekil 4.1.).



Şekil 4.1. Katılımcıların İnternet ilişkilerinde aradıkları benzerlik ölçütleri.

Katılımcıların İnternet’te kurdukları ilişkilerde, partnerleriyle kendileri arasında aradıkları ikinci büyük benzerlik unsuru eğitimidir. Bu sonuç bir çok araştırmanın ortaya koyduğu (Jones, 1929; Rchordson 1939; Reed ve Reed 1965) “kişilerin kendi eğitim durumlarına benzer düzeyde kişileri seveceği ve onlardan hoşlanacağı” iddiasını desteklemektedir (aktaran Berscheid ve Walster, 1978: 86).

Ayrıca katılımcıların İnternet arkadaşı seçme ölçütlerini aktarırken verdikleri yanıtlar da İnternet’te kurdukları ilişkilerinde büyük oranda benzerlik aradığını kanıtlamaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun verdiği “yaş” ve “eğitim” benzerliği yanıtının yanında, kişilerin “bana yakın olması”, “benim gibi olsun yeter”, “ortak payda”, “benzer ilgi alanları”, “yaşam tarzlarının aynı olması” gibi yanıtlar benzerliğin arkadaş seçiminde ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2. İnternet’te Sosyal Biliş

Yüz yüze etkileşimlerde, fiziksel görünüş, kelime hazinesi, gramer, dilsel işaretler (ses ve aksan) ve sözlü olmayan işaretler doğal olarak, insanların birbiri hakkında izlenim oluşturmalarında oldukça etkilidir. Siberaında bu göndergeler ya

yoktur ya da oldukça azdır. Bu özelliklerin azlığı iki soruyu ortaya çıkarır: Bu görsel ve işitsel göndergelerin yokluğunda insanlar etkileşim kurduğu kişiler hakkında izlenim oluşturmak için neleri kullanıyorlar ve çevrimiçi olmayan (*offline*) deneyimle karşılaştırıldığında çevrimiçi (*online*) beklentileri ne şekillendiriyor (Jacobson, 1999)?

İnternet aracılığıyla iletişim kuran kişilerin izlenim oluştururken kullandıkları temel araç partnerlerinin yazdıklarından elde ettikleri bilgilerdir. Bilgisayar dolayımı iletişim metin aracılığıyla gerçekleştiğinden metinden elde edilen her türlü bilgi izlenim oluşturmak için kullanılır. Elektronik posta adresleri, takma ad başta olmak üzere sanal kimliği oluşturan tüm öğeler, kişilerin neyi nasıl yazdıkları (iletişim tarzları) bilgisayar dolayımı iletişimin izlenim oluşturma araçları arasındadır.

4.2.1. Elektronik Posta

İnternet'te insanların karşılaştıkları kişilerle ilgili ilk gördüklerinden biri onların elektronik posta adresleridir ve onun ilettiği bilgi izlenim oluşturmaya katkıda bulunur.

xxxxx@media.ankara.edu.tr

xxxxx@tbmm.gov.tr

xxxxx@losev.org.tr

Yukarıdaki adres örneklerinde görüldüğü gibi elektronik posta, sahibinin sosyo ekonomik statüsü, işyeri, mesleği, bağlı olduğu sivil toplum kuruluşu hakkında bir çok bilgi iletebilir. Örneğin yukarıdaki elektronik postalardan birincisinin Ankara Üniversitesi, ikincisinin Türkiye Büyük Millet Meclisi mensubuna, üçüncüsünün bir

vakıf çalışanına ait olduğunu tahmin eder, aldığımız iletiyi okur ve değerlendirirken, göndericiye dair edindiğimiz izlenimi göz önünde tutarız.

İzlenim yaratmanın yanında elektronik posta adresi kurumsal, mesleki ve sosyal aidiyete de karşılık gelir. Aynı aidiyet alanlarına sahip olanlar birbirlerini elektronik posta adresleri aracılığıyla tanırlar. İki bölümden oluşan elektronik posta adresinin ilk bölümü ise kişiye takma ya da gerçek bir isim belirtme olanağı verir. Bu ise İnternet iletişiminde “takma ad”ın alıcı üzerinde bıraktığı etkiye karşılık gelir.

4.2.2. Takma Ad ve Diğer Kimlik Bileşenleri

İnternet’te bir sohbet odasında ya da bir forumdaki karşılaşmaları gerçek yaşamdaki karşılaşmalara benzeten Bays’a göre takma ad ilk izlenime hizmet eder ve kişinin kendini sunmak istediği yönlerini gösterir (1998). Reid de (1994) yüzyüze tanışmalarda saç kesimi, giysiler gibi fiziksel ayrıntılarla toplanan ilk izlenimlerle takma adlar hakkında verilen hükümleri karşılaştırır. Ona göre sosyal göndergelerin tamamı takma adın ilettiği bilgilerden elde edilebilir. Örneğin, kullanıcısının kadın ya da erkek olduğu, William Shakspeare ya da William Gibson okuduğu ya da genel ilgileri, sosyal sınıfı, yaklaşık olarak yaşı seçtiği takma adından anlaşılabilir.

Bir izlenim oluşturma aracı olarak takma adın, diğer kategorilerle karşılaştırıldığında önemi ilişkinin henüz sıfır noktasındayken (zero-history) ilişkinin başlamasına ya da başlamamasına neden olmasıdır. Diğer kategoriler fark etmeyle başlayan asgari bir ilişkiden sonra etkili olur. Kişi beğenmediği takma ada sahip biriyle, kendini tanıtmaya dahi izin vermeden onunla iletişim kurmayı reddedebilir.

Anket katılımcılarından 32’si “İnternet’te ilk çekim” ile ilgili deneyimlerini anlatırken İnternet’te karşılaştıkları kişilerin ilk olarak takma adlarına baktıklarını

belirtmişleridir. Takma ad karşılaşılan kişilerde ilk dikkat çekici öge olmasının yanında o kişi hakkında olumlu ya da olumsuz izlenim de bırakabilmektedir. Kimi katılımcılar İnternet’te karşılaştıkları kişilerle ilgili olumlu ya da olumsuz izlenimlerini onların takma adına bakarak edindiklerini belirtmişlerdir. Örneğin 27 numaralı katılımcı “güzel bir ad”ın kendisi için olumlu; 115 numaralı katılımcı “özenti” bir takma adın kendisi için olumsuz bir izlenim olduğunu belirtmiştir. 58, 84 ve 121 numaralı katılımcılar da takma adın kendileri için hem olumlu hem olumsuz bir ilk izlenim olabildiğini belirtmişlerdir.

Takma ad yanında sanal kimliği oluşturan diğer öğeler de izlenim oluşturma amacıyla kullanılır. Örneğin kişisel web siteleri ya da kullanıcı profilleri sahibi hakkında birçok bilgi iletir ve bu bilgiler okuyucunun zihninde gelişen bir anlamlandırma sürecinde yorumlanır. Bu yorumlama süreci sonunda partnerin hem çevrimiçi hem çevrimdışı kimliği hakkında bilgi edinmeye çalışılır.

4.2.3. Konuşma ve Yazma Tarzı: Metin ve İlk İzlenim

Sherry Turkle İnternet’in özgürleştirici ve eşitleyici doğası için şunları söyler:

“İnternet’te ne olmak istiyorsanız onu olabilirsiniz. Eğer isterseniz kendinizi tamamen yeniden tanımlayabilirsiniz. Karşı cins olabilirsiniz. Daha konuşkan, ya da daha az konuşkan olabilirsiniz. Kısaca gerçekte kim olmak istiyorsanız, kim olmaya yeteneğiniz varsa o olursunuz. İnsanların sizin için ne düşünceleri hakkında endişelenmenize gerek yoktur. İnsanların sizi algılama şeklini değiştirmek daha kolaydır. Onların sizin bedeninize, aksanınıza, bakıp varsayımlar geliştirmeleri olanaklı değildir. Tek gördükleri kelimelerinizdir” (1995: 184).

Oysa tam da kelimeler çok önemli olduğundan İnternet’te kişilerarası ilişkiler konulu çalışmalar Turkle’nin sözlerini yanlışlaşmaktadır. Bilgisayar dolayımı iletişimin en belirleyici ögesi metin olduğundan, bu sistemlerin kullanıcıları kendilerini ancak yazdıkları metin aracılığıyla görünür kılabilirler ve kişilerin, karşısındakileri değerlendirme ölçütü olarak yalnızca iletişim kurduğu kişinin yazdıkları vardır. İnsanların yazdıklarından elde edilen bilgi onların kişilikleri, kültürel ve entelektüel birikimleri hakkında bilgi verir. Bu yüzden İnternet etkileşimlerinde insanlar iletişim kurdukları kişiler hakkında izlenimlerini onların yazıkları aracılığıyla oluştururlar ve bu kişiler hakkında yazdıkları aracılığıyla varsayım geliştirir. Lea ve Spears bunu “tipografik bilgi” olarak adlandırırlar (1992; 1995).

Brenda Danet elektronik postaların, göndericileri hakkında nasıl ilk izlenime yol açtığını incelediği “Talk to You Soon” adlı makalesinde (1997) kendisinden bir çalışmasının kopyasını isteyen üç öğrencinin gönderdiği elektronik postaları aktarır. Danet, bu üç iletinin gönderilme amaçları aynı olsa da giriş cümleleri, selamlama tarzları, kullanılan dil aracılığıyla göndericisi hakkında bilgi sahibi olunabildiğini ve elektronik postaya cevap verip vermemekte bu izlenimin önemli olduğunu belirtir.

Bu çalışmanın anket formunda da “İnternet’te ilk izlenim” ölçmeyi amaçlayan sorulara katılımcıların verdiği yanıtların büyük bölümü kullanıcıların ne yazdığına, nasıl yazdığına, yazma hızına, cümle yapısının düzgünlüğüne, dilbilgisi ve imla kurallarına uymasına, argo kullanmasına, terbiyeli ya da terbiyesiz konuşmasına, ifade yeteneklerine yani kısacası gördükleri sözcüklere ilişkin olduğundan Turkle’nin iddiasının aksine İnternet’te iletişim kurmak isteyen kişilerin olumlu bir izlenim bırakmak için yazdıklarına önem vermeleri gerektiği söylenebilir.

Kişilerin hızlı cevap verebilmesi ya da verememesi (Wauchope'den aktaran Peter, 1998) siber toplumda onun ne kadar tecrübeli ya da acemi olduğunun göstergesi olabilmektedir. Bu varsayımı kanıtlar şekilde ankete katılımcıların 3'ü hızlı cevap yazmamayı olumsuz bir ilk izlenim olarak değerlendirirken; 5 katılımcı hızlı cevap vermeyi olumlu bir ilk izlenim olarak değerlendirmiştir.

Bilgisayar dolayımı ile iletişim sistemlerinde yazılan metnin “ilk izlenime” yol açmasının bir başka yolu da “selamlama” sözcükleridir. Henüz tanışılmamış birine yazılan ilk sözcük(ler) ya da ilk cümle(ler) o kişinin, mesajı gönderenle konuşmayı tercih edip etmemesinde, cevap verip vermemesinde çok etkilidir. Bu anlamda açılış cümlelerinin, gerçek yaşamdaki karşılaşma anlarına karşılık geldiği düşünülebilir. Bu yüzden eş zamanlı iletişim araçlarında katılımcılar, konuşmak istedikleri kişilere ilk sözcük olarak “mrb”, “slm”, “nbr” gibi klasik selamlama ifadeleri kullanırken, bir kısmı da şiir örnekleri, etkileyici olduğunu düşündükleri yazılar ya da sözler veya küçük jestlerde bulunarak açılış cümleleri oluşturabilmektedirler³:

yakamoz70

bii biskrem versem kendinden bahşedermişin???? lütfen... :P

casanova

Selam IMJULI! Ne haber? Nasılsın? Hayatın boyunca karşılaşmak istediğin ya da hayalini kurduğun biriyle tanışmak ister misin? Kendine güveniyor musun?

handsome_than_a_frog

@-- @-- merhaba bu çiçekler senin için :) tanışalım mı?

miriam

Mutlulugun ve sevginin resmini çizen bir ressam ol, fircan
hicbir zaman kederi yansıtmasin o bembeyaz zemine. Mutlu

³ www.akampus.com adlı web sitesinde “imjuli” kullanıcısına gelen kişisel iletiler.

olki yasadığını yapmak daha haz versin sana.
Slmmmmmmmmmm :) ;) :)

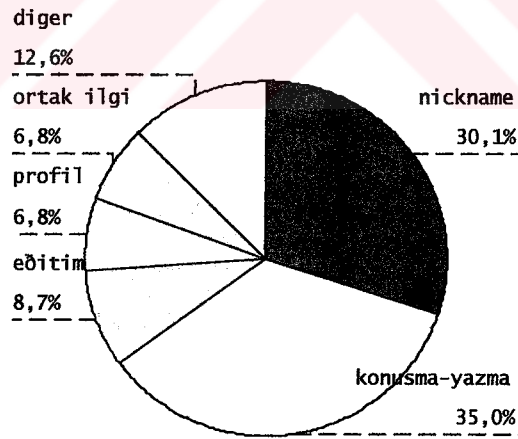
olion

evet canım şans kapyı her zaman çalmaz ama seninkini
şuanda çaldı. hayatının fırsatına hazırmısın yanı benimle
tanismaya ;)

djozdemir

selam merhaba yeni bir güne başlarken yeni birini tanımak
nasıl olur bu tanışma belki arkadaşlığa kim bilir belki de
dostluğa kadar gidebilir ne dersin??

Yine “ilk izlenim”e ilişkin 63 numaralı kadın katılımcı İnternet’te yeni tanıştığı birinin “samimi bir selam göndermesini” olumlu bir ilk izlenim olarak değerlendirirken 41 numaralı 17 yaşındaki kadın katılımcı birinin ona “İngilizce selam vermesi”ni olumsuz bir ilk izlenim olarak değerlendirmiştir.



Şekil 4.2. “İnternet’te karşılaştığınız birinde ilginizi ilk ne çeker?” sorusuna alınan yanıtlar

İnternet’te “ilk çekim” ile ilgili deneyimlerini aktaran 102 katılımcıdan 36’sı konuşma ve yazma tarzıyla ilgili özelliklerin konuştukları kişilerin ilk dikkat ettikleri

yönleri olduğunu söylemiştir. Bu özellik tüm yanıtlar içinde en yüksek oranlı “ilk çekim” kategorisini oluşturmaktadır. Konuşma ve yazma tarzını takma ad, kişinin eğitim durumu, profili (fotoğraf ve avatar yanıtları bu kategoride değerlendirilmiştir), iletişim partneriyle ortak ilgi alanlarının bulunması gibi özellikler izlenmektedir.

Çok sınırlı bilgi ve ipucuna dayanarak başaklarına ilişkin izlenimler oluşturma insanlarda önemli ve evrensel bir eğilimdir. İnsanlar yalnızca birkaç dakika gördükleri bir kişinin (ya da resmin) çok sayıda özelliği hakkında önyargıda bulunma eğilimindedirler. Böylece edindikleri izlenime pek fazla güvenmemelerine karşın, başkalarını zeka, yaş, geçmiş, ırk, din eğitim düzeyi, dürüstlük, canayakınlık ve benzeri açılardan değerlendirirler (Freedman vd., 1993:122). Günlük yaşamdaki yüzyüze karşılaşmalar için geçerli olan bu anlam çıkarma ve izlenim oluşturma süreci, İnternet dolayımı ile iletişimin özelliklerinden dolayı yüzyüze iletişimde daha zordur ve bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında izlenim oluşturma kendine özgüdür. Yukarıda bahsedildiği gibi metin, ilk izlenim sürecinde en önemli bilgi toplama aracıdır. İzlenim oluşturma ise bu bilgilerin yorum sürecine karşılık gelir. Başka bir deyişle kişilerin, düzgün cümle kurma, argo kullanma ya da hızlı cevap vermeye ne gibi anlamlar yüklediğini İnternet etkileşimleri için izlenim oluşturma süreci olarak kabul edilebilir.

Sosyal biliş araştırmacıları, deneyimlerimizi, kişileri ya da sosyal grup tiplerini anlamlandırmak için kişilerin geliştirdiği şemalarla ilgilenmiştir. En genel düzeyde, genel kişilik özelliklerini (trait), geniş sosyal tabakaları (sterotip) ve daha özel düzeyde özgül kişilik tiplerini (prototip) temsil etmek için şemalarımız vardır. Bu şemaların yapısı ve içeriği, insanlar hakkında özellikle ilk buluşmalarda izlenimlerin oluşturulmasında büyük etkisi vardır (Brewer ve Crano, 1994:146).

Sterotip kavramı ilk kez sosyal ve siyasal düşüncelere gazeteci Walter Lipmman tarafından uygulanmıştır⁴. Lipmann sterotipleri, çeşitli sosyal gruplar hakkındaki “kafamızdaki resimler” olarak tanımlar (Brewer ve Crano, 1994:149). Lea ve Spears’ın (1992, 1995) belirttiği gibi bilgisayar dolayımı etkileşim, ortamın özelliklerinden dolayı daha fazla sterotipler üzerinden gerçekleşir. İnternet’te izlenim oluşturma sürecinin kendine özgü olduğu izlenim oluşturma araçlardan kaynaklanır. Dikkate değer bir başka nokta da bilgisayar dolayımı etkileşimlerde kişiler partnerlerinin gerçek yaşamdaki imgelerine dair de izlenim oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu beklentilerin karşılanıp karşılanmaması da bilgisayar dolayımı ortamlarda kurulan ilişkilerin gelişip gelişmemesinde önemli olmaktadır.

Kişiler bir izlenim oluşturma aracı olan takma adları yorumlarken de büyük oranda sterotipleri kullanır. Bu sterotipler, büyük çoğunlukla gerçek yaşamdaki deneyimlerinden kaynaklanır. Daha önce sanal kimlik kurgusunda belirtildiği gibi, kişilerin kendilerine seçtikleri isimler, onların siyasi görüşlerinden, dinledikleri müzik türüne, nereli olduklarına, tuttıkları takıma, mesleklerine, sevdikleri yazarlara, şarkıcılara birçok bilgiyi aktarır. Bu bilgiler, kişileri onların fiziksel görünüşleri hakkında, sterotipler kullanarak izlenim oluşturmaya yönlendirebilir. Örneğin bir kişi kendine takma ad olarak dinlediği müzik grubunu seçmişse (amorphis⁵) ve bu grup metal müzik yapan bir grupsa bu adı kullanan kişiyi kafamızdaki sterotip metal müzik dinleyen (siyah giysiler giyen, dövmeleri olan) biri olarak düşünmemiz olasıdır. Fiziksel görünümle ilgili göndermeler içeren takma adlar bu adın kullanıcısı (Çirkin⁶, Esmerim⁷) ile ilgili sterotiplere başvurma olasılığını güçlendirmektedir.

⁴ W., Lipmann (1922), **Public Opinion**, London:George Allen and Unwin.

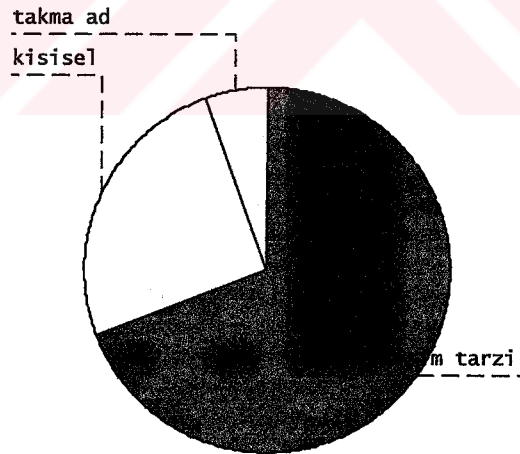
⁵ 116 numaralı kadın katılımcı, metal müzik dinlediği için bu adı seçtiğini belirtmiştir.

⁶ 66 numaralı kadın katılımcı bu takma adı kullanmaktadır.

⁷ 60 numaralı kadın katılımcı bu takma adı kullanmaktadır.

Fotoğraf, yaş, ad, soyad, etnik köken, şehir, meslek gibi kullanıcı profilleri, kişisel web siteleri ya da partnerle etkileşim sırasında öğrenilecek bilgilerle kişilerle ilgili stereotipler aracılığıyla izlenim oluşturmak mümkündür. Ülkeler, bölgeler ve şehirlerle ilgili basmakalıp yargılar en yaygın ve en çok başvurulanan stereotiplerdir. Bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında, partnerinin İngiliz, Doğulu ya da Karadenizli olduğunu öğrenen kişi kısa sürede bu kişilerle ilgili hafızasındaki kalıp yargılara başvurarak, partneri hakkında doğru ya da yanlış bir izlenim oluşturur.

Kişiler metin aracılığıyla izlenim oluştururken yüzyüze deneyimlerden çok İnternet’te edinilmiş kalıp yargılarla partnerleri hakkında yoruma ulaşılır. Partnerin “yavaş yazması”⁸, “kısaltmalarla yazması”⁹, “İngilizce selam vermesi”¹⁰ İnternet etkileşimleri sonucu elde edilmiş kalıp yargılardır. Şekil 4.3’de katılımcıların İnternet etkileşimlerinde neleri olumsuz izlenim olarak değerlendirdiklerini görülmektedir.



Şekil 4.3. Katılımcıların İnternet ilişkilerinde olumsuz izlenim değerlendirmeleri.

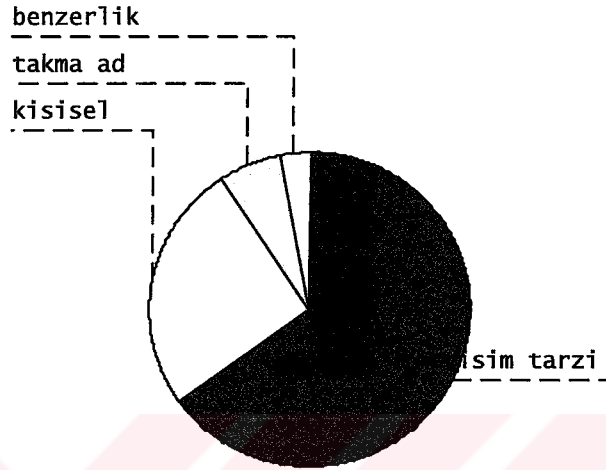
İzlenim oluşturma pratiğine ilişkin katılımcıların verdikleri yanıtlar, tipografik bilgi aracılığıyla elde edilen iletişim tarzının önemini göstermektedir.

⁸ 53, 78, 104 numaralı katılımcılar yavaş yazmayı olumsuz bir izlenim olarak değerlendirmişlerdir.

⁹ 34 numaralı katılımcının olumsuz izlenim değerlendirmesi.

¹⁰ 41 numaralı katılımcı İngilizce selam vermeyi olumsuz olarak değerlendirdiğini belirtmiştir.

“Özensiz imla”, “argo”, “bozuk cümle yapısı” gibi yanıtlar olumsuz izlenimin en çok tipografik bilgi aracılığıyla elde edildiğini göstermektedir. Bu davranışların olumsuz nitelenmesinin sebebi, kişilerin bozuk cümle kuran, imla kurallarına önem vermeyen kişilerin eğitim ve kültür seviyesiyle ilgili yaptıkları olumsuz çıkarımlarıdır.



Şekil 4.4. Katılımcıların İnternet ilişkilerinde olumlu izlenim değerlendirmeleri.

Katılımcılar olumsuz izlenimlerinin yanında olumlu izlenimlerini de partnerlerinin iletişim tarzlarına göre şekillendirmektedirler. Bunun yanında partnerin takma adı, kişisel özellikleri ve partnerle benzer yönlerin bulunması da onu olumlu değerlendirmeye yol açmaktadır.

4.3. İnternet ve Kendini Açma

Kendini açma Jourard tarafından ilk kez ortaya çıkarıldıktan sonra üzerinde oldukça fazla araştırılma yapılmasına rağmen, araştırmalarda çevre faktörü hep gözardı edilmiştir¹² (Kökdemir, 1995:21).

¹² Fiziksel çevrenin kendini açma davranışına etkisinin incelendiği bir çalışma için: D., Kökdemir (1995), **Who Self-Disclose What to Whom and Where?** Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altman ve Taylor’a göre kişilerarası etkileşim, onun söylemini ve karakterini etkileyen bir çevre dahilinde ortaya çıktığı gibi, sosyal etkileşim de çevrenin etkin kullanımını içerir. Çevre ve insanlar arasında karşılıklı bir ilişki vardır (1973: 161).

İnternet’i de kişilerin karşılaştığı, tanıştığı, konuştuğu bir “mekan” olarak düşündüğümüzde kendini açma davranışının ortamın özelliklerinden etkileneceğini söyleyebiliriz. İnternet’in kendine özgü doğasının yanında “İnternet arkadaşlığı”nın niteliği de kendini açma davranışını etkileyecektir. Bu tez çalışmasında da bir çevre olarak İnternet’in kendini açma davranışına etkisi tartışılmış ve gerçek yaşamdaki kişilerarası ilişkilerin değerlendirilmesinde çok önemli bir araç olan “kendini açma”nın İnternet ortamında nasıl gerçekleştiği incelenmiştir.

İnternet’in kullanıcılarına sağladığı anonimlik¹³ ve özgür iletişim kendini açma davranışını hem olumlu hem olumsuz yönde etkiler. Danet, bilgisayar dolayımı ile iletişimin kullanıcılara anonimlik olanağı sağlaması ve onlara metinlerle oluşturulan bir maske sunmasının kendini açmaya etkisini şu şekilde açıklamaktadır:

“Siberalemde vakit hep gecedir. Çünkü orada iletişim temelde hep yazılarak kurulur. Kimse birbirini görmez. Hatta yaş ve cinsiyet gibi en temel özellikler bile görünmez olur. İnsanlar günlük ve sıradan davranışlarına nazaran farklı tür davranışlar edinirler. Böylece tıpkı bir şapka takıp özel kostümlerini kuşandıklarında yaptıkları gibi, kişiliklerinin keşfedilmemiş yönlerini sunarlar” (1998: 131).

İnternet’te anonimliği sağlayan başlıca faktör kişilerin kendi isimleri yerine takma ad kullanmaları ve kendileri izin vermediği sürece kim olduklarını gösterecek her hangi bir görsel göndergenin bulunmamasıdır. Bu yüzden gerçek hayatta belki de

¹³ Anonimlik başka insanlar tarafından tanınabilir olmama durumudur (Darlega ve Chaikin, 1974:109).

hiç karşılaşılmayacak birine yapılan kendini açma, kişiyi eleştirilmek ya da aşağılanmak korkusu olmadan sorunlarını, eksikliklerini anlatma olanağı sağlayacaktır. 81 numaralı 23 yaşındaki kadın katılımcı İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdaki ilişkilerle karşılaştırırken bu durumu şöyle belirtmiştir:

“İnternet’te karşınızdakine açılır daha rahat davranırsınız, gerçek yaşamda ise çekinirsiniz, kendinizi hor görmelerini istemezsiniz ama sanal alemde o şekilde değildir.”

Oscar Wilde “İnsan kendi kimliğiyle konuşurken pek az kendisi gibidir; ancak ona bir maske verildiğinde gerçeği anlatır” der. Bir ortam olarak İnternet de kullanıcılara sağladığı maske sebebiyle kişilerin kendilerini daha dürüst olarak ifade etmelerine olanak sağlayabilmektedir. Örneğin 91 numaralı erkek katılımcı gerçek ve sanal ilişkilerinin karşılaştırmasını yaparken “İnternet’te daha rahat olduğum için dürüst ve açık olabiliyorum” demiş, 104 numaralı katılımcı ise sanal arkadaşlıkların insanları daha rahat tanıma imkanı sağladığını belirtmiştir.

Kişinin kendini açtığı kişiye güvenmesi, kendini açma davranışı etkileyen çok önemli bir değişkendir (Jourard, 1971: 66). İnternet’in anonimliği bu açıdan olumsuz bir ortam sunabilmektedir. Kişiler kim olduğunu gerçekte hiçbir zaman bilemedikleri kişiye güven duymamakta, bu yüzden kendini açmakta tereddüt etmektedir. Bu sorunu 26 numaralı katılımcı şöyle dile getirir:

“Bir kere karşımda davranmışlarını ve hareketlerini göremediğim bir sanal nesne var sadece yazılardan ibaret sanal bir arkadaşlık. Oysa karşı karşıya görüştüğünüzde karşınızdakinin hal ve hareketlerini en iyi şekilde değerlendirebilir ve ona göre tutum ve davranışlarda bulunursunuz.”

Yukarıda anket katılımcılarının kendi sözlerinden örnekler verilerek açıklandığı gibi İnternet iletişiminde, kişilerin iletişim kurarken birbirini görememesinin yol açtığı anonimlik kimi zaman ya da kimine göre iletişim kurulan kişiye kendini açmanın miktarını arttırmakta ya da azaltmaktadır. Dolayısıyla kişilerarası ilişkilerde samimiyetin bir aşaması olan kendini açma davranışı gerçekleşemediğinden, samimi ilişkiler kurulamamakta ve ilişki ilerleyememektedir.

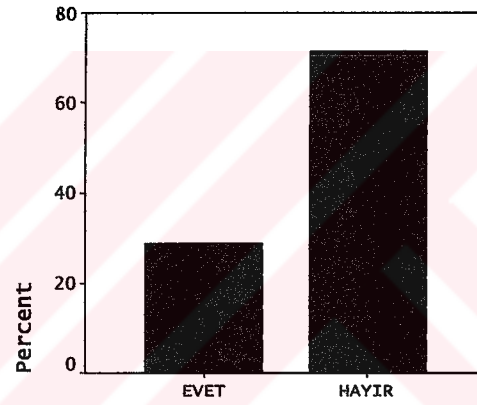
Anonimlik yanında özgür iletişim de İnternet’te kendini açma davranışını etkileyen bir başka parametredir. Darlega ve arkadaşlarına göre geleneksel yüz yüze etkileşimlerde, yakın arkadaşlara ve aile üyelerine bile, kişiliğin negatif ya da tabu olarak kabul edilen yönlerini açmanın bir takım yaptırımları ve riskleri vardır (aktaran Bargh vd., 2002). Bu engeller, birinin olağan sosyal alanının dışında mevcut değildir (Darlega ve Chaiklin, 1977). İnsanların, kendi sosyal alanlarına giremeyeceklerinden en büyük iç dökmeleri yabancılara yaparlar.

McKenna ve arkadaşların göre İnternet’te kendini açma davranışını ortaya çıkaran bir başka özellik de “engelleyici özelliklerin aşılması”, geleneksel yüz yüze iletişimde yakın ilişkilerin gelişmesine olanak vermeyen örneğin kolaylıkla fark edilen kekemelik, utangaçlık ya da sosyal kaygı gibi bir takım “engelleyici özellikler”in İnternet iletişiminde geçerli olmamasıdır. Bu tarz engeller sıklıkla fiziksel olarak daha az çekici ya da sosyal yetileri zayıf olan insanların daha samimi bilgilerini aktarması aşamasında ilişki geliştirmekten alıkoyar. İnternet’te bu özellikler öncelikle görünür olmadığından, tam anlamıyla başlamamış ilişkileri durdurma potansiyeli yoktur (2002: 10-11).

Bu çalışmada, katılımcılara kişilerarası ilişkilerin gelişme aşaması olan kendini açmanın İnternet’te ne ölçüde gerçekleştiğini ölçmeyi amaçlayan iki soru

sorulmuştur. Sorulardan biri katılımcılara kendilerini İnternet arkadaşlarına yüzyüze arkadaşlarından daha fazla açık davranıp davranmadıkları, diğeri kendileri hakkında yüzyüze ilişki kurdukları arkadaşlarının bilmemesine rağmen İnternet arkadaşlarının bildiği bilgiler olup olmadığına ilişkindir.

Birinci soru daha çok, İnternet'in anonimliği ile ilgilidir. İnternet'in kullanıcılarına sağladığı anonim ortamda kişiler eğer kendilerini daha rahat hissediyorsa partnerlerine kendilerini gerçek yaşamda olduğundan daha fazla açacak, ya da bu anonim ortamı güvensiz buluyorsa kendinden fazla bahsetmeyecektir.

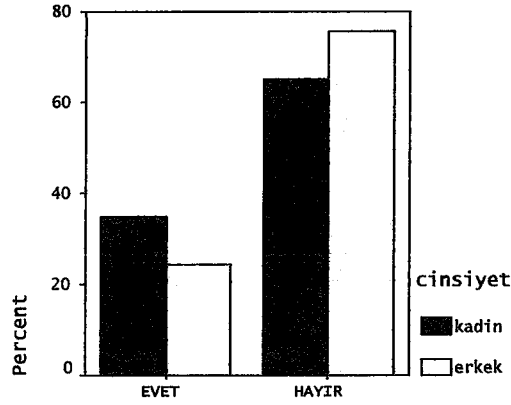


Şekil 4.5. “Kendinizi İnternet arkadaşlarınıza yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızdan daha fazla açtığınız düşünür müsünüz?”.

Bu soruya alınan yanıtların istatistiksel değerlendirmesi yapıldığında katılımcıların İnternet'te kendilerini partnerlerine açma oranının düşük olduğu gözlemlenmiştir. 135 katılımcıdan bu soruya (Bakınız EK 3 soru 16) yanıt veren 122 kişinin 87'si İnternet'te kendilerinden gerçek hayatta olduğundan daha fazla bahsetmediğini belirtirken, yalnızca 35 katılımcı bu soruya evet yanıtını vermiştir.

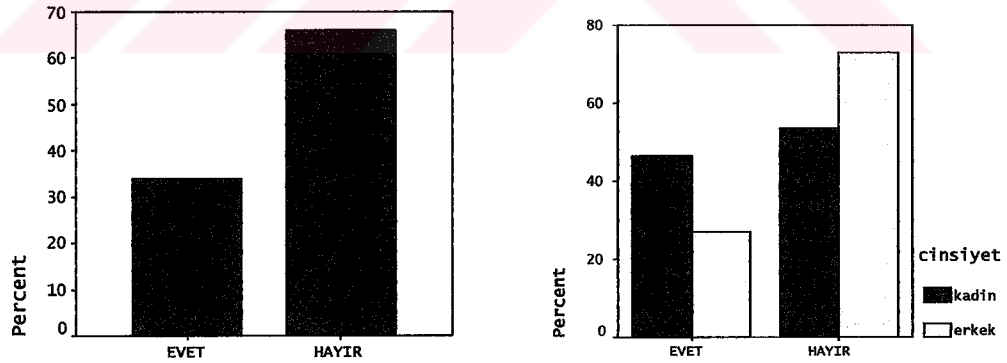
Katılımcılar arasında kendini açma eğiliminin düşük çıkmasına rağmen sonuçlar, önceki araştırmaların kadınlar ve erkekler arasında kendini açma edimi

açısından farklılıklar olduğu iddiasını doğrulamıştır. Kadınlar İnternet’te erkeklerden daha fazla kendini açma eğilimi göstermektedir.



Şekil 4.6. Kadınlar ve erkekler: kendini açma davranışı.

Yine İnternet arkadaşlarına açılan bilgilerin miktarını ölçmeyi amaçlayan diğer soruya (Bakınız EK 3 soru 16) alınan yanıtlar da bir önceki soru gibi İnternet’te kendini açma oranının düşük olduğunu göstermiştir.



Şekil 4.7. İnternet’te arkadaşla açılan bilgi miktarı ve cinsiyet ilişkisi.

Soruyu yanıtlayan 121 katılımcıdan yalnızca 41’i bu soruya evet yanıtını verirken geri kalan 80 kişi İnternet arkadaşlarına gerçek arkadaşlarından daha fazla bilgi vermediklerini belirtmişleridir. Açılan bilgi miktarının cinsiyetler arasında nasıl değiştiğine baktığımızda bu soruyu yanıtlayan 43 kadın katılımcının 20’si, 78

erkek katılımcının ise 21’ü evet yanıtını vermiştir. Böylece kadınların yarısının erkeklerin ise üçte birden fazla bir kısmının bilgi paylaşımı açısından Internet arkadaşlarını tercih ettiği söylenebilir.

4.4. İnternet İlişkilerinin Gelişimi

1970’lere kadar sosyal psikoloji kişilerarası ilişkilerin gelişimiyle ilgilenmemiştir. Bu açıdan, insanların iletişim dünyalarına yeni sayılabilecek kadar yakın bir zamanda giren Internet’in ortaya çıkardığı “İnternet ilişkileri”nin gelişimine dair kapsamlı bir kuramın geliştirilmiş olmasını beklemek pek mümkün değildir. Bu tez çalışmasında daha önce kişilerarası ilişkiler alanında geliştirilen ilişki gelişim kuramları göz önünde bulundurularak ve İnternet iletişiminin özellikleri dikkate alınarak İnternet ilişkilerinin gelişimine dair bir model oluşturulmaya¹⁴ ve İnternet ilişkilerinin gelişim özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Mark Griffiths çevrimiçi davranışla ilişkisi çerçevesinde sanal ilişki tipleri belirlemiştir. Buna göre gerçekte hiç tanışmamış olan kişilerin ilişkisi birinci tür sanal çevrimiçi ilişkilerdir. İkinci türde İnternet’te çevrimiçi olarak tanışan ama sonra ilişkilerini İnternet dışına taşıyan kişilerin ilişkileridir. Üçüncü tür gerçek yaşamda tanışan kişilerin İnternet aracılığıyla sürdürdükleri ilişkilerdir. Bu ilişkiler genellikle coğrafi olarak uzak kişiler arasında gerçekleşir (aktaran Aktaş, 2005: 65). Bu bölümde ve tüm çalışma boyunca “İnternet ilişkileri” birinci ve ikinci tür ilişkileri kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

¹⁴ İnternet ilişkilerinin gelişimine dair bir model oluşturmaya çalışmanın en zor yönlerinden biri İnternet’in kişilere birbirinden farklı özellikler gösteren iletişim ortamları sunması ve her ortamda kurulan kişilerarası ilişkinin farklı olmasıdır. Bu açıdan da her iletişim türünün kendine özgü bir gelişim çizgisi bulunmasıdır. Örneğin sohbet odalarında farklı insanlarla tanışma olanağı çok fazla iken temel amaç sohbet etmekten çok bilgi paylaşmak olduğundan bir tartışma grubunda katılımcıların kişilerarası ilişki geliştirmeleri çok daha zor ve en azından daha uzun sürelidir.

4.4.1. İnternet İlişkilerinin Profili

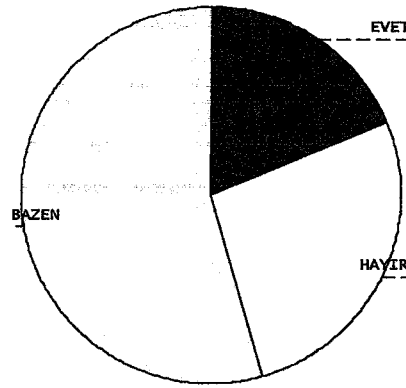
İnternet ilişkilerinin gelişim özelliklerini belirtmek için öncelikle İnternet ilişkilerinin niteliği belirlenmeli, kişilerin İnternet ilişkilerine karşı tutumları ortaya konmalıdır. İnternet ilişkilerinin özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

1) İnternet ilişkilerinin daha çok karşı cins¹⁵ ilişkisi olduğu söylenebilir. Anket katılımcılarından İnternet'te kurduğu ilişkileri hakkında bilgi veren 121 kişiden 96'sı (%79.3) İnternet arkadaşlıklarının daha çok karşı cinsten olduğunu belirtmiştir. Soruyu yanıtlayan 77 erkek katılımcının 60'ı (%77.9) İnternet arkadaşlarının çoğunlukla kadın, 43 kadın katılımcının 35'i (%81.4) ise İnternet arkadaşlarının çoğunlukla erkek olduğunu söylemiştir.

Gerçek yaşamdaki arkadaşlıkları hakkında bilgi veren 128 katılımcının 72'si (%56.3) ise gerçek yaşamda daha çok hemcinsleriyle arkadaşlık yaptıklarını söylemişlerdir. Bu oran soruyu yanıtlayan 81 erkekte %56.8 (46 kişi), 47 kadında %55.3'tür (26 kişi). Bu sonuçlar kişilerin İnternet arkadaşlarını daha çok karşı cinsten seçme eğilimi gösterdiğini doğrulamaktadır.

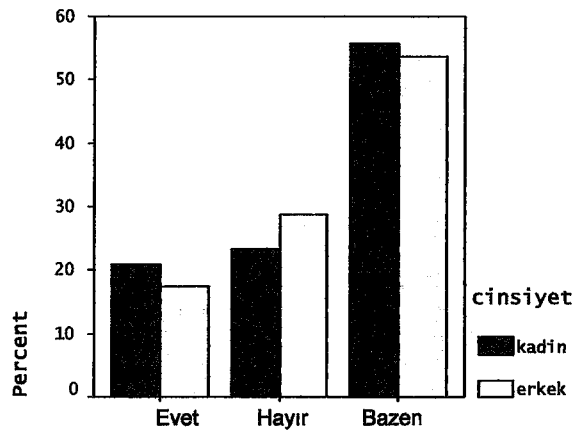
2) İlişkilerin gelişimi incelenirken, kişilerin ilişkilerine ilişkin algıları ve ona verdikleri değer çok önemlidir. İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdaki ilişkiler kadar gerçek/samimi/önemli görüp görmediklerine ilişkin soruya yanıt veren 123 katılımcıdan 67'si ilişkilerini bazen (ya da bazı ilişkilerini) değerli gördüklerini, 23'ü İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdaki ilişkileri kadar gerçek/samimi/önemli gördüğünü söylerken, 33 katılımcı bu soruya hayır yanıtını vermiştir.

¹⁵ Karşı cins ilişkisi, kadın-erkek arasındaki duygusal ilişkiden çok, İngilizce "opposite-sex relationship" ifadesine karşılık gelen karşı cinsler arasındaki arkadaşlıklar anlamında kullanılmıştır.



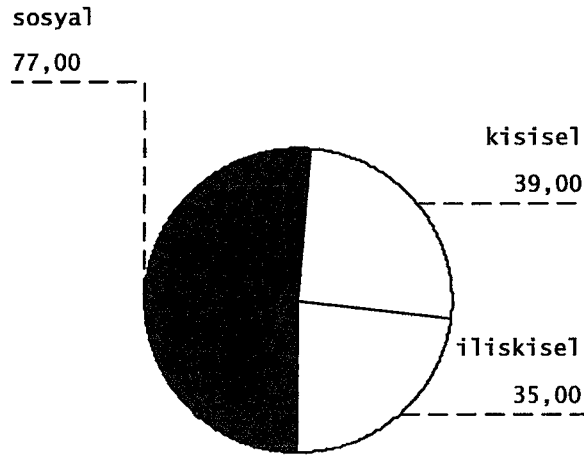
Şekil 4.8. "İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdaki ilişkileriniz kadar gerçek/samimi/önemli görüyor musunuz?" sorusuna alınan yanıtlar.

Yukarıdaki sonuçlar dikkate alınarak kişilerin İnternet'te kurduğu ilişkileri genelde gerçek, samimi ve önemli buldukları söylenebilir. Kadınlar ve erkekler arasındaysa ilişkiye verilen değer açısından ciddi bir farklılık bulunamamıştır. Soruyu yanıtlayan 80 erkekten 14'ü evet (%17.59), 23'ü hayır (%28.8), 43'ü bazen (%53.8) yanıtı vermiştir. Soruyu yanıtlayan 43 kadınınsa 9'u evet (%20.9), 10'u hayır (%23.3), 24'ü bazen (%55.8) yanıtını vermiştir. Eğer *evet* ve *bazen* yanıtlarının toplamını ilişkiye verilen değer ölçütü olarak alırsak bu oran kadınlarda %76.7, erkeklerde %71.3'tür. Bu sonuçlara bakarak ilişkiye bağlılık ve ilişkiye değer verme eğiliminin kadınlarda az da olsa daha fazla ama son kertede aynı olduğu söylenebilir.



Şekil 4.9. Cinsiyet ve ilişkiye verilen değer.

3) İnternet ilişkilerinin gelişimini incelemekten önce göz önünde bulundurulması gereken bir başka konu da kişilerin İnternet ilişkilerinde ne aradıkları, bir başka deyişle İnternet arkadaşlarını hangi ölçütlere göre seçtikleridir. Bu amaçla anket katılımcılarına herhangi bir sınırlama olmaksızın görüşlerini anlatmaları için açık uçlu olarak İnternet’te arkadaşlarını hangi ölçütlere göre seçtikleri sorulmuş (Bakınız EK 3 soru 13), bu soruya 102 kişi yanıt vermiştir. Soruyu yanıtlayanlardan 6’sı İnternet arkadaşı seçme konusunda herhangi bir ölçütleri olmadığını belirtmişlerdir. Soru açık uçlu olarak tasarlandığından, kişiler genellikle birden fazla seçim ölçütü belirtmişlerdir. Anket katılımcılarının İnternet arkadaşlarını seçim ölçütü “arkadaşlarımı metal müzik dinleyenlerden seçerim” gibi özgül ölçütlerden, “düşünce yapısı” gibi çok genel ölçütlere çeşitlilik göstermektedir. Bu sorunun değerlendirilmesinde arkadaş seçim ölçütleri partnerin kişisel özellikleri (dürüst, güvenilir, samimi gibi), sosyal özellikleri (meslek, eğitim gibi) ve partnerle ilişkisel özellikler (ortak ilgiler, benzerlik gibi) üç ayrı kategoriye ayrılarak incelenmiştir. Herhangi bir ölçütü olmayan 6 kişinin yanıtları dışında 96 kişinin belirttiği 151 adet seçim ölçütü ilişkisel, sosyal ve kişisel özelliklerine göre ayrılmıştır. Sonuçlara göre kişilerin eğitim, yaş gibi *sosyal özelliklerini* tanımlayan 77 ölçüt, komiklik ve zeka gibi *kışisel özelliklerini* tanımlayan 39 ölçüt ile ortak ilgi alanları, benzerlik gibi *bağılantısal özellikleri* tanımlayan 35 ölçüt belirlenmiştir.



Şekil 4.10. Katılımcıların İnternet arkadaşlarını seçme ölçütleri.

Buna göre katılımcıların İnternet’te arkadaş seçerken kişilerin en çok sosyal özelliklerine dikkat ettikleri söylenebilir. Kişilerin, sosyal özellik bağlamında arkadaş seçerken koydukları en önemli ölçüt eğitimidir (25 yanıt). Bunun yanında İnternet arkadaşıyla ilişkisel özelliklerin neredeyse tamamının “ortak ilgi alanları”na vurgu yapması kişilerin yüksek oranda kendilerine benzer kişiler arama ve benzerleriyle arkadaşlık yapma eğiliminde olduğunu gösterir. Kişisel özelliğe vurgu yapan yanıtlarda da “komik olma”, “hoş sohbet olma”, “ifade gücü”, “nükte yeteneği” gibi konuşma odaklı ölçütler belirtilmiştir.

Katılımcıların İnternet’te gerçekleştirdikleri davranış pratikleriyle karşılaştırmak ve arkadaş seçme ölçütü açısından bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak açısından gerçek yaşamdaki arkadaşlarını seçme ölçütleri de sorulmuştur. Bu soruyu yanıtlayan 107 kişi toplam 139 ölçüt belirtmişlerdir. Gerçek yaşamda arkadaş seçme şansları olmadığını, bulunduğu ortamda kendilerine en yakın hissettikleriyle arkadaşlık yaptıklarını belirten üç kişinin yanıtı çıkarılarak geriye kalan 136 yanıt (ölçüt), İnternet arkadaşları için belirtilen yanıtlar gibi sosyal, kişisel ve bağlantısal özelliklere ayrılmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde katılımcıların bu

kez en fazla dürüstlük, samimiyet, güvenilirlik gibi *kişisel özelliklere* değindikleri (77 yanıt) görülmüştür. İnternet arkadaşlığı için katılımcılar tarafından “en önemli” olarak görülen eğitim, meslek gibi *sosyal özelliklerin* (16 yanıt) gerçek yaşamda arkadaş seçerken çok fazla göz önünde tutulmadığı saptanmıştır. Ortak ilgi alanları, benzerlik ve uyuma gibi bağlantısal özelliklerse İnternet arkadaşlığında olduğu gibi gerçek yaşamda da arkadaş seçimlerinde önemini korumaktadır (43 yanıt). Bu soruyu yanıtlarken kimi katılımcıların arkadaşlarını “arkadaş çevresinin referansları”na göre, “arkadaşlarının arkadaşları arasından” seçtiklerini söylemesi ya da çevresindeki insanlarla arkadaş kurmak zorunda kaldıklarını belirtmeleri, Rheingold’un (1993) “İnternet’in arkadaş seçme şansı” tanıdığı görüşünü doğrulamaktadır.

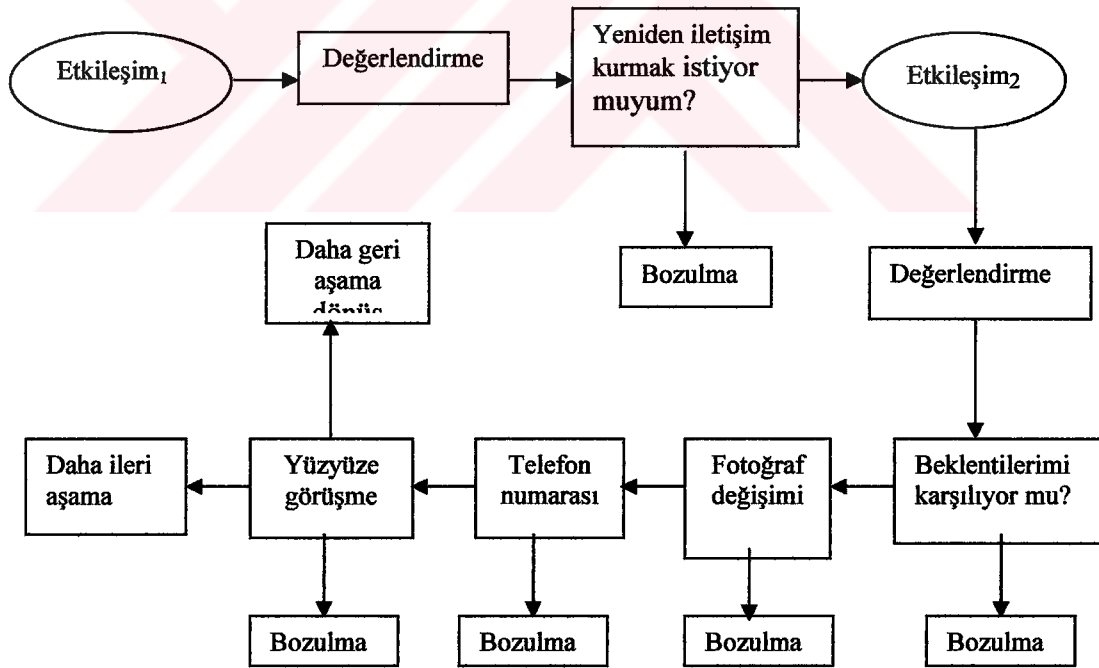
4.4.2. Bir Kişilerarası Karşılaşma Mekânı Olarak İnternet

Gerçek yaşamdaki ilişkiler gibi İnternet ilişkileri de bilinçli ya da bilinçsiz karşılaşmaların ürünüdür. Karşılaşma olmadan bireyler arasında “sıfır ilişki” var demektir. Kişiler aylarca hatta yıllarca aynı tartışma grubuna ileti gönderebilir ya da aynı sohbet kanalına katılabilir ama eğer birbirlerinin algı sınırları içine girmezlerse yani birbirlerini fark etmezlerse herhangi bir ilişkiden söz edilemez.

İnternet ilişkilerini başlatan ilk noktanın fark etme ya da fark edilme olduğu söylenebilir. Sohbet odasına bağlanan biri bilinçsizce ya da takma adını beğendiği birine “merhaba” diyerek bir ilişki başlatabilir. İnternet iletişiminin gerçek yaşamdan farkı İnternet’te herkesin iletişim kurmaya hazır olduğunun elde var sayılmasıdır. İnsanlar birileriyle tanışmak ya da zaten tanıdığı kişilerle konuşmak için bir sohbet kanalına bağlanır. Bu anlamda gerçek yaşamda bir kişinin aynı ortamda bulunduğu, ya da karşılaştığı herkese merhaba demesi, tanışmak istediğini belirtmesi normal değilken, İnternet’te bu durum olağandır.

İnternet ilişkilerinin gelişimi, yüzyüze ilişkiler gibi, hem ilerlemeyi hem de gerilemeyi kapsar. İnternet ilişkileri, yabancılıktan tanıdıklığa, arkadaşlığa ve en iyi arkadaşlığa doğru daha samimi, derin ve yoğun bir ilişkiye doğru ilerleyebilmenin yanında, her hangi bir bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamında başlayan bir ilişkinin, başka bir bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamına, telefon dolayımına ya da yüz yüze ilişkiye taşınması da ilişki gelişimi (ilerleme ve gerileme) olarak tanımlanabilir.

Thurlow ve arkadaşları kişilerin İnternet'te birine ilgi duyma sebeplerini *gelecekte iletişim garantisi, kişilerarası benzerlik, mizah duygusu*¹⁶, *kendini açma ve samimiyet hissi* olarak sıralar ve İnternet'in doğasının bu özellikleri desteklediğini belirtir (2004: 80). Görüldüğü gibi İnternet ilişkilerinin derinleşmesine ve daha samimi bir ilişkiye dönüşmesine yol açan etmenler, yüz yüze ilişkilerle aynıdır.



Şekil 4.11. İnternet ilişkilerinin gelişimi.

¹⁶ Nancy Bays da bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamında mizahın bireyselliğin göstergesi olduğunu, hem grup kimliğinin, hem de grup dayanışmasının oluşmasında katkı sağladığını söyler. Çünkü Bays'a göre mizah aynı deneyimleri, aynı bilgiyi, aynı kodları paylaşan insanlar arasında mümkündür; bu ortak paylaşım ise grubu oluşturur (1995).

Yukarıdaki şekil İnternet ilişkilerinin gelişimine dair bu çalışmada geliştirilen modeli görselleştirmektedir. Bu modele göre ilk etkileşim öncesi ilişki düzeyi sıfırdır. İnternet iletişimde ilişki farkında olma sonucu başlar. İnternet ilişkilerinde ilk fark edilmeye yol açan, yüzyüze ilişkilerde fiziksel özelliklere karşılık gelen takma ad olabilir. Yukarıda katılımcıların yanıtları aracılığıyla ortaya konulduğu gibi takma adlar İnternet ilişkilerinde ilk dikkat çekici özelliktir. Takma adın fiziksel çekiciliğe karşılık geldiğinin bir başka kanıtı da, takma adın fiziksel çekicilikte olduğu gibi filtre etkisi yapmasıdır. “Filtre etkisi” hem seçici algıya karşılık gelmesi, hem de fiziksel olarak (ya da takma adıyla) beğenilmeyen kişilere ilişki için şans tanınmaması açısından önemlidir. Takma ad ilişki sıfır aşamada iken önemlidir ve ilişkiyi başlatan en önemli güçtür. Kişi eğer takma adıyla bir diğerinin algı sınırları içine girebilmişse, ondan sonra profilini okuma, iletişim tarzına bakma yaş, cinsiyet eğitim gibi özellikleri göz önünde bulundurmaya başlar. İnternet’te ilişki başlatabilecek bir başka yol da kişinin istediği yaş, meslek, takma ad, oturulan ülke ya da şehir gibi ölçütler belirleyip bu özelliklere sahip partnerler aramaktır. Bu yöntemle beklentilerin karşılık bulma olasılığı daha yüksektir. İlk etkileşim yukarıda belirtilen seçim ölçütlerinden birine dayalı olarak ya da hiçbir seçim olmaksızın iki kişinin karşılaşmasıyla başlar. Bir kişinin herhangi bir sebeple konuşmayı seçtiği kişi ona aynı yanıt verirse ancak o zaman başlamış bir ilişkiden söz edebilir. İlişkiler genellikle küçük konuşmalarla başlar. İlk etkileşim sırasında ve sonrasında kişiler hem birbirlerini hem partnerlerini değerlendirirler. Eğer gelecekte de iletişim kurmak istiyorlarsa yeni bir etkileşim için sözleşirler ve bunu daha olanaklı kılacak elektronik posta değişimi yapabilirler.

4.4.3. İnternet’te İlişki Geliştirme Yolu: Başka Kanallar

İlişkiyi bir başka kanala taşımak İnternet ilişkilerinin gelişimine (olumlu ve olumsuz) yol açan önemli bir olgudur. Kullanıcılar İnternet iletişiminin yoksunluklarıyla mücadele etmenin bir yolu olarak ilişkiyi farklı ve çoklu ortamlara taşıma yolunu seçerler. Parks ve Floyd’a göre de çevrimiçi başlayan bir ilişki sıklıkla başka kanallara taşınır (1996).

Bilgisayar dolayımı iletişim eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan araçlarıyla, kişilere farklı iletişim ortamlarında karşılaşma olanağı sağlar. Eş zamanlı ya da eş zamansız herhangi bir iletişim ortamında karşılaşp tanışan ve yeniden karşılaşma beklentisi içinde olan kişilerin temel kaygısı gelecekte yeni bir karşılaşmayı mümkün kılmaktır. Çünkü bilgisayar dolayımı iletişim sistemleri kişilerarası ilişki kurmak için zengin ama kaygan bir bağlam sağlar ve bu özellik ilişkilerin gelişimini zorlaştırıcı bir etmendir. Herhangi bir İnternet ortamında karşılaşan iki kişi ilişkilerinin devamını sağlamak ve görüşme sıklığını arttırma için öncelikle karşılıklı elektronik posta değişimi yaparlar. Eş zamanlı olmayan bir iletişim aracı olan elektronik posta kişilere uygun oldukları zaman iletiyi alma ve kullanma olanağı sağladığından, kişilere ilişkilerini tanıştıkları ortama bağımlı olmaksızın geliştirme ve haberleşmeye olanak tanır. “Anında mesaj” uygulaması da “arkadaş listesi”ne kaydedilen kişilerin çevrimiçi durumları hakkında bilgi verebilmesi özelliğiyle aynı amaca hizmet etmektedir.

Sohbet odalarında katılımcı gözlem tekniğiyle İnternet’te ergenlerin arkadaşlık ilişkilerini inceleyen Lyann Clark’a göre kişiler sohbet sistemlerinde önce “genelde” yazışır, sonra “özel oda”da yazışmaya devam eder ve elektronik posta

değişimi bu noktada yaşanır. Clark'a göre elektronik posta ve telefon numarası değişimi İnternet'te görüşme tarih ve saati belirlemek için yapılır (1998).

Hızla gelişen teknoloji, aslında bilgisayar dolayımı ile iletişimi sadece metin değişimi olmaktan yıllar önce kurtarmıştır. Görüntülü ve sesli sohbet sistemleri aracılığıyla kişiler tanıştıktan çok kısa bir süre sonra, ilişkilerini yüz yüze ilişkiye çok yakın bir ortamda, görüntülü ve sesli sohbet aracılığıyla sürdürebilmektedirler. Sadece mesaj okuma ve yazma ile sınırlı olan iletişimi çoklu ortamlara (görsel ve işitsel) taşıma ilişkilerin gelişiminde olumlu ya da olumsuz rol oynayabilir.

İnternet iletişimde ilişkiyi “bir başka kanala” taşımanın diğer bir yolu da karşılıklı fotoğraf değişimidir. Elektronik postanın metin yanında görüntü ve grafik iletimine de olanaklı kılması, anında mesajlaşma sistemlerinin karşılıklı dosya transferine izin vermesi, paylaşılan İnternet uygulamasının kişiye sağladığı kullanıcı profili oluşturma özelliğinin fotoğraf eklemeyi desteklemesi ve kişisel web sitelerine konulan fotoğraflar gibi değişik yollarla İnternet'te fotoğraf değişimi mümkündür.

İnternet ilişkilerini başka kanallara taşıma hem iletişim sıklığını arttırmak hem de İnternet'te görüşme saati ayarlamak için telefon numarası değişimiyle de olabilir. Telefon numarası değişimi kişilerin karşılaşma olasılığını arttırmasının yanında önemli bir kişilerarası çekim unsuru olan “ses”in iletişim ortamına aktarılmış olması açısından da önemlidir.

İnternet ilişkilerini başka kanala taşımanın son aşaması yüzyüze tanışmadır. İnternet'te tanışılan andan yüzyüze tanışmaya kadar geçen süre her ilişkide, kişiler arasındaki samimiyete, yakınlık hissine, iletişim sıklığına göre değişse de ilişkiyi başka kanallara aktarmanın yaratabileceği olası durumlar şu şekilde sıralanabilir:

1. İlişkiyi başka kanallara aktarmanın temel amacı İnternet iletişiminin yoksunluklarıyla mücadele etmektir.

2. İlişkiyi başka kanala taşıma kişiden kişiye ve ilişkiden ilişkiye değişebilmekte birlikte ortak bir sıra izler. İlişki gelişiminde öncelikle elektronik posta değişimi gelir, kişiler daha sonra tekrar görüşmeye karar verirlerse İnternet ortamında yeni randevular ayarlanabilir. İlişki yeni görüşmelerde daha derinleşir ve samimileşirse, kişiler birbirlerinin fotoğrafını görmek isteyebilir, daha samimileşen ilişkiler çevrimiçi olunmayan zamanlarda da görüşmek ya da ileti alışverişi yapmak için ilişki telefon dolayımıyla devam edebilir. Tüm etkileşimlerin sonucunda kişiler ilişkilerini yüzyüze devam ettirmeye karar verirlerse kişisel olarak tanışabilirler.

3. Başka kanallara taşıma, ilişkiyi hem olumlu hem olumsuz etkileyebilir.

4. Etkileşim sıklığını artırıcı araç olarak elektronik posta değişimi ilişkinin gelişimini daha düşük etkileme kapasitesine sahipken, fotoğraf değişimi, telefon ve yüzyüze görüşme ilişkiyi yüksek derecede etkileme potansiyeline sahiptir.

5. İlişkiyi herhangi bir kanala taşımanın olumlu sonuçlanması, bir sonraki aşamaya geçişi hızlandırabilir

6. Herhangi bir kanala aktarılan ilişkinin olumlu sonuçlanması bireyleri birbirine yaklaştırabilir ve samimiyeti artırabilir.

7. Başka kanala taşıma, ilişkinin boyutunu ve niteliğini değiştirebilir.

8. Bir ileri kanala taşınan ilişki daha önceki iletişim kanalını geçersiz kılabilir. Örneğin tartışma gruplarında ya da bir sohbet sisteminde tanışan iki kişi, iletişime anında mesajlaşma aracılığıyla devam ederse sohbet kanalı iletişim kurma amaçlı kullanmayabilir. Telefon dolayımına aktarılan ilişki İnternet iletişimini gereksiz

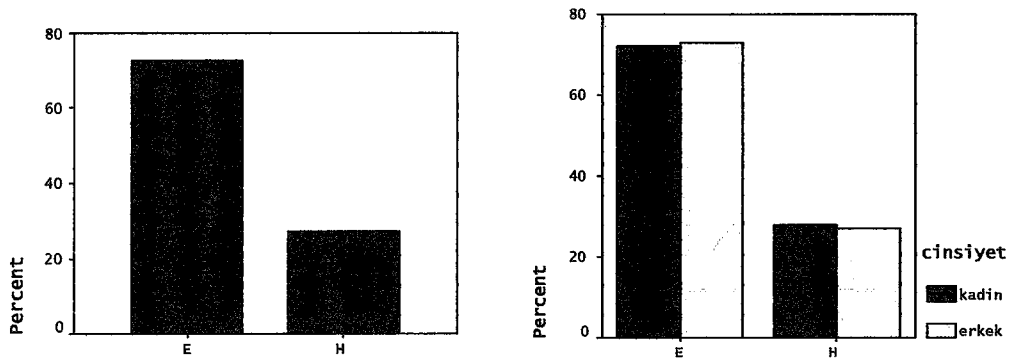
kılabilir. Yüzyüze aktarılan bir ilişki, telefon dolayısıyla ve yüzyüze devam eder ve Internet iletişim araçları işlevini yitirebilir.

9. İlişkiyi başka kanallara taşımanın olumsuz sonuçlanması, Internet'in bireysel engelleri, toplumsal hiyerarşiyi, sosyo-ekonomik farklılıkları ortadan kaldırdığı ve iletişimi demokratikleştirdiği iddiasını yanlışlamaktadır.

10. İlişkiyi başka kanallara taşıma isteği İnternet iletişimin yetersiz olduğu ve insanların iletişim kurmak için “en zengin” iletişim aracını seçeceği düşüncesini iddia eden *medya zenginliği teorisini* doğruladığı söylenebilir.

Bu çalışma İnternet ilişkilerin gelişimine etkisi açısından “ilişkiyi başka kanala taşıma” eylemini önemli bir olgu olarak görmüş ve anket formunda bu konuya üç soru ayırmıştır. Ankete katılan kişilere İnternet ilişkilerini başka kanallara taşıyıp taşımadıkları, eğer ilişkilerini başka kanallara taşımışlarsa bu kanalların ne olduğu ve başka kanallara taşımanın ilişkilerini ne şekilde değiştirdiği sorulmuştur.

İlişkilerini başka kanal taşıyıp taşımadıkları hakkında bilgi veren 121 katılımcıdan 88'i İnternet'te kurdukları ilişkileri başka kanallara taşıdığını belirtirken, 33 katılımcı bu soruya hayır yanıtını vermiştir. Bu yanıtlara bakarak kişilerin İnternet ilişkilerini başka kanallara taşıma eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir (% 77.7).



Şekil 4.12. İnternet ilişkisini başka kanallara taşıma ve cinsiyet değişkeni.

İnternet ilişkilerini başka kanala taşıma açısından kadınlar ve erkekler arasında ise önemli bir farklılık bulunamamıştır. Soruya yanıt veren 43 kadından 31'i (%72.1), 78 erkekten %57'si (%73.1) ilişkisini başka kanallara taşıdığını belirtmiştir.

İnternet ilişkisini başka kanala taşıma kadar ilişkinin taşındığı iletişim ortamı da önemlidir, çünkü yukarıda bahsedildiği gibi ilişkinin taşındığı ortam ilişkinin yönünü farklı oranlarda etkileme kapasitesine sahiptir. İlişkinin devam edip etmeyeceğinin nihai belirleyicisi ise yüzyüze iletişimidir. Bu yüzden ilişkiyi yüzyüze iletişim ortamına aktarma ilişkinin geleceğini konusunda en fazla belirleyici olma potansiyeline sahiptir.

Katılımcıların 117'si şu ana kadar kurdukları ilişkilerini en az bir kanala taşıdıklarını belirtmişlerdir. Alınan yanıtlara göre kişiler ilişkilerini %56.4'lük oranla en fazla elektronik postaya, %53 ile telefon dolayımına, %52.1 ile yüzyüze görüşmeye ve %29.1 ile fotoğraf değişimine aktarmaktadır. İnternet arkadaşlarıyla oyun oynama % 17.9 ile oldukça düşük bir orana sahiptir.

İnternet ilişkisini başka kanala aktarma yukarıda belirtildiği gibi ilişkinin geleceğini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Anket katılımcılarından 78'i ilişkilerini başka kanallara taşımalarıyla ilgili deneyimlerini aktarmış, alınan yanıtlar "hiçbir değişiklik olmadı", "kötü yönde etkiledi" ve "iyi yönde etkiledi" olmak üzere üç başlık altında toplanmıştır. Soruyu yanıtlayan 78 kişiden 58'i İnternet'te kurdukları ilişkilerini başka kanallara aktarmalarının, ilişkinin yönünü olumlu, 7 kişi olumsuz etkilediğini, 9'u ise herhangi bir değişikliğe yol açmadığını belirtirken, 4 katılımcı hem olumlu hem olumsuz deneyimlerinden bahsetmiştir.

Başka kanala taşımalarının ilişkilerini olumlu yönde etkilediğini belirten 58 kişinin 46'sı ilişkilerini yüzyüze ilişkiye kadar taşımışlardır. Kişiler başka kanallara

aktardıkları ilişkilerin artık “daha samimi”, “daha gerçekçi”, “daha yakın”, “daha sıcak”, “daha iyi” olduğunu söylemiştir.

Bir grup katılımcıysa ilişkilerini başka kanallara aktarmalarının daha kolay iletişim kurmalarına ve konuşmalarına olanak sağladığını söylemiştir. Örneğin ilişkisini elektronik posta, telefon dolayımı ve yüzyüze ilişkiye aktaran 21 numaralı 20 yaşındaki kadın katılımcı artık daha rahat iletişim kurabildiklerini, ilişkisini yine aynı kanallara aktaran 19 yaşındaki erkek katılımcı ilişkisini başka kanallara aktarmasının “daha kolay görüşme imkanı” sağladığını, ilişkisini henüz elektronik posta ve telefon dolayımıyla sürdüren 124 numaralı 15 yaşındaki katılımcıysa başka kanallara aktarmanın “daha fazla muhabbet etme şansı” sağladığını söylemiştir.

Kişiler yaşamlarında dâhil oldukları sosyal çevrelerde, farklı arkadaş ortamlarına sahip olabilir: okul arkadaşları, mahalle arkadaşları, klüp arkadaşları, iş arkadaşları gibi. “İnternet arkadaşları” da kişinin dâhil olduğu bir “sosyal çevre”de edindiği arkadaş grubudur. İlişkiyi başka kanala, özellikle yüzyüze ilişkiye taşıma, kişilerin “İnternet arkadaşlarını” başka bir sosyal çevrede sürdürmesini sağlar. Bu soruyu 2 numaralı katılımcı “aile dostum oldu”, 12 numaralı katılımcı “yeni gerçek arkadaşlar edindim”, 19 numaralı “çok yakın arkadaşlarım oldu”, 35 numaralı katılımcı “normal bir arkadaşım haline geldi”, 42 numaralı katılımcı “birkaç iyi arkadaşım daha oldu” 62 numaralı katılımcı “kalıcı arkadaşlıklar kurduk”, 72 numaralı katılımcı “daha iyi arkadaşlarım oldu”, 87 numaralı katılımcı “olumlu ve güzel bir dostluk kazandım”, 94 numaralı katılımcı “gerçek bir dost, bir abi kazandım” 122 numaralı katılımcı “yeni arkadaşlıklar kurmama yardımcı oldu” şeklinde yanıtlamıştır. İnternet ilişkisinin, yüzyüze ilişki haline gelmesi, ayrıca birlikte yapılan etkinlik türlerini de arttırmaktadır. Örneğin 113 numaralı katılımcı

yüzyüze tanışma sonucu daha samimi bir arkadaşlıkları olduğunu birlikte sinemaya ve halı saha maça gitme imkânına sahip olduklarını anlatırken, 56 numaralı katılımcı İnternet arkadaşıyla yüzyüze görüşüp dertleşebilen insanlar olduklarını 26 numaralı katılımcı “artık dışarıda da görüşebildiklerini” söylemiştir.

İlişkiyi başka kanallara taşıma, birlikte geçirilen zamanı hem tarafların çevrimiçi olduğu zamanla, hem de yalnızca İnternet araçlarıyla iletişim kurmayla sınırlı olmaktan kurtarır. Telefon dolayımı ya da yüzyüze görüşme kişilerin birlikte daha fazla zaman geçirmesini ve çevrimiçi kurulan ilişkinin daha samimileşmesini sağlar. Örneğin 64 numaralı kadın katılımcı İnternet arkadaşının sesini duymanın bile taşıma örneği olduğunu, ilişkisini başka kanala aktarmanın arkadaşını daha fazla tanımasına yardımcı olduğunu, 7 numaralı 26 yaşındaki katılımcı ilişkilerini yüz yüze iletişime aktardıktan sonra artık daha yakın hissettiklerini, 42 numaralı katılımcı yüzyüze tanıştığı İnternet arkadaşıyla birçok sırrını paylaştığını, 79 numaralı katılımcı samimiyet derecesini arttırdığını, 91 numaralı katılımcı daha fazla paylaşımaya yol açtığını, 119 numaralı katılımcı her şeyi onunla paylaşmaya başladığını, 135 numaralı katılımcı arkadaşıyla daha fazla yakınlaştıklarını belirtmiştir.

İnternet arkadaşıyla yüzyüze tanışma kimi zaman ilişkinin boyutunu da değiştirebilmektedir. Örneğin 6 numaralı 28 yaşındaki erkek katılımcı ve 19 numaralı 34 yaşındaki kadın katılımcı İnternet arkadaşlarıyla beraberlik yaşadıklarını, 90 erkek numaralı katılımcı duygusal ilişkiye dönüştüğünü, 83 numaralı erkek katılımcı ise İnternet arkadaşıyla evlendiğini söylemiştir.

Anket katılımcılarından 7’si İnternet ilişkisini başka kanallara taşımasının olumsuz sonuçlandığını belirtmiş, 4 katılımcı da hem olumlu hem olumsuzlukla

sonuçlanan ilişkilerinden bahsetmiştir. 13 numaralı katılımcı yüzyüze tanıştıktan sonra hayal kırıkları yaşadığını, 14 numaralı katılımcı yüzyüze tanıştıktan sonra İnternet arkadaşının bir daha kendisini aramadığını, 30 numaralı katılımcı İnternet arkadaşlarıyla yüzyüze tanıştığında genelde beklediği gibi olmadığını ve ilişkilerinin bittiğini, 81 ve 95 numaralı katılımcılar ise ilişkilerini başka kanallara taşımalarının “çok kötü” sonuçlandığını aktarmışlardır. Yukarıda bahsedildiği üzere ilişkinin aktarıldığı her ortamın, ilişkinin geleceğini etkileme kapasitesi farklıdır. Örneğin 118 numaralı katılımcı ilişkisini elektronik posta ve telefon dolayısıyla sürdürmesinin olumlu sonuçlandığını ama yüzyüze tanışmanın ilişkisini bitirdiğini söylemiştir.

Kimi durumlarda ilişkin başka bir kanal aktarılması ilişkide önemli bir değişiklik yapmayabilir. Başka bir kanala aktarımın ilişkiyi değiştirmemesinde kanalın ilişkiyi değiştirme kapasitesi etkilidir. Örneğin ilişkisini sadece elektronik posta yoluyla sürdüren 29 numaralı katılımcı aktarımın herhangi bir değişikliğe yol açmadığını ve aralarında hâlâ mesafe olduğunu söylemiştir, 25 numaralı 41 yaşındaki katılımcı da fiziksel olarak tanışmalarına rağmen farklı şehirlerde yaşadıklarından dolayı ilişkilerinin İnternet arkadaşlığı olarak sürmek zorunda kaldığını söylemiştir.

İnternet ilişkilerinin gelişimini yüzyüze ilişkilerden ayıran en önemli fark, İnternet’te ilişki gelişiminin alışılmış sırayı tersine çevirmesidir. Gerçek yaşamda kişiler birbiriyle önce yüzyüze tanışır sonra birbirini tanırlar. İnternet ilişkilerinde ise zaten tanımış oldukları kişilerle tanışmaya karar verirler. Ayrıca gerçek yaşamda insanlar tanıştıkları kişilerle daha sonra telefon ya da elektronik posta dolayısıyla iletişim kurarken, bilgisayar ve telefon dolayısıyla iletişim İnternet ilişkilerinin daha erken aşamalarında gerçekleşir.

4.5. İnternet İlişkileri Neden Biter?

İnsan ilişkileri zaman içinde Fisher ve Adams'ın da belirttiği gibi tıpkı yaşayan organizmalara benzer biçimde şekillenir: değişir, kurulur ve bozulur (1994: 3). İnternet ortamında kurulan ilişkiler gelişimsel bir çizgi izler. Kişiler herhangi bir bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamında karşılaşır, bu karşılaşma tanışmayla sonuçlanırsa ilişki başlamış olur. Bundan sonra ilişki ya İnternet ortamında ya da gerçek yaşamda yüz yüze ilişki olarak devam eder. Devam eden bir ilişki İnternet sınırları içinde (başka herhangi bir kanala aktarılmadan), yüz yüze iletişim ortamına aktarıldıktan sonra ya da bu ortama aktarılması sebebiyle bitebilir.

İnternet ilişkilerini bitiren sebepleri İnternet'in doğasına özgü sebepler ve geleneksel sebepler olmak üzere ikiye ayırarak inceleyebiliriz:

4.5.1. İnternet Ortamına Özgü Sebepler

Bir iletişim ortamı olarak İnternet ve onun doğasından kaynaklanan sebepleri şu şekilde sıralayabiliriz: İnternet'in yarattığı anonimlik ve özgürlük duygusu; İnternet iletişiminin kısıtlı kodlarla gerçekleşmesi dolayısıyla güven duygusunun daha az olması ve ilişkiye daha az değer verilmesi; İnternet'te güçlü bir sosyal yaptırımın bulunmaması sonucu İnternet'te kişilerin gerçek yaşamda olduğundan daha özgür davranması ve İnternet ilişkilerini bitirmenin daha kolay olarak algılanması. İnternet ilişkilerinin başka herhangi bir kanala taşınması da ilişkinin geleceğini olumu ya da olumsuz etkileyen ve ilişkiyi bitirebilen bir diğer sebeptir.

Bazı bilgisayar dolayımı ile iletişim uygulamaları (ICQ, IRC, Messenger gibi) kişilere listesindeki kullanıcıları engelleme (*ignore*) olanağı vermekte, böylece

engelleyen kişi çevrimiçi olduğunda karşı taraf haberdar olamamaktadır. Bu şekilde engelleme uygulaması ile ilişki bitirme yöntemi İnternet ilişkilerinde en sık kullanılan ve sadece İnternet iletişimine özgü bir ilişki bitirme yöntemidir. İlişkiyi kolayca bitirebilecek olmanın verdiği rahatlık İnternet’te bireylerin gerçekleştirdikleri davranış pratiklerinde daha özgür davranmalarına yol açmaktadır.

İnternet ilişkilerini bitiren edimleri aşağıdaki şekilde maddeleyebiliriz:

4.5.1.1. Parlama (Flaming)

İnternet iletişiminin sağladığı anonimlik hissi ve sosyal yaptırım yokluğu kişilerin İnternet’te kurdukları ilişkilerde ve İnternet iletişimi sırasında kendilerini daha özgür hissetmelerine, gerçek yaşamda söyleyemeyecekleri sözleri ve yapamayacakları davranışları ortaya çıkarmalarına neden olmaktadır. 107 numaralı kadın katılımcı İnternet ilişkileri ile ilgili deneyimlerini şöyle aktarmaktadır:

“Bi sorunun olduğunda bazen daha rahat sanal ortamda konuşabiliyosun! Weya sinirli, stresli olduğunda karşı tarafa kızarak yüklenerek çıkışabiliyosun biraz daha rahatsın, kıracağını düşünmüyorsun, çünkü gerçekten çok tanımıyorsun, umurunda olmuyor...”

“İnternet ilişkilerini nasıl ve neden bitirdikleri” ile ilgili deneyimlerini anlatan 101 anket katılımcısının 33’ü “küfürlü terbiyesiz konuşma”, “saygısız cümleler”, “kötü niyet, kavga”, “argo ya da mahrem bir tepki”, “saygısızlık, hakaret, dalga geçme”, “argo konuşma ve kırıncı sözler”, “cinsel içerikli konuşmalar”, “uygunsuz diyalog” gibi parlama olarak yorumlanabilecek davranışların ilişkilerini

bitirdiğini söylemiştir. İnternet ilişkilerini bitiren bir davranış olarak parlama, tüm yanıtlar içinde en yüksek yüzdeye sahiptir (Şekil 4.13.).

4.6.1.2. Bağlamla İlgili Sorunlar

İnternet kişilerin karşılaşmasını, belirli süreler aynı “mekân”da bulunmasını ve aynı “mekân”da bulundukları sürece ilişkinin devam etmesini sağlayan bir bağlam yaratır. Kullanıcılar aynı haber grubuna yazmaya, aynı sohbet kanalına girmeye devam ettiği sürece kişileri bir arada tutan bağlam devam eder. Anında mesajlaşma sistemleri de kullanıcılara, birbirleriyle karşılaşma olanağını arttıran özel bir bağlam sağlar. Kişiye özel bir kullanıcı hesabıyla çalışan ve kişiye özel bir iletişim aracı sağlayan bu sistemde kullanıcı aynı kişileri listesinde bulundurduğu sürece onları bir arada tutan bağlam devam eder. Anında mesajlaşma sistemlerinin sağladığı bu ayrıcalık, kullanıcılarda başka bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında tanışmaları halinde, onları aynı bağlamda tutma ihtimali daha yüksek olan anında mesajlaşma sistemleriyle iletişimi sürdürme eğilimini ortaya çıkarmıştır.

İnternet bilinen anlamdaki fiziksel mekânların yarattığı bağlama göre daha kaygan ve daha soyut bir bağlam yarattığından taraflardan birinin her gün ileti yazdığı haber grubundan ayrılması, sohbet kanalına girmemesi ve temelde artık İnternet’e bağlanmaması kişileri bir arada tutan bağlamı ortadan kaldırır. Bağlantıda gerçekleşen kısa süreli kesintiler bile yeni başlamış bir ilişkinin bitmesi için yeterli bir sebeptir. Bu durumda eğer ilişki İnternet dışında sürdürülecek başka bir kanala taşınmamışsa tarafların yeniden karşılaşması ve iletişim kurabilmesi zordur.

Katılımcıların 20’si İnternet’in sağladığı soyut bağlamı İnternet ilişkilerinin bitmesine sebep olarak göstermişlerdir. Örneğin 7 numaralı katılımcı “sadece

İnternet'ten yazıyıyorsanız bağlanamadığınız sürece biter" derken, İnternet ilişkilerini "genelde anlık muhabbetler" olarak tanımlayan 108 numaralı katılımcı ise "o gün netten çıkması gerektiğinde" bile ilişkisinin bitebileceğini söylemiştir.

Bilgisayar dolayımıli iletişim sistemlerinden bazılarının sağladığı eş zamanlılık, başka bir deyişle sistemin eş zamanlı olmayan iletişime olanak vermemesi İnternet ilişkilerini bitirebilen bir sebep olabilmektedir. Eş zamanlı iletişime olanak veren sohbet ve anında mesajlaşma, iletişim kurabilmek için aynı anda aynı kanalda olmayı zorunlu kılar. Bu sebeple eğer elektronik posta, telefon ya da yüz yüze görüşme gibi başka kanala taşınmayan ilişki 103 numaralı katılımcının belirttiği gibi "aynı zamanda İnternet'te bulunmama" sebebiyle de bitebilir.

4.5.1.3. İlişkinin Başka Kanallara Taşınmasının Olumsuz Sonuçlanması

İnternet ilişkilerinin başka bir boyuta/ortama taşınmaması ilişkiyi bitirebilen bir sebep olurken, bunun olumsuzlukla sonuçlanması da ilişkiyi bitirebilmektedir. Başlangıçta yalnızca metin aracılığıyla gerçekleşen ilişkinin herhangi bir kanal taşınması, ilişkinin bitmesine sebep olabilir.

Katılımcıların 6'sı ilişkilerinin bitme sebebi olarak ilişkiyi başka kanallara taşınmanın olumsuz sonuçlanmasını göstermiştir. Örneğin 30 numaralı katılımcı İnternet'te aşık olduğu kişilerle tanıştığında hayal kırıklıkları yaşadığını belirtmiştir. 37 numaralı kadın katılımcı ise "kişinin İnternet'te çizdiği imajla yüz yüze tanışıldığında edindiği izlenimle örtüşmediğinde" ilişkinin biteceğini belirtmiştir.

Başka kanallara aktarılan ilişkinin bitmesi, bir bakıma İnternet ilişkilerinin gerçek yaşamda var olan statü ve hiyerarşi farklılıklarını ortadan kaldırıp iletişimi eşitlediği savını yanlışlamaktadır (Kiesler, Siegel, McGuire, 1984). Kişiler gerçek

yaşamda ilişkilerindeki beğeni ölçütlerini İnternet ortamına taşımakta, İnternet’te de gerçek yaşamda ilişki kurabileceği kişilerle (ya da gerçek yaşamda ilişki kurma olasılığı olan kişilerle) arkadaşlık yapmaktadır. Örneğin 13 ve 14 numaralı katılımcılar fotoğraf değişiminden sonra biten ilişkileri olduğunu söylemiştir.

117 numaralı katılımcının aktardığı deneyimleri de bu savı doğrulamaktadır:

“Gerçek yaşamda tanıştığım insanlarda güzel bir ses benim için çok olumlu bir ilk izlenimdir. Bu yüzden İnternet’te yakın bir arkadaşım olduğunda ona telefon numaramı verirken kaygı duyarım. Çünkü biliyorum ki eğer sesini beğenmezsem ne kadar samimi olsak da asla bir daha onunla konuşmam. Tabii ki güzel bir ses de ilişkiye devam etmeme ve daha çok hoşlanmama sebep olabiliyor. Bunun gibi İnternet ilişkilerimi başka kanalar aktardığımda sesini ve fotoğrafını beğenmediğim için bir daha konuşmadıklarım olduğu gibi, beğenmem sebebiyle ilişkiye devam ettiklerim de oldu.”

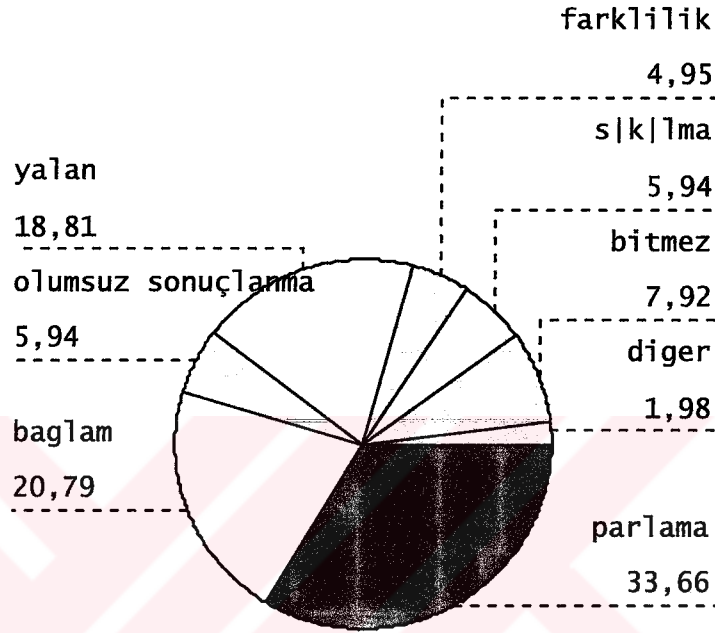
4.5.1.4. İlişkiyi Başka Kanallara Taşımanın Olumlu Sonuçlanması

İlişkiyi başka bir kanala taşımanın olumlu sonuçlanması da “İnternet ilişkisi”ni bitirebilmektedir. Taraflar yüz yüze tanışıp ve ilişkilerini yüz yüze devam ettirmeye karar verdiklerinde, İnternet tarafları bir arada tutan işlevsel bir bağlam olmaktan çıkar ve ilişki İnternet dolayımı olmaksızın geleneksel iletişim kanallarıyla devam eder. Böylece ilişki “İnternet arkadaşlığı” boyutunda bitmiş olur.

4.5.2. Geleneksel Sebepler

Yüzyüze ilişkileri bitiren sebepler İnternet’te kurulan ilişkilerin de sonlanması neden olabilir. İnternet ilişkilerinin bitme sebeplerini anlatan katılımcıların önemli bir bölümü (%18.8) partnerin yalan söylemesini İnternet

ilişkilerini bitiren bir sebep göstermişlerdir. Bunun yanında ilgisizlik, anlaşılamama, farklılık ve sıkılma gibi sebepler İnternet ilişkilerine özgü olmayan ve her tür ilişkiyi bitiren sebepler olarak yorumlanabilir.



Şekil 4.13. İnternet ilişkilerini bitiren sebepler.

İnternet ilişkilerin bitmesi kısmen kendine özgüdür, çünkü kişilerin gerçek yaşamda ilişkilerini partnerlerinin fotoğrafını ya da sesini beğenmedikleri için bitirmeleri karşılaşılan bir durum değildir. Aynı zamanda ilişkileri bitiren bir sebep olarak “yalan”ın yüksek bir oranda ilişkileri bitirmeye sebep olması İnternet ilişkilerindeki etik kuralların, gerçek yaşamdakilere benzer olduğunu gösterir.

Katılımcıların aktardıkları deneyimler aynı zamanda kişilerin İnternet ilişkilerine verdikleri değer hakkında ipuçları da verebilmektedir. Katılımcılar %7,9'luk bir oranla İnternet'te kurdukları arkadaşlıkların şu ana kadar bitmediğini ve bitirmeyi de düşünmediklerini söylerken örneğin 3 numaralı katılımcı İnternet ilişkisinin en küçük bir tartışmada bile bitebileceğini, çünkü sanal ortamda

sorumluluk hissinin az olduğunu belirtmiştir. Kuşkusuz % 33.7 gibi bir oranla parlamenin İnternet ilişkilerini bitiren sebep olması kişilerin İnternet ilişkilerindeki davranış pratikleri hakkında bilgi verici olduğu düşünülmektedir.



SONUÇ

Kişilerarası ilişki süreçlerinin bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamında hem ortamın kendi özellikleri hem sosyal psikoloji kuramları açısından nasıl dönüştüğünü incelemeyi amaçlayan bu ampirik çalışmada, alan araştırmasında elde edilen verilerin de ışığında bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında kurulan ilişkilerin temel özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Tez çalışması, temelde, başlangıç aşamasından gelişmesine, ilerlemesine, değişmesine ve sonlanmasına kadar, İnternet ortamında kurulan ilişkilerin nasıl “gerçekleşebildiği” ile ilgilenmiştir. Böyle bir gelişim çizgisi kurgulanırken gerçek yaşamdaki yüzyüze ilişkiler için geçerli olan sosyal psikoloji kuramlarından yararlanılmıştır.

Sosyal psikolojinin temel ilgi alanlarından biri de kişilerarası ilişkilerdir. Bu bağlamda kişileri bir arada tutan şeyin ne olduğu, kişilerin bir ilişkiyi nasıl sürdürdüğü, hangi etmenlerin kişiler arasında çekim unsuru olduğu sosyal psikolojinin yanıt aradığı sorulardan bazılarıdır. Bu tez çalışmasının ikinci bölümü kişilerarası çekicilik, sosyal biliş, kendini açma gibi ilişkilerin başlangıcında ve gelişiminde temel belirleyici oldukları söylenen kuramlara ve ilişkilerin gelişimi ve çözülmesi ile ilgili üç önemli yaklaşıma ayrılmıştır.

Daha önce belirtildiği gibi yukarıda adı geçen sosyal psikoloji kuramları, bilgisayar dolayımı ile iletişimin özellikleri de göz önünde tutularak İnternet ortamında kurulan ilişkilere uygulanmıştır. Bilgisayar dolayımı ile iletişimle ilgili çıkarımlar yapılırken anket formlarından elde edilen katılımcıların kişisel deneyimleri en önemli yardımcı kaynak olmuştur.

Bu tez çalışmasında “İnternet ilişkisi” ile bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında birbirini gerçek yaşamda tanımayan kişilerin ilişkileri ile, böyle bir ortamda başlayan ve yüzyüze ilişkiye aktarılan ilişkiler kastedilmektedir.

Sonuç bölümünde bilgisayar dolayımı ile kurulan ilişkilerin temel özellikleri ve böyle bir ortamda kişilerarası ilişkilerin nasıl mümkün olabildiğine ilişkin tartışmalara yer verilmiştir.

İnternet arkadaşlığı başta okuryazarlık olmak üzere kişinin, bilgisayar okuryazarlığı ile de sınırlıdır. İnternet’te arkadaş edinme belli bir kültürel birikim gerektirir. Her şeyden önce kişi okuma-yazma yeteneğine sahip olmalıdır. Ayrıca birinin İnternet aracılığı ile kişilerarası ilişki kurabilmesi için teknolojik ayalara yatkın olması, bilgisayar yazılım ve donanım araçlarını kullanılabilmesi de gerekmektedir. Bu durumda İnternet arkadaş edinme İnternet’e erişebilirlikle ve onun kullanım bilgisiyle sınırlıdır. Okuma yazma bilmeyen birinin ya da bilgisayar kullanmayı bilmeyen birinin gerçek yaşamda arkadaş bulma olanağı varken, İnternet arkadaş edinme olasılığı yoktur.

İnternet aracılığıyla kurulacak bir ilişkinin en basit düzeyde “İnternet’e girmeyi” zorunlu kılması, yüzyüze ilişkinin “kendiliğinden”liğine karşın bilgisayar dolayımı ile iletişimin “tercihe bağıllığı”nı da ortaya koymaktadır. Gerçek yaşamda kişi herhangi bir girişimde bulunmasa da başkalarıyla ilişki kurar. Örneğin her birey genellikle bir aile ortamına doğar, bir anne ve babası, kimi zaman kardeşleri ve akrabaları vardır, ilerleyen yıllarda okul arkadaşları, oyun arkadaşları vs. edinir. Oysa kişi yaşamının doğal akışı içerisinde İnternet arkadaş edinemez. Böyle bir ilişki kişisel tercihe ve özel bir çabaya bağılıdır.

Bilgisayar dolayımı ile kişilerarası ilişki kurma düşüncesine olumlu ya da olumsuz yaklaşma büyük ölçüde kişilerin ortamla ilgili deneyimleri, bu ortamlarda harcadıkları zaman, ortamı kullanım sıklıkları, bilgisayar dolayımı ile iletişimi hangi etkinlikler amacıyla kullandıkları, kullanıcının yaş grubu tarafından belirlenmektedir. Tüm bunlar göz önüne alındığında, bu çalışmanın iddiasına göre, bilgisayar dolayımı ile iletişim aracılığıyla kişilerarası ilişki kurulup kurulamayacağı, bu ilişkinin samimi ya da sıradan bir ilişki olup olmayacağına dair kesin bir kanıya varmak mümkün değildir. Bu kararı kişilerin bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında yaşadığı deneyimler belirlemektedir. Bunun doğal sonucu olarak kimi kullanıcılar İnternet ilişkilerini “*Daha az samimi kolay yalan söyleyebilen ilişkiler*”¹ olarak değerlendirirken kimileri “*İnternet’te daha rahat olduğum için dürüst ve açık olabiliyorum*”² diyebilmektedir. Kimi İnternet kullanıcısına göre İnternet aracılığıyla ilişki kurmak “*ilkeleri dışında*”dır, kiminin İnternet’te samimi ve uzun süreli dostlukları vardır³.

Bilgisayar dolayımı ile iletişim gelişen teknolojiyle birlikte kullanıcılarına yeni olanaklar sunsa da en başından beri metin temellidir. Kişiler arasındaki iletişim temelde kişilerin birbirlerine yazdıkları metinler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bilgisayar dolayımı ile iletişimle ilgili eleştiriler de bu noktada başlamaktadır. Sadece metin değişimi aracılığıyla gerçekleşen bir iletişim sosyal mevcudiyetten yoksundur, görsel göndergeleri ve sosyal bağlam göndergelerini içermediğinden de bu tarz bir iletişim sağlıklı değildir. Oysa bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarının kullanıcıları bu eksikleri gidermek için, bir anlamda İnternet iletişimini yüzyüze iletişime yakın kılmak için zaman içinde değişik yollar keşfetmişlerdir. Örneğin duygu imleri

¹ 96 numaralı katılımcı göre İnternet ilişkilerini gerçek yaşamdakilerle karşılaştırırken kullandığı ifade.

² 90 numaralı katılımcı İnternet ilişkilerine ilişkin yorumunu bu şekilde dile getirmiştir.

³ İlk ifade 141, ikincisi 1 numaralı katılımcıya aittir.

(*emoticons*) bunlardan biridir, kişiler metni kullanarak tüm duyguları, üst dilsel kodları iletme yolları geliştirmişlerdir. Hatta bazı bilgisayar dolayımıli iletişim ortamları karşıdaki kişinin o anda ileti yazdığını gösteren ve yüzyüze ilişkilerde “konuşma sırası”na (*turn-taking*) karşılık gelen uygulamaları da desteklemektedir. Kısacası yüzyüze iletişimle karşılaştırıldığında bilgisayar dolayımıli iletişimde görülen tüm eksikler gün geçtikçe kapanmaktadır. Bu amaçla ortamın kullanıcıları tarafından geliştirilen stratejiler kullanılarak gerçekleştirilen iletişim bir tür “oyun” işlevi görmekte ve bu iletişim türünün “büyü”sünü oluşturmaktadır.

Bilgisayar dolayımıli iletişimin özelliklerinden biri kullanıcıların anonimliğine olanak sağlamasıdır. Kişiler İnternet aracılığıyla iletişim kurarken birbirlerini görememektedirler. Bu anonimlik hissi kullanıcılara aynı anda hem daha rahat iletişim kurma hem de ilişki kurulan kişiye güven duyamamaya yol açmasının yanında kişilerin kendilerine sanal bir kimlik kurgulamasına da izin verir. Sanal kimlik oluşturmaının en basit yolu bir takma ad kullanmaktır. Kişiler ayrıca “kullanıcı profili” aracılığıyla kendilerine kurgusal bir sanal özgeçmiş hazırlayabilir, görüntüsünü “avatar” kullanarak baştan yaratabilir ya da kişisel bir web sayfası oluşturarak kendini istediğı şekilde ifade edebilir.

Sanal kimlik kurgusu kişilerin İnternet ilişkilerine kültürel arka planlarını, kişisel önyargılarını taşıdıklarının göstergesi olması açısından da önemlidir. Kişiler sanal kimliğin herhangi bir bileşeninden çıkardıkları bilgiyle o kişiyle konuşmaya karar vermektedir. Bu çıkarımı yaparken de gerçek yaşamda edindiğı deneyimleri kullanmaktadır.

Sosyal psikoloji kuramları ele alındığında ise kuramların kiminde tamamen kendine özgürlük göze çarparken, kiminde yüzyüze ilişkilerde geçerli olan ilkelerin

bilgisayar dolayımıli iletişim ortamına uyarlanmış şekliyle geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal psikoloji kuramları dahilinde ilk olarak, bir kişilerarası çekicilik etmeni olan fiziksel çekicilik ele alınmıştır. İnternet’te yüzyüze ilişkilerde karşımıza çıkan anlamıyla fiziksel çekicilik yoktur. Çünkü kişiler İnternet’te görüntüleriyle değil yazdıklarıyla görünür olabilmektedir. İnternet ilişkilerinde ilk görülebilen kimlik bileşenlerinden “takma ad” bir bakıma İnternet’te fiziksel çekicilik görevi görmektedir.

Bir kişilerarası çekim etmeni olan fiziksel yakınlık kuramı kişiler arasındaki samimi ilişkileri, kişilerin birbirlerine ne kadar yakın olduklarının belirlediğini söyler. Oysaki İnternet aracılığıyla ilişki kuranlar birbirleriyle hiçbir zaman aynı fiziksel ortamı paylaşmamaktadır. Bu alışmada İnternet’in kendine özgü bir mekan kavramı olduğu ve İnternet’te kişilerarası yakınlığın da bu kavramdan etkilendiği sonucuna varılmıştır. İnternet’te yakınlık kullanıcıların “evrimii olma”, “aynı anda aynı bilgisayar dolayımıli iletişim ortamında bulunma”, “katılımcı olma” gibi etmenler tarafından belirlendiği düşünölmektedir.

Bir kişilerarası çekim unsuru olan benzerliğin kişiler arasında yakın ilişkilere yol açacağı birçok farklı disipline ait kuramsal yaklaşım tarafından desteklenmektedir. Fiziksel çekicilik ve yakınlıktan farklı olarak benzerlikle ilgili kuramsal açıklama İnternet aracılığıyla kurulan ilişkiler için de geçerlidir. Kişiler İnternet ilişkilerinde gerçek yaşamdaki ilişkileri gibi kendilerine benzer olan kişilerle ilişki kurma eğilimini göstermektedir. Doğası gereği İnternet de kişilere benzerlerini bulma konusunda gerçek yaşamda olduğundan daha fazla olanaklar sunmaktadır.

İnternet ilişkilerinde izlenim oluşturma pratiği konusunda da kısmen yüzyüze ilişkilerde elde edilen deneyimlerden yararlanma kısmen de özgünlükten söz edilebilir. Gerçek yaşamdaki ilişkilerde kişiler, karşılaştıkları insanlarda nasıl ulaşılabilir olan her ipucunu izlenim oluşturma aracı olarak kullanıyorlarsa İnternet ilişkilerinde de benzer bir edim geçerlidir. İnternet ilişkilerinde ulaşılabilir olan her ipucu partner hakkında izlenim oluşturmak için kullanılmaktadır. Yalnız İnternet iletişiminin özgünlüğü bu bilginin büyük oranda metinden sağlanmasıdır. Örneğin elektronik posta adresleri, takma adlar kişilerin yazdıkları aracılığıyla elde edilen “tipografik bilgi” izlenim oluşturma araçları olarak kullanılmaktadır. Ayrıca kişiler izlenim oluştururken İnternet kullanımı sonucu edindikleri deneyimleri de kullanırlar. Yavaş yazmanın, kısaltmalarla yazmanın olumsuz izlenime yol açması gibi.

Sidney Jourard tarafından ortaya atılan ve kişilerin kendi yaşamları ile ilgili özel bilgileri bir başkasına aktarması olarak özetlenebilecek kendini açma davranışı kişilerarası ilişkilerin gelişiminde merkezi bir role sahiptir. Bu tez çalışmasında bir bağlam olarak değerlendirilen İnternet’in kendini açma davranışına etkisi incelenmiş, kimi katılımcının ortamın anonimliğinden dolayı kendini daha fazla açtığı kiminin ise anonimliğin yarattığı güven eksikliği sebebiyle kendini açma davranışının düşük seviyede gerçekleştiği sonucuna varılmıştır.

Bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarında kurulan ilişkiler son olarak gelişim özellikleri açısından incelenmiştir. Gerçek yaşamdaki ilişkilerle karşılaştırıldığında İnternet ilişkilerinin gelişimi açısından ciddi farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıklardan biri İnternet ilişkilerinin ve yüzyüze ilişkinin gelişim çizgisi açısından ters bir sıra izlemesidir. Gerçek yaşamda kişiler birbirleriyle önce yüzyüze tanışıp

daha sonra ilişkisini telefon ya da İnternet dolayımına aktarmasına rağmen, bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarında kurulan ilişkilerde yüzyüze tanışma ilişki gelişiminin son aşamasında gerçekleşmektedir. Kişiler zaten tanımış oldukları kişilerle tanışmaya karar vermektedir.

Başka kanallara aktarma, İnternet ilişkilerinin gelişimi ile ilgili özgünlüğü de ortaya koymaktadır. Çünkü İnternet ilişkilerinin başka kanallara aktarılması, ilişkinin olumlu ya da olumsuz yönde gelişimini sağlayan, kimi zaman bitmesine dahi sebep olabilen bir edimdir. İlişkilerde olumlu ya da olumsuz yönde ortaya çıkan gelişim iletişim ortamına katılan ses, görüntü, fotoğraf gibi unsurların etkisinden kaynaklanmaktadır. Partnerin fotoğrafını görme, sesini duyma ya da onunla yüzyüze tanıştıktan sonra ilişkinin bitmesi, İnternet ilişkilerinin yüzyüze ilişkilerden farklılığını ortaya koymaktadır. Çünkü gerçek yaşamda partnerin fotoğrafını görmenin ilişkiyi bitirmesi çok mümkün gözükmemektedir. İnternet ilişkilerini ses (telefon dolayımı) ya da görüntü (fotoğraf değişimi ya da yüzyüze görüşme) ortamına aktarma sonucu ilişkinin bitmesi İnternet'in kişisel önyargıları kaldırdığı, ortamın sağladığı anonimlik hissinin gerçek yaşamda birtakım engellerden dolayı sağlıklı ilişkiler kurma ve geliştirme konusunda başarısız olan kişiler için İnternet ortamının bir şans olduğu ve İnternet iletişiminin kişisel önyargıları ortadan kaldırdığı görüşü yanlışlanmaktadır.

Bu çalışma bilgisayar dolayımlı iletişimi henüz tanımakta olduğumuz yeni bir iletişim şekli ve bu ortamlarda kurulan ilişkileri de, yüzyüze iletişimden farklı özellikleri olan yeni bir kişilerarası ilişki türü olarak kabul etmektedir. Bilgisayar dolayımlı iletişim bir ilişkiyi kurmak, geliştirmek, sürdürmek ve hatta bitirmek için gereken tüm ihtiyaçlara yanıt verecek zengin bir iletişim ortamı sunar. Ortamda bir

ilişkinin kurulması ve sürdürülmesi için var olduğu iddia edilen eksiklikleri gidermek için onun kullanıcıları tarafından her gün yeni stratejiler geliştirilmektedir.

Teknolojiyi herhangi bir açıdan konu alan çalışmaların karşılaşacağı en önemli sorun teknolojinin hızla gelişmekte olduğu, dolayısıyla, onun hakkında yazılanların her an yanlışlanma olasılığıyla karşı karşıya olduğu gerçeğidir. Bu tez çalışmasında da bilgisayar dolayımı iletişim ile ilgili yapılan her belirleme çok yakın bir gelecekte eksik ya da yanlış olabilir. Sonuç olarak bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kurulan ilişkiler de bu değişiklikler ışığında gelecekte bugünkünden farklı özelliklere sahip olabilecektir. Bu sebeple gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalar çok farklı verilere ulaşabilecektir.

Bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kurulan ilişkilerle ilgili bu çalışma sohbet sistemleri, anında mesajlaşma, haber grupları gibi tüm bilgisayar dolayımı iletişim sistemleri aracılığıyla kurulan ilişkileri konu almıştır. Gelecekteki çalışmalar her ortamın özellikleri dolayısıyla her ortamda kurulan ilişkilerin özellikleri farklı olduğundan yalnızca sohbet sistemlerinde ya da yalnız haber gruplarında kurulan arkadaşlık ilişkilerini konu alabilir. Aynı zamanda gelecekteki çalışmalar daha kapsamlı verilere ulaşmak açısından herhangi bir sosyal psikoloji kuramının bilgisayar dolayımı ilişkilerde nasıl dönüştüğünü inceleyebilir. Böylece örneğin “İnternet ilişkilerinde izlenim oluşturma süreçleri” ile ya da “İnternet’te kendini açma edimi” ile ilgili daha ayrıntılı bilgilere ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Celalettin (2005). "Interpersonal Communication through the Internet." **Selçuk İletişim Dergisi** 3 (4): 63-67.
- Altman, Irwin ve Taylor, A., Dalmás (1973). **Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationship**. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Baker, Barbara ve Benton, L., Carol (1994). "The Ethics of Feminist Self-Disclosure." **Interpretive Approaches to Interpersonal Communication**. Carter Kathryn ve Presnell Mick (der.) içinde. Albany: State University of New York Press. 219 – 245.
- Baltaş, Z. Baltaş, A. (1996). **Beden Dili**. İstanbul: Remzi.
- Bargh, John, A., McKenna, Katelyn, J., A. ve Fitzsimons, M., Grainne (2002). "Can You See the Real me? Activation and Expression 'True Self' on the Internet." **Journal of Social Issues** 58 (1): 33-48.
- Baym, K., Nancy (1995). "The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication." **Journal of Computer Mediated Communication** 1 (8). [10 Ağustos 2005'te erişildi.]
<<http://jcmc.mscc.huji.ac.il/vol1/issue2/baym.htm1>>.
- Baym, K., Nancy (1998). "The Emergence of Online Community." **Cybersociety 2.0: Revisiting CMC and Community**. Steven Jones (der.) içinde. New York: Thousand Oaks, Sage. 35 – 68.
- Bays, Hillary (1998). **Framing and Face in Internet Exchanges: A Socio-Cognitive Approach**. [9 Kasım 2004'te erişildi.]
<<http://www.viardinaeuv-frankfurt-o.de/~wjournal/bays.htm>>.

Bechar – Israeli, Haya (1995). “From <Bonehead> to <cLoNehEAd>: Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat.” **Journal of Computer Mediated Communication** (1) 2. [16 Haziran 2005’de erişildi.]
<<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/bechar/index.html>>.

Berkowitz Leonardo (1972). **Social Psychology**. London: Foresman and Company.

Berscheid, Ellen ve Walster, H., Elaine (1978). **Interpersonal Attraction**. New York: Addison-Wesley.

Bilgin, Nuri (2000). **Sosyal Psikolojiye Giriş**. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Bilgin Nuri (1998). “Kişilerarası Çekicilik.” **Sosyal Psikolojiye Giriş**. Nuri Bilgin (der.) içinde. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. 206-241.

Binark, Mutlu (2003). “Etnik Sohbet Odasındaki Buluşmalar ve Kimlik Oyunları.” **Kültür ve Modernite**. G. Pultar, E.O. İncirlioğlu, B. Akşit. (der.) içinde. İstanbul: Tetragon. 357-381.

Boneva, Bonko ve Kraut, Robert (2004). “Email, Gender and Personal Relationships.” **The Internet in the Everyday Life**. Barry Wellman ve Caroline Haythornhwaite (der.) içinde. London: Blackwell: 372-403.

Brewer, B., Marilyn ve Crano, D., William (1994). **Social Psychology**. New York: West.

Bruckman, Amy (1993). **Identity Workshop: Emergent Social and Psychological Phenomena in Text-Based Virtual Reality**. [18 Mart 2005’de erişildi.]
<<http://www.cc.gatech.edu/fac/Amy.Bruckman/papers/index.html>>.

Chandler, Daniel ve Dilwyn Roberts-Young (1998). **The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents.** [18 Mayıs 2005’de erişildi.]

<<http://users.aber.ac.uk/dgc/strasbourg.html>>.

Chen, Wenhong, Boase, Jeffrey, Wellman, Barry (2002). “The Global Villagers: Comparing Internet Users and Users around the World.” **The Internet in the Everyday Life.** Barry Wellman, Caroline Haythornthwaite (der.) içinde. London: Blackwell.

Chenault, G., Brittney (1998). “Developing Personal and Emotional Relationships via Computer-Mediated Communication.” **CMC Magazine** Mayıs sayısı. [8 Şubat 2005’de erişildi.]

<<http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html>>.

Clark, Lyann, Schafeld (1998). “Dating on the Net: Teens and the Rise of ‘Pure’ Relationships.” **Cybersociety 2.0: Revisiting CMC and Community.** Steven Jones, (der.) içinde. New York: Thousand Oaks, Sage. 159-183.

Cüceloğlu, Doğan (1998). **İnsan ve Davranışı.** İstanbul: Remzi.

Dağ, İhsan (2001) “Türk Psikologlar Derneği Bilişim Toplumundan Neler Bekliyor?” **Bilişim Toplumuna Giderken...** Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumunda Sunulan Bildiri. Ankara. 23-24 Mart 2001.

Danet, Brenda (1996). **'Talk To You Soon': Literacy, Letter-Writing and the Language of Electronic Mail.** [13 Mart 2005’de erişildi.]

<<http://atar.mscc.huji.ac.il/~msdanet/email.htm>>.

Danet, Brenda (1997a). **Language, Play and Performance in Computer Mediated Communication.** [5 Mayıs 2005’de erişildi.]

<<http://atar.mscc.huji.ac.il/~msdanet/report95.htm>>.

Danet, Brenda (1997b). **Flaming**. [19 Mayıs 2005’de erişildi.]

<<http://pluto.mscc.huji.ac.il/~mscmcp/pubs/flame.html>>.

Danet, Brenda (1998). “Text as a Mask: Language, Play and Performance in Computer Mediated Communication.” **Cybersociety 2.0: Revisiting CMC and Community**. Steven Jones (der.) içinde. New York: Thousand Oaks, Sage: 128 – 158.

Darlega J. Valerian ve Chaikin, L., Alan (1977). **Self-Disclose**. New York: General Learning Press.

Darlega, J., Valerian, vd. (1993). **Self-Disclosure**. London: Sage.

December, John (1993). **Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net**.

[1 Mayıs 2005’de erişildi.]

<<http://www.december.com/john/papers/psrc93.txt>>.

December, John (1996). “Units of Analysis for Internet Communication.” **Journal of Computer-Mediated Communication** 1(4). [22 Nisan 2005’de erişildi.]

<<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/december/index.html>>.

December, John (1997). “What is CMC?: Notes on Defining of Computer-Mediated Communication.” **CMC Magazine** Ocak sayısı. [19 Şubat 2005’de erişildi.]

<<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html>>.

Demarais Ann ve White Valerie (2004). **İlk İzlenimler: Yeni Tanıştığınız Biri Sizin Hakkınızda Neler Düşünüyor?**. İstanbul: Kuraldışı.

Dodd, H., Carley (1982). “Intercultural Communication and Subcultures.” **Dynamics of Intercultural Communication** içinde. Dubuque: WCB Company Publishers. 47- 94.

Döring, Nicola (2002). "Personal Home Pages on the Web: A Review of Research."
Journal of Computer Mediated Communication 7 (3).

[14 Nisan 2005'te erişildi.]

<<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>>.

Duck, Steve ve Pittman, Garth (1994). "Social and Personal Relationship",
Handbook of Interpersonal Communication. Mark L. Knapp ve Gerald R.
Miller (der.) içinde. London: Sage. 676 -695.

Fahlman, E.,Scott (2002). **Smiley Lore :).** [5 Mayıs 2005'de erişildi.]

<<http://www-2.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm>>.

Ferris, Pixy (1997). "What is CMC?: An Overview of Scholarly Definitions."

CMC Magazine Ocak sayısı.[18 Mart 2005'de erişildi.]

<<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris.html>>.

Fisher, B., Aubrey ve Adams, L., Katherina (1994). **Interpersonal Communication:
Pragmatics of Human Relationship**. New York: McGraw-Hill.

Freedman, J., L., Sears, D.,O. ve Carlsmith, J., M. (1993). **Sosyal Psikoloji**.

Çeviren: Ali Dönmez. İstanbul: İmge.

Garbasz, Yaara, Di, Segni (1997). **Flame Wars, Flooding, Kicking and
Spamming: Expressions of Aggression in the Virtual Community**.

[19 Mayıs 2005 erişildi.]

<<http://www.djscorpio.freemove.co.uk/papers/PSA.html>>.

Geray, Haluk (1994). **Yeni İletişim Teknolojileri**. Ankara: Kılıçarslan.

Geray, Haluk (2002). **İletişim Teknolojisi ve Uluslararası Birlik Düzeyinde
Yeni Medya Politikaları**. Ankara: Ütopya.

Gibson, William (2003). **Neuromancer: Matrix Avcısı**. İstanbul: Altın Kitaplar.

Goffman, Erving (1959). **The Presentation of Self in Everyday Life**. Harmondsworth: Penguin.

Gümüş, Agah (2004). **İletişim Çalışmaları İçin Bilgisayar Ortamında İletişim**. Ankara: Değişim.

Gürşimşek, Işık (1988). "Düşmanlık ve Saldırganlık." **Sosyal Psikolojiye Giriş**. Nuri Bilgin (der.) içinde. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. 242-270.

Hall, T., Edward (1974). "Proxemics." **Nonverbal Communication**. Weitz Shirley (der.) içinde. London: Oxford University Press.

Hancock, T., Jeffrey ve Dunham, J., Philip (2001). "Impression Formation in Computer-Mediated Communication Revisited." **Communication Research** 28 (3): 3-43.

Hartley, Peter (1993). **Interpersonal Communication**. New York: Routledge.

Henschel, Elke (1998). **Communication on IRC**. [19 Ocak 2005'de erişildi.] <<http://www.linguistic.online-de/index.html>>.

Herring, Susan (1994). **Gender Differences in Computer-Mediated Communication: Bringing Familiar Baggage to the New Frontier**. [8 Şubat 2005'te erişildi.] <<http://www.cpsr.org/prevsite/cpsr/gender/herring.txt>>

Hortaçsu, Nuran (2003). **İnsan İlişkileri**. Ankara: İmge.

Howard, E., Philip, Rainie, Lee, Jones, Steven (2004). "Days and Nights on the Internet." **The Internet in the Everyday Life**. Barry Wellman, Caroline Haythornhwaite (der.) içinde. London: Blackwell

Hu Yifeng, Wood Jacqueline Fowler, Vivian Smith, Westbrook, Nalova (2004). "Friendships Through IM: Examining the Relationship Between Instant Messaging and Intimacy." **Journal of Computer Mediated Communication** 10(1). [23 Nisan 2005'te erişildi.] <<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/hu.html>>.

Hughes, R. (1996). **English in Speech and Writing: Investigating Language and Literature**. London: Routledge.

İçel, Kayhan (2001). **Kitle Haberleşme Hukuku**. İstanbul: Beta Yayınları.

İnan, Aslan (2000). **İnternet El Kitabı**. İstanbul: Sistem.

Ito, Mizuko (1997). "Virtually Embodied: The Reality of Fantasy in a Multi-user Dungeon." **Internet Culture**. David Porter (ed.). New York: Routledge. 87-110.

Jacobson, David (1999). "Impression Formation in Cyberspace: Online Expectations and Offline Experiences in Text-based Virtual Communities." **Journal of Computer Mediated Communication** 5 (1). [14 Nisan 2005'te erişildi.] <<http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/jacobson.html> >.

Jones, Steven (1995). "Understanding Community in the Information Age." **Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community**. Steven Jones (der.) içinde. London: Sage. 10 – 35.

Jones, Steven (1998). "Information, Internet and Community: Notes Toward and Understanding of Community in the Information Age." **Cybersociety 2.0: Revisiting CMC and Community**. Steven Jones (der.) içinde. New York: Thousands Oaks, Sage. 1 – 34.

Jourard, Sidney (1971). **The Transparent Self**. (rev. ed.), New York: Van Nostarnd Reinhold.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2004). **Yeni İnsan ve İnsanlar**. İstanbul: Evrim.

Karagülle, İhsan ve Pala, Zeydin (2000). **Chat Rehberi**. İstanbul: Türkmen.

Kartarı, Asker (2001). **Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim**. Ankara: Ürün.

Kiesler, Sara, Siegel, Jane ve McGuire W., Timothy (1984). "Social Psychological Aspects of Computer Mediated Communication." **American Psychologist** 39 (10): 1123-1134.

Kökdemir, Doğan (1995). **Who Discloses What to Whom and Where?**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kramarae Cheris (1995). "A Backstage Critique of Virtual Reality." **Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community**. Steven G. Jones (der.) içinde. London: Sage. 36-57.

Kramarae, Cheris, (1998). "Feminist Fictions of Future Technology." **Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community**. S. G. Jones (der.) içinde. London: Sage. 100-128.

Krikorian Dean H., Lee Jae-Shin, Chock T. Makana (2000). "Isn't That Spatial?: Distance and Communication in a 2-D Virtual Environment." **Journal of Computer Mediated Communication** 5 (4). [4 Şubat 2005'de erişildi.] <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue4/krikorian/index.html>>.

Lance Strate, Ron, L., Jacobson, Stephaine Gibson (2002). "Surveying the Electronic Landscape: an Introduction." **Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment**. Lance Strate, Ron, L., Jacobson, Stephaine Gibson (der.) içinde. New Jersey: Hampton Press:1-22.

Langham, Don (1994). "The Common Place MOO: Orality and Literacy in Virtual Reality." **CMC Magazine** 3 (1), [5 Mayıs 2005'de erişildi.] <<http://www.metalab.unc.edu/cmc/mag/1994/jul/moo/html>>.

Lea, Martin, Spears, Russell (1992). "Paralanguage and Social Perception in Computer-Mediated Communication." **Journal of Organizational Computing** 2: 321-341.

Lea, Martin ve Spears, Russell (1995). "Love at the First Byte? Building Personal Relationships over Computer Networks." **Under-Studied Relationship: off the Beaten Track**. Julia, T. Wood, Steve Duck (der.) içinde. Sage: London. 197-233.

Lee, J., Yaross (2003). "Charting the Codes of Cyberspace: A Rhetoric of Electronic E-Mail." **Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment**. Strate, L., Jacobson, R., L., Gibson, S. (der.), içinde. New Jersey: Hampton Press.

Lipmann, Walter (1922). **Public Opinion**. London: George Allen and Unwin.

- Mantovani, Fabrizia (2001). "Cyber-Attraction: The Emergence of Computer-Mediated Communication in the Development of Interpersonal Relationships." **Say not to say: New Perspectives on Miscommunication**. L. Anolli, R. Ciceri ve G. Riva (der.) içinde. New York: IOS Press. 236-252.
- Markus, H., Wurf, E. (1988). "The Dynamic Self Concept: A Social Psychological Perspective" **Annual Review of Psychology** 38: 299-337.
- McKenna, Katelyn, J., A., Green, S., Amie, Gleacon, E., S., Marci (2002). "Relation Formation on the Internet: What's the Big Attraction?", **Journal of Social Issues** 58 (1): 9-31.
- McRae, Shannon (1997). "Flesh Made Word: Sex, Text, and Virtual Body." **Internet Culture**. Porter, David (der.) içinde. New York: Routledge.
- Monsour, Micheal (1994). "Similarities and Dissimilarities in Personal Relationships: Constructing Meaning and Building Intimacy through Communication." **Dynamics of Relationships**. Steve Duck (der.) içinde. London: Sage. 112-134.
- Morahan-Martin, Janet (1998). **Women and Girls Last: Females and the Internet**. IRISS Konferansına Sunulan Bildiri. Bristol, İngiltere.
- Myers, G., D., Myers, M., T. (1980). **The Dynamics of Human Communication**. New York: McGraw-Hill.
- Myers, G. David (1993). **Social Psychology**. New York: McGraw-Hill.
- Mutlu, Erol (1998). **İletişim Sözlüğü**. Ark: Ankara.

Nardi, B. A., Whittaker, S., & Bradner, E. (2000). **Interaction and Outeraction: Instant Messaging in Action.** [5 Mayıs 2005’de erişildi.]
<http://www.research.att.com/~stevew/outeraction_cscw2000.pdf>.

Nie, H., Norman, Hillygus, D., Sunshine, Erbing, Lutz (2002). “Internet Use, Interpersonal Relations and Sociability.” **The Internet in the Everyday Life.** Barry Wellman ve Caroline Haythornhwaite (der.) içinde. London: Blackwell.

Oldenburg, Ray (1999). **Great Good Place: Café’s, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts of the Heart of the Community.** New York: Marlove Company.

Ong, J., Walter (2003). **Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözü’nün Teknolojikleşmesi.** Çeviren: Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis.

Palme, Jackop (1995). **Elektronik Mail.** Norwood: Artech House

Parks, Malcolm ve Floyd, Kory (1996). “Making Friends in Cyberspace.” **Journal of Computer Mediated Communication** 1 (4). [11 Nisan 2005’te erişildi.]
<<http://www.ascusc.org/jcmc/vol11/issue4/vol1no4.html>>.

Peter, Galleri (1998). **The IRC Vernacular: A Linguistic Study of Internet Relay Chat.** [1 Mayıs 2005’de erişildi.]
<<http://www.yahoo.com/ComputersandInternet/Internet./Chat/IRC>>.

Porter, David (1997). “Internet Culture.” Porter, David (der.) içinde. **Internet Culture.** New York: Routledge.

Puterman, Simone (1995). **Language and Power on IRC.** [5 Mayıs 2005’de erişildi.]
<<http://www.rucus.ru.ac.za/~simone/lingirc.html>- 18k.>

Reid, Elizabeth (1991). **Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat.** [18 Ocak 2005’de erişildi.]

<<http://www.crosswinds.net/~aluluei/electropols.htm>>.

Reid, Elizabeth (1994). **Cultural Formations in the Text-based Virtual Reality.** A thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, Cultural Studies Program Department of English University of Melbourne. [16 Haziran 2005’de erişildi.]

<<http://www.aluluei.com/cult-form.htm>>.

Reid, Elizabeth (1995). “Virtual Worlds: Culture and Imagination.” **Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community.** Steven G. Jones (der.) içinde. London: Sage.

Rheingold, Howard (1993). **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.** [23 Mayıs 2004’te erişildi.]

<<http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>>.

Rintel, E., Sean, Mulholland, Joan, Pittam, Jeffery (2001). “First Things First: Internet Relay Chat Openings.” **Journal of Computer Mediated Communication** 6(3). [2 Nisan 2005’de erişildi.]

<<http://www.ascusc.org/jcmc/vol6/issue3/rintel.html>>.

Rothstein, E. (1996). “Technology: Connections. Can Twinkies Think, and Other Ruminations on the Web as a Garbage Depository.” **New York Times** March 4, 1996.

Sanders, Barry (1999). **Öküz’ün A’sı: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi.** İstanbul: Ayrıntı.

- Sayar, Kemal (2002). "Psikolojik Bir Mekan Olarak Siberalan." **Yeni Symposium** 40 (2). [19 Mayıs'da erişildi.]
<<http://www.yenisymposium.com>>.
- Schaber, Otto (1999). **Beden Dili**. Çeviren: Süeda Özbent. İstanbul: Arion.
- Schneider, J., David, Hastorf, H., Albert, Ellsworth, Phoebe (1979). **Person Perception**. New York: Addison-Wesley.
- Smith, R., Eliot, Mackie, M., Diane (1995). **Social Psychology**. New York: Worth Publishers.
- Strangelove, Michael (1994). "The Internet, Electric Gaia and the Rise of the Uncensored Self." **CMC Magazine** 1 (5). [10 Mayıs'da erişildi.]
<<http://sunsite.unc.edu/cmc/mag/1994/sep/self.html>>.
- Stratton, Jon (2002). "Siberalan ve Kültürün Küreselleşmesi." **Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?**, İnternet özel sayısı, sayı: 30: 80 – 97.
- Thurlow Crispin, Lengel, Laura ve Tomic Alice (2004). **Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet**. London: Sage.
- Timisi, Nilüfer (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost.
- Turkle, Sherry (1995). **Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet**. New York: Simon and Schuster.
- Walther, B., Joseph (1992). "Interpersonal Effects in Computer Mediated Interaction: A Relational Perspectives." **Communication Research** 19: 52-90.

Walther, B., Joseph (1996). "Computer Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction." **Communication Research** 23 (1): 3-43.

Wallace, Patricia (1999). **The Psychology of Internet**. London: Cambridge.

Weitz, Shirley (1974). "Paralanguage." **Nonverbal Communication**. Weitz Shirley (der.) içinde. London: Oxford University Press.

Wellman, Barry ve Haythornhwaite, Caroline (2004). "The Internet in the Everyday Life: An Introduction." **The Internet in the Everyday Life**. Barry Wellman, Caroline Haythornhwaite (der.) içinde. London: Blackwell.

Witmer, F., Diane, Katzman, Lee, Sandra (1997). "On-Line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents?" **Journal of Computer Mediated Communication** 2 (4). [25 Haziran'da erişildi.]
<<http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/witmer1.html>>.

Wood, T., Julia ve Duck, Steve (1995). **Under-studied Relationships: off the Beaten Track**. Sage: London.

<<http://www.akampus.com>>.

<<http://www.ankara.edu.tr>>.

<<http://www.die.gov.tr>>.

<<http://www.eff.org>>.

<<http://www.netlingo.com>>.

<<http://www.wikipedia.org>>.

EK I:

Elinizdeki anket, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisinin “Bilgisayar Dolayımı İletişim: İnternet’te Sosyal Psikoloji Kuramlarını Yeniden Düşünmek ” adlı tez çalışmasının anket formudur. Lütfen eksiksiz doldurunuz. Katkınız için şimdiden çok teşekkür ederim.

KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyet: Kadın _____

Yaş: _____

Erkek _____

Etnisite: _____

Eğitim Durumu: _____

Meslek: _____

Gelir Durumu: _____

EK II:

İNTERNET KULLANIM BİLGİLERİ

1) İnternet’i hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

- 0. Hiç
- 1. Haftada bir saatten az
- 2. Haftada 1-5 saat arası
- 3. Haftada 5-10 saat arası
- 4. Haftada 10 - 15 saat arası
- 5. Haftada 15 saatten fazla

2) İnternet’i en çok ya da en uzun süreli hangi amaçla kullanıyorsunuz?

- a) iletişim (e-mail, sohbet, tartışma grupları vs.)
- b) oyun
- c) sörf
- d) bilgi toplama
- e) alışveriş
- f) diğer: (lütfen ekleyiniz) _____

3) Bilgisayar dolayımı ile iletişim araçlarından hangilerini kullanırsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

- a) e-mail
- b) sohbet sistemleri
- c) tartışma grupları
- d) haber grupları
- e) anında mesajlaşma (ICQ, messenger)

4) Ne kadar zamandır İnternet kullanıyorsunuz?

- a) 1 yıldan az
- b) 1-2 yıl arası
- c) 2 yıldan fazla

EK III:

Eğer İnternet’te diğer kullanıcılarla arkadaşlık yapmıyorsanız lütfen yüzyüze ilişkilerinizle ilgili soruları yanıtlayınız.

1. Ne kadar süredir bilgisayar dolayımıli iletişim araçlarıyla kişilerarası ilişki kuruyorsunuz?
 - a) 1 yıldan az
 - b) 1 – 2 yıl arası
 - c) 2 yıldan fazla
2. İnternet’te kişiler arası ilişki kurma sebebinizi nasıl açıklarsınız?
.....
3. İnternet ilişkilerinizde kullandığınız bir takma adınız varsa, takma adınızı bu adı seçme sebebinizi açıklar mısınız?
.....
4. Yeni tanıştığım birinin
.....
özelligi (özellikleri) benim için olumlu bir ilk izlenimdir. (lütfen boşluğu doldurunuz)
5. Yeni tanıştığım birinin
.....özelligi
(özellikleri) benim için olumsuz bir ilk izlenimdir (lütfen boşluğu doldurunuz).
6. İnternet’te yeni tanıştığım birinin
.....
özelligi (özellikleri) benim için olumlu bir ilk izlenimdir (lütfen boşluğu doldurunuz).
7. İnternet’te yeni tanıştığım birinin
..... özelliği
(özellikleri) benim için olumsuz bir ilk izlenimdir (lütfen boşluğu doldurunuz).

8. İnternet'te karşılaştığınız birinde ilginizi ilk ne çeker?
.....
9. Gündelik yaşamda karşılaştığınız insanlarda ilk ne ilginizi çeker?
.....
10. İnternet'te tanıştığınız kişilerde kendinizle en çok hangi konuda benzerlik ararsınız?
- a) yaş
 - b) cinsiyet
 - c) ilgi alanları
 - d) eğitim durumu
 - e) gelir durumu
11. Gerçek hayatta kurduğunuz arkadaşlıklarınız daha çok hangisi gibidir?
- a) kadın- kadın
 - b) erkek- erkek
 - c) kadın- erkek
12. İnternet'te kurduğunuz arkadaşlıklarınız daha çok hangisi gibidir?
- a) kadın- kadın
 - b) erkek- erkek
 - c) kadın- erkek
13. İnternet'te arkadaşlarınızı hangi kriterlere göre seçersiniz?
.....
14. Gerçek yaşamda arkadaşlarınızı neye göre seçersiniz?
.....
15. Kendinizi İnternet arkadaşlarınıza yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızdan daha fazla açtığınızı düşünür müsünüz?
- ___Evet
- ___Hayır

16. Sizin hakkınızda yüz yüze iletişim kurduğunuz arkadaşlarınızın bilmediği ama İnternet arkadaşlarınızın bildiği bilgiler var mı?

__Evet

__Hayır

17. İnternet'teki ilişkilerinizin gerçek yaşamdaki ilişkileriniz kadar gerçek/samimi/önemli olduğunu düşünüyor musunuz?

__Evet

__Hayır

__Bazen

18. İnternet ilişkilerinizi başka iletişim kanallarına taşıyor musunuz?

__Evet

__Hayır

19. Bir önceki soruya yanıtınız evetse ilişkinizi hangi iletişim kanal(lar)ına taşıdığınızı işaretleyiniz. (birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

__ telefon

__ e-mail

__ İnternet'te oyun oynama

__ karşılıklı fotoğraf değişimi

__ yüz yüze görüşme

20. İlişkinizi başka kanallara taşımanız ilişkinizin yönünü ne şekilde değiştirdi? Lütfen örnekler misiniz?

.....

21. İnternet sohbeti sırasında arkadaşlarınızla birlikte geliştirdiğiniz özel bir dil ya da simge, işaretler ve kısaltmalar var mı? Varsa lütfen örnekler misiniz?

.....

22. İnternet'te kurduğunuz bir arkadaşlık *neden* ve *nasıl* biter?.Lütfen açıkla mısınız?

.....

.....

23. Bitiren taraf sizseniz arkadaşınıza ilişkinizi bitirme sebebinizi açıkla mısınız?.....

.....

24. Gerçek yaşamdaki arkadaşlıklarınız *neden* ve *nasıl* biter? Lütfen açıkla mısınız?

.....

.....

25. Bitiren taraf sizseniz arkadaşınıza ilişkinizi bitirme sebebinizi açıkla mısınız?.....

.....

26. Sizce gerçek yaşamda kurulan arkadaşlıklarla İnternet’te kurulanlar arasındaki farklar
nelerdir?

.....

27. Sizce gerçek yaşamda kurulan arkadaşlıklarla İnternet’te kurulanlar arasındaki farklar
nelerdir?

.....

*** YANITLARINIZ İÇİN TEŞEKKÜRLER ***

ÖZET

Bu tez çalışması, bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarında kurulan kişilerarası ilişkileri sosyal psikolojik bir yaklaşımla inceleyen ampirik bir çalışmadır. Bu bağlamda çalışma biri bilgisayar dolayımı ile iletişim diğeri sosyal psikoloji olmak üzere iki ayrı alan üzerine kuruludur.

Dört bölümden oluşan tez çalışmasının birinci bölümünde, bilgisayar dolayımı ile iletişim ile ilgili kavramlara yer verilmiştir. İkinci bölüm çalışmanın odaklandığı alanlardan biri olan sosyal psikoloji kuramlarına ayrılmıştır. Bu bölümde ilişkilerin başlangıç noktasında önemli bir role sahip fiziksel çekicilik, fiziksel yakınlık ve benzerlik gibi *kişilerarası çekicilik kuramları*, kişilerin birbirlerini algısı anlamına gelen *sosyal biliş*, ilişkilerin gelişimine etkisi dolayısıyla *kendini açma davranışı* tartışılmış, ilişkilerin gelişimi ve çözülüşü ile ilgili kuramlar sunulmuştur. Üçüncü bölümde bilgisayar dolayımı ile iletişimin özelliklerinin kişilerarası ilişkilere etkisi tartışılmıştır. Son bölümde ise ikinci bölümde incelenen sosyal psikoloji kuramlarının, bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamına uygulamasına yer verilmiştir.

İnternet'te kişilerarası ilişkilerin dönüşümünü sosyal psikolojik bir yaklaşımla inceleyen bu çalışmada, bilgisayar dolayımı ile iletişimin özellikleri ve sosyal psikoloji kuramlarının dönüşümüne ilişkin değerlendirmeler yaparken, İnternet kullanıcılarıyla yapılan alan araştırması sonucunda elde edilen veriler göz önünde bulundurulmuştur.

ABSTRACT

The present thesis is an empirical study which examines the interpersonal relationships that are initiated and maintained through computer mediated communication with a social psychological approach. In this context, the study is based on the fields: one is computer mediated communication and the other is social psychological.

In the first chapter of the thesis, composed four sections, include some important concepts about computer mediated communication. The second chapter is separated to social psychology – one of the fields on which this thesis is based. In this section *interpersonal attraction theories*, which have central roles at the beginning of the relationship, such as similarity, proximity, physical attractiveness, *social cognition*, which means perceptions of individuals one other, because of its effect to relational development *self-disclosure* are discussed and also some theories are presented about development and dissolve of the interpersonal relationship. In the third chapter the effect of features of computer mediated communication to the interpersonal relationship is examined. In the last chapter, the social psychology theories which are mentioned in the second section are applied to the interpersonal relationships that are initiated and maintained through computer mediated communication.

In this thesis, examining the change of the interpersonal relationships on the Internet with a social psychological point of view, while evaluating the features of computer mediated communication and the change of the social psychology theories, the information provided through survey always kept in mind.