

**SECOND LIFE SANAL YAŞAM DÜNYASINDA
KENDİNİ SUNUM DAVRANIŞLARININ
BELİRLENMESİNDE ETNOGRAFİK BİR YAKLAŞIM**

Kadriye UZUN

(Doktora Tezi)

Eskişehir, 2011

**SECOND LIFE SANAL YAŞAM DÜNYASINDA KENDİNİ
SUNUM DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİNDE
ETNOGRAFİK BİR YAKLAŞIM**

**Kadriye UZUN
DOKTORA TEZİ
İletişim Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Cengiz Hakan AYDIN**

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Eylül 2011**

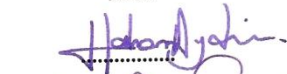
Bu Tez Çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1001 E20 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Kadriye UZUN'un "Second Life Sanal Yaşam Dünyasında Kendini Sunum Davranışlarının Belirlenmesinde Etnografik Bir Yaklaşım" başlıklı tezi 26 Ekim 2011 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, İletişim Anabilim Dalında, Doktora tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Cengiz Hakan AYDIN
Üye : Prof.Dr.A.Haluk YÜKSEL
Üye : Doç.Dr.Cem PEKMAN
Üye : Doç.Dr.Hakan Güray ŞENEL
Üye : Yard.Doç.Dr.Figen ÜNAL ÇOLAK


.....

.....

.....

.....

.....


Prof.Dr.Bi.Zafer-ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Doktora Tez Özü

SECOND LIFE SANAL YAŞAM DÜNYASINDA KENDİNİ SUNUM DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİNDE ETNOGRAFİK BİR YAKLAŞIM

Kadriye UZUN

İletişim Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2011

Danışman: Doç. Dr. Cengiz Hakan AYDIN

Bu araştırmanın temel amacı, sanal yaşam dünyası Second Life üyelerinin sanal ortamda kendilerini sunma tercihleri ile fiziksel (gerçek) dünyadaki kendini sunma tercihleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Second Life sanal yaşam dünyasının genel özellikleri ve kullanıcıların sanal yaşam tarzını belirleme düşüncesiyle SL kullanıcılarıyla görüşmeler yapılmış ve katılımlı sanal gözlemle veriler toplanmıştır.

Araştırmada Second Life sanal yaşam dünyası kullanıcılarının çevrimiçi ve yüz yüze ortamlarda kendini sunum davranışlarının belirlenmesi ve böylece bu iki ortam arasındaki farkların ortaya koyulması amacıyla sanal etnografya yöntemi işe koşulmuştur. Second Life kendisine özgü ekonomisi, kültürel yapısı, değer sistemi, iletişim modları, kullanıcılar arasında etkilişime izine veren teknolojik donanımı ve kullanıcılar tarafından oluşturulan avaturları ile sanal bir sosyal sistem olması nedeniyle en uygun desenin sanal etnografya olduğu düşünülmüştür. Araştırmacı, Second Life'ta bir avatar oluşturup, bu dünyada yaşamaya başladığı tarihten itibaren, araştırma amaçları doğrultusunda bazı kullanıcıları daha yakından gözlemlemiştir. Bu kişilerden daha zengin veri toplayacağına inanan araştırmacı, onlarla zaman geçirerek çeşitli durum ve bağlamlardaki duygu ve davranışlarına şahit olmuştur. Çalışmada araştırma sorularına cevap bulabilmek için 6 kişi ile SL'ta çevrimiçi görüşme; 6 kişi ile yaşadıkları şehirlere gidilerek yüzyüze görüşme olmak üzere toplam 12 kişi ile görüşme yapılmıştır. Kendini sunum davranışları ortaya koyan ipuçları kullanıcıların avaturları aracılığıyla yansıttığı tutum, tavır, davranış, görünüm, yazılı ve sesli ifadeler, giyinme tarzı ve profil bilgilerinde aranmıştır.

Araştırmada veriler tümevarım analizi kullanılarak yorumlanmıştır. Tümevarım analizinde yüz yüze ve çevrimiçi görüşme verileri ve gözlem verilerinden yararlanılmıştır.

Second Life'ta kendini sunum davranışlarının belirlenmesi açısından incelendiğinde; kullanıcıların en fazla kendini sevdirmeye, kendini farklı tanıtmaya kendin hakkında bilgi verme, örnek olma, yardımcı olma gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları; kendini tanımlarken dikkatli olma, kendi hakkında az bilgi verme ve sessiz kalma gibi kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları ve olumsuz izlenim oluştırmaktan kaçınma gibi kendini sunum davranışları sergiledikleri görölmüştür.

Anahtar Sözcükler: Second Life, sanal dünya, kendini sunum teorisi, izlenim yönetimi, sanal etnografya, kuram oluştırma.

Abstract

The primary purpose of this study is to reveal the differences and similarities in the way Second Life users present themselves in the virtual platform and in the physical (real) world. In accordance with this purpose, some SL users were interviewed and data were collected through participated virtual observation in order to determine the general characteristics of the virtual world of Second Life and virtual life-styles of the users.

Virtual ethnography was employed in the study for determining online and face-to-face self-presentation behaviors of the users of the virtual world of Second Life and to reveal differences from and similarities to real world. The method was considered the best possible one seeing that Second Life is a virtual social system with its unique economy, cultural structure, ethos, communication modes, technological infrastructure that enables users to interact with each other and avatars designed by the users. The researcher designed an avatar on Second Life. From that moment on, she observed some users more closely in accordance with the objectives of the study. Believing that she would collect richer data from those users, the researcher spent time with them and thus witnessed their feelings and behaviors under certain circumstances and in certain contexts. A total of 12 individuals were interviewed, half of them through online interviews on Second Life and the other half through face-to-face interviews in the city they live in, in order to find answers for study questions. The clues to the self-presentation of the users were searched for in their attitudes, manners, behaviors and appearances reflected through their avatars, written and oral statements, dressing style and profile data.

The data for the study were interpreted through inductive analysis. The analysis used the data obtained through the face-to-face and online interviews and observations.

A review of the self-presentation behaviors of the users on Second Life suggests that the users most frequently exhibited such self-presentation behaviors as ingratiation, untrue self-promotion, self-disclosure, exemplification and being helpful; defensive

self-presentation behaviors like cautious self-description, minimal self-disclosure and remaining silent; and other behaviors such as avoiding leaving a negative impression on other users.

Keywords: Second Life, virtual world, self-presentation theory, impression management, virtual ethnography, grounded theory.

Önsöz

Second Life sanal yaşam dünyasında kendini sunum davranışlarının belirlenmesi açısından incelenmesini konu alan bu çalışma, beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın problem, amaç, önem ve sınırlılıklarına; ikinci bölümde konuyla ilgili alanyazına; üçüncü bölümde araştırmanın yöntemine; dördüncü bölümde araştırmanın bulgularına; beşinci bölümde ise araştırmanın özet, sonuç ve önerilerine yer verilmiştir.

Değerli danışmanım Doç. Dr. Cengiz Hakan Aydın'a bu çalışmadaki eleştirileri, yardım ve önerilerinden, ayrıca her türlü engele rağmen umudumu yitirmemem için verdiği cesareten dolayı çok teşekkür ederim. Sevgili hocam ve dostum Yrd. Doç. Dr. Figen Ünal Çolak'a çalışmanın her aşamasında özellikle yöntem bölümünde bilgisini, deneyimlerini benimle paylaştığı, bana her zaman her konuda vakit ayırdığı için teşekkür ederim. Değerli hocam Prof. Dr. Ahmet Hâluk Yüksel'e farklı yönlerden bakmamı sağlayan önerileri ve Doç. Dr. Hakan Şenel'e çalışmadaki katkıları ve önerilerinden dolayı teşekkür ederim.

Bana çalışma disiplini kazandıran, her zaman kendime örnek aldığım değerli hocam Prof. Dr. Levend Kılıç'a ayrıca teşekkür ediyorum.

Bu yola birlikte çıktığım değerli dostum Arş. Gör. Serpil Koçdar'a, tüm çalışmayı baştan sona okuyarak düzeltmeleri yaptığı, güvenilirlik çalışmalarında yer aldığı ve zorlandığım, yorulduğum her an elimi tutarak beni cesaretlendirdiği için minnettarım.

Sabırla beni bugünlere getiren sevgili annem ve babam başta olmak üzere tüm aileme eğitim hayatım boyunca beni hep destekledikleri için teşekkür ediyorum.

Sevgili eşim Ersel Uzun'a her türlü desteği, sevgisi ve anlayışı için minnettarım.

Eylül, 2011

Kadriye UZUN

Özgeçmiş

Kadriye Uzun

İletişim Anabilim Dalı Doktora Programı

Eğitim

Yükek Lisans	Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, 2006.
Lisans	Anadolu Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, 2003.
Lise	Hoca Ahmed Yesevi Lisesi, Türkçe-Matematik Bölümü, 1999.

Yayın

Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- 1) Kobak, K.,& Özarslan, Y. (2011). View of students about the use of Second Life for educational purposes. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE, Special Issue on Second Life Applications in Distance Education*, 12 (3/2). 118-124.
- 2) Çolak-Ünal, F.,& Kobak, K. (2011). Determining interpersonal attraction in educational environment and the relation with motivation. *International Journal On New Trends in Education and Their Implications - Ijonte*,2(1).
- 3) Şimşek, A., Özdamar, N., Uysal, Ö., Kobak, K., Berk, C., Kılıçer, T., &Çiğdem, H. (2009). Current trends in educational technology research in Turkey in the new millennium. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi (KUYEB)*, 9(2).

Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitaplarında Basılan Bildiriler

- 1) Kobak, K. (Şubat, 2011).Yeni bir eğitim ortamı olarak Second Life’da öğrenci deneyimleri. *Akademi Bilişim*, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- 2) Kobak,K.,& Biçer, S., (May,2008). Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri. *8th International Educational Technology Conference*, Eskişehir/Turkey.
- 3) Şimsek, A., Özdamar, N., Kobak, K., Uysal, Ö.,Berk, C., Kılıçer, T., &Çiğdem, H.(May 6th - 9th 2008). İkibinli yıllarda Türkiye’deki eğitim teknolojisi araştırmalarında gözlenen eğilimler. *8th International Educational Technology Conference*, Eskişehir/Turkey.

Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitaplarında Özet Metni Basılan Bildiriler

- 1) Kobak, K.,& Çolak-Ünal, F. (February 4th-8th 2010). Determining interpersonal attraction in educational environment and the relation with motivation. *World Conference on Educational Sciences* İstanbul/Turkey

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri ve Yılı: Eskişehir, 1981 Cinsiyet: Kadın Yabancı Dil: İngilizce

İçindekiler

Jüri ve Enstitü Onayı.....	iii
Öz.....	iv
Abstract.....	vi
Önsöz.....	viii
Özgeçmiş	ix
Tablolar Listesi	xvi
Şekiller Listesi	xvii
1. Giriş.....	1
1.1. Problem	1
1.2. Amaç.....	7
1.3. Önem	8
1.4. Sınırlılıklar	8
1.5. Tanım	8
1.6. Kısaltmalar	9
2. Alanyazın Taraması.....	10
2.1. Yüz yüze Ortamda Bireylerin Kendini Sunum Davranışları	10
2.1.1. Kendini sunma kavramını açıklayan tanımlar	13
2.1.2. Kendini sunum davranışlarına yönelik çalışmalar	19
2.1.3. Kendini sunma motivasyonları	23
2.1.3.1. İzlenimleri inceleme	23
2.1.3.2. İzlenim oluşturmaya güdülenme	24
2.1.3.3. İzlenim oluşturma	25
2.1.4. Kendini sunum davranışlarını açıklamada oluşturulan modeller	25
2.1.4.1. Gardner ve Martinko'nun modeli	25
2.1.4.2. Martinko'nun modeli	28
2.1.4.3. Leary ve Kowalsky'nin modeli.....	29
2.1.4.4. Rosenfeld, Giacalone ve Riordan'un modeli	30
2.1.4.5.Bozeman ve Kacmar'ın sibernetik modeli.....	32
2.1.5. Kendini sunum taktikleri.....	34
2.1.5.1. Kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları	37
2.1.5.1.1. Kendini sevdirmek	38

2.1.5.1.2. Kendisi hakkında bilgiler verme.....	38
2.1.5.1.3. Yıldırma	39
2.1.5.1.4. Örnek Olma	39
2.1.5.1.5. Yardım İsteme	40
2.1.5.2. Savunmaya Yönelik Kendini Sunum Davranışları.....	40
2.1.5.2.1. Açıklama	40
2.1.5.3. Kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları	41
2.1.5.3.1. Kamunun dikkatinden kaçınma	41
2.1.5.3.2. Kendin hakkında az bilgi verme	41
2.1.5.3.3. Kendini tanımlarken dikkatli olma	42
2.1.5.3.4. Sosyal etkileşimi en aza indirme.....	42
2.1.5.3.5. Sessiz kalma	42
2.2 . Yeni Yaşam Alanları: Sanal Dünyalar ve Kendini Sunum Davranışları	43
2.2.1. Yeni medya ve sanal ortamlar.....	43
2.2.2. Siberuzamda sanal topluluklar ve sanal kimliklerin oluşumu.....	44
2.2.3. Sanal dünyaların gelişimi	47
2.2.4. Sanal ortamlarda kendini sunum davranışları.....	54
2.2.5. Sanal ortamlarda kendini sunum davranışlarına yönelik diğer araştırmalar	58
2.3. Sanal Yaşam Dünyası: Second Life	67
2.3.1. Second Life nedir?	67
2.3.2. Second Life'in ekonomisi	72
2.3.3. Second Life'in farklı kullanım alanları	74
2.3.4. Sanal karakter avatarlar aracılığıyla gerçekleştirilen bireylerarası iletişim.....	75
2.3.5. Second Life' ta sanal yaşam tarzı ve tüketim.....	79
2.3.6. Second Life'ta farklı görünümlemler	81
2.4 .Özet.....	85
3.Yöntem.....	86
3.1. Araştırma Modeli	86
3.2. Çalışma Kümesi/Katılımcılar	91
3.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi	91
3.4. Veriler ve Toplanması.....	92

3.4.1. Katılımcı sanal gözlem	93
3.4.2. Görüşme	97
3.4.2.1.Yüz yüze görüşme	98
3.4.2.2.Çevrimiçi görüşme	100
3.5. Verilerin Analizi	102
3.5.1.Tümevarım analiz süreci.....	105
4. Bulgular ve Yorum	111
4.1. Second Life'ın Kullanım Özellikleri	111
4.1.1. Second Life dünyasından haberdar olunan ortamlar hakkında bilgi verme	111
4.1.2. Second Life'a üye olma süresi	111
4.1.3. Second Life'a erişim aracı ve bağlanılan ortamın belirlenmesi	112
4.1.4. Kullanıcıların Second Life'ta bulunma ve SL'ı tercih etme nedenleri.	112
4.1.5. Kullanıcıların diğer kullanıcıların Second Life'ta bulunma nedenleri hakkında görüşleri	114
4.1.6. Türk kullanıcılarının demografik özelliklerini değerlendirme	116
4.1.7. Yabancı kullanıcılar ile Türk kullanıcıları karşılaştırma	116
4.1.8. Kullanıcıların Second Life dışındaki sanal deneyimi.....	117
4.2. Second Life Dünyasının Özellikleri	117
4.2.1. Second Life'a ilk üyelik döneminde yaşananlar	118
4.2.2. Second Life'ın nitelikleri ve diğer sanal ortamlardan ayrılan özellikleri	119
4.2.3. Second Life'ta yer sahibi olma	120
4.2.4. Second Life'ta işyeri ya da iş sahibi olma ve para kazanma yolları	120
4.3. Kullanıcıların Second Life'ın Kullanımı ve Geleceği Hakkındaki Düşünceleri	122
4.4. Second Life Bireylerarası İlişkiler	123
4.4.1. Kullanıcıların SL'ta arkadaşlık ilişkileri ve gerçek yaşamla karşılaştırılması	123
4.4.2. Kullanıcıların SL'ta romantik ilişkileri ve gerçek yaşamla karşılaştırılması	127
4.4.3. Gruba üye olma	131
4.5. Second Life'taki İletişimin Çevrimiçi ve Çevrimdışı Başka Ortamlara	

Aktarılması.....	132
4.6. Kullanıcılarının Second Life'ta Tercih Ettikleri Yaşam Tarzı ve Gerçek	
Yaşamla karşılaştırılması.....	132
4.6.1. Second Life'ta sürdürülen günlük yaşam aktivitelerinin gerçek	
yaşamla karşılaştırılması	132
4.6.2. Kullanıcıların tüketim davranışları.....	133
4.7. Gerçek Yaşamda Yapılamayan Davranışların Second Life'ta	
Gerçekleştirilmesi.....	134
4.7.1. Second Life'ta gerçek yaşamdan farklı bir yaşam sürme.....	134
4.7.2. Second Life'taki yaşamın gerçek yaşamdaki duygu ve davranışları	
etkilemesi.....	136
4.8. Avatarın Görünümü.....	136
4.8.1. İlk oluşturulan avatarın görünümü	136
4.8.2. Avatarın görünümünün kullanıcıların gerçek görünümleriyle	
karşılaştırılması	137
4.8.3. Kendi avatarının görünümünden etkilenme.....	138
4.8.4. Avatarın görünümünde değişiklik yapma	139
4.8.5. Değişen görünümün bireylerarası ilişkilerde etkileri	139
4.8.6. Rol oynama oyunlarında avatarlar oluşturma ve farklı görünümde	
avatarlar	140
4.9. Kullanıcıların Gerçek Yaşamlarında ve Sanal Dünyalarında Tercih	
Ettikleri Giyim Tarzı.....	141
4.10. Second Life'ta Siber Seks	143
4.11. Second Life Kullanıcılarının Kendini Sunum Davranışları	145
4.11.1. İzlenimleri inceleme.....	145
4.11.2. Kendine ilişkin aktarılan izlenim (Diğer kullanıcılar tarafından nasıl	
görüldüğünün algısı)	145
4.11.3. Diğer kullanıcıların kendilerini sunum davranışları	146
4.11.4. Kullanıcıların diğer kullanıcılardan kendini farklı görmesi	147
4.11.5. Kendini ifade edebilme.....	148
4.11.6. Kendini gerçek yaşamında olduğundan farklı tanıtmaya	149
4.11.7. Kendine ilişkin bilgileri en aza indirme.....	150

4.11.8. Davranışlarıyla diğer kullanıcılara örnek olma.....	150
4.11.9. Avatara takma isim seçme.....	151
4.11.10. Profil bilgileri ile izlenim yönetimi.....	152
4.12. Alternatif Kimlik Oluşturma ve Farklı Avatarlar Açma	153
4.12.1. Birden fazla avatar hesabı açma	153
4.12.2. Farklı cinsiyetlerde avatar alma	154
4.13. Second Life Kullanıcılarının Bağımlı Olma Kriterleri.....	155
4.13.1. Kullanıcıların bağımlı olma üzerine düşünceleri ve SL’ta çevrimiçi olma süreleri.....	155
5.Özet, Sonuç ve Öneriler.....	158
5.1. Özet.....	158
5.2. Sonuç	159
5.2.1. Second Life sanal yaşam dünyasının kullanım özellikleri ve bireylerarası ilişkiler	159
5.2.2. Second Life kullanıcıların sanal dünyada kendini sunum davranışlarına yönelik sonuçlar	165
5.2.3. Second Life kullanıcılarının sanal dünyada ve gerçek yaşamda yaşam tarzı aktiviterine yönelik sonuçlar	170
5.2.4.Görüşmeci bazında kendini sunum davranışlarına ve yaşam tarzına yönelik sonuçlar.....	171
5.3.Öneriler	174
Ekler	178
Kaynaklar	193

Tablolar Listesi

Tablo 1. Kendini sunma davranışlarını sınıflandırma	36
Tablo 2. Katılımcıların Görüşme Türüne Göre Dağılımı.	98
Tablo 3. Çevrimiçi görüşme ile yüzyüze görüşmenin karşılaştırılması	101

Şekiller Listesi

Şekil 1. Gardner ve Martinko'nun Modeli	27
Şekil 2. Martinko'nun Modeli	28
Şekil 3. Leary ve Kowalsky'nin Modeli	30
Şekil 4. İzlenim yönetiminde sosyal psikolojinin üçlü bileşeni	31
Şekil 5. Bozeman ve Kacmar'ın SiberetikModeli	33

1. Giriş

Bu bölümde araştırmanın kuramsal dayanağı, problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları ve kavramlara ilişkin tanımlar yer almaktadır.

1.1. Problem

İnternet'e ulaşım olanaklarının ve kullanım alanlarının artması, onu birçok insanın günlük yaşamında önemli bir araç haline getirmiştir. Bunun yanısıra İnternet, bugün insanların zamanlarını harcadığı yeni bir "yaşam" alanı olarak da algılanmaktadır. Bu sosyal ortamda yeni bir toplum türü ortaya çıkmakta, insanlar yeni sanal topluluklar içinde, fiziksel bir dünyadaymışçasına değerlerini, kimliklerini ifade edebilmekte ve yeni yaşam tarzlarını deneyimleyebilmektedir (Whang ve Chang, 2004). Bilgisayar aracılı iletişimle gelen ve mevcut gerçeklik tanımına alternatif olarak gelişen sanal gerçeklik uygulamaları içinde sanal oyunlar ve sanal dünyalar söz konusu olmaktadır (Timisi, 2005). Sanal yaşam alanlarında, dünyadaki anlamlarından ve yan anlamlarından bağımsız olarak alternatif imajlar ve benzeşimler ortaya koyulmaktadır (Robins, 1999). Sanal oyunların ve sanal dünyaların üye sayısı artmakta, türlerinde çeşitlilik gözlenmektedir.

Book'a (2001) göre, hem oyun hem de sosyal sanal dünyaların taşıdıkları benzer özellikler; aynı anda bir çok oyuncu tarafından paylaşılması, grafik arayüzleri içermesi, etkileşimin gerçek zamanda gerçekleşmesi olarak listelenmiştir. Sanal dünyalar, kullanıcıya içinde bulundukları dünyayı değiştirme olanağı sunmakta, ekonomik, toplumsal, kültürel ve yasal alanlarda gerçek hayat ile ilişki kurmaya fırsat tanımaktadır. Leonard (2003), 21. yüzyılı gerek eğitim gerekse eğlence açısından "oyun çağı" olarak isimlendirmektedir. Popüler medya aracı İnternet'in kullanım amaçlarından birisi olan sanal oyunlar, her yaş grubundan kesime hitap etmektedir. Sanal ortamlarda aynı anda binlerce insan etkileşime girerek, boş zamanlarını değerlendirmekte, stres atmakta ve eğlenmektedir.

İnternet üzerinden çevrimiçi oynanan oyunlar; PC oyunları, metin temelli MUD'lar

(Multi-User Dungeon-Çok Kullanıcı Zindan) ve üç boyutlu grafik temelli MMOPRG'ler (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game - Devasa Çevrimiçi Role Bürünme Oyunu) olmak üzere farklılaşmaktadır. Fantezi rol oynama ediminin (Fantasy Role Playing-FRP) çevrimiçi olarak çoklu oyuncular ile gerçekleşmesine dayanan bu rol alma oyun türlerinde üç boyutlu grafik tasarımları, müzik ve ses efektleri bulunmaktadır. Oyuncu grafik bir zemin üzerinde “avatar” denilen sanal bir karakter yaratarak, öyküsünü, gündelik yaşamını, bu dünyadaki rolünü ve bu role düşen görevlerini icra etmektedir.Devasa Çevrimiçi Role Bürünme oyunlarının (MMOPRG), konsol oyunlar ve PC oyunlarından farkı, oyuncu veya oyuncuların eş zamanlı olarak oyuna yaptıkları zaman yatırımlarının toplumsal ve kültürel maliyetinin görece yüksekliğidir (Binark, 2006). Bugün popüler olan oyunlar Lineage, World of Warcraft, EverQuest, Second Life, Active World ve Habbo oyunculara farklı deneyimler sunmaktadır. Second Life bu kategoride, rol üstlenilen oyunlarla benzer nitelikler taşımakla birlikte sosyal ağ içeren yapısı ile diğerlerinden farklılaşmaktadır (Moon, 2007).

Sanal dünyalar, kullanıcılara geniş özgürlükler tanımaktadır.Örneğin, alternatif kimliklere bürünmek, teknolojik olanla insan kimliğini birleştirerek benliği bütünüyle yeni bir şeye dönüştürmek mümkün olmaktadır (Robins,1999).Yüz yüze etkileşimde, insanlar kişiliğini cinsiyet, ırk ya da giyinme tarzı gibi tercihlerini, sözel olmayan kodlarını ifade edebilirler. Bu durumu sanal ortamlarda yansıtmak zor gibi gözükse de, İnternet teknolojilerinin sunduğu imkanlarla kullanıcılar, sanal ortamlarda karşısındakine ilişkin edinebileceği bilgileri kontrol edebilmektedirler (Wood ve Smith, 2005).

Kişilik kavramıyla içiçe kullanılan benlik kavramı bu yapay ortamlarda kişinin kendisini yansıtabilmesine olanak vermektedir.Benlik, bireyin kendini nasıl gördüğü, kişiliğine ilişkin kanıları, kendini algılayış biçimi olarak ifade edilmekte ve kişinin algılarına bağlı olarak iki boyuta ayrılmaktadır.Bunlardan ilki olan gerçek benlik, “kendimi nasıl görüyorum, başkaları beni nasıl görüyor” sorularını; diğer boyut olan ideal benlik ise “kendimi nasıl görmek isterim, başkalarının beni nasıl görmesini isterim” sorularını içermektedir.Belirtilmesi gereken bir olgu da, insanların gerçek

benliklerini ideal benliklerine yakınlaştırmak için çaba harcamalarıdır (Odabaşı ve Barış, 2002).

İnsanlar, genelde kim ve ne oldukları hakkında bilgiye sahiptirler ve kendilerini diğerlerine sunma çabası içine girerler. Sosyal psikoloji araştırma alanı çerçevesinde bireylerin ilişkilerinde davranışları açıklanmaya çalışılmaktadır. Kendini sunma ya da öz-sunum, kişinin kendini toplumsal veya kültürel açıdan kabul edilen eylem ve davranış normlarına uygun yollardan ve arzu edilen imajı bırakacak şekilde ifade etmesidir. Bu ifade şekli sözlü, sözsüz kodlarda mümkündür (Goffman, 2009; Zanden, 1987).

Goffman’a (2009) göre sosyal yaşam ve kişiler arası ilişkilerde bireyler çeşitli roller oynamakta ve böylece kendilerini dışa yansıtmaktadır. Her insan duruma ve koşula göre rolünü oynamakta ya da değiştirmektedir. Burada kişinin kendini ifade etme derecesi (dolayısıyla da izlenim bırakma kabiliyeti) özü birbirinden çok farklı iki tür işaretleşme faaliyetini (verdiği izlenim ve yaydığı izlenim) içermektedir. Kişinin verdiği izlenim, simgeleri veya onların yerine geçen şeyleri kapsamakta ve kişi bunları yalnızca, kendisinin ve başkalarının bu simgelere yükledikleri anlamları iletmek için kullanmaktadır (Goffman, 2009). *“İnsanların derilerinin rengi, toplumsal cinsiyetleri, yaşları, yanındakiler, giyinişleri, mücevherleri ve taşıdıkları nesneler onları tanımlaya yardımcı olur; böylece varsayımlar oluşturulur ve iletişim gerçekleşir”* (Giddens 2008, s.179). İkincisi ise gözlemcilerin kişi hakkında bulgu sağlayabileceği beklentisiyle değerlendirilen çok çeşitli eylemleri içermektedir. Buradaki beklenti, eylemin normalde o eylem yoluyla iletilen bilgilerden daha farklı nedenlerle gerçekleştirilmiş olmasıdır. Kişinin “gerçek” tutumu, inançları ve duyguları ancak kendi sözleri ya da istemdişi gibi görünen dışavurumsal davranışları aracılığıyla dolaylı olarak anlaşılabilir. Kişinin öyle ya da böyle kendini ifade edecek şekilde davranması, gözlemcilerin de bir şekilde izlenim edinmesi kaçınılmazdır (Goffman, 2009).

Kendini sunma davranışlarında amaç, diğerlerini etkileyerek, istenilen izlenimi sunmaktır (Zanden, 1987). Farklı yollarla aktarılan izlenimin etkisi artırılabilir. Örneğin nasıl yaşandığının göstergesi olan yaşam tarzı aynı zamanda benlik kavramının

yansımasıdır ve kişinin güduları, duyguları ve inançlarının içyüzünün anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Foxall ve Goldsmith, 1994). Yaşam tarzı bir kişinin boş zamanını ne şekilde geçirdiği, aktiviteleri, bulunduğu çevredeki ilgi alanları, kendisi ve çevresindeki dünya ile ilgili görüşleri eşdeyişle, kişinin sosyal sınıfı veya kişilik özelliklerinden daha fazlasını kapsayan, bir bütün olarak çevresi ile etkileşimi şeklinde ifade etmek mümkündür (Erdal, 2001; Kotler, 2000). Yaşama biçimi üzerinde güçlü etkisi olan demografik faktörlerle ilgili detayların toplanmasının yanında kişilerin zamanlarını nasıl geçirdikleri, yaşamlarında yer alan farklı unsurların önem sırasının ne olduğu, kendileri ile ilgili ne hissettikleri sorularının cevapları aranmaktadır. Çünkü kişilerin yaşam tarzı tüketim davranışlarını veya başka bir deyişle, zaman, enerji ve paralarını nasıl harcayacaklarına dair verdikleri kararları etkiler (Erdal, 2001).

Sanal dünyalar içerisinde son yıllarda popüler olan bir dünya da Second Life'tır. San Francisco merkezli Linden Laboratuvar adlı şirket tarafından 2003 yılında geliştirilen Second Life İnternet tabanlı, üç boyutlu bir grafik ortamıdır. Gerçek hayatın dijital animasyonu olarak ifade edilen bu yapay dünyaya üye olanlar bir karakter yaratmakta ve bu karakteri çevrimiçi ortamda yaşatma olanağı bularak bu sayede fiziksel bir gerçekliğe gereksinim duymadan yeni mekanlar, yeni roller ve yeni kimlikler oluşturulabilmektedirler (Waskul ve Douglass, 1997). Sahip olunan ya da olunmak istenilen kişiliğin hayat bulduğu avatar aracılığıyla yaş, dış görünüş (saç, ten rengi gibi), cinsiyet, kıyafet üyenin isteği doğrultusunda şekillenmekte, yine istenilen zamanda değişiklik yapılabilir. Yaklaşık yirmi milyon (2011 Ağustos ayı) üyenin kayıtlı olduğu Second Life'ta gerçek yaşamda yapılması mümkün olan yeni insanlarla tanışmak, alışveriş yapmak, flört etmek, evlenip boşanmak, ev ya da arsa satın almak, giysi, aksesuar ya da mimari tasarım yapmak, hatta bunları pazarlamak, değişik işlerde çalışarak para kazanmak mümkündür. Yedi gün yirmi dört saat açık olan ve kendisini sürekli yenileyen Second Life'ta insanların birbirleriyle etkileşimi neticesinde kendisine özgü kuralları, gelenekleri oluşmuştur (Second Life Starter Guide, 2003). Second Life sakinleri, bu dünyayı adeta gerçek bir mekânı ziyaret edermiş gibi ziyaret edebilmekte, diğer sakinlerle karşılaşp, kişisel ve toplu etkinliklere katılabilmekte ve böylece sosyalleşebilmektedirler. Sitenin yaratıcıları tarafından oyunculara “yerleşik/oturan/sakin” isminin verilmesi bu beklentinin bir nevi göstergesi olmaktadır

(Livingstone ve Kemp, 2006). Second Life'in sosyal yaşamdan kopmuş kişilerin tekrar sosyalleşmeye adapte olmalarını kolaylaştırmak için kullanıldığı bilinmektedir. Örneğin Portekiz'de bir sivil toplum örgütü, cinsel tacize uğrayan çocuklara, hayata uyum sağlamaları için Second Life'ta yaşatmakta, başka bir projede ise dokuz felçli hasta, bakıcıları aracılığıyla edindikleri karakterlerle burada ikinci hayatlarını yaşamaktadır. Amerika'daki bir bakım merkezi otistik olan hastaları için aldığı adada hastaların birbirleriyle sorunlarını paylaşıp, gerçek dünyada yapamadıkları aktiviteleri yapabilme imkanı sunmaktadır (Tüter, 2003).

Second Life bir sanal oyun gibi algılanmasına rağmen aslında sanal bir yaşam dünyasıdır, çünkü onu oyunlardan farklı kılan yanı savaşı, büyücü, dahi gibi rollerin ya da bölgeyi ele geçirme, birisini kurtarma, seviye atlama, puan toplama gibi misyonların bulunmamasıdır. Bunun yerine, binalar kurma, işyerinde terfi etme, şirket kurup milyoner olma gibi gerçek hayatın yansımaları vardır. Ucu açık bir dünya olan Second Life'ta tek sınır kişinin zamanı, merakı ve yaratıcılığıdır (Moon, 2007; Tapley, 2008). Kapitalist sistemin unsurlarını taşıyan bu sanal ortamın kendine özgü ekonomisi vardır. Örneğin dalgalı kur sistemi kullanılmakta, Linden olarak isimlendirilen para birimi geçerli olmaktadır (1 Amerikan Doları ortalama 262 Linden dolarına eşdeğerdir.). Second Life'ın gelir kaynaklarını reklam, ürün tanıtımı, erişilebilirlik, fizibilite çalışması, müşteri görüşlerini şekillendirme gibi nedenlerle şube açan firmalar ve üyelerin kredi kartlarıyla yaptıkları ödemeler oluşturmaktadır. Firmalar moda, dekorasyon, seks, emlak, otomotiv, yat ve uçak sektörlerinde yer almaktadır. Üyeler ise firmaların sunduğu bu hizmetlere hesaplarındaki Linden dolarlarıyla erişebilmektedir (Second Life Türkiye, 2009; Topçuoğlu, 2007). Sanal dünyaya ilk giriş üyeliğinde para ödenmese de (bu üyeliğe ilk, temel üyelik denilmektedir), ek temel denilen üyelikte 9.95 USD, premium için ise dört ayda bir 22.50 ya da yılda 72 dolar ödenmektedir. Ek temel üyelikte toprak satın alınamamakta, ama grup sahipli topraklardan arsa edinip ev kurulabilmekte, premium üyelikte ise ada dahil her tür toprak satın alınabilmektedir (Second Life Başlangıç Rehberi, 2009).

Hollanda’da EPN adında bir düşünce kuruluşunun Second Life ile ilgili yapmış olduğu araştırmada insanların gerçek hayatlarındaki mutluluk ve başarıları ile Second Life’taki mutluluk ve başarıları arasında pozitif bir korelasyon bulunmuştur. %40 bağımlılık düzeyinin belirlendiği araştırmada, aktivitelerin genelde akşam saatlerinde, öğlen iş aralarında ve hafta sonlarında ciddi artış gösterdiği ve genelde uzun süreli vakit geçirenlerin kadınlar olduğu ayrıca, üyelerin çoğunlukta üniversite düzeyinde eğitim sahibi oldukları sonuçlarına varılmıştır. Second Life’ta geçirilen sürenin o insan için terapi özelliği taşıdığı vurgulanmaktadır. Tam anlamıyla bir orta sınıfın olmadığı Second Life’ta insanlar ya fakir ya da zengin sosyo-ekonomik sınıfın içerisinde yer almaktadır (Tüter, 2003).

Kendini sunma davranışlarını ortaya koyan tutum, tavır, görünüm, ruh hali, sözlü ifadeler, giyinme tarzı olmaktadır. Sanal ortamlarda bu davranışların yansıtılma şekilleri ve seçilen yollarda kişi özgür olabilmektedir.

Second Life sanal dünyasında kendini ifade etme davranışları avatarlar aracılığıyla mümkün olmaktadır. Bu ortamda, sesli ya da yazılı sanal sohbet edebilme, fotoğraf yükleme, kendine ait profil oluşturarak düşüncelerini, beğenilerini ekleme, kendini ifade edebilme imkanları vardır. Bununla birlikte lüks evlerde yaşamak, spor arabalar ya da kıyafetler almak, farklı hobilerle (dalış, binicilik, konserlere katılma, spor, dans yapma, müzik aletleri çalma, dil kurslarına katılma vs) ilgilenmek gibi çeşitli sanal yaşam deneyimleri söz konusudur. Bazı aktivitelerin parayla gerçekleştiği bu ortamda üyeler kredi kartlarını kullanarak ya da burada çalışıp kazandıkları Linden dolarlarıyla yaşam tarzlarını şekillendirmektedirler. Gerçek yaşamın zaman, para, ulaşım gibi dışsal engellerinin yanısıra içe kapanık olma, iletişim kurma güçlüğü yaşama, utanma, çekinme, korkma gibi bireysel engeller nedeniyle fiziksel dünyada gerçekleştirilemeyen birçok etkinlik sanal yaşam dünyası Second Life’ta anlam kazanma şansına sahiptir.

Alanyazında çeşitli araştırmalar yapılmasına rağmen, Second Life sanal yaşam dünyasında kendini sunum davranışlarının belirlenmesi ve yüz yüze ortamdaki davranışlarla karşılaştırılmasına yönelik herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması, böyle bir araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Bu düşünceler ışığında çalışmada sanal yaşam alanı Second Life üyelerinin kişiler arası ilişkilerinde kendini sunma davranışları ile fiziksel (gerçek) dünyadaki davranışlarında benzerlik ve farklılıkları ortaya koymayı amaçlanmaktadır. Bu bağlamda tercih edilen yaşam tarzı ve tüketim davranışları da sorgulanarak, üyelerin zamanlarını nasıl geçirdikleri, yaşamlarında yer alan farklı unsurların önem sırasının ne olduğu, kendileri ile ilgili ne hissettikleri, ilgi alanları gibi soruların cevapları aranacaktır. Bu etkenlerin kişilerin kendini sunmadaki belirleyici rolünün ne olduğu ortaya koyularak, elde edilen bulgular gerçek yaşam tarzlarıyla karşılaştırılmıştır.

1.2.Amaç

Bu araştırmanın temel amacı, sanal yaşam dünyası Second Life üyelerinin sanal ortamda kendilerini sunma tercihleri ile fiziksel (gerçek) dünyadaki kendini sunma tercihleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır;

1. Second Life'in kullanıcılarının genel özellikleri nelerdir?
 - a) Kullanıcıların Second Life'i kullanım nedenleri nelerdir?
 - b) Kullanıcıların Second Life'ta bireylerarası ilişkileri nasıldır?
2. Second Life kullanıcılarının sanal dünyada ve gerçek yaşamda yaşam tarzı etkinlikleri benzerlik ya da farklılık göstermekte midir?
3. Second Life üyelerinin sanal ortamda ve gerçek yaşamda kendilerini sunma davranışları nelerdir?
 - a) Second Life üyelerinin sanal ortamlar ile fiziksel ortamlarda kendilerini sunma davranışları farklılık gösteriyorsa bunların nedenleri nelerdir?

1.3. Önem

Araştırmanın; sanal dünyaları ve bu etkileşim ortamında bireylerce gösterilen kendini sunum davranışlarını belirlemesi ve Second Life sanal yaşam dünyasının genel özelliklerini, tercih edilme nedenlerini ortaya koyması suretiyle sanal bir yapılanmaya doğru değişen toplum dinamiklerini açıklamaya yardımcı olması konusunda toplum bilimcilere; sanal ortamlarda gerçekleşen çevrimiçi etkileşimi, bireyler arası, grup ya da kültürel iletişim bağlamında sergilenen iletişim davranışlarını anlamada iletişim bilimcilere, sosyologlara, sosyal psikologlara ve psikologlara; Second Life’ta gerçekleştirilen tüketim davranışlarının ortaya koyulmasında ve ulusal ya da uluslararası işletmelerin sanal ortamda sürdürdükleri reklam faaliyetlerinin etkinliklerinin belirlenmesinde işletme bilimcilerine; kullanıcıların sanal dünya aracılığıyla sergiledikleri siyasi etkinliklerini anlamada siyaset bilimcilere; sanal dünyada gerçekleşebilecek eğitim etkinliklerinin belirlenmesinde eğitim bilimcilere ve Second Life hakkında araştırma yapmak isteyen araştırmacılara ve uygulamalara ışık tutması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Second Life sanal yaşam dünyasında gösterilen kendini sunum davranışlarının belirlenmesini ve gerçek yaşamla karşılaştırmasını amaçlayan bu araştırma maliyet, zaman ve kültürel farklılıklar nedeniyle Türk kullanıcılar ile sınırlı tutulacaktır. Araştırma kendini sunum kuramı çerçevesinde sınırlı tutulmuştur.

1.5. Tanım

Kendini Sunum Kuramı: Bireyin diğerlerinin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme sürecidir (Goffmann, 2009).

Second Life: Linden Laboratuvar adlı şirket tarafından geliştirilen İnternet tabanlı, üç boyutlu, gerçek hayatın dijital animasyonu olarak ifade edilen bir sanal yaşam dünyasıdır.

Sanal Etnografya:Sanal ortamda uygulanan etnografik araştırma tekniğidir (Hine, 2000).

1.6. Kısaltmalar

MMRPG:Massive Multiplayer Online Role-Playing Game - Devasa Çevrimiçi Role Bürünme Oyunu

MOO:Multi-User Domain Object Oriented- Çok Kullanıcılı Nesne Temelli Oyun

MUD: Multi-User Dungeon-Çok Kullanıcılı Zindan

MUVE: Multi-User Virtual Enviroment-Çok Kullanıcılı Sanal Ortam

SL: Second Life

2. Alanyazın Taraması

Bu bölümde araştırmanın kuramsal temeline yer verilmiştir. Kuramsal temel, üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, kendini sunum teorisinin tanımı, tarihsel süreç içerisinde yenilenen uygulama alanları ve teorinin gelişimine destek veren düşünceler, teoriyi süreç olarak değerlendiren ve bu amaçla geliştirilen modeller, yüz yüze ortamda sergilenen kendini sunum davranış ve stratejileri konuları üzerinde durulmaktadır. İkinci kısımda, siberuzam ve bu ortamda gelişen yeni kavramlar, sanal dünyaların gelişimi, sanal ortamlarda kendini sunum davranışlarına yönelik diğer araştırmalar gibi konulara yer verilmiştir. Üçüncü kısımda ise Second Life sanal yaşam dünyası hakkında açıklamalar yapılmıştır.

2.1. Yüz Yüze Ortamda Bireylerin Sergiledikleri Kendini Sunum Davranışları

Sosyal psikoloji alanında kendini sunma, kimlik sunumu, görüntü verme, imaj oluşturma, izlenim oluşturma gibi birbiriyle ilişkili bir dizi olgu ve kavram yer almakta ve bu doğrultuda bireylerin sosyal ilişkilerinde gösterdikleri davranışları açıklanmaya çalışılmaktadır. Kendini sunma kişinin kendini toplumsal veya kültürel açıdan kabul edilen eylem ve davranış normlarına uygun yollardan ve arzu edilen izlenimi/imajı bırakacak şekilde ifade etmesidir. Bu ifade şekli sözlü, sözsüz kodlarda mümkündür (Zanden, 1987). İnsanlar genelde çevresindeki kişilerin kendisine yönelik izlenimlerini denetlemek ve kontrol etmek ister (Martin, Leary ve Rejeski, 2000). Bireyin kendisi ile ilgili izlenimleri takip etmesi ve diğer bireyleri istediği yönde etkileme girişimlerinde bulunması doğal olmakla birlikte, sosyal etkileşime konu olan bu tarz davranışların incelemesi önem taşımaktadır (Leary ve Kowalski, 1990).

İzlenim kavramı bireylerin, bir obje, kurum veya başka bir bireye ilişkin düşünceleri ya da bireyin zihninde bazı öğelerin etkileşimi sonucunda oluşan bir imgedir (Dincer, 1998; Okay, 2000). İzlenimler, bireyin çevresindeki diğer kişilerce değerlendirilip kendisini kabul etmesinde ve ona yönelik davranışlar geliştirmelerinde etkisi olan göstergelerdir (Martin, Rejeski ve Leary, 2000). Sosyal psikologlar bir kişiyle ilgili bilgi sahibi olma ve ona ilişkin kararların biçimlenmesinde onunla ilk karşılaştığında

edinilen ilk izlenimlerin etken olduğunu ileri sürerler. “İlk karşılaşmalarda insanlar hakkında nasıl bilgi sahibi oluyoruz?”, “Başkalarının gereksinimleri, karakter özellikleri ve yetenekleri ile ilgili sonuçlara nasıl varıyoruz?” gibi sorular sosyal psikologlar için ilgi konusu olmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2004). İnsanlar, bulundukları ortama yeni birisi girdiği zaman ya da iki kişi karşılaştığında genelde ya o kişi hakkında bilgi edinme ya da hâlihazırda sahip oldukları bilgileri kullanma çabası içine girerek karşılıklı olarak izlenim oluştururlar. O kişinin genel toplumsal ve iktisadi durumu, kendini nasıl gördüğü, çevresine karşı takındığı tavır ve güvenilir olup olmadığı gibi konular merak edilir. Kişi hakkında bu bilgiler gözlemcilerin kendilerinden ne beklediği ve kendilerinin karşılarındaki insandan ne bekleyebilecekleri üzerine bir ön bilgi sağlayarak durumun tanımını yapmalarına olanak verir. Karşılaşma sayısı arttıkça ilişkilerin tümünü etkileyen tam ve zengin izlenimler edinirler. İnsanlar başkalarının kişilikleri hakkında yargıda bulunmak, tahminler yapabilmek için izlenimler oluştururlarken o anda var olan bilgi ve ipuçlarından da yararlanırlar. Ortamda bulunanların yararlanabilecekleri pek çok bilgi kaynağı ve bu bilgiyi iletecek pek çok taşıyıcı bulunabilir. O kişinin kendisiyle ilgili söylediklerinden ya da kim ve ne olduğuna yönelik sunduğu belgelerden faydalanabilirler. Mevcut etkileşimden önceki deneyimlerinden o kişi hakkında doğrudan ya da dolaylı olarak bilgi sahibi olmuşlarsa, şimdiki ve gelecekteki davranışlarını öngörmek açısından psikolojik özelliklerinin ne denli sürekli ve yaygın olduğuna dair varsayımlara başvurabilirler (Goffman, 2009; Kağıtçıbaşı, 2004). Gözlemlenen davranış ve görünümlere dayanarak insanlar birbirlerine bir takım özellikler atfederler. Kişilerin birbirlerini ne kadar sevecekleri, birbirlerine nasıl davranacakları, bir araya gelip gelmeyecekleri, bu izlenimlere bağlı olabilmektedir. İlk izlenimler toplumsal etkileşimin yalnızca başlangıcı değil, aynı zamanda temel belirleyicisidir (Kağıtçıbaşı, 2004). Kendini sunum yönetimi kişiler arası etkileşimi içeren dinamik bir süreçtir. Bireyler diğerleriyle etkileşime girdiklerinde her zaman diğerlerinin onu nasıl kabul ettiğine dair ipucu ararlar (Leary ve Kowalski, 1990; Roberts, 2005; Rosenfeld, Giacalone ve Riordan, 2002). Sembolik etkileşim (Goffman, 2009) bu görüşü desteklemekte, sosyal normların ve sosyal senaryoların davranışlar üzerindeki gücü üzerinde durmaktadır. Sosyo-analitik kurama göre kendini sunum davranışları insan doğası içinde normal ve gereklidir. Giyilen kıyafetler, okunan kitaplar, dinlenen müzik, arkadaşlar hatta düşmanlar bile kişi hakkında diğerlerine bilgi

vermektedir (Slama ve Wolfe, 1999). Bireysel açıdan bakıldığında da kendini sunma yönetimi çok önemli olmaktadır. Bireylerin yarattıkları izlenimler, karşı tarafın davranışını etkilemekte, ona yön vermekte sonunda aldığı geribildirimle kendisinin davranışını şekillenmektedir. Birey ilişki ve etkileşimleri sırasında insanlara, kendisini tanımaları konusunda bazı ipuçları vermekte, bireyler bu ipuçlarına dönerek ona göre tavır almaktadırlar. İzlenim bırakan birey kendisine dönük bu tavır ve davranışlardan zincirleme olarak etkilenmektedir (Demir, 2003). Bireylerin düzenli ve tutarlı toplumsal etkileşimlere girebilmeleri ve girdikleri etkileşimi sürdürebilmeleri için kendilerine ilişkin izlenimleri düzenlemeleri ve bunu etkili bir şekilde karşısındakine aktarabilmeleri gerekir. Kendini anlatıcı her türlü davranış düzenleme ve kontrol ederek sürdürme sosyal ve kişiler arası etkileşimde önemli olan etkenlerdir (Bacanlı,1990).

Bireyin kendi davranışları ile toplumsal çevreden gelecek olan tepkiler, bırakılan izlenim adına önem taşımaktadır. Bireylerin, davranış ve iletişim biçimleri alınan tepkilere göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin ilişkiyi sonlandırma, çatışma yaşama, hor görme, önyargı, yıkıcı eleştiri, övme, küçümseme, kaygı duyma vb. tepkiler oluşabilmektedir (Çakır, 2003).

Kendini sunma ya da izlenim yönetimi, bireylerin çevresindeki diğer kişilerin onu memnuniyetle kabul etmesi için, onlara kendisini sunarken sergiledikleri davranışlarla ilgilenir (Hooghiemstra, 2000). Sık rastlanan sosyal bir davranış olan kendini sunma, bireyin kendisinden ne beklenildiğini anlamada ve diğer bireylerle oluşturulacak sosyal etkileşimlerinin amaç ve anlamını ortaya koymada yardımcı olmaktadır (Elwell, 1998; Gardner ve Acolio, 1998; Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

Alan taraması neticesinde farklı alanlarda yapılan araştırmaların izlenim yönetimi ve benlik sunumu/öz sunum/kendini sunma kavramlarını kimi zaman birbirinin yerine geçen ve eş anlamlı olarak kullandıkları görülmekle birlikte; Schlenker (1980) gibi bu ikisi arasında ayırım yapan düşünürlerin de olduğu saptanmıştır. Schlenker (1980)şehirlerin, işletmelerin de insanlara benzer şekilde kendilerine yönelik izlenimlerini yönetmeye çalıştıklarını ileri sürmekte ve bu nedenle izlenim yönetimi kavramını işletmeler, şehirler gibi oluşumlar için kullanmaktadır.

Çalışma içerisinde genelde kendini sunum kavramı kullanılmış olsa da kimi yerlerde izlenim yönetimine de yer verilmiştir. Kendini sunma davranışı izlenim aktarma ve alınan izlenimleri yorumlayarak davranış belirleme olarak görülmüş, bu nedenle izlenim yönetimi kendini sunma kavramı içerisinde ele alınmıştır.

2.1.1. Kendini sunma kavramını açıklayan tanımlar

İzlenim, insanların kimliği ve kendi benliği hakkında bilgi verme isteğidir. Bu istek uzun dönemli kendini sunma davranışı iken bazı istekler kısa dönemli olup, kişi olmadığı ama öyleymiş gibi göstermek istediği bir izlenim yaratma çabasına girebilir. Kendini sunma iki nedenden ötürü gerekli olmaktadır. İlk olarak bireylerarası iletişimde bazı eylemlerin anlamının doğrulanmasına yardım eder ve böylece yanlış anlamların önüne geçmiş olur. İkinci olarak insanların birbirlerine sosyal benlik ve özel benliklerini iletmesine olanak tanır (Bromley, 1993). Sosyal etkileşimlerin etkili bir şekilde gerçekleşebilmesi için tarafların birbiri hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Sergilenen izlenimlerin incelenmesi, diğerlerinin kişiden nasıl davranışlar beklediği ve kişinin kendisine nasıl davranılmasını beklediği konusunda fikirler verir. Bu anlamda katılımcıların kimliği, son derece önemli olmaktadır (Leary, 1996; Sheer ve Weigold, 1995). Bireyin kendisine ilişkin izlenimlerinin yönetilmesinin yanı sıra, davranışlarının da gözden geçirilmesini ifade eden izlenim yönetimi, istenilen benliğe uygun tutum ve davranışlarının oluşturulup sürdürülmesini sağlamada yardımcı olmaktadır (Gürüz, 2004). Benlik, bireyin kendini nasıl gördüğü, kişiliğine ilişkin kanıları, kendini algılayış biçimi olarak ifade edilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2002). Bireyler sosyal yaşamda nasıl görünmek ve kendisine nasıl davranılması istediğine ilişkin beklentilerini göstermek için benlik oluşturma çabası içine girerler (Sheer ve Weigold, 1995; Slama ve Clark, 1999). Bu çabayla sosyal kimlik oluşturma içine girebilirler. Sosyal kimlik, sosyal sınıf içinde kişinin kimliği olarak hem karışık hem de dinamik yapıda bir kavram olarak ifade edilebilir. Genelde birden fazla sosyal kimlik edinmek farklı durumlarda izlenim yönetimini oluşturmak ve sürdürmek için bir stratejidir (Bozeman ve Kacmar, 1997). Sosyal kimlik, sosyal açıdan uygun bulunan benlik hakkındaki bireylerarası anlaşma doğrultusunda biçimlendirilir ve sürdürülür. Benlik kişinin algılarına bağlı olarak iki boyuta ayrılmaktadır. Bunlardan ilki olan gerçek benlik, kendimi nasıl

görüyorum, başkaları beni nasıl görüyor sorularını; diğer boyut olan ideal benlik ise kendimi nasıl görmek isterim, başkalarının beni nasıl görmesini isterim sorularını içermektedir. Belirtilmesi gereken bir nokta, insanların gerçek benliklerini ideal benliklerine yakınlaştırmak için çaba harcamalarıdır (Odabaşı ve Barış, 2002). Benzer bir başka ayrım da öz imaj, algılanan imaj, ideal imaj olarak yapılabilir. Buna göre öz imaj kendimizi nasıl gördüğümüzü, algılanan imaj başkalarının bizi nasıl gördüğünü, istenen (ideal) imaj da nasıl görmek ve görünmek istediğimizi ifade etmektedir (Gürüz, 2004).

Leary (1996) izlenim yönetiminin bireyler için temel işlevlerini bireylerarası etki, kişiliğini geliştirmek ve sürdürmek, olumlu duyguları düzenlemek olarak sıralamıştır. Bireylerarası etki işlevine göre, bireyler genelde izlenim yönetimiyle, diğerlerinin kendisine yönelik izlenimlerin önemli sonuçları olacağına inandıkları için ilgilenirler. Diğer bir ifadeyle, bu izlenimlerin diğerleriyle ilişkilerinden elde edecekleri ödülleri artıracığına ya da cezayı azaltacağına inanırlar. İzlenimler sosyal etkileşimde de önemlidir. Bireyler izlenim yönetimi ile diğerleri üzerinde güç oluşturabilirler ve sürdürebilirler. Sosyal psikologlar gücü, diğerleri üzerinde istenilen değişikliği yapabilme yeteneği olarak görmektedir. Bireyin kendini sunma davranışlarının sosyal etkisi kendi davranışlarına dikkat etmesiyle belirlenir. Kendini sunma davranışları sergileyen bireyler istenmeyen algıları düzeltmeye odaklanırken, olabileceklerinin en iyisi olmaya da gayret gösterirler. İyi izlenim bireyin günlük yaşamındaki etkileşimlerin niteliğini de artırır. Bireyler kendilerinde olumlu izlenim bırakan kişilerle olan etkileşimlerinde daha memnun, daha kabul edici ve destekleyicidirler.

Kişiliğini geliştirmek ve sürdürmek işlevinde bireyler, diğerleri üzerinde istedikleri izlenimleri bırakamadıklarını düşündüklerinde kaygılanırlar ve izlenimlerini yönetme çabası içine girerler. Bireyler diğerleri üzerinde etki bırakmak için herhangi bir sebepleri olmayıp, farklı gerekçelerle de izlenim oluşturma çabası içerisine girilebilirler. Böyle bir çabanın üç nedeni olabilir. İlk olarak, izlenim yönetimindeki başarının bireyin kendisine olan saygısını artırmasını ve böylece kendisini iyi hissetmesini sağlamasıdır. İstenmeyen izlenimlerin alay, cezalandırma gibi olumsuz sonuçlar doğuracak bu da bireyin kendisine olan saygısını zedeleyecektir. İkinci olarak izlenim yönetimi

davranışları bireyin kimliğini yapılandırmasını ve bunu sürdürmesini sağlayacaktır. Gelişen süreçte birey, yeni roller edinecek ve bu kimliğe uygun davranması gerekecektir. Son olarak belirtilen neden, izlenim yönetiminin alışkanlık haline gelerek kökleşmiş davranışa dönüşmesidir. Bireyler çevrelerinde kendilerine yakın olan kişilerin kendisi hakkındaki düşüncelerine önem verirler ve bunları bilmek onun iyi hissetmesini sağlayacaktır(Leary, 1996).

Olumlu duyguları düzenleme, izlenim yönetiminde bireyin kendisine ilişkin olumsuz duygularını azaltırken, olumlu duygularını artırdığı yönündedir. Sosyal gruplardan gelen destekle bireyin olumlu davranışları pekişecek ve bu durum onun diğerleriyle etkileşimini sürdürmesi için onu motive edecektir. Diğerleri tarafından onaylanma ve kabul edilme insanları mutlu hissettirecektir (Leary, 1996).

Goffman'ın benlik sunumu ile ilgili ilk çalışmalarından bu yana, araştırmacılar insanların neden izlenimleri yönetmeye çalıştıklarını ve bunu gerçekleştirirken uyguladıkları stratejileri anlamaya çalışmışlardır (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Bu süreç içerisinde izlenim yönetimine ilişkin çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlar birbirlerine yakın olmakla birlikte bazı noktalarda ayrılmaktadır. Leary (1996) benlik sunumunu, bir bireyin diğerlerinin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme süreci olarak görürken; Tedeschi ve Riess (1964), bireyin diğer bireylerin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme ve yönlendirme amacıyla gösterdiği bütün davranışlar (aktaran: Arndt ve Bigelow, 2000) olarak tanımlamıştır. Rosenfeld ve meslektaşları (1995) ise bu ifadelerle yakın bir tanım yaparak, bir bireyin diğerlerinin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme amacıyla kullandığı yöntemler olarak açıklamışlardır.

Bir başka tanıma göre ise izlenim yönetimi, bireylerin sosyal etkileşim içinde diğerlerine sunduğu ya da sınırlı olarak aktardığı bilginin kontrol edilmesinde gösterdiği tüm girişimlerdir (Kacmar ve Carlson, 1999). Bu tanımlamada iki taraf, bilgiyi aktaran kişi yani aktör ve bilgiyi alan hedef kitle yer almaktadır (Bozeman ve Kacmar, 1997; Goldman, 1959). İzlenim yönetimini hedef kitleyi ikna etmek amacıyla oyuncunun gösterdiği özel bir siyasi davranış olarak gören anlayış da söz konusudur (Zivnуска, Kacmar, Witt, Carlson ve Bratton, 2004). Bu açıdan bakıldığında, izlenim yönetiminin,

insan yaşamını etkileyen, maksatlı, stratejik ve dinamik bir süreç olduğu söylenebilir (Sallot, 2002). Jones ve Pittman'a (1982) göre kendini sunma süreci bireyin diğerleri üzerinde özel bir izlenim yaratmak için kendi davranışında düzenleme yapmasını kapsar (aktaran: Levine ve Feldman, 1997).

İzlenim yönetimi, genel olarak, insanların başkalarına iletilen bilgiler yoluyla onların algılama ve davranışlarını etkilemeye yönelik girişimler olarak tanımlanmaktadır (Bolino ve Turnley, 1999; Demir, 2002; Gardner ve Avolio, 1998; Gardner ve Martinko, 1988; Leary ve Kowalski, 1990; Rind ve Benjamin, 1984). Bireyin, amaçları ve içinde bulunduğu durum planlama şeklini biçimlendirir. Rao, Schmidt ve Murray (1995) de bireyin diğerlerinin kendisine yönelik vereceği izlenim tepkilerini ya da düşüncelerini etkilemek için girişimde bulunma süreci olarak görür. İnsanlar sevmek, onaylanmak ve çekici görünmek için izlenim yönetimiyle meşgul olurlar. Rowart (1997) izlenim yönetimini, ikna edici mesaj üretme ve gelen mesajları yorumlamayı içeren ikili bir süreç olarak algılar.

Schlenker (1980) izlenim yönetimi davranışlarını, sahip olunan ya da istenilen izlenimlerin kontrolü için sosyal etkileşimlerde planlanan bilinçli ya da bilinçsiz olarak gösterilen çabalar olarak görmektedir. İzlenimi hesaplanan (önceden düşünülmüş) ya da amaçlanan ve ikincil ya da dolaylı olarak iki türe ayırmıştır. Her iki grup da yönelmişlik ve farkındalıkla ilgilidir. Gendersen ve Tinsley (1996) için yönelmişlik (amaçlılık) amaçlı izlenim davranışlarında, farkındalık ise normal tavır ve hareketlerde göze çarpar. Bozeman ve Kacmar (1997), için bu etkileşim ve etki hem çevresel hem de izleyicilere göre şekillenmekte, aktör arzulanan sonuca ulaşmak amacıyla uygun davranışı seçmektedir. Bu nedenle izlenim yönetimi amaçlı, hedef odaklıdır. İnsanların birisi ya da bir şey olmak isteği duymalarının nedeni kimileri tarafından farklı yorumlanmaktadır. Leary (1996) çalışmasında bu düşüncedekilerin, izlenim yönetimini belli bir role girme, numara yapma olarak ve insanların kendilerinden farklı karakterler sergilemelerinden ötürü eleştirdiklerini söyler. Aynı şekilde izlenim yönetimini –miş gibi davranmayla eşit sayarlar. Bununla birlikte, bazıları amaçlılık ve farkındalığı izlenim yönetiminde bir önkoşul olarak görmez (Canary ve Cody, 1994; Leary ve Kowalski, 1990; Schlenker ve Weigold, 1992). Konuya bu açıdan yaklaşanlar, kendini

sunma davranışlarını izlemenin bilinçsizce, kendiliğinden geliştiğini, doğal olduğunu varsayarlar (Leary ve Kowalski, 1990). Goffman (2009) da benzer şekilde bu davranışın amaçlı olmadığını düşünür. Bireyin arzuladığı amaç ya da bu amaca sahip olma sebebi ne olursa olsun, diğer insanların kendisine tepkilerini, özellikle de kendisine nasıl davranacaklarının denetimini elinde tutmak kendi çıkarına olacaktır. Bu denetim büyük ölçüde elindeki duruma ilişkin diğer insanların oluşturdukları tanımı etkilemekle sağlanır. Bu etkileme ise diğer insanların gönüllü olarak kişinin kendi planlarına uygun davranmaya yönlendiren bir izlenim yaratacak bir ifade tarzıyla gerçekleşir. İki iletişim türünden (verilen izlenimler ve yayılan izlenimler) sözsüziletim, daha dramatik ve bağlamsal olan, ister kasıtlı olarak sağlansın ister kasıtsız yine de amaçlanmamış olduğu varsayılmaktadır (Goffman, 2009). İzlenim yönetimi üzerine yapılan önceki araştırmalar kendini düzenleme davranışlarını kendini sunma davranışlarının doğal durumu olarak tanımlarlar (Gardner ve Martinko, 1988; Leary ve Kowalski, 1990). Bandura'ya (1963) göre, kişisel standartlara uyup uymadığına bağlı olarak, kişinin kendi davranışlarını bilişsel olarak pekiştirme veya cezalandırma süreci kendini düzenleme olarak ifade edilmektedir. Davranış kontrolüne yönelik olan bu süreç, istenen ve istenmeyen davranışları yaratan şartların gözlemlenmesi, kişisel çevrenin arzulanan davranışı kolaylaştıracak şekilde oluşturulması ve istenmeyen davranışı yaratma eğilimi gösteren koşullardan kaçınılması ve davranışların değerlendirilmesi ve pekiştirilmesi gibi alt süreçler yoluyla gelişir. Bozeman ve Kacmar (1997), önceki araştırmaların yararlı ve önemli olmasına rağmen hiçbirisinin kendini düzenleme davranışlarıyla bütünleşmiş olarak ya da ona bağlı olarak açıkça belirtilmediğini ileri sürer. Sonuç olarak izlenim yönetimi bazı şekillerde tasarlanmış olarak imâ edilmesine rağmen, doğal bir süreç olduğu gözden kaçır.

Bu bilgiler ışığında, kendini sunma davranışı üç kavramla; sözsüz sunum davranışları, sözlü sunum davranışları ve bilinçli yapılan düzenlemelerle şekillenmektedir (Gardner ve Martinko, 1988). Fiziksel görünüm, tavır, çevre, davranış, yüz ifadeleri, duruş, konuşma şekli, giyim gibi sözsüz iletişim kodları ve bunların yaşam tarzına yansımaları kim ve ne olduğunu tanımlamada kişiye yardımcı olmakta, diğer kişilerden kimlik hakkında ne istendiği, ne beklendiği konusunda iletiler yaymaktadır (Çakır, 2003; Rosenfeld ve diğerleri, 1995; Zaden, 1987). Sözsüz iletişim kodlarının karaktere

yansıması kişiler hakkında olumlu ya da olumsuz ipuçları vermektedir. İzlenim yönetiminde ilk izlenim olarak başlatılan etkileşim, kişilerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, yaşam biçimi, ekonomik durumu, dünya görüşü gibi konularda iletiler gönderdiği karşılıklı bir süreçtir. Birey tarafından sergilenen ilk etkileşimdeki olumlu ya da olumsuz davranışlar, o kişinin tutumunu algılamada ve etkileşimin sonraki evrelerinin belirlenmesinde önemli olmaktadır. Kişilerin yaş, cinsiyet, sosyal statü, mevki ve yaşam biçimlerine göre uygun bir görüntü biçimini dikkate alarak yapacakları imaj planları, çevrelerine olumlu ve uyumlu iletiler ile ulaşmalarını mümkün kılmaktadır (Gürüz, 2004). Böylece izlenim yönetiminin, düzenli ve bireyin kontrolünde sosyal ilişkileri oluşturmada ve istenilmeyen durumlardan kaçınmaya yardımcı olmada önemli bir rolü bulunmaktadır (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

Kendini sunmaya yönelik yapılan tanımlara bakılırsa, araştırmacılar tarafında konunun genelde aktör yönünden tartışıldığı, aktörün de özel bir kimlik yaratmak ve sürdürmek amacıyla tutum ve davranışlar sergilediği görülür. Özellikle aktörün izlenim yönetimini stratejik olarak nasıl kullandığı, diğerleri üzerinde nasıl bir etki yarattığı ve onu motive eden etmenlerin neler olduğu üzerinde durulur. Bununla birlikte sürecin iki taraflı bir yapıdan oluştuğu göz ardı edilmemelidir (Kacmar ve Carlson, 1999). İzleyicinin özellikleride izlenim yönetimi davranışının nasıl gerçekleşeceğine yön vermektedir. İzleyicinin çekiciliği, oluşturulmak istenen izlenimle yakından ilgilidir. Aktör, çekici olmayan birine oranla, çekici birini etkilemek için izlenim yönetimine daha fazla başvurmaktadır. Gardner ve Martinko (1988), hedef gruba aşinalığın da aktörün algısını etkileyen diğer bir özellik olduğunu belirtir. İzleyicinin aktörle ilgili deneyimleri, sahip olduğu değerler, ihtiyaç ve istekler, aktör tarafından izlenim yönetimine maruz kaldığı andaki duygusal durumu algılamalarını etkilemektedir.

İzlenim yönetimi ya da kendini sunum sosyal etkileşim içerisinde kabul gören, sıradan bir davranış olarak algılanan, mesaj iletme ve diğer kişilerden gelen mesajları yorumlamayarak etkili iletişim için gerekli sayılan bir süreç olarak görüldüğü söylenebilir.

2.1.2. Kendini sunum davranışlarına yönelik çalışmalar

Kendini sunum davranışlarının yönetimine ve anlaşılmasına ilişkin tartışma ve araştırmaların üç aşamalı gelişim gösterdiği ileri sürülebilir. Birinci aşamada Goffman'ın sosyal yaşam içindeki araştırmaları ve Jones'un laboratuvar çalışmaları; ikinci aşamada, ilk çalışmaların genişletilip derinleştirilerek ve sosyal psikolojinin merkezine alınmasıyla doğan çalışmalar ve son aşamada izlenim yönetimi teorisinin anlamlı ve uygulanabilir bir sosyal kavram haline getirildiği çalışmalardır (Demir, 2003). Aslında bu aşamaların sonu olarak sanal topluluklarda yapılan çalışmaları göstermek mümkündür.

İzlenim yönetimi ya da kendini sunma kavramına ilişkin yapılan ilk çalışmaların sosyolog Erving Goffman'a dayandığı ve ileri sürdüğü çeşitli ifadelerin sonraki araştırmalara temel oluşturduğu söylenebilir (Basım ve Tatar, 2006; Leary, 1996).

Goffman (2009) kendini sunma davranışlarına ilişkin görüşlerini dramaturjik bakış açısına dayandırarak açıklar. Dramaturjik¹ yaklaşıma göre yaşam özenle hazırlanmış bir tiyatrodur. Toplumsal yaşam bir sahne oyunu gibidir ve her bir oyuncu izleyicileri için farklı roller oynar. Goffman'ın (2009) Dramaturjik Yaklaşımı'na göre sosyal yaşam ve kişiler arası ilişkilerde bireyler çeşitli roller oynamakta ve böylece kendilerini dışa yansıtmaktadır. Her insan duruma ve koşula göre rolünü oynamakta ya da

¹Dramaturjik iki temel kavramı içerir: Sosyal rol olarak tanımlanan kavramın özelliklerini tanımlama ve eylemlerinin çıktısı davranışları açıklama. Dramaturjinin temeli, insanların eylemlerinin anlamı diğerlerine karşı ifade ettiği tutum ve davranışlarda oluşturulur. Burada anlam hem insan etkileşimini gerçekleştirmek hem de sosyal rolün niteliklerini tanımlamaktır. Dramaturjistler insan davranışlarının retorikle oluştuğunu, bireylerin değişken davranışlarla iknâ edici ve etkileyici olduklarını iddia ederler (Brissett ve Edgley, 2009).

değiştirmektedir. Burada kişinin kendini ifade etme derecesi (dolayısıyla da izlenim bırakma kabiliyeti) özü birbirinden çok farklı iki tür işaretleşme faaliyetini (verdiği izlenim ve yaydığı izlenim) içermektedir. Kişinin verdiği izlenim, simgeleri veya onların yerine geçen şeyleri kapsamakta ve kişi bunları yalnızca, kendisinin ve başkalarının bu simgelere yükledikleri anlamları iletmek için kullanmaktadır. *“İnsanların derilerinin rengi, toplumsal cinsiyetleri, yaşları, çevresindekiler, giyinişleri, mücevherleri ve taşıdıkları nesneler onları tanımlaya yardımcı olur; böylece varsayımlar oluşturulur ve iletişim gerçekleşir”*(Giddens, 2008, s.179). İkincisi ise gözlemcilerin kişi hakkında bilgi sağlayabileceği beklentisiyle değerlendirilen çok çeşitli eylemleri içermektedir. Buradaki beklenti, eylemin normalde o eylem yoluyla iletilen bilgilerden daha farklı nedenlerle gerçekleştirilmiş olmasıdır. Kişinin “gerçek” tutumu, inançları ve duyguları ancak kendi sözleri ya da istem dışı gibi görünen dışavurumsal davranışları aracılığıyla dolaylı olarak anlaşılabilir. Kişinin öyle ya da böyle kendini ifade edecek şekilde davranması, gözlemcilerin de bir şekilde izlenim edinmesi kaçınılmazdır (Goffman, 2009). Birey kendi izlenimlerini kontrol edebileceğine, diğer bireylerin durum tanımlarına etki edebileceğine ve kendisinden beklenen rolleri, norm ve davranışları gerçekleştirebileceğine inanmıştır (Bozeman ve Kacmar, 1997). Diğerlerinin kendisi hakkında olumlu düşüncelere sahip olmalarını, kendisinin onlar hakkında olumlu düşünceler taşıdığını düşünmelerini, gerçekte onlar hakkında ne tür düşüncelere sahip olduğunun anlaşılmasını ya da net herhangi bir izlenim edinmemelerini isteyebilir. Etkileşimin devam ettirilebilmesi için yeterli uyumu sağlamak, aldatmak, başından savmak, akıl karıştırmak, yanlış yönlendirmek, karşısına almak veya hakaret etmek isteyebilir (Goffman, 2009).

Goffman (2009), Dramaturjik Yaklaşımını açıklarken bazı kavramlar kullanmıştır. Bu kavramlar, aktör, performans, cephe, izleyicidir.

Goffman (2009), insanları bir aktör ve izleyici olarak sınıflandırmaktadır. Aktör ve izleyici, davranışlarına rehberlik eden durumu tanımlama ve geliştirmek için etkileşime giren kişilerdir. Aktörün yaş, cinsiyet, ırk gibi fiziksel özellikleri aktarılan izlenimleri etkiler. Bununla birlikte çekicilik, sahip olunan güç ve statü aktörün benliğine yön vermekte, onun başkalarına sunduğu izlenimleri belirlemede rol oynamaktadırlar.

Gardner ve Martinko (1988) da benzer şekilde bu etmenlerin izleyicilerin de algıladıkları izlenimlerin derecesini etkilediğini ifade etmektedir. Goffman (2009) çevre özelliklerinin mobilya, dekor, fiziksel yerleşim gibi düzenlemelerden oluştuğunu işaret eder. Aktör, değişik durumlarda diğer bireylere olumlu izlenimler oluşturmak için performans sergileyen kişi olarak tanımlanmaktadır. Gardner ve Martinko (1988), izleyicinin aktörün sunum davranışlarını anlamsız bulması durumunda onda negatif bir etki oluşacak ve beklenmeyen davranışlar gösterebileceğine işaret eder. Kişi, kendisini diğerlerine karşı sunarken performansını, gerçekteki davranışına göre çok daha fazla, toplumun resmi olarak itibar gören ve arzu edilen değerleriyle birleştirme eğilimi içerisindedir. Bunun yanı sıra birey, ideal görüntüsü ile uyuşmayan etkinlikleri, gerçekleri ve dürtüleri saklamaktadır. Goffman'a (2009) göre cephe; dekor, kişisel cephe, görüntü ve tarzdan oluşmaktadır. Dekor, donanım ve fiziksel düzen dâhil performansın sergilendiği fiziksel çevredir. Kişisel cephe bağlamında kişinin sahip olduğu giysiler, yaş, cinsiyet, konuşma şekli, yüz ifadesi ele alınır. Görünüm ile o anda oyuncunun toplumsal statüsü hakkında bilgi veren uyarıcılar kastedilmektedir. Bu uyarıcılar aynı zamanda kişinin geçici ritüel durumunu, resmi sosyal faaliyet içinde mi olduğunu veya yaşam döngüsünde yeni bir döneme girmiş olup olmadığını anlatır. Tutum ise oyuncunun mevcut durumda söz konusu olacak etkileşimde oynamayı beklediği rol hakkında bize bilgi veren uyarıcılar için kullanılabilir. Goffman'ın çalışmalarından sonra da kendini sunumla ilgili araştırmalar devam etmiştir.

Bireylarası ya da grup ilişkilerinde sunulan izlenim yönetimi davranışlarını gözlemlemek, elemek ya da kontrol etmek ihtiyacıyla 1960'lı yıllarda laboratuvar araştırmaları yapılmıştır (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Örneğin Goffman çalışmalarını antropoloji kapsamında alan araştırmalarından hareket ederek sürdürürken; Jones (1990) daha çok laboratuvar ortamında deneysel çalışmalar yürütmüştür (aktaran: Leary, 1996). İzlenim yönetimi çalışmalarının, bireylerarası algının tamamlayıcı bir parçası olduğu ve bireylerin birbirlerine ilişkin algılarını anlayabilmek için izlenim yönetiminin dinamiklerini anlamamanın zorunlu olduğu düşüncesi ile Jones (1990) alana, izlenim yönetimi taktiği olarak kendini sevdirmeye kuramını katmıştır. O'na göre kendini sevdirmeye *"bireyin kendi niteliklerinin çekiciliği konusunda, başka kişiyi etkilemek için,*

etik anlamda onaylanmayacak tarzda düzenlediği stratejik davranışlar seti" olarak tanımlanmaktadır (aktaran: Leary,1996, s.97).

Goffman (2009) bireylerin çoklu kimlikler repertuarına sahip olduğunu ve bu kimlikler arasından içinde bulunduğu durumun gereklerine en uygun kimliği seçtiğini ileri sürmektedir. James (1890) da insan davranışlarını açıklamada çoklu benlik kavramını kullanmıştır. James'e göre, insanlar çeşitli durumlarda ve farklı izleyiciler üzerinde stratejik sunumlar yaparken bu çoklu benliklerinin bir yanını açığa çıkarmaktadırlar (aktaran:Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Bugün ise bu görüşü desteklercesine postmodern psikologlar tek, bütün bir benliğe sahip olmadığımıza inanırlar (Brissett ve Edgley, 2009).

Kendini sunum yaklaşımının toplumsal etkileşimde kızak rolü üstlendiğini için gerekli ve önemli olduğuna inanan Goffman'ın aksine, onun döneminde çok az teorisyen bu görüşü kabullenmiştir. Sosyal psikologlarca yapılan sonraki kendini sunma yönetimi diğerleri üzerinde güç ve etki sağlamak gibi odaklı amaçlara ulaşmak için kullanılan bir süreç olarak sunulmuştur (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Sosyal psikologlar genellikle kendini sunmanın, davranışların aşırı bir türü olarak görmüşlerdir (Demir, 2003). Özellikle 1970'li yıllarda kendini sunma davranışlarını anlamaya yönelik araştırmalar popülerlik kazanmış ve konuya ilişkin farklı bakış açıları ortaya koyularak çeşitli yönleri sorgulanmaya başlamıştır. Bu dönemde izlenim yönetimi teorisi idare eden, manipülatör anlamında değerlendirilmiştir. Diğer insanları çıkar amaçlı kontrol etme şeklinde bir çerçeve çizilmiştir. Günümüze baktığımızda bu çerçevenin son derece sınırlı olduğunu söyleyebiliriz (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Goffman ve Jones'un düşünceleri gibi günümüzde birçok araştırmacının kendini sunum davranışlarının nasıl değerlendirileceği farklı açılardan yorumlanmaktadır. Bazıları için kendini sunum laboratuvar merkezli deneysel çalışmalar olarak sosyal psikoloji alanının çalışma konusu olarak görülmekte bazıları için ise, kendini sunum davranışları sosyal etkileşimi başlatan ve sürdüren temel bir nokta olarak değerlendirmekte ve sosyoloji, yönetim bilimi, örgütsel davranış, iletişim, kriminoloji ve politika gibi bilimlerde araştırılması önerilmektedir (Martin ve diğerleri, 2000; Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Bu tarihsel süreç içerisinde de izlenim yönetiminin özellikle 1980'lerde örgütler ve sosyal

topluluklarda ele alınıp araştırıldığı görülmektedir (Gardner ve Cleavenger, 1998; Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

2.1.3. Kendini sunma motivasyonları

Leary (1996) kendini sunum sürecini üç psikolojik aşama şeklinde açıklamaktadır. Bu aşamalar, izlenimleri inceleme, izlenime güdülenme ve izlenim oluşturmaktır.

2.1.3.1. İzlenimleri inceleme

Kendini sunum davranışı içerisinde olan birey, mutlaka diğerleri tarafından nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini inceler (Leary, 1996). Birey davranışlarını çevresindekilerden aldığı tepkiler neticesinde biçimlendirir. Bir diğer ifadeyle etkileşim içerisinde olan birey sadece kendi izlenimlerini değil karşısındakinin de izlenimlerini yönetir (Rowatt, 1997). İzlenim yönetimi hem aktör tarafından gönderilen iknâ edici mesajları hem de diğerlerinden gelen mesajların yorumlanmasını kapsamı nedeniyle çift yönlü bir nitelik taşımaktadır. Bu sürekli etkileşim ve bilgi değişimi (Elwell, 1998) içerisinde diğerlerinin kişiden bekledikleri ve kişinin diğerlerinden ne umduğunu anlamak için ilk keşif adımları atılır. Birey çevresindekilerin algılarını ya da beklentilerini anlamak için mesaj geliştirir ve mesajı diğerini etkilemek amacıyla iletir. Mesajı alan kişinin tepkileri ve içinde bulunulan kültürel faktörler kendini sunum motivasyonlarını biçimlendirmede başat rol oynar (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

Leary (1996) izlenimleri incelemenin dört farklı düzeyinden bahseder. Bunlar, izlenime ilgisizlik, izlenimleri dikkatsizce gözden geçirme, izlenimlerin farkında olma ve izlenime odaklanmadır. Birey çevresindeki kişilerin kendisine karşı oluşturduğu izlenimlere, düşüncelere karşı ilgisiz olduğu düzey izlenime ilgisizlik düzeyidir. İzlenimleri dikkatsizce gözden geçirme de ise, başka bir konu ya da olaya odaklanılmış olursa da kişi, bilinçsizce ya da dikkatsizce çevresindekilerin kendisine yönelik izlenimlerini izler. İzlenimleri incelemenin diğer bir psikolojik düzeyi olan izlenimlerin farkında olma, bireylerin kendisine yönelik izlenimler ve algılar hakkında bilgi sahibi

olmasıdır. Son olarak, izlenime odaklanma diğerlerinin kişiye yönelik izlenimleri ve bu izlenimlerin mümkün olan sonuçları hakkında bireyin düşünmesidir.

2.1.3.2. İzlenim oluşturmaya güdülenme

İnsanlar genelde nasıl göründüklerinin farkındadırlar, ancak her zaman izlenimlerini yönetemezler. İzlenim oluşturmak için kullanılan taktikleri uygulamadan önce bireyin yeterli güdülenmeye sahip olması gerekir (Rowatt,1997). İnsanlar izlenim yönetimini alacağı ödülleri artırmak, cezaları azaltmak için yönetir. Bu durumda bireyi çevresindekilerin izlenimlerini kontrol etmeye güdüleyen üç durum söz konusudur. Bunlar, izlenimlerin elde edilmek istenilen amaçlarla uygunluğu, arzulanan amacın kişi için değeri, sahip olunan ve istenilen benlik arasındaki farklılıktır (Leary, 1996). İnsanların kendini sunma davranışlarına motive eden etkenlerden birisi de diğerlerinin kişinin kendisini kabul ettiği şekilde kabul etme arzusu olarak ifade edilen öz doğrulama kavramıdır (Brehm, Kassin ve Fein, 1999). İnsanlar olumsuz eylem ve bunların olası sonuçlarını engellemeye çalışarak, sosyal onay almak isterler ve onaylanmama korkusu içerisinde izlenimleri yönetmeye daha fazla güdülenirler (Iedama ve Poppe, 1994; Leary, 1996). Bir diğer güdü olan kendini geliştirme güdüsü de, istenilen kimliğe ulaşmada ya da var olan amacı aktif hale getirmede etkili olmaktadır. Bu güdü sadece bireyin benliklerinden olumlu olanı seçmesini değil, aynı zamanda gerçekçi olanı tercih etmesini de sağlar (Bozeman ve Kacmar, 1997). Schlenker ve Weigold'in (1992) geniş bakışına göre, bireyler izlenim yönetimini sadece diğerleri için değil, aynı zamanda kendileri hakkında ne düşünüldüğünün belirlenmesinde de kullanmaktadır. İyi izlenim oluşturduğunu düşünen bireyin kendine güveni artacaktır. Drory ve Zaidman (2007) ve Roberts (2005) insanların diğer kişilerden aldıkları olumlu izlenimler karşısında daha mutlu olduklarını işaret etmektedirler. Örneğin insanlar yüksek statülü, güçlü insanlarla etkileşime girdiklerinde bu insanlardan gelen olumlu tepkilerle izlenimi yönetimine motive olmaktadır.

2.1.3.3. İzlenim oluşturma

İzlenim yönetim sürecinin son aşaması olan izlenim oluşturmada, birey güdülenme sonrasında artık istediği etkiyi bırakmak ve diğerlerinin kendisine ilişkin düşüncelerini kontrol etmek için arzu ettiği izlenimleri oluşturma çabası içine girer. Bu süreç içerisinde bireyin kendisini nasıl gördüğü, nasıl görünmek istediği soruları onun davranışlarını şekillendirir. Bununla birlikte diğerlerinin bireyin nasıl olmasından hoşlandığına ilişkin dönütleri, toplumsal roller ve normlar yine izlenim oluşturma davranışının şeklini belirler (Rowatt, 1997).

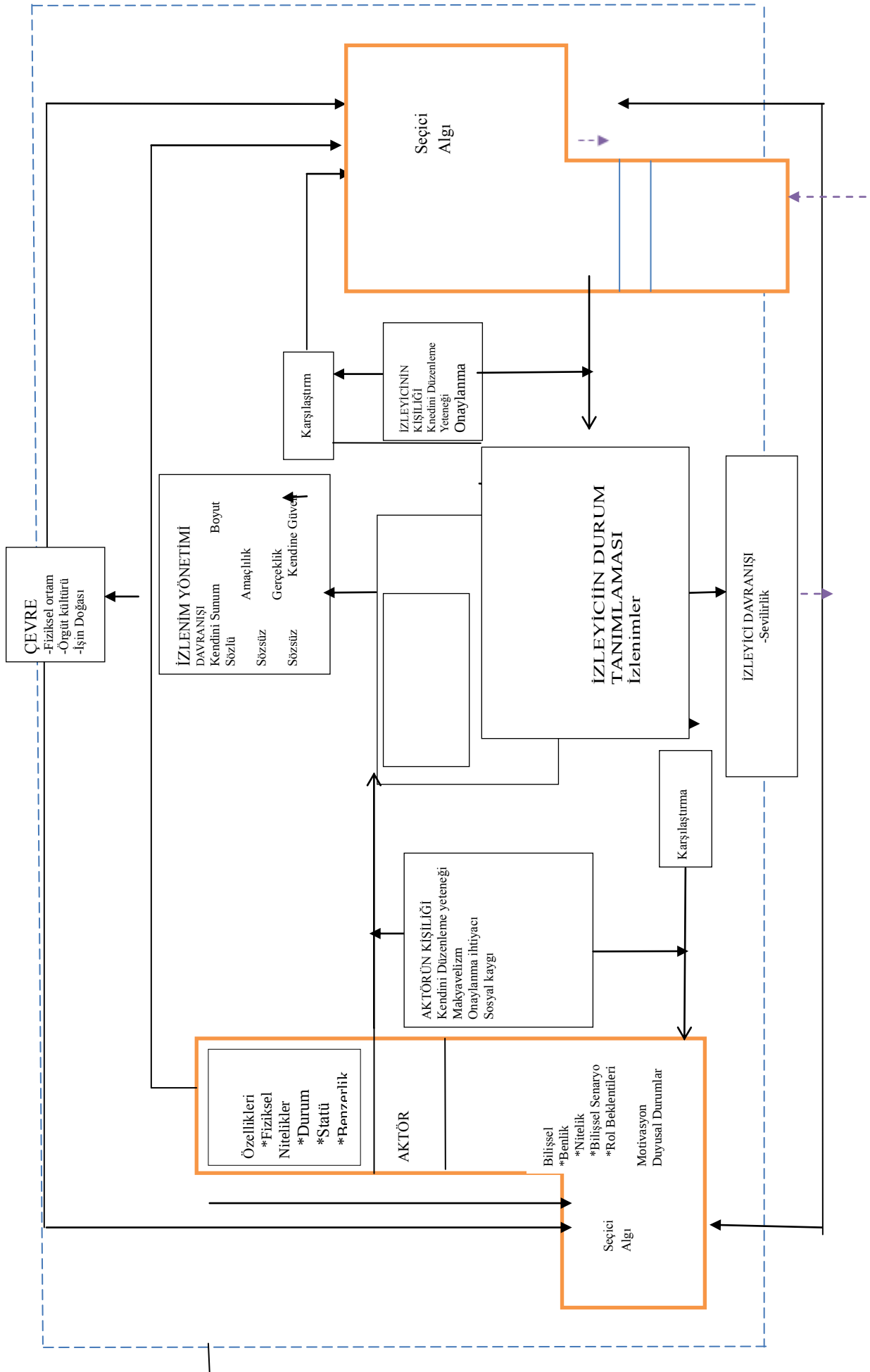
2.1.4. Kendini sunum davranışlarını açıklamada oluşturulan modeller

Kendini sunma yönetimi bireylerin çevresindekileri etkilemek ve onları yönlendirmek için iletilen bilgiyi yönetme sürecidir. Bu süreç esnasında “Ne yapıyoruz? Nasıl yapıyoruz? Ne söyleniyor? Nasıl söyleniyor?” gibi sorular çerçevesinde fiziksel görünüm, sözsüz iletişim davranışları ve çevresel ortam düzenlemektedir (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). İzlenim yönetimi bir süreç olarak değerlendiren görüşlerini bir bütün olarak görmekte ve aşamalı geliştiğine inanmaktadır (Demir, 2002). Bu kapsamda geliştirilen izlenim yönetimi modelleri şu şekilde açıklanabilir.

2.1.4.1. Gardner ve Martinko'nun modeli

Bu model Goffman'ın sosyal etkileşimlere yönelik dramaturjik bakış açısını yansıtmaktadır. Bu modelde aktörün ve izleyicinin karakteristik özellikleri ve davranışları ile çevrenin özellikleri bir bütün olarak uyarıcı görevi üstlenir. Aktörün yaşı, cinsiyeti, ırkı gibi demografik özelliklerinin yanısıra çekicilik, güç, statü ve yetenek gibi karakteristikleri de izleyicinin tanımlanan durumlara ilişkin yorumlarını etkilemekte, aktör bu durum tanımlarını kullanarak en uygun izlenimleri oluşturarak davranışlarını seçmeye çabalamaktadır. Aktörün izlenimlerini yönetmede başarısı için durumu uygun izlenimleri seçmesi gerekmektedir. Bu uygunluk düzeyi arttıkça, izleyicilerin etkilenmesi ve aktörlerin arzu ettiği izlenimleri yaratma ve izleyicilerden

uygun yanıtlar alma olasılığı artmaktadır (aktaran: Demir, 2002; Gardner ve Martinko, 1988).

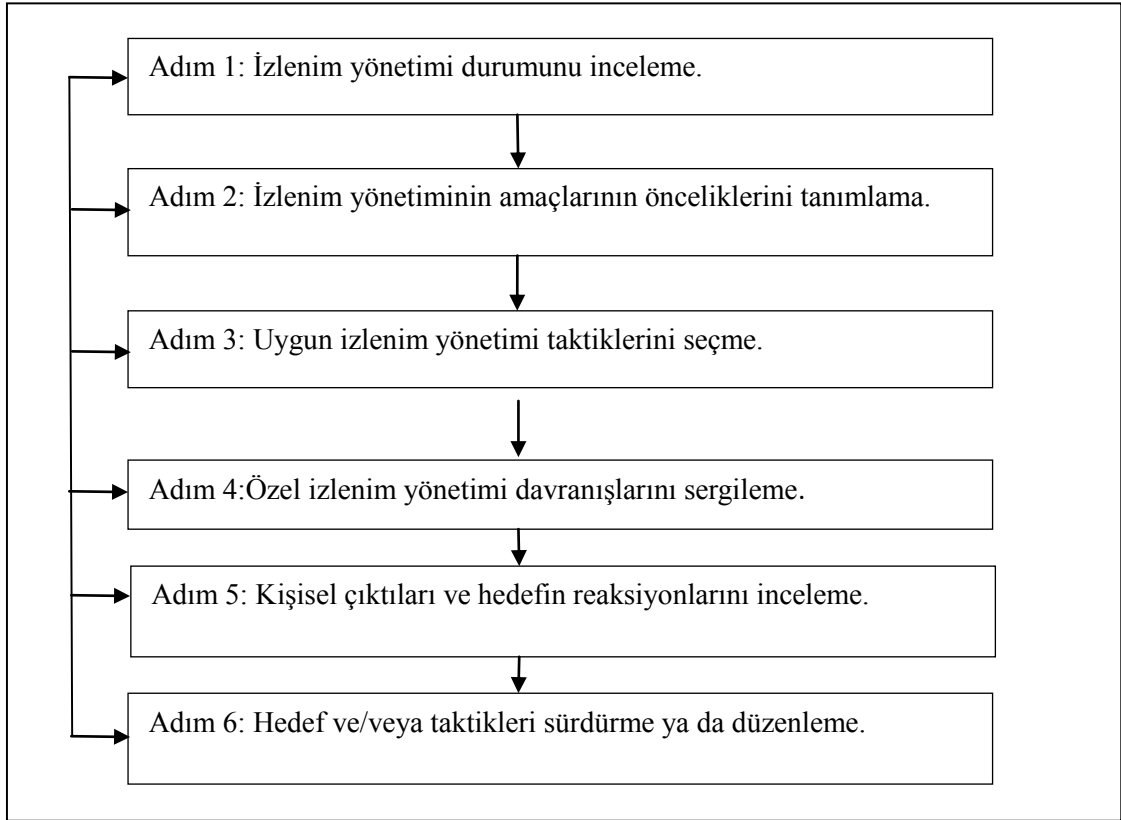


Şekil 1. Gardner ve Martinko'nun Modeli

Kaynak: Gardner ve Martinko, 1988, s.323.

2.1.4.2. Martinko'nun modeli

Martinko'nun (1991) bu modeli uygulayıcı bir model olarak gösterilmektedir. Özellikle model, örgütlerde eğitim programları için rehber niteliği taşımaktadır. Modelde, aktörün izlenim yönetimi davranışları adım adım gerçekleşir. İlk olarak davranışlar gözlemlenir ve öncelikli amaçlar belirlendikten sonra uygun taktikler seçilir. Hedeften alınan geri bildirimler sonucu taktikler sürdürülür ya da yeniden düzenlenir (aktaran: Rosenfeld ve diğerleri, 1995).



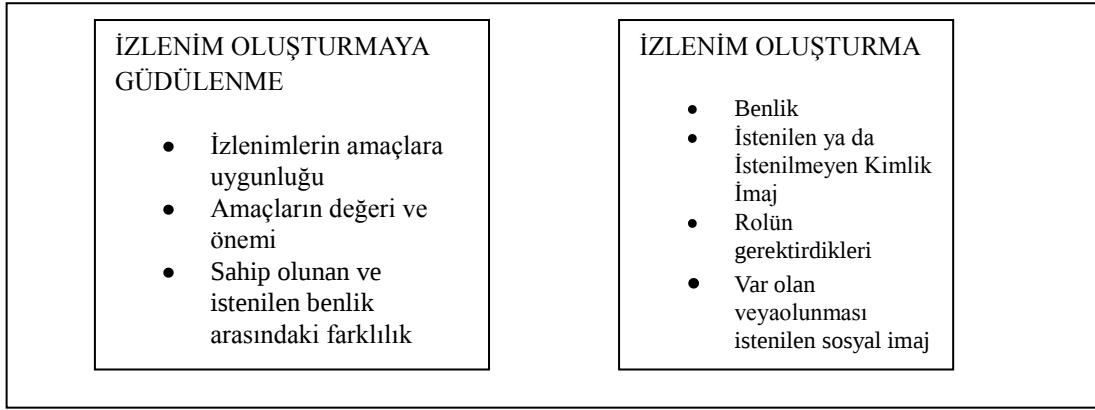
Şekil 2. Martinko'nun Modeli

Kaynak: Martinko, 1991.(aktaran: Rosenfeld ve diğerleri, 1995, s.170).

2.1.4.3.Leary ve Kowalsky'nin modeli

Leary ve Kowalsky (1990) izlenim yönetimini bir süreç olarak değerlendirerek sürecin aşamalarını sıralamayı tercih etmişlerdir. Modele göre izlenim yönetimi güdülenmeye odaklanma ve yapısal olarak değerlendirme olmak koşuluyla iki kategoriye ayrılmaktadır. Drory ve Zaidman (2007) bu kendini sunma davranışı ve kendisine yönelik izlenimleri yönlendirme sürecinin sonucunda elde edilecek kazanımları en üst düzeye çıkarma, diğerlerine hoş ve çekici görünme, mevcut ve arzu edilen imaj arasındaki farkı azaltma gibi güdülenmeye yönelik amaçların söz konusu olduğunu belirtir.

Leary ve Kowalski (1990) gibi konuya yapısal olarak yaklaşanlar, izlenim yönetiminde etkenleri bireysel özellikler, hedeflenen imaj, mevcut imaj ve rol nedeniyle yerine getirilmesi gereken sorumluluklar olarak görür. Modele göre izlenim yönetiminde aktörün gücünü belirleyen beş faktör bulunmaktadır. Bunlar, benlik, istenen veya istenmeyen benlik arasındaki farklılık, rolün gerektirdikleri, amacın önemi, var olan veya olması istenen sosyal imajdır. Bu beş faktör bağlamında bireyin üç amacı ortaya çıkmaktadır. Arzulanan çıktıları maksimize etmek ve istenmeyen durumlardan kaçınmak, kişinin kendisine olan saygısını geliştirmek ve kimliğini tasarlamaktır. Bu amaçlara ulaşıldığında kişinin güdülenme düzeyi de artacaktır (Pratt,1996). Buna göre modelde izlenim oluşturmaya güdülenme ve izlenim oluşturma öğeleri yer almaktadır (Şekil 3). İzlenim yönetimi motivasyonları yukarıda daha ayrıntılı olarak açıklandığı için burada sadece yazarlarca oluşturulan modele yer verilmiştir.

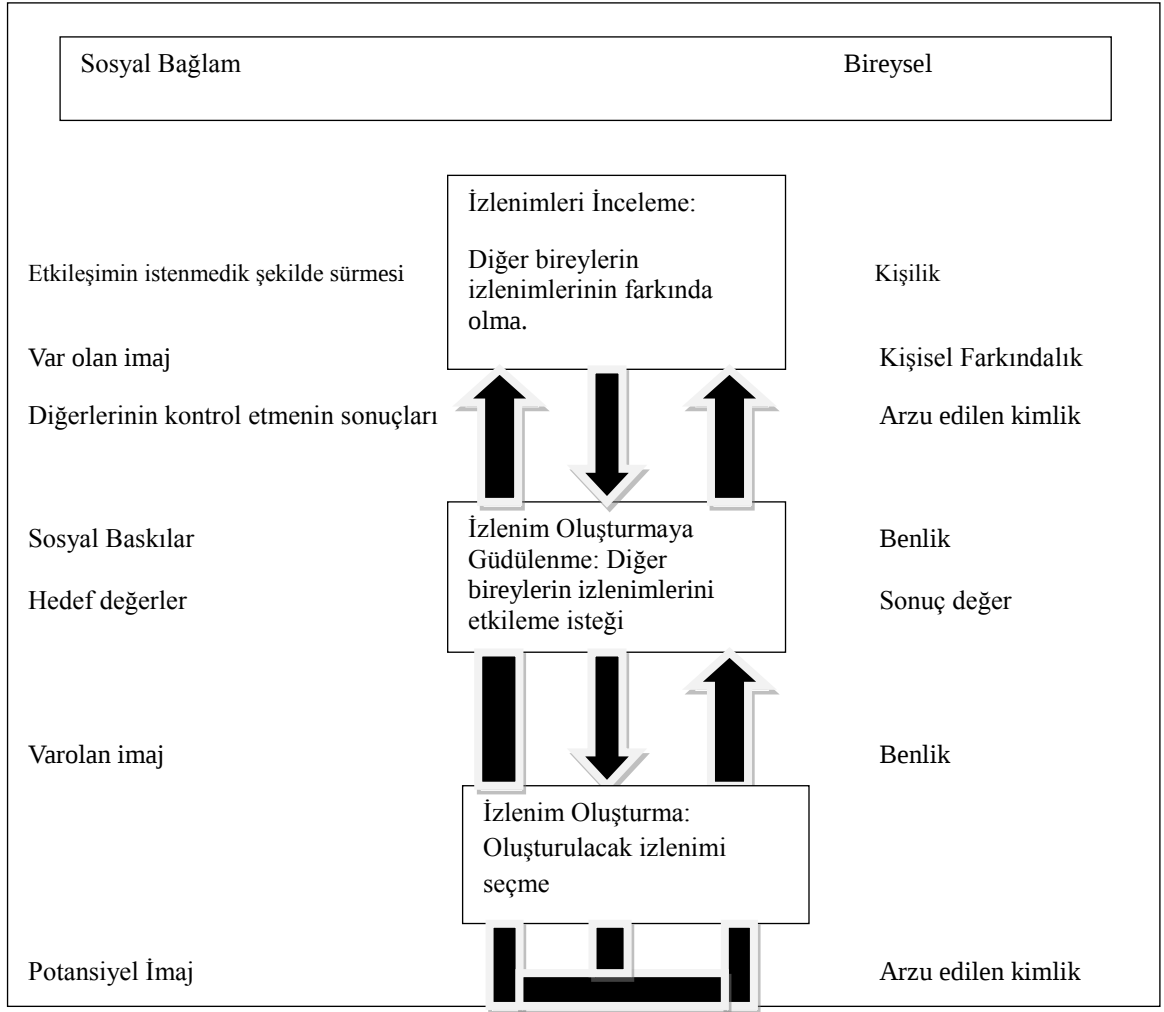


Şekil 3. Leary ve Kowalsky'nin Modeli

Kaynak: Leary ve Kowalski, 1990, s.36.

2.1.4.4. Rosenfeld, Giacalone ve Riordan'un modeli

Rosenfeld, Giacalone ve Riordan (1995) tarafından oluşturulan model, Leary ve Kowalski'nin (1990) modeli ve Leary'in (1996) modeline dayanmaktadır. Sadece oluşturulan modele izlenim oluşturmaya güdülenme ve izlenim oluşturma yanısıra izlenim inceleme eklenmiştir (Şekil 4). İnsanlar içinde bulundukları ortam içinde fiziksel ve psikolojik bir engel olmadığı sürece kendilerine yönelik oluşturulan izlenimlerin farkındadırlar. Kişiler kendileri için önemli amaçlara ulaşabileceklerine ya da bu amaçları beklentileri yönünde değiştirebileceklerine inanıyorlarsa izlenimleri yönetmeye daha fazla motive olacaklardır. Oluşturulacak izlenim, bireylerin sahip oldukları benliğe, sahip oldukları ya da olmak istedikleri kimliğe ve diğer kişilerin sahip oldukları değerlere göre biçimlenmektedir (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).



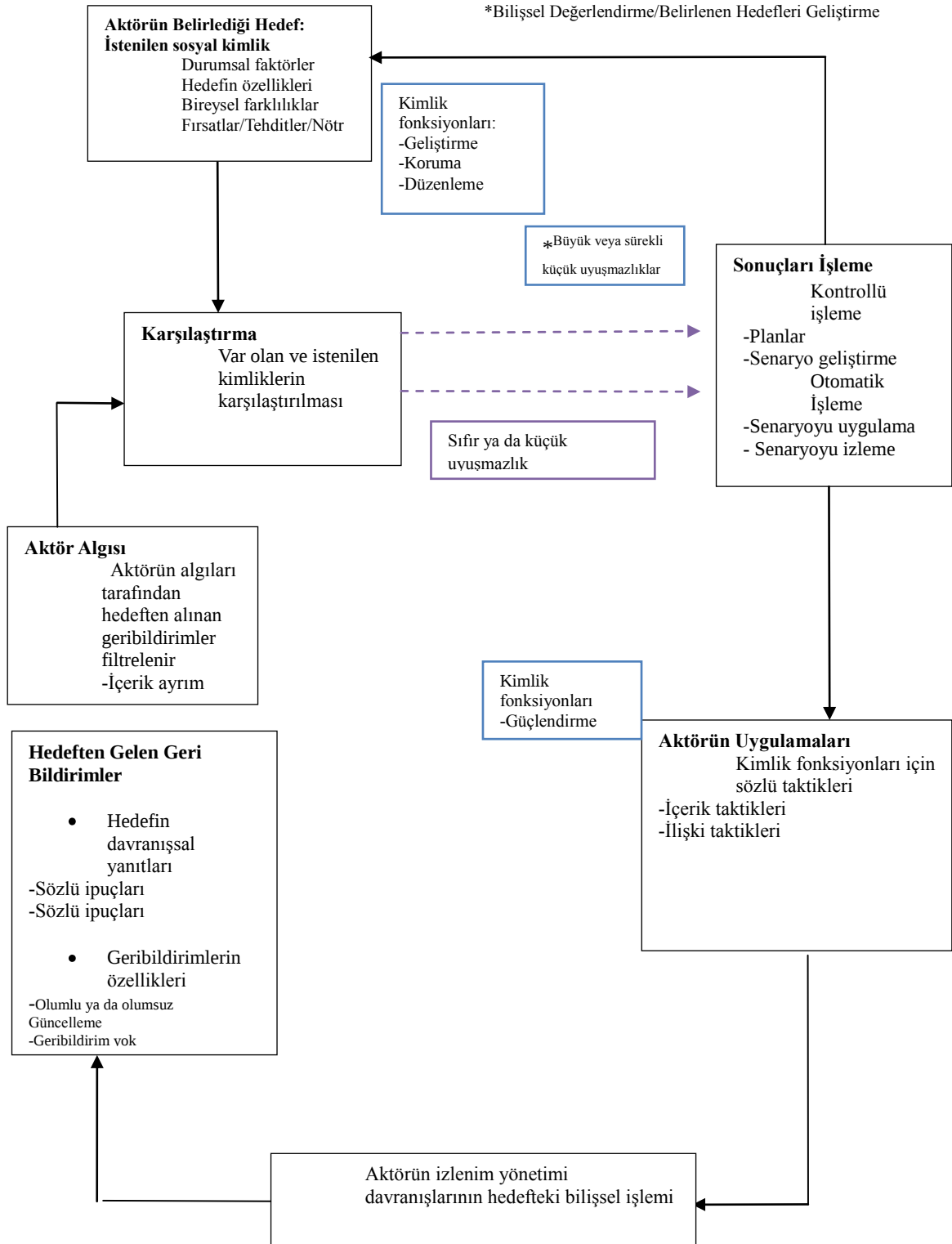
Şekil 4. İzlenim Yönetiminde Sosyal Psikolojinin Üçlü Bileşeni

Kaynak: Rosenfeld ve diğerleri, 1995, s. 18

2.1.4.5. Bozeman ve Kacmar'ın sibernetik modeli

İzlenim yönetiminin sibernetik modeli esas olarak insanların çevrelerindeki kişileri kontrol etme ya da onları amaçları doğrultusunda yönetme sürecindeki motivasyon nedenlerini ve gösterilen davranışları açıklar (Şekil 5). Araştırmacılar izlenim yönetimi üzerinde kullanışlı bir teorik bakış amaçlasalar da bazı sorunlar baş göstermektedir. İlk olarak izlenim yönetimi hakkındaki teorik modeller, izlenim motivasyonları ile izlenim oluşturma arasındaki ilişkiyi açıklamada başarısız kalmışlardır. Özellikle izlenimleri yönetmek için motivasyonun kural haline gelmiş izlenim yönetim davranışlarına nasıl sebep olduğu, mevcut modellerde üstü kapalı bir şekilde ifade edilmektedir. İkinci olarak teorik modeller izlenim yönetimini sosyal karşılaşmalarda düzensiz ortaya çıkan durumlardan ziyade farklı olaylarda ortaya çıkan durumlar olarak sunmayı sürdürürler (Bozeman ve Kacmar, 1997).

İzlenim yönetimine güdülenme öncelikle, bireyin amacı veya arzu ettiği sosyal kimlik ile hedef bireylerden aldıkları geribildirimler arasındaki algılanan farklılıktan kaynaklanmaktadır. Sibernetik model kendini düzenleme fonksiyonları ve davranışlarıyla ilgilenir. Teoriye göre, sibernetik sistemlerin anahtar öğeleri sunulan hedefler, geribildirim ve karşılaştırmadır. Sibernetik sistemlerde diğer kişilerden alınan fiziksel çıktı ya da sözlü bilgiye göre davranış pozitif, negatif ya da etkisiz olarak şekillenmektedir. Bireyin sahip olduğu izlenimleri beklediği gibi diğerlerini etkilemişse bu taktikleri kullanmaya devam edecek, eğer bir farklılık seziyorsa alternatif taktikler geliştirecektir. Bu durumu senaryo izleme, geliştirme ya da planlar takip edecek ve aktör, hedeften gelen sözlü ya da sözsüz geri bildirim sonrasında yeni taktiğini belirleyecektir. Hedeften gelen geribildirim ile aktör kendi vermek istediği izlenimi karşılaştıracak, karşılaştırma sonucunda sonraki adımını belirleyerek etkileşimin geleceği belli olacaktır (Bozeman ve Kacmar, 1997).



Şekil 5. Bozeman ve Kacmar'ın Siberetik Modeli

Kaynak: Bozeman ve Kacmar, 1997, s.12.

2.1.4. Kendini sunum davranış biçimleri

İnsanlar kimi zaman çevresindekilere, onlardan almak istediği belli bir tepkiyi sağlaması muhtemel bir izlenim vermek amacıyla, ince hesaplanmış eylemlerde bulunarak kendini ifade edebilir. Bireyin işin başında çizdiği görüntü, onun olduğunu iddia ettiği şeye bağlı kalmasını ve diğer bütün rolleri bir kenara bırakmasını gerektirir. Bir kimsenin ortamdaki diğer insanlardan ne tür bir tavır beklediği ve onlara karşı nasıl bir tavır sergileyeceği konusunda etkileşimin başında bir seçim yapması, söz konusu etkileşim başladıktan sonra tavırların yönünü değiştirmekten daha kolaydır (Goffman, 2009).

İzlenim yönetimi bireyin diğerlerinin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme çabası olarak açıklanmasına rağmen, bazı kişiler için sahte kimliklere bürünerek bunları yansıtmaya aracıdır (Leary, 1996). Goffman (2009) kendini sunmanın sosyal etkileşimin gerçekleşmesi için gösterildiğine inanırken, Jones ve Pittman (1982) bu durumu bireyin diğerleri üzerinde özel bir izlenim yaratmak için kendi davranışında düzenleme etkileşimin yönünü kontrol edebilme ve ödül kazanma amacıyla girişimlerde bulunması olarak görür (aktaran: Hooghiemstra, 2000). Schutz (1998) bireylerin kendi sunma çabaları ve diğerleri üzerinde izlenim bırakabilme yeteneklerinin birbirlerinden farklı olduğunu, bu nedenle kendini sunmanın insanlar için farklı anlamlar taşıdığını işaret eder. Kimileri iyi bir izlenim oluşturmak için kendi yetenekleri hakkında konuşurken, kimileri diğerlerini kötüleyerek ya da küçümseyerek, kimileri de bağlı olduğu grubun niteliklerini vurgulayarak etki yaratmak ister. Wate (2000), bireylerin farklı durumlarda ya da birincil ve ikincil gruplarda değişik kendini sunma taktikleri kullandığını, bunların diğer kişilerin beklentilerine göre değişebileceğini ya da sürekli olarak kullanılabileceğini ileri sürer. Bireyler diğerlerinin beğeni kriterlerini gözetenek buna uygun davranışlarda bulunurlar ve toplumun kabul görmüş izlenimlerine uygun olarak kendi izlenimlerini oluştururlar. Yine de birey, sadece kendisi için önemli durum ya da ortamlarda diğerlerine kendini sunma davranışlarını sergiler. Kendini sunma davranışları bireysel ve durumsal faktörlerden etkilenir.

Kendini sunum davranışları kimi araştırmacılar tarafından kategorileştirilerek açıklanmıştır. Örneğin, Jones ve Pittman (1982) kendini sunum davranışlarını beş ana kategoride toplamıştır. Bunlar, tehdit etme, kendini acındırma, kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya ve örnek davranışlar sergilemedir (aktaran: Zivnuska, Kacmar, Witt, Carlson ve Bratton, 2004). Tedeschi ve Reiss (1981) tarafından hazırlanan tipolojide ise kendini sunma taktikleri savunma ve saldırı taktikleri olarak sınıflandırılmıştır. Bunun yanı sıra araştırmacılar davranışları uzun ya da kısa dönem hedeflere göre de ayırmışlardır. Stratejik kendini sunum davranışları uzun dönemli olmakla birlikte, fiziksel çekicilik, saygı, prestij, statü, güven kazanma amaçlarıyla şekillenmektedir. Kısa dönemli taktikler ise, anlık olarak diğerleri üzerinde etki oluşturmak için uygulanır (aktaran: Hooghiemstra, 2000). Gilmore ve Ferris (1989) burada bireyin olumlu özelliklerini vurgulama, görüşleri onaylama gibi davranışları sergileme yoluna gittiğinden bahseder. Tedeschi ve Melburng (1984), savunmacı davranışların, diğerlerinin gözünde beğenilen bir kimlik yaratma amacıyla gösterildiğini, savunmaya yönelik davranışların ise, diğerlerinin üzerinde olumlu izlenimleri pekiştirmek ya da olumsuz izlenimleri iyileştirmek için uygulandığını ileri sürer (aktaran: Daniels, 1997). Tablo 1’de açıklandığı gibi kendini sunma davranışları savunma-taktik, savunma-stratejik, saldırı-taktik ve saldırı-stratejik olarak gruplandırılır. Bu davranışların stratejik olmalarından ziyade doğası gereği taktikli/tedbirli olduklarını savunan görüşler de söz konusudur (Bozeman ve Kacmar, 1994). Stratejik ve taktikli kendini sunma davranışları arasında bir ayrım söz konusudur. Taktikli kendini sunma davranışı diğer insanlarla yüz yüze etkileşim içerisindeyken doğal olarak gelişen, rutin davranışlardır. Stratejik kendini sunma davranışları ise, sosyal pozisyonu, unvanını, benliğini korumak için uygulanan önceden planlanmış eylemlerdir (Bromley, 1993).

Tablo 1. Kendini Sunma Davranışlarını Sınıflandırma

DAVRANIŞ	TAKTİK	STRATEJİ
Savunma	Özel durumlar için kimlik kurma çabası.	Uzun dönemli kimlik oluşturma çabası.
Saldırı	Tehditlere, karalamalara karşı kimliği koruma çabası.	Kimliği uzun dönemli koruma.

Kaynak: Tedeschi ve Reiss, 1981(aktaran: Hooghiemstra, 2000, s.61).

Guadagno ve Cialdini (2007) doğrudan ve dolaylı taktik olarak davranışları ayırır. Doğrudan taktikler, kişinin becerileri, yetenekleri ve kişisel özellikleri hakkında bilgi veren taktiklerdir. Dolaylı taktikler bilgiyi yöneterek diğerlerine yönelik izlenim oluşturma, var olan görünümü koruma amacıyla kullanılan taktiklerdir.

Baumeister, Tice ve Hutton (1998) kendini sunma stillerini kendine saygı kapsamında sorgularlar. Kendisine saygısı düşük olan kişilerin amacı olumlu izlenim oluşturmaktan ziyade, olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınmak ve dikkatleri üzerlerinde toplamamaktır. Kendi öz saygısı yüksek olan bireyler ise daha fazla etki bırakma amacı güderler. Bu nedenle araştırmacılar, kendini sunum davranışlarını ya iyi görünmek ya da kötü görünmemek için yapılan girişimler şeklinde de açıklamaktadır.

Schutz (1998) izlenim yönetimi taktiklerini kendini tanıtmaya, saldırgan, korunmaya yönelik ve savunmaya yönelik taktikler olmak üzere dört grup altında toplamıştır. Kendini tanıtmaya yönelik davranışlar altında kendini sevdirmeye, örnek birey olma, niteliklerini tanıtmaya, güç gösterme, kimlik tanımlama; saldırgan davranışlar, rakibini küçümseme, eleştirel değerlendirme, soru soranı eleştirme, eleştiri kaynağına saldırı, tartışma konusunu belirleme; korumaya yönelik davranışlar, kamunun dikkatinden kaçınma, göz önünde bulunmama, kendi hakkında çok bilgi vermeme, kendini tanımlarken dikkatli olma, sosyal etkileşimi en aza indirme, sessiz kalma, grup içerisinde pasif olma ama samimi etkileşimde bulunma; savunmaya yönelik davranışlar, inkâr etme, suçu başkasına yükleme, etkileşimi sonlandırma, mazeret, gerekçe sunma,

bahane bulma, ödün verme, özür dileme ve durumu ya da ilişkiyi düzeltme olarak kategorileştirmiştir.

Kendini sunma davranışlarını hedef odaklı taktikler ve kendine odaklı taktikler olarak da ayırmak mümkündür. Kendine odaklı taktiklerde birey dikkatleri geçmişteki başarılarına ya da sahip olduğu olumlu niteliklere çekmeyi amaçlar. Bu taktikler içine niteliklerini tanıtmaya, örnek olma girer. Sözsüz davranışlar içerisinde giyinme tercihleri kendine odaklı bir taktiktir. Diğer taktikte ise birey, hedefin kişisel çekiciliğini ve sevilirliğini ortaya koymayı amaçlamakta ve bu kapsamda yağcılık, görüş onaylama gibi davranışlar sergilemektedir (Kacmar ve Carlson, 1999).

Bahsi geçen bu kategoriler etken-edilgen davranışlar olarak gruplandırılmış gibi görünmesine rağmen, her bir ayrımında davranışların genel amacının herhangi bir olumsuz izlenim vermekten kaçınma ve olumlu izlenimler elde etme girişimi olduğunu söylemek mümkündür (Schutz, 1998).

Bu çalışmada kendini tanıtmaya yönelik, savunmaya yönelik ve korunmaya yönelik olarak üçlü bir ayrıma gidilmiştir (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

2.1.4.1. Kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları

Kendini tanıtmaya yönelik taktikler hem kendine odaklı hem de hedef odaklıdır ve olumlu bir etki bırakmak için kullanılır (Daniels, 1997; Peeters ve Lievens, 2006). Bu davranışlar, bireyin sosyal kimliğini geliştirici rol oynar (Gardner ve Martinko, 1998). Kendini tanıtmaya taktiği içinde kullanılan en önemli davranışlar; kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, yıldırma, örnek birey olma ve yardım istemektir (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

2.1.4.1.1. Kendini sevdirme

Kendini sevdirme genelde diğerlerinin gözünde çekiciliklerini artırmak için yapılan girişimler olarak tanımlanmaktadır. Kendini sevdirme hakkındaki bilgiler yapılan deneysel çalışmalara dayanmakta ve bireyin kendi niteliklerinin çekiciliği konusunda, başka kişiyi etkilemek için, etik anlamda onaylanmayacak tarzda düzenlediği stratejik davranışlar seti olarak ifade edilmektedir. Appelbaum ve Hughes (1998) da benzer şekilde bireyin diğerleri tarafından daha fazla çekici algılanmak için gösterdiği stratejik davranışlar tanımlamasına gider. Bu nedenle kavram “çekicilik yönetimi” olarak da tanımlanır (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Kendini sevdirme tek bir davranış değil, davranışlar bütünü olarak ele alınmakta ve burada üç taktik sergilendiği gözlenmektedir. Bunlar, bireyin tutumlarını onaylanmak ve sevilmek için şekillendirmesi, diğerlerinin olumlu yanlarını göstermesi, övmesi ve diğerinin görüşlerini doğrulaması ve de diğerlerine yardımcı olmasıdır (Eugene, 1966). Genel bir ifadeyle kendini sevdirme, bireyin sevilirliğini artırmak ya da diğerlerinde olumlu değerlendirme almak için yaptığı stratejik girişimlerdir. Bu tanımlamalardan kendini sevdirme davranışlarının her zaman etik dışı ve aldatıcı ya da diğerlerini etkilemek ve politik amaçlara ulaşmak için yapılan davranışlar olduğu anlamı çıkmamalıdır. Bahsi geçen tanımlamalarda bireyin diğerleri tarafından sevilme isteği önem kazanmaktadır (Appelbaum ve Hughes, 1998). Birey, diğerlerinin sevgi, aşk, sempati gibi duygularını canlandırmayı hedefleyerek, çekiciliğini artırmayı amaçlar. Bu davranışların başarılı olması durumunda, aktörün sosyal gücü artabilir ve etkileşimde bulunma konusunda cesaret kazanabilir (Daniels, 1997). Kendini sevdirme tek bir davranış değil, davranışlar bütünü olarak ele alınmalıdır. Bu davranışlar: görüş birliği, övgü ve yardımcı olma (Demir, 2003).

2.1.4.1.2. Kendisi hakkında bilgiler verme

Kendini sunma davranışları içerisindeki bireyin toplumsal etkileşim sürecinde çevresindeki diğer kişilere kendisinden, sahip olduğu beceri ve yeteneklerinden, hayat görüşünden, duygularından bahsetmesi sık gözlemlenen bir eylemdir (Daniels, 1997; Drory ve Zaidman, 2007; Gardner ve Martinko, 1988). Bu sayede kişiler kim oldukları, hangi alanlarda uzman oldukları hakkında bilgi vererek bir çeşit “kendi reklamını

yapma” durumu içerisinde girerler. Kişiliğinin güçlü noktalarını vurgulayarak, kusurlarını kapatmaya çalışır (Linkemer, 1993; Wate, 2000). Tedeschi ve Melbourne (1984) bu davranışı sergilemenin amacı diğerleri tarafından sevilme ve yeteneklerine saygı duyulmasını beklemek olabileceğini söyler. Kendini tanıtmaya davranışı içindeki birey, başarının zorluğunu dile getirerek, grubun başarısıyla gurur duyarak ya da bu başarıdaki kendi rolünü vurgulayarak ya da diğer kişileri kötüleyip kendini yücelterek farklı tavırlar içerisinde girebilir (aktaran: Daniels, 1997).

2.1.4.1.3. Yıldırma

Kendini tanıtmaya girişiminde bulunan kişi yetenekli olduğunu, kendini sevdirmeye davranışları sergileyen kişi çekici olduğunu göstermeye çalışırken yıldırma davranışı diğer kişiler korkutma amacı güder. Birey diğerlerine tehlikeli ve güçlü olduğunu, onlar için tehdit oluşturduğunu gösterme çabası içinde bakışlarıyla, ses tonuyla özel bir etki yaratmayı amaçlar. Buna rağmen böyle bir davranışın bireyi daha az sevilen biri yapması söz konusudur (Rosenfeld ve diğerleri, 1995). Yıldırma davranışında bulunan kişinin zaten sevilme gibi bir amacı da yoktur. Bunun yerine sadece diğerlerini kontrol etmek ve onlar üzerinde sosyal güç kazanmayı önemser (Wate, 2000).

2.1.4.1.4. Örnek olma

Kendini sunma davranışı içerisinde örnek olma, bireyin diğerlerine karşı erdemli olduğu izlenimini verme girişimleri olarak ifade edilir. Bu stratejide birey dürüstlük, doğruluk, cömertlik gibi erdemlerini ön plana çıkarır (Schutz, 1998; Wate, 2000).

2.1.4.1.5. Yardım isteme

Zayıf ve diğerlerine bağımlı bir görünüm verilmek istenildiğinde uygulanan bir kendini sunma davranışdır (Wate, 2000). Yardım isteme taktiğini kullanan kişi aciz, zavallı görünmek için eksiklikleri, yetersizlikleri varmış gibi davranacaktır. Bireyin zayıflıklarını kullanarak, istediği kazanımları elde etme çabası kısa vadede etkili olsa da uzun vadede diğer kişiler tarafından hoş görülmebilir (Crane ve Crane, 2002; Schutz, 1998).

2.1.4.2. Savunmaya yönelik kendini sunum davranışları

İnsanlar kendilerini zor bir durum içinde bulduklarında çeşitli sözel stratejik davranışlar içerisine girerler. Savunmaya yönelik olan bu kendini sunum davranışlarının temel amacı kurulan kimliği ve imajı korumak, oluşan olumsuz imajları düzeltmektir (Bromley, 1993; Gardner ve Martinko, 1988). Kişinin savunmaya yönelik davranışları açıklama yapma yönünde olmaktadır (Bromley, 1993).

2.1.4.2.1. Açıklama

Açıklama, kişinin gerçekleşmiş beklenilmeyen, kabul edilmeyen, tatmin olunmayan olumsuz davranışlarının sonrasında, bu durumun izleyenler tarafından ceza ile sonuçlanma olasılığını gidermek ve gerçekleşen ile beklenen arasında yıkılan köprüyü kurmak için olumsuz davranışlarını sözlü olarak açıklamasıdır (Leary, 1996; Rosenfeld ve diğerleri, 1995; Tata, 2000). Bu taktikler düzeltici taktiklerdir ve kişiler gerçek ya da hayali bir açıklama sunmayı hedeflerler (Hooghiemstra, 2000). Etkili bir açıklama sonrasında, bilgilerin aktarıldığı kişi kendini sunanı güvenilir bulmalı, ona yönelik olumsuz değerlendirmelerden, yaptırımdan, çatışmadan kaçınmalıdır.

Kendini açıklamanın farklı şekilleri bulunmaktadır. Bunlar, mazeret sunma, bahane bulma, ödün verme ve inkâr etmedir (Rosenfeld ve diğerleri, 1995; Tata, 2000). Mazeret sunma, bir kişinin gelişen olumsuz durumu açıklayarak sorumluluğunu azaltma çabası ya da olumsuz durumu kendisi dışındaki gelişen durumlara yüklemesidir (Lawrence,

2009; Leary, 1996; Tata, 2000). Kişinin savunmaya yönelik sunduğu mazeretler, bilgisi olmadığını öne sürme, kontrolü dışında gerçekleştiğini iddia etme ya da başkasını sorumlu tutmadır. Bahane bulmada kişi sorumlu olduğu eylemin o kadar da kötü olmadığını vurgular. Kişi gerçekleşen eylemin sonuçlarını kabullenir, ancak bu durumun görüldüğü kadar kötü olmadığına ilişkin nedenler ileri sürer ya da olumlu yanlarını gösterme çabasına girer. Bahane bulan kişi, zararı kabul etmeme, benzer bir durumda diğerlerinin de aynı davranışta bulunacağını ileri sürerler (Rosenfeld ve diğerleri, 1995).

2.1.4.3. Kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları

İnsanların olumsuz izlenim vermekten kaçınarak kötü görünmemek için çabaları, korumaya yönelik kendini sunum davranışları kapsamında değerlendirilebilir. Bu tarz davranış içersinde bulunan kişinin arzuladığı bir kimlik olmamakla birlikte sahip olduğu sosyal kimliğin zarar görmesinden kaçınır. Bireyin kendini sunma davranışlarını şu şekilde olabilir (Schutz, 1998).

2.1.4.3.1. Kamunun dikkatinden kaçınma

Kişilerin eleştirilmekten kaçındığı için çok fazla göz önünde bulunmak istememeleri durumudur.

2.1.4.3.2. Kendin hakkında az bilgi verme

Böyle bir davranışta, eğer kişi kendi hakkında bir takım bilgiler verecekse, bunu mümkün olduğu kadar sınırlı yapar. Böylece diğerlerinin kendisini eleştirme şansını en aza indirir.

2.1.4.3.3. Kendini tanımlarken dikkatli olma

İnsanlar koruyucu kendini sunma davranışlarını dikkatleri yetenekleri üzerine çekmemek için gösterirler. Kendilerini tanımlarken alçakgönüllü veya kendi değerleri düşürerek etkileşimde bulunurlar.

2.1.4.3.4.Sosyal etkileşimi en aza indirme

Kişi, yanlış anlaşılma ve değerlendirilme korkusuyla sosyal etkileşimde çok fazla bulunmaz. Sosyal etkileşime girmeyi aza indiren kişinin düşüncesi olumsuz izlenim bırakma riskini azaltmak ve böylece olumlu izlenimlerin artacağı yönündedir.

2.1.4.3.5.Sessiz kalma

İnsanlar girdikleri sosyal ortamda yanlış bir şey söyleme korkusuyla ya çok az konuşurlar ya da sessiz kalarak, olumsuz izlenim bırakma riskini azaltacaklarına inanırlar (Schutz, 1998).

2.2. Yeni Yaşam Alanları: Sanal Dünyalar ve Kendini Sunum Davranışları

Bu kısımda sanal dünyaların gelişimine, sanal ortamlarda sergilenen kendini sunum davranışlarını konu alan diğer araştırmalara ve Second Life hakkında bilgilere yer verilmiştir.

2.2.1. Yeni medya ve sanal ortamlar

Yeni medya, çok sayıda iletişim tarzının sayısal, ağ bağlantısı ile tümleştirilmesine dayalı yeni bir iletişim türüdür. Geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, etkileşimsellik ve multimedya biçimine sahip olan yeni medya, çeşitliliği, çok tarzlılığı ve verimliliği ile bütün anlatım biçimlerini, değer ve imgelem farklılıklarını kucaklayıp bütünleştirebilmekte, iletişim uzamında karşılıklılık veya çok katmanlı iletişim olanağı kazandırabilmektedir (Binark, 2007; Castells, 2002). Bugün, yeni medya ortamında iletişim ya da bilgisayar ortamında iletişim (CMC-Computer Mediated Communication) denildiğinde İnternet ortamı, İnternet arayüzlerinde sunulan tüm yazılım hizmetleri, sanal oyunlar, sanal dünyalar, i-podlar, cep telefonları, PDA'lar üzerinden gerçekleşen iletişim etkinlikleri akla gelmektedir. İnternet ise, çoklu ortam, etkileşim, eşzamanlılık, hiper metin özellikleriyle diğer iletişim formlarından ayrılmaktadır (Wood ve Smith, 2005).

Yeni medya, sadece mesaj üreten, toplayan ve dağıtan bir teknoloji olarak değil; birey-birey, birey-grup, grup-birey etkileşimlerine olanak tanıyan bir toplumsal iletişim ortamı olarak görülmektedir (Timisi, 2003). Bu yeni iletişim ortamının bir yandan kullanıcıyı bireyselleştirirken; öte yandan da sanal uzamda yeni bir şekilde toplumsallaştırdığı iddia edilmektedir (Binark, 2007). Castells (2002), bu yeni iletişim sisteminin insan yaşamının temel boyutları olan uzam ve zamanı kökten dönüşüme uğrattığını, kişilerin artık burada kendi kurdukları görsel dünyalarıyla mucizeleri gerçekleştirebilme inançları olduğunu söylemektedir. Yeni medya ile basılı iletiden görsel-işitsel iletiye bütün iletişim tarzlarının elektronik bütünleşme çerçevesinde örgütlendiği yeni iletişim düzeninin tarihsel açıdan özgül yönü, sanal gerçekliği devreye sokması değil, sanal gerçekliği kurgulamasıdır. Sanal; ismen değilse de gerçekte, uygulamada öyle olan;

gerçekte var olandır. Buna bağlı olarak, yaşandığı şekliyle gerçeklik her zaman sanal olmuştur, çünkü gerçeklik her zaman uygulamaya belli bir anlam çerçevesi çizen simgeler aracılığıyla algılanmaktadır (Castells, 2005).

Yeni medya toplumun iletişime bakış açısını da değiştirerek, iletişimin elektronik temelli iletişim ve araçları olarak algılanmasını sağlamıştır. Bu düşünceyle enformasyon teknolojileri, bilgisayar ortamında iletişim, siberuzam, sanal uzam, sanal gerçeklik, sanal topluluklar gibi birçok kavramın gündelik konuşma içerisine yerleştiği görülmektedir. Çalışma için önemli olan bu kavramlara aşağıda değinilecektir.

2.2.2. Siberuzamda sanal topluluklar ve sanal kimliklerin oluşumu

Postmodern zamanların ütopyası olarak görülen (Robins, 1999) siber uzam, ilk kez William Gibson'ın 1984 yılında yazdığı siberpunk romanı Neuromancer'da kullanılmıştır. Ona göre siberuzam,

“Her ülkedeki milyarlarca yasal operatör tarafından deneyimlenen rızai bir halüsinasyondur....insan sistemi içerisindeki her bilgisayarın veritabanından soyutlanan dataların grafik bir temsidir. Akla gelemeyecek kadar karmaşıktır. Zihnin yok alanında gezinen ışık demetleridir; veri kümeleri ve takımyıldızlarıdır. Şehir ışıkları gibi, azalan...” (aktaran: Bell, 2007, s. 2).

Rheingold (1992), siber uzamı, *“kelimelerin, insan ilişkilerin, verinin, zenginliğin ve gücün bilgisayar ortamı iletişim teknolojilerini kullanan kişiler tarafından ortaya koyulduğu kavramsal bir uzam”* olarak tanımlar (p. 5). Bell (2001) siberuzamı, yeni benlikler ve yenedünyalar inşa eden insanlarla bilgisayarlar arasında yaratılan uzam olarak açıklar. Siberuzamın psikolojik özelliklerine değinen Suler (1999) ise, bu ortamlarda vücut dili, yüz ifadeleri ile duygusal deneyimleri ifade edebilmenin azaldığını vurgular, ancak burada kullanılan metin temelli iletişimin getirilerinin göz ardı edilmemesi gerektiğini de ekler. Kullanıcıların bilgisayarlarının başında eşzamanlı olarak paylaşımlarda bulunabildiği ve sosyal çeşitliliğin söz konusu olduğu bu ortamda,

her şey kayıt altına alınabilmekte (Timisi, 2003) ve kullanıcıya geri bildirimde bulunabilme olanağı sağlanmaktadır (Binark, 2007). Enformasyonun metin, ses, grafik, imaj, video gibi birden çok iletişim biçimiyle bir araya gelmesiyle işleyen bu süreçte (Timisi, 2003) gelişen pratikler hem gerçek yaşamın kültürel örüntülerini etkilemekte hem de sanal gerçeklikte yeni örüntüler yaratmaktadır (Soyseçkin, 2006). Bunların yanısıra siberuzamın anonimliği kişilere farklı kazanımlar sağlayabilmektedir.

Yüz yüze ortamlara özgü ipuçlarının eksikliğinde kullanıcıların anonim kimliklere büründükleri siberuzamda, diğerlerinin algılarını değiştirmenin mümkün olduğu söylenir. Siberuzamda oluşan siberkültür, insanların sadece kendi düş güçleriyle sınırlı, yapay olarak geliştirilmiştir. Siberuzam bazılarının “net demokrasisi” olarak ifade ettiği herkesin ırk, statü, cinsiyet gözetmeksizin bulunabilecekleri bir yerdir (Timisi, 2003). Sanal dünyalar, kişilere şimdiki yaşamlarında bulunan maddi engellerinden kurtulmayı, yeni kendini ifade etme biçimlerini sergileyebilmeyi garanti eden teknolojilerini sunmakta ve sanal gerçeklik sistemleriyle kendine çekmektedir. Bu yeni teknogerçeklikte fiziksel görünüm tamamen düzenlenebilecek, istenildiğinde uzun ve güzel, istenildiğinde kısa ve tıknaz olunabilecektir. Değişebilen fiziksel özelliklerin diğer insanlarla ilişkilerde değişikliğe yol açıp açmayacağının sorgulanması gerekmektedir (Robins, 1999). Bu etkide sanal gerçeklik ortamlarının da önemine dikkat çekilmelidir.

Sanal gerçeklik terimini ortaya koyan kişi Lanier’dir². Sanal gerçeklik yüksek teknoloji, kullanıcı ara yüzü, işitme, dokunma, koku ve tat duyuları ile etkileşim ve simülasyonla gerçek zamanı içeren özelliklerin biri ya da birkaçına sahiptir. Sanal gerçeklik teknolojileri olaya ve ortamın içine dalma hissi, karşılıklı etkileşimle gerçekliği değiştirebilme, yenileme şansı ve hayal gücü ile gerçekliğin fonksiyonlarını genişletebilme imkânı tanımaktadır (Spence, 2008). Böylece kullanıcı, bilgisayarların sunduğu dünyayı bir pencereden gözlemlemekle kalmayıp, bu gerçekliği o dünyanın içindeymiş gibi yaşayabilmektedir (Binark, 2009). Simülasyonlarda sosyo-kültürel bağların oluşumu onu, oyunlardan farklı kılarak, gerçek yaşamla bağlantısını

²<http://www.jaronlanier.com/general.html>

artırabilmektedir. Böyle bir ortamdan çıkan sonuçların gerçek yaşama uyarlanabilme olasılığı oyunlara göre daha yüksektir (Doğu, 2009). Oluşturulan sanal gerçeklik mekânları kullanıcıların tanınmamak için kıyafet seçmelerine ve alternatif kimlikler üstlenmelerine olanak sağlayarak, sınırları ihlal etmektedir (Heim, 1995). Bu ortamlar, zevk ve arzuların dayatmalarına göre tasarlanıp düzenlenmektedir. Yapay gerçeklikle ilişkiye geçmek, gerçek ve fiziksel benliğin askıya alınmasına; cisimsiz, sanal temsili veya kopyası tarafından ikâme edilmesine neden olmaktadır. Bu varoluş koşullarında kullanıcılar, her şeyi sınırsızca hayal edilebilmekte ve dışa vurulabilmekte (Robins, 1999), kişiliğini sosyal ve kültürel açıdan keşfetme özgürlüğünü ve fırsatını bulabilmektedir (Turkle, 1996).

Sanal gerçeklik kendi sanal kültürünü ve topluluklarını da yaratmaktadır. Modern dünya, bireylerin yakın topluluklar oluşturamayacağı denli karmaşıklaşmış ve parçalanmıştır. Buna karşılık, insanların topluluklar içinde bir araya gelme ve ait olma isteklerinin şiddeti, yeni topluluk mekânlarının oluşmasını kaçınılmaz kılabilmektedir. Bilgisayar ortamında iletişim yeni toplulukların oluşturulabilmesi için insanlara fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle sanal mekânların tanımlayıcı karakteristiğini, kullanıcı ve bilgisayar arasındaki ilişkide değil, kullanıcı ve varsayılan bir topluluk arasında var olan ilişkide aramak gerekmektedir (Timisi, 2003). Rheingold (1993) sanal cemaati “*yeterli sayıda insanın, insani duygularla, siberlandda kişilerarası ağ kurmak üzere kamusal tartışmalara yeterince uzun bir süre katılmasıyla Ağ’da oluşturdukları toplumsal kümelenmeler*” olarak tanımlamaktadır (p.25). Sanal mekânlar içerisinde kişiler arasında gelişen ilişkilerin aslında “-mış gibi yapalım” anlayışından hoşlanan insan tabiatına uygun olduğu söylenebilmektedir (Timisi, 2003). Sanal dünyalar bu düşüncelerle, bilgisayar ortamı ile iletişimde gerçekleşen gelişmelerle yaratılmıştır.

2.2.3. Sanal dünyaların gelişimi

Bilgisayar ortamında iletişim, işleyen mekanizması, belirgin teknik özellikleri ile diğer elektronik ortamlardan ayrılarak, insanların algılarını, davranışlarını ve seçimlerini etkilemektedir (High ve Solomon, 2010). Bu nedenle bilgisayar ortamında iletişime epistemolojik değişim anlayışı içinde odaklanılmalı ve yeni kültürel oluşumlardan doğan alternatif bir iletişim yöntemi; evrimii kültürel olgu araştırmaları içinde doğan yeni bir tartışma ortamı olarak değerlendirilmelidir (Williams, 2008). Bazı kullanıcılar bu ortamı basitçe bir yerden bir yere bilgi aktaran kanal olarak tanımlamaktadır. Bu yönüyle ortam bir araçtır; h lbuki diğer kişiler için (her ne kadar gerçek bir fiziksel uzam olmasa da) fiziksel bir alan olarak algılanmaktadır. Bu yönüyle de bir araçtan ziyade kişilerin başkalarıyla tanışıp, kendi düşüncelerinde olan diğer kişilerle, hoşlandıkları şeyleri paylaşabilecekleri, iletişim kurabilecekleri bir yerdir (Williams, 2008). Aslında bahsedilen yeni iletişim ortamında kurulan sanal topluluğun bireyleri, bu dünyaları memnuniyetlerini göstermek, savunduklarını değerlendirmek, entelektüel tartışmalar içine girmek, bilgilerini aktarmak yeni bilgiler almak, duygularını paylaşmak, planlar, dedikodular yapmak, kavga etmek,  şık olmak, arkadaş bulmak, oyun oynamak, flört etmek, zaman geçirmek için kullanırlar (Rheingold, 1993). Gelişen yeni teknolojilerle de kişiler bu isteklerini yeni medyanın farklı alanlarında sergileyebilirler.

Bilgisayar ortamında iletişim teknolojilerine sosyal ağ siteleri, evrimii çoklu kullanıcılı oyunlar ve gerçek yaşam simülasyonları örnek verilebilir. Bu ortamların amaçlarından birisi de iletişimin sosyal doğasını geliştirmek ve desteklemektir. Çoklu kullanıcılı, üç boyutlu sanal ortamlar olan sanal dünyalar iletişim ve sosyalleşmeyi gerçekleştirmeye uygun platformlar olarak kabul edilmektedir (Bronack ve diğerleri, 2008).

Sanal dünyalar, bilgisayar aracılı iletişim teknolojilerinin geldiği son aşamalardandır. Bu tarihsel sürecin başlangıcını, 1967 yılında ilk oluşturulan metin tabanlı ve grafiksellikten kısmen yoksun “Advent” adlı MUD’lara (Multi User Domain/Dungeon/Dimension- ok Kullanıcılı Zindan) dayandırabiliriz (Sanchez, 2009;

Soyseçkin, 2006). Trek Muse ve daha sonra gelen LambdoMOO oyunları ilk sanal yaşam alanlarına örnek olarak gösterilmektedir. Zaman içinde geliştirilen Dungeons ve Dragons ise kullanıcılarına bir karakter yaratarak oyunu oynayabilme olanağı sunmuştur (Turkle, 1996). MUD dünyasının içeriği genelde FRP (Fantastic Rol Play-Fantastik Rol Yapma Oyunu) türünde bir dünya kurgusunda geçmekte, sunduğu macera ile gerçek yaşamın kapitalist üretim ilişkilerine ve tüketim toplumuna alternatif olarak algılanmaktadır (Fidaner, 2009). Bu düşüncenin yanısıra Turkle (1996) MUD'ların benliğin inşası ve yeniden oluşturulması için bir ortam sağladığını söyler.

MUD'lardan sonra MOO (Multi-user Domain Object Oriented) ve MMORPG'ların (Massive Multi-Player Online Role Playing Game-Kitlesel Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu) gelişimine tanık olunmuştur. Teknolojinin gelişimi sanal yaşamın kapsamını ve sunduklarını da genişletmiştir. Artık kullanıcılar, içerik geliştirebilme ve bunu diğer kullanıcılarla paylaşabilme imkânına kavuşmuştur. Kullanıcıların hem oyun oynaması hem de etkileşime girebilmesi, dünya içinde nesneler oluşturabilmesi MMORPG'ler için bir başlangıç olmuştur. MMORPG kullanıcıları 1996 yılında çevrimiçi grafiksel ve sürerli bir dünyaya giriş yapmışlardır. Diğer kullanıcılarla iletişime girebilmenin mümkün olduğu bu çok kullanıcıli/devasa çevrimiçi oyunlarda, kullanıcılara yeni maceralar sunulmuştur (Sanchez, 2009). Bu oyunlarda başarılı olabilmek için, sanal karakterin görevlerini yerine getirmesi, savaşması, klan tarzı örgütlenmelere dâhil olması, oyunun uzamında ve zamanında daha fazla zaman geçirmesi gerekmektedir. Burada oyuncunun gerçek dünyasına bir yansıması ve gerçek dünyadaki sosyal ağlar ile kimlik tasarımlarının bu dünyaya aktarılması da söz konusudur (Binark, 2006).

MMORPG ortamlarını açıklamada farklı yaklaşımlar ortaya koyulmaktadır. Örneğin, alternatif kimliklerin tasarlandığı ve keşfedildiği yerler; kültürün, ekonominin ve toplumların yaratıldığı paralel dünyalar; ilişkilerin şekillendiği ve fiziksel dünyaya rakip deneyimlerin türetildiği ortam; sosyal bilimler için yeni araştırma platformları; insanların âşık olduğu, evlendiği, hükümet seçtiği, şiir okuma günleri düzenledikleri yerler olarak görülmektedir (Yee, 2006). Walther (1996) MMORPG'larda birçok iletişim kanalı kullanıldığından iletişimin daha samimi, daha yoğun daha belirgin olduğunu iddia eder. Ona göre, kişilerarası iletişimin dört bileşeni vardır. İlk olarak

iletişim kanalları kullanıcının benliğini etkin kılmasına imkân tanır, çünkü gerçek zamanlarından sorumlu değillerdir. İkincisi alıcının izlenimleri, göndericinin verdiği bilgiyle şekillenir. Üçüncüsü katılımcılar mesajın kendisine ve bağlamına odaklanarak bilişsel kaynakları yeniden tahsis edebilirler. Son olarak, kişisel ve özel mesajlara cevap verme, idealleştirilmiş izlenimleri ve kişisel etkileşimleri karşılıklı olarak güçlendirir. Buna rağmen Nie ve Erbring (2000), İnternet'in bu özelliğinin yalnızlığı ve topluma yabancılaşmayı artırdığını iddia etmektedir.

MMORPG'ların bazı özelliklerinden bahsedilebilir. Örneğin bu sanal oyunların belli bir süresi söz konusudur ve verili bir zamanda başlayıp bitmektedir. Bu nedenle, oyunun alanı sınırlanmıştır. Bu tarz oyunlar kapalı, korunmuş bir evrendir; dolayısıyla saf bir uzam olarak nitelemek mümkündür. Çok kullanıcılı rol oynama oyunları serbest zaman etkinliği olmasına karşın, belli bir zaman ve mekânla sınırlandırılmış, kuralları olan bir etkinliktir (Akbulut, 2009). Bu düşünceyle sanal dünyaları ve oyunları birbirlerinden ayırmak gerekir. Çalışma süresince de bu anlayış içerisinde devam edilecektir.

Siberuzamda üç boyutlu ve çok kullanıcılı ortamlardan birisi de sanal dünyalardır. Bu ortamlarda MMORPG'ların aksine, artık kullanıcılar “oyuncu” olarak değil “sakin-yerleşik” olarak tanımlanmaya; içinde bulundukları fantezi dünyalarından (Sanchez, 2009), ileri teknoloji içeren, gerçeklikle ve imajlarla ilişkiye girilebilen, gerçek dünyanın yansıması olan dünyalara -mirror world- geçiş yaşamışlardır (Gelernter, 2002).

Sanal dünyaların daha iyi anlaşılması için, kavramsal yapısına ve gelişimine bakmak gerekir. Sanal dünyaların yaratılmasında, esin kaynağı olarak Stephenson'un 1992 yılında yazdığı Snow Crash adlı bilim kurgu eseri ve burada geçen “metaverse” ifadesi gösterilmektedir (Featherstone ve Burrows, 1995). Metaverse, eserde üç boyutlu teknoloji sayesinde, avatarların birbirleriyle etkileşime girebilmesi olarak sunulmuştur. Böyle bir düşüncenin özünde kullanıcıların kendi bakış açılarıyla deneyim ve etkileşimde bulunma imkânı sağlaması yatmaktadır. Bu esin kaynağı kitap sonrasında birçok sanal dünya yaratılmıştır. Aslında sanal gerçekliğin ideali de, alternatif ve ideal

bir öteki dünya yaratmaktır (Robins, 1999). Popülerliği giderek artan bu sanal dünyaları açıklamada genel olarak benzer tanımlar yapılmaktadır.

En geniş tanımla, sanal dünyalar, *“uzamda yaratılan hayallerin resimlerle ya da kelimelerle yansımaları ve kişiye yeteri kadar o dünyanın içindeymiş hissi veren yerler”* olarak açıklanmaktadır (Damer, 2008, s.2). Castronova (2005, s.6), tarafından bu ortamlar için *“sentetik dünya”, “Dünya’ya alternatif”, “yenidünya”* kavramları kullanılmıştır. Kuramcıya göre, bazı insanlar, bilgisayarlar tarafından hazırlanmış sanal dünyalara coşkuyla dalmakta, gerçek Dünyaya göre burayı daha çekici bulmaktadır. Başka bir ifadeyle, insanlar bu sanal kolonilerde sosyal, ekonomik ve siyasal hayatlarının büyük bir bölümünü geçirmektedir. Başka bir tanım da Koster’den gelmektedir. Koster (2004) sanal dünyaları, eşzamanlı, sürerliliği olan, avatarlarla temsil edilen, ağa bağlı bilgisayarlarla ulaşılan yerolarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamasında üç anahtar bileşen göze çarpmaktadır. Bunlar: eşzamanlılık, sürerlilik ve avatardır. Book (2006) ise, sanal dünyaların yedi özelliğinin altını çizer. Bunlar paylaşılan ortak alan, aynı zamanda dünyanın birçok yerinden kullanıcının bağlanabilmesi, grafiksel, kullanıcı arayüzleri içermesi, iki boyutlu çizimlerin yerini üç boyutlu gelişmiş görsellere bırakması, zamansal yakınlığın bulunması, gerçek zamanlı etkileşime izin vermesi ve kullanıcılarına içeriği değiştirme, geliştirme, inşa etme olanağı sunmasıdır. Schroeder (2008, s.2) da sanal dünyaların ampirik unsurlarına değinmektedir. Sanal ortamları ya da diğer bir ifadeyle sanal gerçekliği *“bilgisayar ortamı iletişimde görüntü desteğiyle, kullanıcılarına sanal ortamın içindeymiş hissi yaşatan ve ortamla etkileşime izin veren ya da zorlayan yer”* şeklinde tanımlamaktadır. Schroeder’in (2008) sanal dünya kavramı, sürerliğe, çevrimiçi sosyal uzama atıfta bulunur. Book (2004) sürerlik kavramını yapay dünyanın varlığının, kullanıcının çevrim içi olup olmamasından bağımsız olarak devam etmesi olarak açıklar. Birçok sanal dünyalar üç boyutlu görünüm, ses, metin temelli iletişim ve gerçek zamanlı sosyal bulunuşluk hissi veren çok yönlü özellikler içerebilmektedir.

Özetle, bu sanal gerçeklik sistem türünde bulunması gereken bileşenlerin, bulunuşluk hissini verebilmesi, avatarın gerçek yaşamdaki gibi fiziksel vücut hareketlerini gerçekleştirmeye imkân vermesi, diğer insanlarla gerçek yaşamdaki gibi davranışlar

kurmaya, iletişime izin vermesi, kişisel alanı sağlaması olarak açıklamak mümkündür (Bronack ve diğerleri, 2008).

Sanal dünyaların en önemli özelliklerinden biri de kullanıcıların avatar olarak isimlendirilen sayısal sunumlarla kendilerini ifade edebilmelerine olanak tanınmasıdır. Bartle (2001) avatar ile karakter arasında ayırma giderek avatarın oyuncunun kuklası, karakterin ise sureti, uzantısı olduğunu söyler. Avatar kelimesi Sanskrit dilinde bir kelime olup, eski Hindistan geleneğinde Tanrının genelde insan vücudu formunda cennetten gelmesi anlamında kullanılmıştır (Chung, Shearman ve Lee, 2003). Bugün avatar kelimesi anlamından farklı olarak bilgisayar ortamında insan adına etkileşimde bulunan ajanlar olarak kullanılmaktadır (Nowak, 2000). Avatar sanal ortamda kullanıcının animasyonlu, sayısal sunumudur (Holzwarth, Janiszewski ve Neumann, 2006). Avatarlar sanal sohbet, sanal alışveriş, sanal ofis ve çevrimiçi eğitim gibi ortamlarda tercih edilebilmekte, kullanıcıların psikolojik ve algısal olarak bu ortama dalmalarını sağlamaktadır (Chung ve diğerleri, 2003).

Kullanıcılar sanal dünyada avatarlarının karakteristik özelliklerini çeşitlendirebilme şansına sahiptir. Bütün avatarlar, kullanıcılarına bedensiz ortamda kendilerini sanal yüzlerle ve bedenlerle sunmalarına izin vermektedir. Bu sanal yüz ve vücutlar kullanıcının isteğiyle farklı ırk ve etniklerin fiziksel karakteristiklerini sergileyebilir. Avatarlarla, kullanıcılar bu ortamlarda çevrimdışı sosyal kimliklerini aile ve arkadaş çevresi, okul ve iş yaşamından edindikleri özellikler ve kazanımlarla kendilerini aynen sunmayı seçebilir; sosyal kimliklerinin az tanımlanır ya da tanımlanmayan katmanlarını kesin kılabilir ya da bilerek çevrimdışı kimliklerine uymayan farklı fiziksel özelliklere ve kimliklere bürünmeyi seçebilirler (Binark ve Bayraktutan, 2009; Lee ve Park, 2010).

Yüz yüze ortamlarda fiziksel görünümün sosyal etkileşimde önemli bir etki oluşturduğuna, kişilerin kilo, boy, giyim gibi fiziksel görünümünün kendisi hakkındabilgi yaydığına değinilmişti. Üç boyutlu sanal ortamlarda ise insanlar kendilerini sunmada çeşitli tercihlerde bulunurlar ve kendi kişiliklerinin farklı yönlerini keşfederler. Bunun yanı sıra sanal ortamlarda sunulan sanal benlikler, gerçek yaşamda tamamlanamamış birçok rolün yerine getirilmesiyle bir tatmin ortamı sağlar. Avatarın

fiziksel çekiciliğinin üç boyutlu dünyalarda sosyal davranışlar üzerinde etkisi vardır. Bu etki gerçek yaşamdaki sosyal davranışlara dahi yansıyabilmektedir (Banakou, 2010).

Yee ve Bailenson (2007) avatarlar aracılığıyla kendimizi sunumumuzun hem sanal dünyalar içerisinde hem de bu sanal dünyaların dışındaki gerçek davranışlarımız arasında dinamik bir ilişki olduğunu ileri sürmüş ve bunu “Proteus Etkisi” olarak adlandırmıştır. İlgili çalışmalarında kendini sunumçeşitlerinin kullanıcıların davranışları üzerinde etkisini deneysel olarak incelemişlerdir. Çalışmada avatarın algılanan çekiciliğinin katılımcıların bir yabancıyla iletişime geçme istekliliği üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Buna göre, çekici algılanan avatarlar katılımcılar tarafından genelde daha samimi ve daha güven verici hissedilmektedir. Sonuç olarak, avatarlar sanal ortamda kendini sunabilmenin giriş anahtarıdır ve davranışlar üzerinde etkilidir. Avatarlar, kullanıcıların bulunuşluk hislerini de etkilemektedir.

Sanal dünya bileşenlerinde sıkça dile getirilen bulunuşluk algısı, diğerlerinin hemen yakınındaymış duygusu içerisinde olmasıdır. Bu hissin eksikliğinde çevrimiçi etkileşimin anlamının zorlaşabileceği ifade edilmektedir. Diğer bir söyleyişle, bulunuşluk “orda olma” hissidir. Bulunuşluk algısını sosyal bulunuşluk ve telebulunuşluk olarak ayıranlar vardır. Bu ayrımın altında yatan gerekçe, telebulunuşluğun “orada olmak” ve sosyal bulunuşluğun “birlikte olmak” olarak yorumlanmasıdır (Chung ve diğerleri, 2003). Bu çalışmada her iki kavramın kullanılmasının da uygun olduğu söylenebilir, çünkü benlik avatarlarla sunulmakta yine orada olma ve birlikte olma hissi avatarlar aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Heeter (1992) sanal ortamda bulunuşluk algısının üç boyutu olduğunu iddia eder. Bunlar, çevresel/ortamsal bulunuşluk, katılımcıların ve katılımcılar arası iletişimin varlığını yansıtabilmesi; kişisel bulunuşluk, insani duyulara hitap ederek, gerçek dünyadaymış hissini verebilmesi ve toplumsal bulunuşluk, diğerleri tarafından duruş, işaretler ve sözlü sözsüz ipuçların farkına varılabilmesidir. Bu süreçte diğer kişilerle oluşturulan iletişimin bağlamı ve başkalarının bilinci etkili bir iletişimde önemlidir. Telebulunuşluk, birbirleriyle ilişkili altı kavramla da özetlenebilir. Bunlar, sosyal zenginlik, gerçeklik, ulaştırma, dalma, ortam içinde sosyal aktör ve sosyal bir aktör

olarak ortamdır. Sosyal zenginlik, diğer kişilerle etkileşimde iken, ortamın sosyal, sıcakkanlı, duyarlı, kişisel ya da yakın algılanma derecesidir. Bulunuşluk, nesneleri, insanları ve olayların sunumlarını gerçeğine yakın olarak üretebilme derecesidir. Bu bakış açısıyla, bulunuşluk bakış, ses gibi unsurları gerçek gibi hissetmektir. Bulunuşluk, sanal sınırlar içindeki ulaşım olanağı olarak da tanımlanabilir. Kullanıcılar sanal alan içinde, bulundukları bir yerden başka bir yere gidebilmeli, ayrıca bu alanı diğer kişilerle de paylaşabilmelidirler. Kullanıcının sanal ortamı özümseme, ortamla meşgul olma, kendini kaptırma derecesi ise dalma hissini belirlemektedir (Lombard ve Ditton, 1997). Nowak ve Biocca (2003) kısmen gerçeğe uygun avatarların büyük bir bulunuşluk hissi verdiğini ileri sürerler. Bronac ve meslektaşları (2008), avatarların sihirli unsurlar olmamasına rağmen sanal dünyalarda etkili iletişim ortamını sağladıklarını vurgularlar.

Sonuç olarak, sanal dünyalardan beklenti zaman harcamaya değer olmasıyla, yani gerçek yaşama üstünlük sağlayıp sağlamadığıyla ilişkilidir. Bu durumu bir araştırmanın bulguları desteklemektedir. Araştırmaya göre, çevrimiçi topluluklara üye olan İnternet kullanıcılarının %43'ü sanal topluluklarda yaptıkları edimleri gerçek topluluklarda yapıyormuş gibi güçlü bir duygu hissettiklerini belirtmişlerdir. Bu kişiler sanal dünyaların gerçeğiyle yarışmaya hazır unsurlar sunduğunu iddia etmektedirler (Castronova, 2003).

Castronova (2001) bu sentetik dünyaların gerçekdünyadan farklı olarak, fırsat eşitliği sunduğunu, herkesin burada parasız doğduğunu ve herkesin yeteneklerini, cinsiyetini, ten rengini seçme özgürlüğüne sahip olduğunu bu nedenle popülerliğinin arttığını söyler. İnsanların bu yeni sentetik dünyalarında sadece eski geleneksel dünyanın sınırlarından ve tuzaklarından kaçmadıklarını, aynı zamanda, yeni bir yaşama da başladıklarını belirtir. Gunkel ve Gunkel (2009) böylece, eski dünyanın gelenekleri ve kurumların sınırlarının sorun olmadığı ütöpik yeni dünyanın, teknolibertan düşüncenin bütün sözlerini yerine getirme vaadinde bulunduğunu ileri sürer. Onlara göre, yeni teknoloji belirgin bir şekilde daha önce gelen her şeyden farklı, geleneksellikten, kültürel bağlamdan ve de geçmişten kolay bir kaçış yeridir. Robins (1999), bu dünyaların yeni ve alternatif bir gerçeklik varmış gibi sunulmasına ve elektronik cemaatin iyi toplum olarak gösterilmesine karşı çıkarak, gerçek yaşamda hüsrana ve

hayal kırıklığına yol açan durumların, elektronik ortamda kolayca aşılabileceğine inanmaz. Gerçekte yaşanan dünyanın kişisel isteklerle belirlenmesinin mümkün olmadığını görür ve politikanın gerekliliğini vurgular.

Bugün sanal dünyalar eğlence, ticaret, sosyalleşme ve öğrenme ortamı olarak kullanılmaktadır. En popüler sanal dünyalar Active Word, Qwaq, SimsOnline ve Second Life'tır (Bronack ve diğerleri, 2008).

2.2.4. Sanal ortamlarda kendini sunum davranışları

Bu kısımda İnternet aracılığıyla yaratılan ortamlarda kullanıcıların hangi tür kendini sunum davranışları sergilediklerine değinilecek, alanyazında konu hakkındaki diğer araştırmacıların çalışmalarından bahsedilecektir.

Benlik, insanın kendi kişiliğine ilişkin kanılarının bütünü, insanın kendisini tanıma ve değerlendirme şeklidir. Diğer bir ifadeyle benlik, kişiliğin öznel yanıdır. İnsanın kendisine sorduğu, ben neyim, amaç ve hedefim nedir, ne yapabilirim, doğru ve yanlış olanlar nelerdir sorularına verdiği cevaplardır. Ben neyim sorusuna verilen cevap, kendisini olmak istediği gibi değil de olduğu gibi, objektif olarak değerlendirmesidir. Kişi kendisine çirkinim, şansızım, akılsızım, beceriksizim, başkaları tarafından sevilip aranmayan birisiyim ya da güzelim, akıllıyım, becerikliyim gibi cevaplar verebilir. Amaç ve hedefleri sorusu ise toplumsal yaşamdaki statüsü rolü ve saygınlığını tespit eder. Yani benliğiyle kendisini nasıl görmek istediğini, kendisine nasıl bir değer biçtiğini belirlemeye çalışır. Ne yapabilirim sorusu ile kişi kapasitesini sorgular. Örneğin insanlarla iyi ilişki kurarım, çok çalışırım gibi cevaplar bu yöndedir. Son olarak kişi içinde bulunduğu sosyal çevrenin değer sistemini tanıyarak olumlu ya da olumsuz seçimler yapar. Diğer kişilere yardım etme, çıkarını düşünme, geleneklere uyma gibi edimlere başvurur (Binay, 2010). Kişilik ve benlik aynı anlamda kullanılsa da ikisi iç içe geçmiş kavramlardır. İnsanların çoğu benliklerinin farkında değildir ve kişiliklerinin dışarıya yansıyan, başka insanlar tarafından değerlendirilen yanlarını bilmezler (Güney, 2000). Bugün iletişim teknolojileri ile insanların benliklerini sunabilecekleri yeni

ortamlar oluşmuştur. Bu bilgisayar ortamı iletişim alanlarında yansıtılan benliği postmodern bağlam içinde düşünmek gerekir.

Postmodernizm içinde benlik artık sadece merkezden uzaklaşmamış aynı zamanda sınırsız sayıda bölünmüştür. Bu duruma itki olan sebeplerden birisi de sınırları ve toplumsal hafızasıyla geleneksel toplulukların tükenip gitmesi, böylece benliğin şimdi özgürce kısıtlanmamış çoklu etkileşimlere doğru hareket etmesidir (Binay, 2010). İnsanlar bilgisayarlarının başında izlenimlerini daha rahat kontrol ettiklerinden ve diğerleri üzerinde daha kolay egemenlik kurabileceklerine inandıklarından, benlik sorunlarını bu alanlarda düzenlemeye giderler, ortamı da yeni bir iletişim aracı olarak kullanırlar (Turkle, 1996). Bu süreç içerisinde öznenin de bütünlüğünü kaybettiği görülmektedir (Best ve Kellner, 1998). Bütünlüğünü yitirmiş bir özne, kişinin kendini algılayış biçimini sorgulamasına ve bu sorgulamanın sonucunda kimliğini yeniden üretebileceğine dair inancın oluşmasına yol açmaktadır; çünkü benlik kişinin kendini algılayış biçimidir; kişinin kendini nasıl gördüğünü ve kendisine ilişkin değerlendirmelerinin neler olduğunu açıklamaktadır (Odabaşı ve Barış, 2002). Benlik, diğerleriyle etkileşim için sunulur ve diğerleriyle etkileşim süresince uyum içinde gelişerek sürdürülür (Miller, 1995).

Benliğin yeni dışa vurum yerlerinden sanal ortamlarda sunulan benlik elektronik benlik olarak nitelendirilmekte ve kavram hakkında heyecan verici tartışmalar gündeme gelmektedir. Teknolojik ilerleme ve bu bağlamda elektronik kültürün gelişimi ile insanlar mümkün olanların dışında kendilerini ifade edici kaynaklar inşa etmektedirler (Miller, 1995). İnternet bu yönüyle birçok konuyu ortaya çıkartarak, sınırları yıkmakta ve sosyal etkileşimde yeni fırsatlar için kapılar açmaktadır. Bu yönüyle yüz yüze iletişimde uygulanması zor algılanan durumların aşılmasında önemlidir (Collins, 2008). McKenna ve Bargh (2000), İnternet etkileşimi ile yüz yüze etkileşim arasında dört önemli farklılık olduğunu ileri sürer. Bunlar anonimlik, fiziksel görünümün yoksunluğu, fiziksel uzaklık, zaman içinde büyük bir kontrol sağlama ve etkileşimin hızını ayarlayabilmektir. Miller (1995) böylece bu fizikselliğin olmadığı yeni siberuzamda, benliğin sunulabileceği çeşitli kategorilerin de doğabildiğini söyler. Bu bağlamda siberuzamda yer alan iletişim teknolojilerini, insanların kendilerini sunumlarını ve de

birbirleriyle etkileşimlerini şekillendiren“platformlar” (Collins, 2008) ya da bir “tiyatro sahnesi” olarak nitelemek mümkündür (Tu, Blocher ve Roberts, 2008).

Sanal dünyalarda kullanıcılar, bedenlerini geride bırakarak psikolojik bir düzlemde bilgisayarlarını kendi zihin ve kişiliklerinin bir uzantısı olarak değerlendirirler. Örneğin, Schaap (2002), MUD ve MOO’lar üzerine yapmış olduğu etnografik araştırmasında bu yerlerin yeni dünyaya seyahat hissi uyandırdığını belirtir. Bu seyahat sadece yabancı, ilginç bir yer hakkında bir şeyler öğrenmek ve diğerlerini ve onların kültürünü anlamak değil aynı zamanda belki daha da önemlisi kendini, benliğini daha iyi anlama yoludur (Gunkel ve Gunkel, 2009). Goffman (2009) farklı standartlara sahip her bir alanın oyuncunun kendini sunum performansını yönlendirebileceğini ve yüz yüze ortamda ilişki kurma çabalarında red edilme ya da terslenme riskinin fazla olduğunu söylerken; Dominick (1996), siberuzamda bu riskin daha düşük olduğunu iddia eder.

Araştırmalar bilgisayar ortamında iletişimin sosyal etkileşim için doğal bir ortam olarak tanınması yönünde hareket eder. Çevrimiçi ortamlarda, kendini sunum davranışları çevrimdışı ortamlar gibi normal ve yaygın bir nitelik kazanmaktadır (Kane, 2008). Web 2.0 teknolojilerinde yer alan, kişisel web sayfalarında, sosyal paylaşım sitelerinde, sanal oyunlarda, sanal dünyalarda ve bloglarda sosyal bilginin paylaşımı mümkündür. Kişilere bu sayede, etkileşimin varlığını artırmak için izlenimlerini yönetmek yüz yüze ortamlara göre daha kolay görülmektedir. Bu nedenle Goffman’ın kendini sunum kuramı, sanal ortamlara uyarlanarak yeniden güncellenmiştir (Becker ve Stamp, 2005). Goffman’ın ilgi alanı günlük etkileşimi derin ve yoğun olarak analiz etmektir. Bu derinlik ve yoğunluk belki elektronik etkileşimde anlaşılmayabilir, fakat saptanan ve ileri sürülen sorun geçerli benliğin değişmeden kalmasıdır (Miller, 1995). Walker (2000) da benzer şekilde Goffman’ın kendini sunum teorisini yüz yüze etkileşim ortamlarıyla sınırlamanın doğru olmayacağını ileri sürerek, İnternet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin böyle bir anlayışa yol açtığını vurgular.

İnternet’in belirgin karakteristikleri, postmodern kimliği teşvik edici yanı göz ardı edilmemelidir. Bu ortamda kimlik ifadeleri geleneksel yüz yüze ifadelerinden anlamlı şekilde farklılık göstermektedir. Kimlikler yeniden yaratılabilmekte ya da

şekillenebilmektedir. Yeni teknolojiler, kullanıcılarına izleyici ya da topluluk karşısında imajlarını vurgulamalarına ve kendilerini ortaya çıkarmalarına izin verir. Bazı insanlar için sanal ortam araçlarını kullanmak, yüz yüze iletişim biçimlerinin yerini almasından ziyade destekleyici bir işlev olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra, siberuzamda, yüz yüze ortamda bulunan fiziksel görünüm, dilbilgisi ve sözsüz ipuçlarının olmaması ya da gücünün azalmış olması, yüz yüze ortamlarda duygu ve hislerine güvenerek hareket eden iletişimcileri sınırlayabilir. Sanal sohbet iletişimcileri, anlam üretmek ve onu yönetmek için sadece elektronik ortama bağlıdır. Ortamın kendisi izlenim yönetimi aktivitelerini bağlama yerleştirmekte ve bu aktiviteler geliştikleri kendi çevrelerinde anlam kazanmaktadırlar (Becker ve Stamp, 2005). Kullanıcılar, burada bilgisayarda iletişim esnasında kendilerini temsil eden avatarlarıyla diğerlerine hoş görünmeyi arzulurlar (Tu, Blocher ve Roberts, 2008). Kuşkusuz, kullanıcıların diğer kullanıcıların gerçek dünyada sahip oldukları fiziksel görünüşleri, tavırları ve diğer kişisel özelliklerine yönelik bilgileri, onlardan aldıklarıyla sınırlı olacaktır (Jacobson, 2006). Sanal ortamda gerçekleşen izlenimleri yönetebilmenin anahtarı sosyal karşılaşmalarda aktarılan bilgiyi kontrol edebilme ve yönlendirmede yatmaktadır (Collins, 2008). Bunun nedeni böyle bir ortamda katılımcıların kodlayacakları mesajlar üzerindeki kontrolleri fazla, ancak elde edecekleri sosyal ipuçların az olmasıdır. Kullanıcılar arasında sanal ortamda yaşanan bu eksikliklerin giderilmesi için kendi aralarında daha fazla bilgi aktarımında bulunulacak ve bu da girilen etkileşimin sayısını artıracaktır (Becker ve Stamp, 2005). Goffman'a göre cepheler yaratılmaz, seçilir. Bazı insanlar bu sanal ortamdan ilham alabilir. Elektronik iletişim kişinin kendisine gizemli bir hava vermesine, kendini farklı tanıtmaya izin verir. Bu da Goffman'ın terminolojisi içinde seyirciyi hayran bırakabilmek için arzu edilen bir durumdur. İnsanlar sanal ortamın çoklu cephelerinde kendilerini sunabilirler. Bu sanal cepheler kişilere çevrimdışı durumlarla başa çıkma konusunda yardım edebilir (Vaast, 2007).

2.2.5. Sanal ortamlarda kendini sunum davranışlarına yönelik diğer araştırmalar

Kendini sunum teorisi yüz yüze ortamlarda değerlendirilmiş ve çeşitli alanlarda araştırılmıştır. Son zamanlarda özellikle sanal iletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşmasıyla birlikte yazılı iletişim de göz önünde bulundurularak, konu ile ilgili araştırmaların bilgisayar aracılı iletişime uyarlandığı, güncellendiği ve çeşitli bağlamlarda yeniden değerlendirildiği gözlenmektedir. Bu ortamlar içerisinde yer alan kişisel web sayfaları, web günlükleri, e- posta, çevrimiçi flört sayfaları, oyunlar gibi farklı alanlarda kullanıcıların kendini sunum davranışlarının nasıl olduğu araştırılmıştır.

Kendini sunum teorisi ve kendini sunum stratejilerinin, sanal ortamlar içerisinde değerlendirildiği konular; kişisel web sayfaları (Dominick, 1999; Kim ve Papacharissi, 2003; Papacharissi, 2002), web günlükleri (Bortree, 2005; Trammell ve Keshelashvili, 2005), e- posta (Gradis, 2003), çevrimiçi flört sayfaları (Gibbs, Ellison ve Heino, 2006) ve sanal oyunlar (Roberts ve Parks, 1999; Utz, 2000) şeklindedir.

Dominick (1999) kişisel web sayfalarını kendini sunum stratejilerini kullanarak değerlendirmiştir. Bu sayfaların genel özelliklerini tanımlamış ve insanların çevrimiçi ortamlarda kendini sunum stratejilerini nasıl kullandıklarını ve kendilerini nasıl sunduklarını araştırmıştır. Bu sayfalar kullanıcılara, kim ve ne oldukları hakkında bilgi verebilecekleri, kendilerini ifade edebilecekleri, hikâyelerini anlatabilecekleri, hobilerini paylaşılabilecekleri bir ortam sağlamaktadır. Dominick (1999), bu sayfalardan içerik analizi yöntemi ile topladığı verileri kullanarak, Jones'un (1990) belirlediği kendini sunum stratejilerini de göz önünde tutarak, kişinin sanal ortamda kullanıcının kendisi hakkında bilgi verme derecesini belirlemiştir. Araştırmada, yüz yüze ortamlarda gösterilen benlik sunum stratejilerine benzer sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin, kendini sevdirmek en fazla tercih edilen bir davranış iken; yıldırma ya da gözdağı verme en az tercih edilen strateji olarak kayda alınmıştır. Kişisel web sayfalarında kişinin kendisini ifşa etmesi derecesi ile cinsiyet arasında farklılıklar saptanmış; yüz yüze ortamlarla tutarlı olarak, kadınların kendileri hakkında kişisel bilgilerini vermede daha kapalı oldukları ortaya koyulmuştur.

Papacharissi (2002) çevrimiçi ortamda kendini sunum davranışlarına ilişkin çeşitli araştırmalarla alana katkıda bulunmuştur. Özellikle çalışmalarında kişisel web sayfalarını içerik analizi kullanarak analiz etmiştir. Kişisel sayfalarda kişilerin kendilerini nasıl yansıttıklarını, bu yerlerin yaratıcılarına ne gibi motivasyonlar sağladığını anlama amacındaki çalışmasında, yedi motivasyon unsuru belirlemiştir. Bunlar, eğlence, bilgi edinme, sosyal etkileşimde bulunma, kendini ifade etme, zaman geçirme, yeni gelişmelerden haberdar olma ve mesleki gelişimdir. Teorisylene göre, bu tarz sayfalar kişilere çoklu benliklerini sunmalarına imkân tanımaktadır. Ona göre, Goffman'ın kuramında ifade ettiği aktarılan ve alınan bilginin kontrolü için sanal ortam idealdir. Araştırmadan ek olarak çıkan sonuca göre, kişisel sayfaların sadece diğer konular hakkında bilgi vermek amacı ile oluşturulduğu ve kişilerin kendileri hakkında özel bilgi vermekten kaçındıkları belirlenmiştir.

Shapiro (1997) kişisel web sayfalarının fonksiyonunu anlamak için sanal ortamda sunulan bilgileri içerik yönünden değerlendirmiş ve bir kodlama şeması hazırlamıştır. Araştırmacıya göre bu sayfalar kişi hakkında birçok bilgi veren ilan panosu gibi işlev görmek ve diğerleri üzerinde izlenim yaratmak için istenildiği şekilde tasarımlanabilmektedir. Araştırmacı kişisel web sayfalarını etnik, yaş, ırk, gerçek isim kullanma gibi durumlarının yanısıra kendini sunum, kendini ifşa etme ve ilişki geliştirme yönlerinden de değerlendirilmiştir. Sayfalara detaylı grafiksel görüntülerin, sesin eklenebilmesi ve sözsüz iletişim mesajlarını gönderebilme becerisinin olması, onları tercih edilir kılabilmektedir. Kişisel sayfa oluşturanlar, kişisel özellikleri, eylemleri ve başarıları hakkında bilgi aktararak, kendi kamusal imajlarını geliştirebilme imkânına sahip olabilmektedirler. Bu sayfaların oluşturulma amacı bilgi vermek, iknâ etmek, etkilemek ya da geçmişini anmak olarak sınıflandırılmıştır. Buna rağmen araştırmacı sayfaları oluşturan kişilerle görüşme yapılamadan hangi kendini sunum stratejisini kullanma niyetinde olduklarını saptanamayacağını işaret eder.

Ellison, Heino ve Gibbs (2006) çalışmalarında çevrimiçi buluşma sitelerine üye olanların oluşturdukları profillere odaklanarak, partner bulma amacıyla sergiledikleri kendini sunum davranışlarını ve bunları nasıl yönettiklerini araştırmışlardır. Katılımcıların deneyimleri, düşünce ve davranışları hakkında bilgi toplamak amacıyla

onlarla görüşme yapılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara göre, bazı katılımcıların karşı taraftan gelen, algıladıkları kendini sunum mesajlarına özellikle dikkat ettiklerini; kendi mesajlarını oluştururken de aynı derecede izlenim vermeye çalıştıklarını açıklamışlardır. Katılımcılar için, bu ortamda yapılan yazım yanlışları kimlik hakkında bilgi veren ipuçları olarak algılanmaktadır. Çalışmadan çıkan diğer bir sonuç da katılımcıların çekici, başarılı, arzu edilir bir benlik yaratma isteği ile kendileri hakkında güvenilir ve dürüst bilgi sunma arasında gerilim yaşayabilmeleridir. Çoğu katılımcı kendini yapmak istedikleri şeylerle ya da olmak istedikleriyle tanımlamaktadır. Bu durum fiziksel görünümde de söz konusu olmaktadır.

Collins (2008) araştırmasında MySpace sosyal ağ sitesine üye olanların kimliklerini ve kişiliklerini sanal bir ortamda nasıl sunduklarını ve bunları deneyimleme yollarını anlamaya çalışmıştır. MySpace, bireyler için politik gruplar oluşturabilecekleri, organizasyonlar düzenleyebilecekleri, müzik ya da başka etkinlikleri paylaşabilecekleri bir platform olarak görülmektedir. Araştırmacı, çalışmasında Y kuşağı ya da dijital yerli olarak tanımladığı kullanıcıların, kimliklerini/kişiliklerini nasıl yönettiklerini ve sanal dünya içindeki yansımalarını anlamak ve karşılaştırmak için MySpace’de yer verilen profilleri içerik analizi ile incelemiştir. Araştırmacı sosyal ağların çevrimiçi, sanal, sayısal benliği oluşturduğunu ve desteklediğini ileri sürmektedir. Katılımcılar profil sayfalarını sadece kendileri hakkında bilgi vermek için değil aynı zamanda ağ içindeki diğer üyelerle iletişim kurabilmek için de kullanmaktadır. Bu ortamdaki kullanıcılar, görsel yaratıcılıklarını geliştirebilmekte ve kendilerini ifade edebilmektedir.

Kane (2008) de MySpace sosyal ağ sitesinde insanların kendilerini nasıl sunduklarını kendini sunum stratejileri, sözsüz iletişim kodları ve görsel iletişim sunularından yararlanarak araştırmıştır. Çalışmada içerik analizi yapılarak veri toplanmış ve araştırmacı tarafından yeni bir şema geliştirilmiştir. Bu şemanın özellikle profillerde yer alan, fotoğraf ve yazılı metinleri karşılaştırmaya imkân tanıdığı vurgulanmıştır. Kullanıcıların profillerinde kullandıkları fotoğraflar ile sadece görüntülerini sunmadıklarını aynı zamanda onların kişilikleri hakkında bilgi verdikleri ileri sürülmüştür. Geribildirim sosyal paylaşım siteleri için önemli görüldüğü, kendini sunum biçiminin ise ziyaretçilere kullanıcının profilleri, fotoğrafları ve bloglarına

yorum bırakmaya teşvik ettiği vurgulamıştır. Araştırmada kendini sunum stratejileri kapsamında niteliklerini tanıtmaya ve kendini sevdirmenin en fazla tercih edildiği ortaya çıkmıştır.

Haferkamp ve Krämer (2009) Almanya’da oluşturulmuş Facebook benzeri bir sosyal ağ sitesinde kullanıcıların, çevrimiçi profillerini tasarlarken kişisel bilgileri ve fiziksel görünümüne dair neler sunduklarını, oluşturdukları izlenimlerini yönetmek için nelerden beslendiklerini, onlar için izlenim yönetiminin görece önemi ve nelerin kamusal olarak algılandığı hakkında bilgi almak amacıyla siteye üye olan 12 öğrenciyle derinlemesine görüşme yapmıştır. Katılımcılardan diğer kişilerin profillerini de değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcılar, araştırma sorularını bilinçli kendini sunum, izlenim yönetiminin özellikleri, izlenim yönetiminin doğası ve izlenimleri şekillendirme gibi kategoriler altında cevaplandırmışlardır. Elde edilen bilgiler ışığında kimi özel bir izlenim vermek istemediğini, kimi ise profillerini düzenlerken burada çok fazla zaman harcadığını ve bunu önemli gördüklerini belirtmiştir. Araştırmacılar cinsiyete göre değerlendirme yaptıklarında, özellikle kadınların bilinçli olarak profillerine fotoğraf eklediklerini ve bilgilerini verdikleri saptanmıştır. Araştırmanın sonucu olarak katılımcılar, profillerini iletişim aracı olarak görmekte ve grupların izlenim yönetimi için önemli olduğuna inanmaktadır.

Becker ve Stamp (2005) sanal sohbet odalarında katılımcılarca sergilenen kendini sunum ve yanlış izlenim aktarım davranışlarının nasıl yer aldığını incelemek amacıyla, üniversite öğrencilerine anket uygulamışlardır. Araştırmadan elde edilen veriler neticesinde, düzenli olarak sohbet odalarına katılan 10 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Açık uçlu soruların yer aldığı görüşmelerde, katılımcıların izlenim yönetimi için sergiledikleri davranışlar, kendilerini ve diğerlerini nasıl gördükleri, dâhil oldukları sanal odalardaki sanal ilişkileri, diğer kişilerle etkileşiminin ayrıntıları üzerinde yoğunlaşmıştır. Kuram oluşturma modelinin benimsendiği araştırmada, kişileri izlenim yönetmeye motive eden unsurlar olarak, sosyal kabul edilmeye duyulan arzu, ilişkileri geliştirme ve sürdürme, istedikleri kimliğe ulaşmak için yeni kimlikler deneyimleme arzusu gösterilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar, yüz yüze ortamda iken söylemek isteyip de söyleyemediklerini sanal sohbet odalarında rahatça ifade

edebilmektedir. Katılımcıların sanal sohbet partnerine yönelik izlenimlerini yönetmek için dört etkileşimsel stratejiyi kullandığı ortaya çıkmıştır. Bunlar, sanal sohbet kültüründe yetenekli olduğunu gösterme, yakınlığı ve karşılıklı ilişkiyi yönetme, kimliğini, cinsiyetini, yaşını ve ilgi alanlarını ifade edebilecek bir paravan isim kullanabilme ve amaçlı sunumla yanlış izlenim aktarabilmedir. Çoğu katılımcı iyi bir isim seçiminin izlenim aktarımı için önemli olduğuna inanmakta, sanal sohbet odalarında öz kimliklerini ve yeteneklerini diğerleri üzerinde izlenimlerini yönetebilmek için geliştirdiklerini aktarmaktadır.

Benzer şekilde Cornwell ve Lundgren (2001) da sanal sohbet odalarını kullanan kişilere yönelik yaptıkları araştırmalarında kullanıcının karşısındaki romantik partnerinin ilgisini artırmak amacıyla eğitim düzeyi, yaş, fiziksel çekiciliği, ilgi alanları, geçmişleri ve diğer özellikleri hakkında yanlış izlenimler verebildiklerini ortaya koymuşlardır.

Jacobson (2006) yüz yüze ortamlarda var olan sözsüz iletişim, fiziksel görünüm gibi ipuçlarının, siber uzamda ya olmaması ya da gücünün azalmış olması gerçeğinden hareketle, böyle bir eksiklikte kullanıcıların izlenimlerini nasıl şekillendirdiğini ve diğerleri tarafından bu durumun nasıl algılandığını anlama amacıyla, iki aşamalı bir çalışma yürütmüştür. Bu amaç doğrultusunda, eşzamanlı ve eşzamansız etkileşim kurabilmenin mümkün olduğu metin temelli sanal topluluk MOO'lerden birinde hesap açmıştır. Bir süre bu ortamda bulunan araştırmacı daha sonra katılımcılara elektronik posta göndererek onlara sorular yönelmiştir. Gelen cevaplar neticesinde 15 kişi ile derinlemesine görüşmeye gidilmiştir. İkinci aşamada ise, 23 üniversite öğrencisinden bu sanal ortamda karakter edinmeleri ve görüşme yapılan bu kişilerle etkileşim kurarak onları gözlemlmeleri istenmiştir. Öğrencilerin herhangi üç MOO oyuncusuna yönelik edindikleri izlenimler kaydedildikten sonra, bu sanal karakterlerin fiziksel özellikleri, hal ve tavırları ve diğer kişisel özellikleri hakkındaki düşünceleri sorgulanmıştır. Elde edilen bilgilere göre, çevrimdışı deneyimlerle çevrimiçi deneyimler eşleşmemektedir. Örneğin araştırmada bilgi aktaran bazı kişiler, siber ortamda gerçek yaşamda olduğundan daha fazla konuşkan olduklarını belirtmiştir. Ayrıca aldığı izlenimlere dayanarak zihinde hayal edilen fiziksel görünüme yönelik düşünceler ile gerçekte olan arasında da farklılıklar saptanmıştır.

Pratt (1996) bir meslek grubunun çalışanları arasında, gönüllü olarak araştırmaya katılanların kendi aralarında elektronik posta ile yaptıkları yazışmaları kaydetmiş ve içerik analizi ile bu bilgileri değerlendirmiştir. Araştırmacının yaptığı kodlama sonrasında elektronik postaların açılış konuşmalarında niteliklerini tanıtmaya; kapanış cümlelerinde ise kendini sevdirmeye stratejilerini benimsedikleri ortaya konulmuştur.

Trammell ve Keshelashvili (2005), araştırmalarını Goffman'ın kendini sunum teorisine dayandırarak ve Jones'un geliştirdiği stratejileri kullanarak, bloglarda kişilerin kendini sunma stratejilerini ve kendilerini ifşa etme durumlarını analiz etmişlerdir. Blog hazırlayanların çoğunun kendi niteliklerini, entelektüel yeteneklerini ortaya koyarak sevilme ve yetenekli görünmek için kendini sevdirmeye stratejisini benimsediği saptanmıştır. Bununla birlikte, bloglarda kişilerin kendilerine yönelik verdikleri bilgilere dayanarak cinsiyet ve yazım amaç farklılığı bulunmuştur. Kadın blog yazarlar kişisel sorunlar hakkında yazmayı tercih ederken, erkekler doğa hakkında bilgi vermektedir.

Bortree (2005) genç kızların kullandıkları blogları hem kendini sunma stratejileri açısından hem de kitlesel bir ortamda yürütülen kişiler arası iletişimin zorlukları ve tehlikeleri açısından değerlendirmiştir. Etnografik araştırma yöntem araçlarından katılımlı gözlemin kullanıldığı bu çalışmada en popüler blog sayfaları ele alınmış ve bunlar içerisinden bazıları derinlemesine analiz edilmiştir. Kartopu örneklemeden yararlanan araştırmacı, bu süreç sonrasında etnografik çalışmanın parçası olmayan fakat web bloglarda sürekli yazıları bulunan kişilerle derinlemesine görüşme yapmıştır. Gençler bloglarda kendilerini, ailelerinin engeli korkusu olmadan düşüncelerini ve duygularını özgürce ifade edebildiklerini ileri sürmüşlerdir. Kendini sunma davranışlarında bulunma nedenleri amaçlıdır ve de etkileşim kurmak için gösterilir. Daha fazla yorum alma ve okunmanın popülerlik unsuru olduğuna inanan genç blog yazarlar için kendini sevdirmeye en sık kullanılan strateji olduğu saptanmıştır.

Vaast (2007) mesleki çevrimiçi formlarda kişilerin nasıl kendilerini sunduklarına cevap aradığı çalışmada, kendini yüceltme/aldatma ve idealleştirmenin sosyal doğası araştırılmıştır. Çalışmada 309 kişinin profili analiz edilmiş, hem betimsel veri hem de niteliksel yöntemle veri toplanmıştır. Tematik bir kodlamanın geliştirildiği ve kuram

oluşturma yönergesinin izlendiği araştırmada, öncü karakter, ikincil karakter, küçük rolü olan ve arka planda kalan karakter ve mizahi karakter olarak kişiler kategorileştirilmiştir. Öncü karakterler, gerçek yaşamlarından bilgi aktarmayı seven, gerçek bilgilerini profillerine ekleyen kişilerdir. Bunun aksine ikincil karakterler, kendi çevrim dışı durumlarını yansıtacak bilgileri profillerine eklemeyenlerdir. Bu durum bir izlenim yönetimi taktiği olarak düşünölebilir. Kimi durumlarda hobiler, ilgi alanları, mesleki konularda bilgi verebilirler. Küçük karakterler ise mecburi olarak kendileri hakkında bilgi verenlerdir. Son olarak mizahi karakterler şakacı ve eğlenceli şeyleri profillerine ekleyenlerdir. İdeâlleştirme ve yüceltmenin de kendini sunum stratejileri içinde düşünölmesi gerektiğine inanan araştırmacı, aktif kullanıcıların kendini yüceltme davranışında bulunma amaçlarının sosyal onaylanma ihtiyacından kaynaklandığını ileri sürer. Goffman'ın teorisinde ifade edilen kişisel cephe ile kullanıcının kendini tanımladığı sosyal gruplar ya da topluluklar içinde bu ortamlara uygun olarak sergilediği değerleri ve normları sunduğunu ifade eder.

Jung, Youn ve Mcclung (2007) Kore'de bulunan ve blog oluşturan kişileri motive eden unsurları ve bireylerarası kendini sunum stratejilerini ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Web'de kişilerarası durumlarda yaygın olarak kullanılan kendini sunum stratejilerini karşılaştırmak amacıyla anketle veri toplanmıştır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan kendini sunum stratejileri; niteliklerini sunma, yardım isteme, örnek birey olma ve kendini sevdirmedir. Bu sonuç yüz yüze etkileşimde sunulan davranışlarla karşılaştırıldığında, İnternet kullanıcılarının böyle bir ortamda benliklerini daha gerçekçi ve içten sunduklarını ve bu ortamların onlara farklı benlik sunumları için alternatif bir yer sağladığı ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar siberuzamda kurulan ilişkilerle diğer kişileri sevmeye, onları anlama, onlarla yakınlık kurma gibi sonuçların görölebileceğini ileri sürer.

Vasalo ve Joinson (2009) için ilgi konusu sanal ortamın türü avatarın karakteristik özelliklerini vurgulamada nasıl etkili olduğu olmuştur. Bu düşünceyle gönüllü olan katılımcılar laboratuvar ortamına alınarak blog, flört sitesi ve oyun ortamlarından birisinde avatar yaratmaları istenmiştir. Blog, flört sitesi ve oyunun özelliklerinin gerektirdiği şekilde kurgu yapılmıştır. Katılımcılarla kısa bir görüşme yapılarak avatar

seçimindeki tercihleri ve nedenleri sorgulanmıştır. Bunun yanısıra açık uçlu sorular ve ölçekten de yararlanılmıştır. Kullanıcılar flört sitelerinde genellikle kilo, sağlık gibi bireysel özelliklerini belirterek ya da fotoğraf göndererek kendini sunmayı amaçlamaktadır. Flört sitelerinde yaratılan avatarların çekici, oyun sitelerindekinin entelektüel yapısı vurgulanmıştır. Çoğunlukla avatarların vurgulanan bu özellikleri katılımcıların öz imajlarını çizmektedir.

zdemir (2006) alışmasında www.itiraf.com sitesindeki “Arkadaş Bulsana” adıyla belirtilen sanal topluluktaki kayıtlı üyelerden alanda Ankara’da yaşayan 20 kişi ile katılımlı gözlem tekniği ile sohbetler gerçekleştirilmiş, sohbet raporları analiz edilerek bulgular ortaya konulmuştur. Araştırmacı, site kullanıcılarının en çok kendini tanıtmaya yönelik taktiklerden kendini sevdirmek, kendini yüceltme, diğerini yüceltme, lütufta bulunma taktikleri kullanıldığını saptamıştır. Araştırmasında niteliklerini tanıtmak taktiğinin bir taktik olarak bilinçli olarak kullanımından ziyade iletişime geilebilmesinin n koşulu olarak kullanıldığını belirlenmiş, görüş birliği ve örnek olma taktiklerinin ise kullanılmadığını grmştir. Yaş, eğitim, sosyo ekonomik durum, etnik köken, din yönünden kendini sunum davranışlarını araştıran araştırmacı şu bilgilere ulaşmıştır: Sosyo ekonomik durumundan memnun olmayan kişilerin meslekleriyle ilgili farklı bilgiler vermekte, aynı şekilde fiziksel görünümünden rahatsız olan kişiler de tanıtım kartlarına kendi resimlerini yerleştirmeyip ve fiziksel özellikleri ile ilgili sahip olmayı istedikleri görünüşü sunmaktadırlar. Araştırmacı çalışmasında, etnik köken, din ve mezhep ile ilgili faktörler kimlik sunumunda çok fazla ortaya koyulmayan, genellikle kişilerin özellikle toplumun genelinden farklı inançlara ve kökene sahiplerse yansıtılmayan özellikleri olduğunu belirtmektedir. Bu saptamalar ile sanal alanlarda izlenim yönetimi kavramının uygulandığı ve pratiklerinin kullanıldığını sonucuna varılmıştır.

Dedeoğlu ve stndağlı (2011) alışmalarında hedeflenen, tüketicilerin sosyal pratiklerini, tüketim, kimlik ve yaşam tarzı açısından sanal eylem toplulukları bağlamında incelemişlerdir. alışmakapsamında eylem topluluklarının üyelerinin kimlik, yaşam tarzı ve tüketim pratikleri ile etkileşimi ve farklı üyeler arasında katılım, kimlik, yaşam tarzı ve tüketim faktörleri açısından farklılıkları araştırılmıştır. Sanal

topluluklar, tüketicilerin faaliyetleri (örneğin, scuba dalış grupları), ilgi (örneğin, belli bir müzik sevenlerin oluşturduğu gruplar) ve fikirleri (örneğin, siyasi gruplar) doğrultusunda oluşturulabilmektedir. Karşılıklı etkileşim ve paylaşımın yüksek olduğu ve katılımı içselleştirme ve/veya tanımlama düzeyinde olduğu durumlarda, üyeler topluluk kimliği ile tutarlı yaşam tarzı geliştirebilmektedirler. Bulgular, topluluk içi paylaşım ve etkileşiminin tüketim bağlamına da taşındığını ortaya koymaktadır.

2.3. Sanal Yaşam Dünyası: Second Life

İnsanların yeni teknolojileri ve yeni medyayı kullanma nedenlerine kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında irdelendiğinde, çeşitli araştırmalardan edinilen bilgiler ışığında İnternetin kullanım motivasyonları için beş motivasyon unsurunu ortaya koyabiliriz. Bunlar, kişisel yarar, zaman geçirme, bilgi araştırma, kolaylık sağlama ve eğlencedir (Shelton, 2010).

Bu bölümde bahsi geçen motivasyonlar da göz önünde bulundurularak popüler olan Second Life sanal yaşam dünyasının gelişim süreci ve özellikleri incelenecektir.

2.3.1. Second life nedir?

Second Life (SL), gerçek dünyaya alternatif bir ütopya olarak (Harrison, 2009), Philip Rosedale tarafından oluşturulmuş üç boyutlu sanal bir dünyadır. Aslen fizikçi olan Rosedale, Second Life'ı geliştirirken, Neal Stephenson'ın 1992 yılında yazdığı Snow Crash adlı romanından esinlendiğini belirtir (CNET News,15 Haziran 2005; Jennings ve Collins, 2008). Stephenson'un kitabı, her şeyi sayısal ortama aktarmanın mümkün olduğunu iddia etmesi ve siberpunk tarzında ilk kitap olması nedeniyle önem taşır (Jennings ve Collins, 2008; Jones, 2006). Stephenson'un kitabını önemli kılan diğer bir olgu ise alanyazına kazandırdığı “metaverse” kavramıdır. Metaverse kavramı burada üç boyutlu sanal dünya öngörüsü olarak fiziksel dünyanın nesnelerini, arayüzlerini ve ağların sanal ortamını inşa eden ve onlarla etkileşimi sağlayan bir öngörü olarak anlam kazanmıştır (Smart, Cascio ve Paffendorf, 2007). Bu düşünceden hareketle, Rosedale, SL ile bir oyun kurmadığını, yeni bir ülke yarattığını söyler (CNET News, 15 Haziran 2005; Jennings ve Collins, 2008). Second Life'ın gelişim sürecini ve kullanıcılarına sunduklarını bilmek, onun önemini anlamak için yararlı olacaktır.

Second Life'ın kuruluşuna yönelik ilk çalışmalar 1999 yılında, San Francisco'daki Linden Sokağı'ndaki Linden Lab. olarak isimlendirilen yerde başlamıştır. İlk test çalışmaları 2002 yılında yapılmış, bu süreç esnasında sanal dünyanın adı Linden World (Boellstorf, 2008) olarak belirlenmiş, ancak daha sonra Second Life olarak

değiştirilmiştir. Genel kullanıma 2003 yılında açılan SL'ın bu dönemdeki sunucu sayısı 16, üye sayısı ise 1000 kişi iken³ sonraki yıllarda yapısını ve özelliklerini sürekli yenileyerek üye sayısında yükselen bir eğilim göstermiştir. Üye sayısı 2005'te 2 milyon iken (Sass, 2010), bu sayı 2006 yılında bir anda yükselmiştir. Kuşkusuz bu durumun nedeni olarak Linden Lab.'ın ilk temel üyelik sürecinde üyelere aldıkları parayı almamaya başlaması gösterilebilir⁴. SL sanal yaşam dünyasında 2011 yılı verilerine göre 20 milyon kullanıcı bulunmaktadır⁵.

Sanal dünyada çeşitli yapısal değişiklikler olmuştur. Second Life'in 2003 yılından bugüne 1.0, 1.13, 1.4, 1.23, 2.0 versiyonları geliştirilmiştir⁶ (Boellstorff, 2008). Örneğin, 2004 yılında landmark (yer işaretleri) ve bazı özel animasyonlar dünyaya eklenmiştir. SL'ta ortak zaman olarak "Pasifik Standart Saati" (PDT) kabul edilmiş; 2005 yılında ise Linden kambiyesi kurularak USD-Linden Dolar (SL para birimi) döviz değişiminin gerçekleşmesi mümkün olmuştur. Böylece kullanıcılar dolar olarak SL'tan Linden parası satın alabilme ve yine Linden'lerini dolar olarak hesaplarına aktarabilme imkânı bulmuşlardır⁷. SL'ın bir diğer özelliği de, gerçek gün ve gece döngüsünün olması, hava durumu sisteminin olması gibi gelişmiş teknolojileri yansıtmasıdır (Boulos, Hetherington ve Wheeler, 2007).

Second Life, çok kullanıcı bir sanal ortam (MUVE -Multi User Virtual Environment) olarak görülmektedir. Bu sanal dünya içindeki bütün içerik kullanıcılar tarafından oluşturulmakta ve her bir kullanıcı istedikleri deneyimlerini bu dünyada gerçekleştirebilmektedir (Helmer, 2007). SL'ı gerek MMORPG'ların (Brookley ve Cannocritical, 2009); gerekse sanal dünyaların karakteristik özelliklerini (Zhao ve Wu, 2009) taşıdığı için sınıflandırmak zordur, ancak genel kabul gören onun bir oyun olmadığı yönündedir. SL, MMORPG'lara benzer nitelikler taşıdığı için oyun sınıfında yer alabilir. Bunun nedenleri, bir çevrimiçi arayüz üzerinden, dünyanın her yerinden birden fazla kullanıcıya etkileşim imkânı sunması, kullanıcıların avaturları aracılığıyla

³<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php>:

<http://www.kesfetmekicinbak.com/apps/search.app/search.php?>

⁴<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php>

⁵www.secondlife.com

⁶<http://secondlife.com>

⁷<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php>

ikâmet etmeleri ve etkileşimde bulunmalarını sağlaması ve yine diğer MMORPG'lar gibi oyun ekonomisine sahip olmasıdır (Brookley ve Cannocritical, 2009).

Second Life'ı oyun olarak görmeyenler de vardır. SL'ı sanal oyunlardan farklı kılan yanı savaşı, büyücü, dâhi gibi rollerin ya da bölgeyi ele geçirme, birisini kurtarma, seviye atlama, puan toplama gibi görevlerin ve önceden belirlenmiş kurallara uyma gibi durumların söz konusu olmamasıdır (Harrison, 2009; Moon, 2007; Tapley, 2008). SL'ın bir olay örgüsü, gidişatı ya da belirlenmiş bir hikâyesi yoktur. İçeriğinin belirli bir konu çerçevesinde kodlanmamış olmasından dolayı, hiçbir üye avatarının geleceğini bilmemektedir (Tüter, 2007; Zhao ve Wu, 2009). Diğer sanal oyunlarda var olan kazanma motivasyonları, oyunu oynayan kişide hırs yaratarak başarılı olmaya zorlayıcı bir ruh haline sokarken; Second Life'ta vakit geçiren birinin daha çok yaratıcılık yönünü kullanarak hiçbir tanımlanmış role bağımlı kalmadan aynen gerçek hayatta olduğu gibi kendiliğinden gelişen bir “yaşam” sürme gayreti içine girdiği görülür (Tüter, 2007). Böyle bir yaşamda, binalar inşa etme, işyerinde terfi etme, şirket kurup milyoner olma gibi gerçek hayatın yansımaları vardır. Ucu açık bir dünya olan Second Life'ta tek sınır kişinin zamanı, merakı ve yaratıcılığıdır (Tapley, 2008 ve Moon, 2007). Bazı çevrimiçi ticari oyunlar, oyuncularına oyunun öğelerini değiştirmelerine izin vermezlerken, SL'taki kullanıcılar, sanal ortamı yönlendirme konusunda teşvik edilir (Brookley ve Cannocritical, 2009). Sanal dünyada objeleri değiştirerek kullanıcılara giysi, ev, eşya gibi tasarımları yapmalarına olanak tanır (Hof, 2006). Her nekad SL oyun olma özelliğini az taşısa da, kullanıcılar burada pokerden basketbola kadar gerçek yaşama ilişkin birçok oyununu tasarlayıp oynayabilirler (Helmer, 2007); hatta role bürünme oyunlarını deneyimleyebilirler.

Second Life sanal bir yaşam dünyasıdır. Bu dünya, kullanıcılarına yeni insanlarla tanışmak, alışveriş yapmak, flört etmek, evlenip boşanmak, ev ya da arsa satın almak, giysi, aksesuar ya da mimari tasarım yapmak, hatta bunları pazarlamak, değişik işlerde çalışarak para kazanmak gibi olanaklar sunmaktadır. Yedi gün yirmi dört saat açık olan ve kendisini sürekli yenileyen Second Life'ta insanların birbirleriyle etkileşimi neticesinde kendisine özgü kültürü oluşmakta ve bu kültür geliştirilmektedir. Kuşkusuz farklı kişilik özelliklerindeki sakinlerin bu yapay dünyada yapabilecekleri,

keşfedecekleri çeşitli etkinlikler söz konusudur (Second Life Starter Guide, 2003). Second Life'in bu özellikleri Facebook, Youtube, Wikipedia ve Flickr gibi gelişimlerle eş zamanlıdır. Onlar gibi SL'ta Web 2.0 fenomeninin bir parçası olarak düşünülebilir (Helmer, 2007).

Bir sanal gerçeklik ortamı olarak Second Life, üyelerine sınırların olmadığı, bir yer vaadinde bulunmaktadır. Burada yerçekimi yoktur böylece kullanıcılar uçabilmektedir; acı yoktur böylece kullanıcılar heryerden düşülebilmektedir; ölüm yoktur böylece kullanıcılar sonusuz dek yaşayabilmektedir (Shelton, 2010). Second Life postmodern bir metafordur. Postmodernitenin ironi, muğlâklık, parçalara ayrılma, çokluk ve küreselliği gibi özelliklerini sanal dünyalar en iyi şekilde yansıtmaktadır (Cheal, 2004). Bütün bunların ışığı altında sakinlerin Second Life'ı farklı kullanım nedenleri olabilmektedir; ancak bu nedenleri şu şekilde sıralamak mümkündür. Hayali, kurgu niteliğinde olması ve böylece kişilerin gerçek dünyada yapamayacağı birçok şeyi burada yapabilir olması; farklı görünümlere bürünebilmenin mümkün olması; role bürünme oyunları ile bir hikâyeye dayanarak kişilik oluşturulabilmesi ve doğaçlama hikâyeye içinde diğer sakinlerle etkileşime girebilmesi; uzun süre Second Life dünyasında bulunma neticesinde diğer sakinlerle yakın ilişki içine girilebilmesi; Second Life'ta yaşayarak sosyalleşebilmenin yani, uzaktaki arkadaş, aile bireyleriyle etkileşime girerek onlar hakkında daha fazla bilgi edinebilmesi; Second Life dünyasında varlık gösterirken gerçek dünyanın sorunlarını düşünmekten kaçılabilmesi; Second Life'ı oynarken stresle başa çıkabilmesi, rahatlama hissedilmesi; kendini geliştirme ve sorunların üstesinden gelinebilmesi; diğer kullanıcılarla rekabet edebilmesidir (Shelton, 2010). Second Life'ın bu yönlerinin yanısıra bağımlılık yaratma, insani davranışlardan uzaklaştırma, ilişkiler ve değerler üzerinde zarar verici etkiler yapması gibi olumsuzlukları görülebilir (Lin, 2008).

Second Life gerçek dünyaya benzemektedir. SL sâkinleri, bu dünyayı adeta gerçek bir mekânı ziyaret edermiş gibi ziyaret edebilmekte, diğer sâkinlerle karşılaşp, kişisel ve toplu etkinliklere katılabilmekte ve böylece sosyalleşebilmektedirler. Dünyanın yaratıcıları tarafından oyunculara “yerleşik/oturan/sakin” isminin verilmesi bu beklentinin bir nevi göstergesi olmaktadır (Livingstone ve Kemp, 2006). SL sanal

sohbet, video oyunları, sanal mağaza, kullanıcı temelli içerik ve sosyal ağ gibi yeni medyanın popüler unsurlarını taşımaktadır (Siklos, 2006). SL'ta yeni insanlarla tanışmak ve gerçek zaman içinde birlikte birşeyler yapmak her zaman mümkündür (Nood ve Attema,2006).

SL'ta diğer kullanıcılarla iletişime girmenin “genel ve özel sohbet” olarak iki yolu vardır. Genel sohbet alanı, iki ya da daha fazla avatar arasında belli bir mesafe içerisinde yazılı ya da sözlü gerçekleşir. Özel sohbet ise iki avatar arasında olabileceği gibi grupların kendi içindeki yazışmaları da içerebilmektedir. Özel sohbette avatarlar arasındaki mesafe önemli değildir. Bunu yanısıra sanal dünyada sesli konuşmak da olanaklıdır (White, 2008). Bu sayede yeni insanlarla tanışmak, arkadaşlar edinmek mümkündür. Second Life'ta böyle bir nitelikle, sakinler avatarları aracılığıyla sosyal davranışlarını deneyimlerken güçlü bir sosyal bulunuşluk hissine girebilirler (Moon, 2007). Farklı kültürden olan kişiler dil sorunu olsa bile SL tarafından sağlanan çevirici ile birbirleriyle anlaşabilirler (Condic, 2009). Linden Lab.'a göre, kullanıcılar yazılı mesajlarında her gün ortalama 600 milyon kelime kullanmaktadırlar. Bu kullanıcılardan aktif olanları, SL'ta ortalama 100 dakika vakit geçirmekte, kimi kullanıcılarda bu durum günde 12 saate çıkmaktadır (Sass, 2010). Normal bir günde sisteme 35 bin ile 50 bin arasında kullanıcı girmektedir. Bu kişilerin ise genelde yaş ortalaması 35'tir (Condic, 2009).

SL'ın 13-17 yaş grubundakiler için ayrı bir versiyonu da bulunmaktadır. Burası genç oyuncular için arkadaş edinmek, oyun oynamak, öğrenmek ve sanal ortamda farklı ürünleri tasarlamak gibi aktiviteleri gerçekleştirebilecekleri uluslararası bir toplanma yeridir. Bu yaş grubundaki kullanıcılar, sayısal karakterlerini yaratıp üçboyutlu ortamda diğer yaşlılarıyla konuşup, sosyalleşebilmektedirler⁸. Bu kişiler, 18 yaşını doldurduktan sonra yetişkin SL'a kayıt olabilmektedir. Teen SL'ta amaç ve niyetler yetişkin sakinlerin bulunduğu SL ortamındaki düzene benzer ve sosyal sorumluluk, işbirlik prensiplerinde işlemektedir. Yetişkinler için daha katı kurallar söz konusu olmaktadır (Harrison, 2009). Linden Lab. tarafından toplum standartları ya da “Altı Kural” olarak ifade edilen bu

⁸<http://teen.secondlife.com/whatis>

kurallar: tahammülsüzlük (birisinin cinsiyetini, ırkını, milletini ya da etkin kökenini karalayıcı, küçümseyici sözlü ya da sözsüz davranışta bulunmak), taciz (birisini paniklettirici, utandırıcı, rahatsız edici davranışta bulunma), ifşa etme (birisinin gerçek dünyaya ait bilgilerini açıklama, ahlâksızlık (yetişkin olmayan bölgede ya da yetişkin bir yerde diğer kişileri rahatsız eden davranışlarda bulunma), saldırı, huzuru bozma olarak belirtilmiştir (Tapley, 2008).

2.3.2. Second Life'in ekonomisi

İlk kurulduğunda 3 milyon dolar sermayeye sahip olan SL'in piyasa değeri 1.8 milyara ulaşmıştır. Kapitalist sistemin unsurlarını taşıyan bu sanal ortamın kendine özgü yapısıyla (Second Life Türkiye, 2009) yapay (sentetik) bir ekonomiye sahiptir (Chin, 2007). Örneğin dalgalı kur sistemi kullanılmakta, Linden olarak isimlendirilen para birimi geçerli olmaktadır (Ortalama 1 Amerikan Doları 262 Linden dolarına eşdeğerdir.). Second Life'in gelir kaynaklarını reklâm, ürün tanıtımı, erişilebilirlik, fizibilite çalışması, müşteri görüşlerini şekillendirme gibi nedenlerle şube açan firmalar ve üyelerin kredi kartlarıyla yaptıkları ödemeler oluşturmaktadır. Firmalar moda, dekorasyon, seks, emlak, otomotiv, yat ve uçak sektörlerinde yer almaktadır. Üyeler ise firmaların sunduğu bu hizmetlere hesaplarındaki Linden dolarlarıyla erişebilmektedir (Second Life Türkiye, 2009; Topçuoğlu, 2007). Bu anlamda Second Life'in ütopya olmaktan kurtulmak için gerçek yaşamın en geçerli maddesine, maddi kazanç elde etme ve tüketim yönüne sıkıca bağlandığı söylenebilir. Dünyaya giren kullanıcılar aynen gerçek dünyada olduğu gibi burada da yeme-içme, gezme ve güzel görünme için para harcama zorunluluğunu üzerlerinde hissedebilmektedir (Tüter, 2007).

Second Life'in gelir kaynaklarından biri üyelik bedelidir. Her ne kadar ilk giriş üyeliğinde (bu üyeliğe temel üyelik denilmektedir) belirlenmiş Linden Dolar ödeme zorunluluğu olmasa da, ek temel denilen üyelikte 9.95 USD, premium için ise dört ayda bir 22.50 ya da yılda 72 dolar ödenmektedir. Ek temel üyelikte toprak satın alınamamakta, ama grup sahipli topraklardan arsa edinip ev kurulabilmekte, premium üyelikte ise ada dâhil her tür toprak satın alınabilmektedir (Second Life Başlangıç Rehberi, 2009). Diğer bir kaynak da üyelerin Second Life'ta satın aldıkları ürünlerdir

(Sass, 2010). Kuşkusuz bu kazançların hepsi Linden Lab'ın hesabına gitmemektedir. Üyeler de burada arsa ya da yarattıkları objeleri satarak kazanç elde edebilmektedir. SL'ta para sanal kazanç sağlamak da mümkündür. Örneğin, 2006 yılında Anshe Chung adlı kullanıcı sanal dünyada arazi satarak buranın ilk zengin olma ünvanını kazanmış ve avatarının fotoğrafı Business Week'te yer almıştır (Hof, 2006). Türkiye'de de SL'tan zengin olan kişiler bulunmaktadır. Örneğin, iki çocuk annesi ve ev hanımı olan Türk girişimci gazetede okuduğu küçük bir haberle SL'la tanışmış ve üye olur olmaz da dünyada çalışmaya başlayarak yeni bir meslek sahibi olmuştur. Bir buçuk yılda 20'den fazla şubesi olan meşhur bir giysi tasarım markasının sahibi olan girişimci, aylık gelirinin bazen 2 bin doları bulduğunu belirtmektedir. SL'a yeni giren ve yatırım hizmeti yapmak isteyen kişilere, ada edinme, şube açma ve ürün satma gibi konularda danışmanlık yaparak para kazanan kullanıcılara da rastlamak mümkündür (Cingöz, 2007).

Linden Lab.'ın gelir kaynakları arasında çeşitli alanlardaki ticari kuruluşların burada ada satın alması ve ürün tanıtımlarında bulunması da vardır. Örneğin, Mercedes, Toyota, BMW General Motors, IBM; Sony, Adidas, Nike, Cisco, Dell gibi küresel şirketler, reklâm, ürün tanıtımı, fizibilite çalışmaları, müşteri görüşlerini değerlendirme gibi nedenlerle SL'ta bulunmaktadır (Lee,2007). Türkiye'den Vestel ve Garanti Emeklilik gibi kuruluşlar Second Life'ta adalarını ve temsilciliklerini almışlardır (Tüter, 2007). İş dünyası SL'ı sanal takım toplantıları, işgören eğitimi, örnek ürün tanıtımı, tüketici destek hizmeti gibi amaçlarla da kullanabilmektedir (Harrison, 2009). Bunun yanı sıra, dünyaca tanınan haber ajansı Reuters, CNN gibi haber kuruluşlarının buradaki temsilcilikleri ve muhabirleri SL'tan düzenli haber yapmakta (Brennen ve dela Cerna, 2010); Türkiye'den ise Star gazetesi muhabiri sokaklarda yaşananları bildirmektedir⁹ (Tüter, 2007). Sanal dünyada bu küresel şirketlere tepki verenler de vardır. Örneğin, Second Life Kurtuluş Ordusu adlı politik grup, Linden Lab.'dan Reebok mağazalarını bombalama ve avatar kostümlerine ateş açma imtiyazı istemektedir (Cheal, 2004).

⁹<http://www.kesfetmekicinbak.com/kultur/others/06537/index.php>

2.3.3. Second Life’ın farklı kullanım alanları

Second Life iş dünyasının yanı sıra eğitimcilere, sosyal bilimcilere, politikacılara ve hukukçulara da çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, sanal müze¹⁰ eğitim enstitüleri de kütüphane desteği, eğitim kursları verme gibi amaçlarla kullanabilmektedir. Bu durum 2011 yılında internet kullanıcılarının %80’nin sanal dünya teknolojilerinin herhangi bir unsurundan yararlanacağı tahminini doğrular niteliktedir (Harrison, 2009).

Second Life’ın sosyal yaşamdan kopmuş kişilerin tekrar sosyalleşmeye adapte olmalarını kolaylaştırmak için de kullanıldığı bilinmektedir. Örneğin Portekiz’de bir sivil toplum örgütü, cinsel tacize uğrayan çocuklara, hayata uyum sağlamaları için Second Life oynatmakta, başka bir projede ise dokuz felçli hasta, bakıcıları aracılığıyla edindikleri karakterlerle burada ikinci hayatlarını yaşayabilmektedir. Amerika’daki bir bakım merkezi otistik olan hastaları için aldığı adada hastaların birbirleriyle sorunlarını paylaşıp, gerçek dünyada yapamadıkları aktiviteleri yapabilme imkânı sunmaktadır (Tüter, 2003). Engelli kişiler avatarlarıyla fiziksel hislerini deneyimleyebilmekte bununla birlikte, avatarlarıyla kendilerini kamuflejlayarak engellerinin ve korkularının üstünden gelebilmektedirler. Bazı engelli avatarlar ise bu sayede cinsel yaşamlarını sürdürebilmektedir (Davis, 2010).

Bir eğitim aracı olarak Second Life e-öğrenme alanında muazzam bir potansiyel taşımaktadır (Edwards, Dominguez ve Rico, 2008). Dünyanın ileri gelen çeşitli üniversiteleri SL’ı eğitim programlarının güçlü bir parçası olarak kullanmaktadırlar. Linden Lab. bu konuyu desteklemekte ve eğitim organizasyonlarıyla işbirliği içinde çeşitli çalışmalarda bulunmaktadır. Second Life’ta Open University, Harvard, Texas State, Stanford, Ohio gibi üniversiteler sanal kampüs kurmuşlardır. Buradaki eğitimeçiler sanal eğitimlerin yanı sıra ağ iletişimi, gerçek dünyayla eş zamanlı seminer, konferans, eğitim sempozyumları gibi amaçlar için de bu dünyadan yararlanmaktadır¹¹. Örneğin, MIT, Harvard, Yale, Princeton, USC, Rice gibi üniversite, müze ve araştırma merkezlerinin üye olduğu The New Media Consortium (NMC) adlı kuruluş 2006

¹⁰ <http://museum101.wetpaint.com/page/Museums+in+MUVEs>

¹¹ <http://secondlifegrid.net/slfe/education-use-virtual-world>

yılından bu yana eğitim, öğretim, araştırma ve geliştirme gibi projeleri desteklemek için SL'ı kullanmaktadır. NMC Kampüs Projesi ile çeşitli konularda eğitimcilere ve öğrencilere eğitim verilmiştir. Örneğin, sağlık alanında çalışan öğrencilere gerçekte karşılaşılabilecekleri sorunları çözmeleri için bu simülasyon ortamında eğitimler sunulmuştur¹².

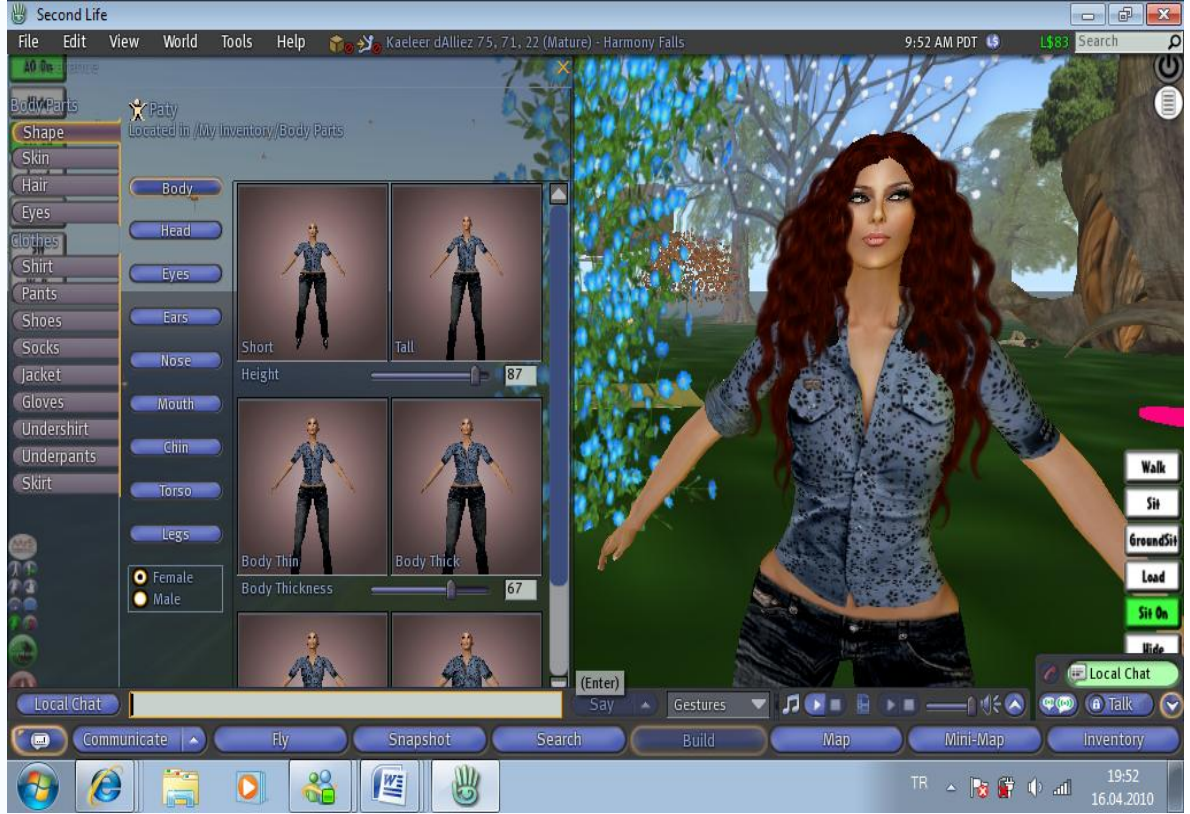
SL'ta aktif, deneysel, problem temelli, yapıcı öğrenme yöntemleri yer alabilmektedir. Öğrenciler metinsel olduğu kadar kendi grafiksel içeriklerini de oluşturabilmektedirler. Simülasyon, role bürünme, eğitim materyallerini oluşturma ve tehlikeli durumları test etme sanal dünyada mümkün olabilmektedir (Cheal, 2004).

2.3.4. Sanal karakter avatarlar aracılığıyla gerçekleştirilen bireylerarası iletişim

Gerçek hayatın dijital animasyonu olarak ifade edilen bu yapay dünyaya üye olanlar ilk başta bir karakter yaratmakta ve bu karakteri çevrimiçi ortamda yaşatma olanağı bularak, bu sayede fiziksel bir gerçekliğe gereksinim duymadan yeni mekânlar, yeni roller ve yeni kimlikler oluşturulabilmektedir (Waskul ve Douglass, 1997). Video oyunlarının ve diğer avatar şekillerinin aksine SL'ta yaratılan avatarlar araçtan daha fazla anlam içermektedir. SL sakinleri kendi dünyalarını ve gerçekliklerini burada avatarlar aracılığıyla gerçekleştirmektedirler (Williams, 2008). Sanal dünyada bazı kullanıcılar, avatarlarını farklı cinsiyet ya da şekillerde yapabilme özgürlüğüne sahiptirler. Erkeklerin kadın, kadınların erkek, yetişkinlerin çocuk, engelli kişilerin yürüyen ve insanların havyan-furry- (Boellstroff, 2008), canavar, vampir ya da bunların kombinasyonları şeklinde tercihleri söz konusu olabilir (Harrison, 2009). Sakinlerin avatar yaratmasındaki ilk amaç, sosyal etkileşimi gerçekleştirmektir. Araştırmalara göre kullanıcılar yarattıkları avatarlarla, gerçek yaşama ek ve sanki gerçek sosyal uzamdaymışçasına davranışlarını sürdürebilmektedir (Harrison, 2009). Siber alanın çarpıcı bir özelliği olan gerek yazılı gerek sözlü iletişimle kişinin kendini sunumunun kontrolü bu grafiksel sanal dünyalarda daha da önemli olmaktadır. Avatar, kullanıcının teknolojik obje ve vücudunun birleşimidir ve sanal ortamı gerçeğe yakınlıktır.

¹²http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_NMC_EN.pdf.

(Boellstroff, 2008). Burada benliğin ve alanın sınırları yok olmuştur (Cheal, 2004). Sahip olunan ya da olunmak istenilen kişiliğin hayat bulduğu avatar aracılığıyla yaş, kilo, boy, saç, ten rengi, göz rengi ya da etnik özelliklerine yönelik dış görünüm (Edwards, Dominguez ve Rico, 2008) ve kıyafet tercihleri şekillenmekte, yine istenilen zamanda ücretsiz olarak değişiklik yapılabilir (Second Life, 2007). Bu değişiklikler SL'taki görünüm menüsü ile yapılmaktadır (Boellstroff, 2008). Sakinler bilinçli olarak kendilerini temsil edecek avatarlarını oluşturmaktadırlar. Bu yaratılan avatarlar kişilerin kendilerine benzeyebileceği gibi ideal imajlarını da yansıtabilir (Nood ve Attema, 2006). Sonuç olarak kullanıcılar burada kim ya da ne olmak istiyorlarsa olabilmekte, hatta kendilerini yeniden tanımlayabilmektedirler. Böyle bir dünya içinde karşı cinsten olmak, gerçektekinden daha konuşkan biri olmak çok daha kolaydır (Jones, 2006).



Avatarın görünümünü düzenleme¹³

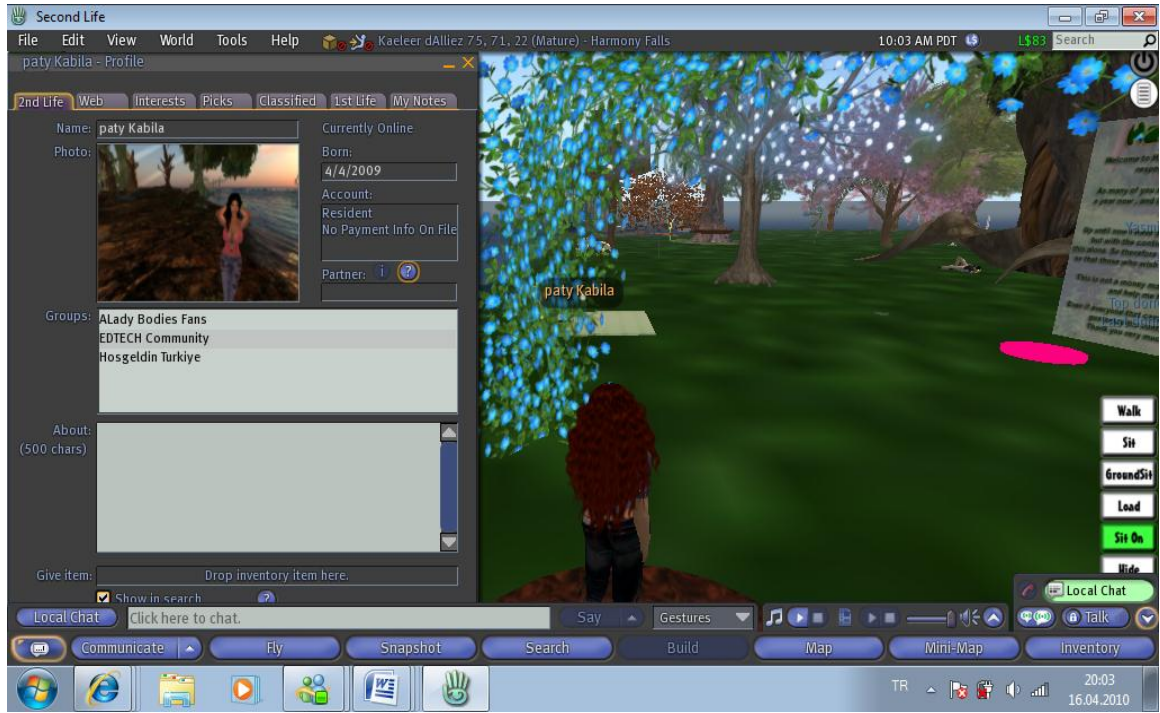
Boellstorff (2008) SL kullanıcılarını ve onların bu sanal yerleşkedeki deneyimlerini tipik, normal olarak isimlendirmenin zor olduğunu ileri sürer. Gerçek yaşamda yapılması mümkün olan birçok aktivite (örneğin, kulüplere gitmek, derslere katılmak, eşya satın almak ya da satmak, insanlarla tanışmak gibi) Second Life'ta da varlık gösterebilir (Antonićević, 2008 ve Second Life, 2007). Bazı SL kullanıcıları bloglar ve wikilerle sanal dünyadaki deneyimlerini aktarmaktadırlar (Harrison, 2009). Sanal dünyada oluşturulan bu avatarların isimleri ile Facebook gibi çeşitli sosyal ağ sitelerinde hesap açılmakta ve Second Life avatar fotoğraflarıyla burada yer alabilmektedirler (Williams, 2008).

Avatarların hareketleri ve gerçek dünyaya özgü duruşları, animasyon ya da duruş topları (poseball) olarak isimlendirilen, çeşitli renklerle ayrılan toparlarla gerçekleşir. Bu toparların genellikle mavi renklileri erkek; pembe renklileri ise kadın avatarlara yöneliktir. Animasyon topları SL'in çeşitli alanlarında bulunabileceği gibi sakinler satın alıp

¹³ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

dilediklerinde envanterlerinden çıkarıp kullanabilirler. Kullanıcılar bu duruş toplarına tıkladıkları zaman avatarlar o topa özgü pozisyonu aktif hale getirir (Brookey ve CannoCritical, 2009). Avatarların bir yerden diğer yere gitmesi ise teleport (ışınlanma) denilen sistemle mümkündür. Böylece SL'nin haritasında istenilen yerlere gitmek, gezmek mümkündür.

Second Life'ta sakinlerin kendilerini anlatabileceği, ifade edebilecekleri yerlerden birisi oluşturdukları profilleridir. Bu profile gerçek ya da sanal fotoğraflar, alıntı ya da kendileri tarafından yazılmış cümleler, sevdikleri yerler, diğer arkadaşlarıyla fotoğrafları eklenebilir.



Profil penceresi¹⁴

¹⁴ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

2.3.5. Second Life'ta sanal yaşam tarzı ve tüketim

Tüketim teorisi, insanların tüketim tercihlerinin onların kimlikleri, kendini beğenmeleri ve ilişkileri hakkında mesajlar verdiğini açıklar. Tüketim kararları aslında yaşam tarzı seçimini yansıtmaktadır (Lin, 2008). Yaşam tarzı bir kişinin boş zamanını ne şekilde geçirdiği, aktiviteleri, bulunduğu çevredeki ilgi alanları, kendisi ve çevresindeki dünya ile ilgili görüşleri yani, kişinin sosyal sınıfı veya kişilik özelliklerinden daha fazlasını kapsayan, bir bütün olarak çevresi ile etkileşimi şeklinde ifade etmek mümkündür (Erdal, 2001). Yaşam tarzı aynı zamanda benlik kavramının yansımasıdır ve kişinin güdülleri, duyguları ve inançlarının içyüzünün anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Foxall ve Goldsmith, 1994). Second Life'ta zaman ve para restaurantlarda, konserlerde, ayakkabı, kıyafet mağazalarında geçebilir (Edwards, Dominguez ve Rico, 2008).

Second Life'ta alışveriş yapmak popüler bir aktivitedir. Hatta bazı kullanıcılar için gerçekte para harcamanın verdiği tatminle SL'ta para harcamanın verdiği tatmin aynıdır. Çeşitli gözlemcilerin alan notlarına göre, SL'ta çoğu sakın genç, seksi görünümlere ve lüks arabalara sahiptir. Bu ortamda statü öğeleri sıradanlaşıp sosyal anlamlarını kaybedebilmektedir. Second Life'a yeni gelen bir kişi hızlı bir şekilde avatarlarının fiziksel görünümünü değiştirmeyi ve onu giydirmeyi öğrenmektedir. Bu şekilde görünümü hatta kimliği, seçebilme özelliği sanal dünyayı gerçek dünyaya oranla daha çekici kılmaktadır. Gerçek dünyadaki gibi sanal dünyada da belirli bir görünümü benimsemek ya da belirli kıyafetleri satın almak ve bunlara çekidüzen vermek, avatarın bilinçli ya da bilinçsiz olarak diğerlerine karşı yansıtmak istediği imaj ve mesajlar hakkında seçimlerini ifade etmektedir (Lin, 2008). SL'in sosyal ortamının tüketicilerin bilişsel tercihlerinde güçlü bir etkisi vardır (Harrison, 2009). SL kullanıcıları sosyalleşme/eğlenme amaçlarıyla nesneleri satın almaktadırlar. Eğlenme, boş zamanı değerlendirme, aksesuar, giysi ve yeni görünümler, teknoloji, ev, bahçe eşyalarına sahip olma amaçlı ürünler satın alabilirler. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre bu tüketimler, kişilerin diğer kullanıcılarla etkinlikler içinde bulunması amaçlıdır ve eğlence ile ilgilidir (Shelton, 2010).



SL'ta düzenlenen eğlencelerden biri¹⁵.



Hamile ve daha sonra ikiz bebekleriyle bir kullanıcı*¹⁶

¹⁵ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

¹⁶ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

SL'ın açılışından bu yana sanal malların¹⁷ satışında düzenli bir artış eğilimi gözlenmektedir. Bu eğilimdeki değişimlere göre, 2005 yılında 30 milyon dolar olan değer 2008 yılında 344 milyon dolara çıkmış, 2009'da 567 milyon dolar olan rakam 2001 yılında 700 milyona dolara ulaşmış (Sass, 2010), 2008 Aralık ayında 693 kullanıcı 1,000.000 Linden\$'dan fazla para harcamıştır (Lee, 2007).

2.3.6. Second Life'ta Farklı Görünümler

Second Life kullanıcıları rol oynama oyunları altında ya da istekleri doğrultusunda farklı görünümelerde avatarlar alabilirler. Kıyafetlerinin ve vücut şekillerinin değiştiği bu görünümeler içerisinde vampir, kurt, çizgi film kahramanı, çocuk, şeytan, ortaçağ savaşçısı ve birçok farklı seçenekler vardır.



Çizgi film/film kahramanları görünümelerinde kullanıcılar¹⁸.

¹⁷ Sanal mallar, animasyon, kıyafet, ten rengi, saç, takı, yapım işleri ve sanatsal unsurları içerir.

¹⁸ Araştırmacı tarafından düzenlendi.



Çizgifilm ya da film karakteri görünümünde avatar¹⁹.



Hayvan görünümünde avatarlar²⁰.

¹⁹ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

²⁰ Araştırmacı tarafından düzenlendi.



Düğün töreni²¹



Düğün töreni-kona gecesi²²

²¹ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

²² Araştırmacı tarafından düzenlendi.

□



Nikâh Töreni²³



29 Ekim Balo

²³ Araştırmacı tarafından düzenlendi.

2.4. Özet

Bilgisayar bağlantılı iletişimle gelen ve mevcut gerçeklik tanımına alternatif olarak gelişen sanal gerçeklik uygulamaları içinde sanal oyunlar ve sanal dünyalar söz konusu olmaktadır (Timisi, 2005). Sanal dünyalar içerisinde son yıllarda popüler olan bir dünya da Second Life'tır. San Fransisco merkezli Linden Laboratuvar adlı şirket tarafından 2003 yılında geliştirilen Second Life İnternet tabanlı, üç boyutlu bir grafik ortamıdır. Gerçek hayatın dijital animasyonu olarak ifade edilen bu yapay dünyaya üye olanlar bir karakter yaratmakta ve bu karakteri çevrimiçi ortamda yaşatma olanağı bularak bu sayede fiziksel bir gerçekliğe gereksinim duymadan yeni mekânlar, yeni roller ve yeni kimlikler oluşturulabilmektedirler (Waskul ve Douglass, 1997). Sahip olunan ya da olunmak istenilen kişiliğin hayat bulduğu avatar aracılığıyla yaş, dış görünüş (saç, ten rengi gibi), cinsiyet, kıyafet üyenin isteği doğrultusunda şekillenmekte, yine istenilen zamanda değişiklik yapılabilir.

Çevrimiçi ortamlarda, kendini sunum davranışları çevrimdışı ortamlar gibi normal ve yaygın bir nitelik kazanmaktadır (Kane, 2008). Web 2.0 teknolojilerinde yer alan, kişisel web sayfalarında, sosyal paylaşım sitelerinde, sanal oyunlarda, sanal dünyalarda ve bloglarda sosyal bilginin paylaşımı mümkündür. Kişilere bu sayede, etkileşimin varlığını artırmak için izlenimlerini yönetmek yüz yüze ortamlara göre daha kolay görülmektedir. Bu nedenle Goffman'ın kendini sunum kuramı, sanal ortamlara uyarlanarak yeniden güncellenmiştir (Becker ve Stamp, 2005).

Yukarıda verilen bilgiler ışığında Second Life kullanıcılarına gerçek yaşamın bir yansıması olarak her türlü gerçek yaşam etkinliklerini gerçekleştirme ve arzu ettikleri görünümlere bürünmelerine imkân tanımaktadır. Bu düşünceyle çalışmada Second Life kullanıcılarının sanal dünyada sergiledikleri kendini sunum davranışları, yaşam tarzı aktiviteleri değerlendirilmiştir.

3.Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma kümesi, araştırma verilerinin toplanması ve analiz edilmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmada Second Life sanal yaşam dünyası kullanıcılarının çevrimiçi ve yüz yüze ortamlarda kendini sunum davranışlarının belirlenmesi ve böylece bu iki ortam arasındaki farkların ortaya koyulması amacıyla sanal etnografya yöntemi işe koşulmuştur. Sanal etnografya yönteminin ne olduğunu ortaya koymadan önce etnografya alan araştırmasının ne olduğunu belirlemek gerekmektedir.

Niteliksel bir araştırma türü olan etnografyanın toplumsal araştırmalarda sıkça kullanıldığı görülmektedir (Altuntek, 2009). Etnografik alan araştırması, insan topluluklarının gündelik yaşamları içerisinde ele alınarak çalışılmasını (Emerson, Fretz ve Shaw, 2008), onların kültürel örüntülerini ve bakış açılarını kendi doğal ortamlarında araştırılmasını içermektedir (Gay, Mills ve Airasian, 2006). Bir keşif yöntemi olarak etnografik yaklaşım, yeni, farklı ve bilinmeyen ile karşılaşıldığında özellikle yararlı olmaktadır (Punch, 2005). Etnografya araştırmalarının yüz yüze ortamların yanısıra son zamanlarda sanal ortamlarda da kullanıldığı gözlemlenmektedir.

İnternet'in yaygınlaşması ve zamanın en büyük kültürel olgusu haline gelmesiyle birlikte, İnternet hakkındaki araştırmalarda bir dönüşüm olduğu iddiaları güç kazanmakta ve geleneksel alan çalışmalarının yanında sanal ağ üzerinde yapılan etnografik çalışmaların arttığı gözlemlenmektedir (Gajjala, 2002; Wittel, 2000). Sanal etnografya sanal ortamda gelişen sanal toplulukları, kültürü ve iletişim davranışlarını anlamada ve açıklamada önemli ipuçları veren bir yöntem olarak görülmektedir (Gajjala, 2002).

İnternet sosyal yaşamın dinamikleri ve etkileri ile birlikte günümüzde yaşamın bütününe etkiler hale gelmiştir. Sanal şehirler, sanal üniversiteler, sanal topluluklar, sanal organizasyonlar, sanal gerçeklik ortamları burada gelişen yeni oluşumlardır. Giderek daha fazla insan birbirleriyle iletişimlerini sanal sohbet odalarıyla, sosyal paylaşım gruplarıyla, e-posta gruplarıyla, sosyal paylaşım ağları aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Gajjala, 2002; Wittel, 2000; Tyagi, 2010). Castells'in (1996) "ağ toplumu" olarak belirlediği bu topluluğu anlamamanın en iyi yolu etnografya çalışmasından geçmektedir. Bu nedenle İnternet üzerinde yapılan etnografik çalışmaların artması sürpriz bir gelişme değildir (Gajjala, 2002; Wittel, 2000). Sanal uzam, sosyal bir sistem gibi kendi kendine yetebilen bir ortamdır. Kendi kuralları, adetleri, değer sistemi, iletişim modları, ekonomisi, resmi ve gayri resmi politikası olan bu ortamlarda kullanıcılar avatarları aracılığıyla yaşamları hakkında endişe duymaksızın (sanal ortamda) var olabilmektedirler (Jordan, 2010). Bu doğrultuda sanal ortamda oluşan çevrimiçi etkileşim ve topluluk kendi kavramları, anlamları, paylaşılan değerleri ve çevrimiçi ortamdaki doğan özel bağlamları ile birlikte ele alınarak analiz edilmelidir (Gajjala, 2002; Hine, 1998).

Sanal ortamda uygulanan etnografik araştırma tekniği "çevrimiçi etnografya" (Correll, 1995), "sanal etnografya" (Hine, 2000), "netnografi" (Kozinett, 2002), Web-etnografya ya da "siberetnografi" (Jones, 1998) olarak adlandırılmaktadır. Bu farklı adlandırmalara rağmen, anlamlar üzerinde önemli bir ayrım görülmediği için çalışma süresince sanal etnografya kullanımı tercih edilmiştir.

Hine (2000) için sanal etnografya, etnografyanın özel bir alt türüdür. Hine (2000), sanal etnografya araştırmalarının ilk olarak, İnternet'te gerçekleşen diyalogların sosyal etkileşim olarak kabul edilmesiyle başlanması gerektiğini söylemektedir. Sanal etnografya, gelişen bir araştırma yöntemi olarak, sanal kültürün içine dalmayı ve etkileşimli web sitelerini ve sanal toplulukları gözlemlemeyi içerir. Sanal etnografya, araştırmacıların çevrimiçi ortamlarda gerçekleşen etkileşim ve oluşturulan toplulukları anlamak için uyguladıkları bir yöntemdir (Jones, 1998). Araştırmacının diğer katılımcıların yaşamlarıyla aynı zaman dilimi içerisinde ilişki kurulması için sürekli,

çevrimiçi olmasını gerektirebilir (Browne, 2003). Başka bir ifadeyle, sanal etnografya çevrimiçi etkileşim çalışmasıdır (Gajjala, 2002).

Geleneksel etnografya yöntemini kullanan bir araştırmacı için alandan nasıl veri toplayacağına yönelik yönlendirici kılavuzlar bulunmaktadır. Sanal alanda araştırma yapan biri için ise nasıl veri toplanacağına dair oluşturulmuş emsal bulunmamaktadır. Bu düşünceyle kuramcılar, geleneksel sosyoloji ve antropoloji yöntemlerini sanal alana uyarlamışlardır (Ward, 1999). Bu nedenle sanal etnografya çalışması yapabilmek için geleneksel etnografya çalışmasının özelliklerini ve veri toplama araçlarını anlamak gerekmektedir.

Geleneksel etnografya araştırmasının genel özellikleri; çalışmanın laboratuvar ortamında değil kendi doğal ortamında gerçekleşiyor olması, katılımcıların bakış açılarını ve davranışlarını yansıtmaları hakkında tam bilgi vermesi ve süreç boyunca tümevarımsal, kendini tekrarlayan, yapılandırılmamış verilerin toplanmasıdır (Gay ve diğerleri, 2006). Etnografların en belirgin özellikleri ise, alana çıkmak ve başka insanların gündelik tecrübe ve faaliyetlerine yakın olmaktır. “Yakın olmak” kavramı, en basit anlamıyla insanların yaşamlarını ve bu süreçteki davranışlarını içeren gündelik tekrarlara fiziksel ve sosyal açıdan yakın olmayı anlatır; bu amaçla araştırmacı, başkalarını gözlemleyebilmek ve anlayabilmek için bu insanların yaşamlarının geçtiği kilit önemdeki yerlerin/bölgelerin tam ortasında bir konum edinebilmelidir. Etnograf, başkalarının neleri anlamlı ve önemli görerek yaşadıklarını yakalayabilmesi için bu yaşamlara daha derinden “içe dalma”lıdır. İçe dalma prensibiyle alanda araştırma yapan kişi, insanların gündelik olarak tekrarlanan faaliyetlerini nasıl sürdürdüklerini, yaşamlarını nasıl yönlendirdiklerini, neleri anlamlı bulduklarını ve bu anlamı nasıl oluşturduklarını içeriden görme şansı bulur (Emerson ve diğerleri, 2008). Böylece araştırmacı, kullanılan dili, jargonları ve kelimelerin özel kullanımlarını da bilebilecektir. Belirtilmesi gereken diğer önemli nokta ise etnografya araştırmalarında araştırmacının incelenen kültürün veya grubun bir parçası haline dönüşmesi ve zamanla bu kültür tarafından etkilenmesidir (Goulding, 2005). Bu bilgiler ışığında sanal etnografya çalışmalarının nasıl yapılması gerektiğine dair ipuçları elde edilebilmektedir.

Etnografik yöntemin sanal alanda kullanılmasına yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Boellstorff (2008), Second Life’ta oluşturduğu avatar aracılığıyla dünyada aktif olarak bulunmuş ve verilerini katılımlı gözlem aracını kullanarak toplamıştır. Paccagnella (1997), Cyberpunk adlı bir İtalyan siber topluluğunu 18 ay boyunca gözlemlemiş ve burada yazılan mesajları kaydederek, ortam üzerinde incelemelerde bulunmuştur. Correll (1995), sanal bir lezbiyen kafeyi gözlemlemiştir. Hine (2000), Louise Woodward cinayet olayını sanal ortamda etnografik analiz yönteminden yararlanarak araştırmıştır.

Sanal etnografya geleneksel etnografyaya benzer nitelikler taşımasına rağmen, farklılaşan yanları da bulunmaktadır. Sanal etnografya, topluluğun varlığına ilişkin peşin hükümlü fikirlerden kaçınır. Bir grupla çalışmaktan ve onu topluluk olarak belirlemektense, katılımcılarca kurulan gerçeklik, statü ve grubun ilkeleri içinde birden fazla kişinin lider rolüne bürünmesine izin verir (Ward, 1999). Sanal etnografya, sanal toplulukların geleneksel topluluklara kıyasla nasıl parçalanmış ve süreksiz olduğunu izah eder. Bunun yanı sıra katılımcıların uzun süre bir grubun üyesi olma gibi zorunluluklarının olmaması da bu durumu mümkün kılar. Sanal ortamda çalışma süreci devam etse bile, çalışılan konular hakkında geriye dönüp konuşabilmeye imkân tanır. Katılımcılarla geriye dönük konuşma sanal etnografya sürecinin bir parçasıdır. Geleneksel etnografyada, etnografik kulaklarına ve hızlı yazma yeteneklerine güvenmek zorundadır. Burada etnograf, algılarının sınırlılığı nedeniyle, çok iyi kayıt alamama sorunuyla karşılaşabilir. Sanal etnograf da bilgisayar aracılığıyla kaydettiği çok fazla miktarda verinin karşısında sıkılabilir. Yine de veri toplamada görülen bu durum, geleneksel etnografyaya kıyasla birtakım kolaylıklar sağlamaktadır (LeBesco, 2004).

Sanal etnografyanın veri toplama araçları olarak geleneksel etnografyanın metodolojik yaklaşımı genişletilmiş ve yeniden formüle edilmiştir. Sanal etnografyada kullanılan bu kavramların ve tekniklerin birçoğu geleneksel etnografya ile ilişkisini sürdürmektedir (Kozinette, 2002). Hine (2000), bilgisayar ortamında iletişim ile bireylerarası görüşme ya da grup görüşmesi gibi yüz yüze yöntemlerin birlikte kullanılmasının öneminden bahsetmektedir. Geleneksel etnografya, katılımlı ya da katılımsız gözlem, resmi olmayan ya da yarı-yapılandırılmış görüşmeler, belge analizi ve sunulan yaşamı ayrıntılı

yazmak gibi çeşitli araçları kapsayabilmektedir. Bu araçlardan sanal etnografyada da yararlanmak mümkündür. Bununla birlikte hipermetinin, sanal etnografyanın önemli bir parçası olması (Gajjala, 2002), sözlü anlatımlar kadar yazılı anlatımların da değer kazanmasını sağlamaktadır (Wilson, 2006).

Yukarıda sanal etnografyaya yönelik yapılan açıklamalar doğrultusunda bu araştırmada, Second Life sanal yaşam dünyasında yaşam biçiminin ve sergilenen kendini sunum davranışlarının belirlenmesinin en iyi yolunun sanal etnografya çalışmasından geçtiğine inanılmaktadır. Second Life kendisine özgü ekonomisi, kültürel yapısı, değer sistemi, iletişim modları, kullanıcılar arasında etkileşime izin veren teknolojik donanımı ve kullanıcılar tarafından oluşturulan avatarları ile sanal bir sosyal sistemdir. Bu sanal dünyada çevrimdışı ve çevrimiçi veri toplama araçları birlikte işe koşularak, çevrimiçi ve çevrimdışı yaşamlar arasındaki ilişkiyi anlamada kapsamlı ve zengin bilgi toplanabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın modeli, derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olguları ortaya çıkarmaya yönelik fenomenoloji yaklaşımıyla da örtüşmektedir. Bu olguları araştırmayı amaçlayan olgu bilim yönteminin veri kaynakları, araştırmanın odaklandığı olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek, yansıtabilecek bireyler veya gruplardır. Başlıca veri toplama aracı görüşme olan olgubilimde, yaşantıların ayrıntılı ortaya koyulması ve açıklanması için araştırmacının görüşülen bireyle yoğun bir etkileşim içine girmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu araştırmada odaklanılan, Second Life kullanıcılarının buradaki yaşam tarzları ve çevrimiçi ile çevrimdışı sergiledikleri kendini sunum davranışları olgusudur. Second Life sanal yaşam dünyasındaki olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler ve kavramlar tümüyle yabancı olunmayan, ancak tam olarak kavranılamayan olgulardır. Veri kaynakları ise araştırmanın odaklandığı olguyu yaşayan ve buna ilişkin yaşantılarını dışa vurabilecek sanal dünya kullanıcılarıdır.

3.2. Çalışma Kümesi/Katılımcılar

Araştırmanın amacı Second Life sanal yaşam dünyasında kullanıcıların yaşam biçimlerini ve bu ortamda kendini sunum davranışlarını ortaya koymak ve gerçek dünyada sergiledikleri yaşam biçimleri ile kendini sunum davranışları arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda Second Life kullanıcılarının görüşleri önem kazanmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örneklem esas alınmıştır.

Amaçlı örneklem, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak verir. Bu anlamda, amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde, açıklanmasında yararlı olmaktadır (Mack, Woodsong, MacQueen ve diğerleri, 2011).

Araştırmacı, Second Life'ta bir avatar oluşturup, bu dünyada yaşamaya başladığı tarihten itibaren, araştırma amaçları doğrultusunda bazı kullanıcıları daha yakından gözlemlemiştir. Bu kişilerden daha zengin veri toplayacağına inanan araştırmacı, onlarla zaman geçirerek çeşitli durum ve bağlamlardaki duygu ve davranışlarına şahit olmuştur. Böylece, görüşme yapacağı olası kullanıcıları da belirlemeye başlamıştır. Çalışmada araştırma sorularına cevap bulabilmek için toplam 12 kişi ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların belirlenmesine ve görüşmelerin yapılmasına yönelik bilgiler verilerin toplanması bölümünde ayrıntılı olarak verilmiştir.

3.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Bu çalışmada yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu görüşme türünde, tüm görüşülenlere sorulmak üzere sorular hazırlanır. Hazırlanan sorular görüşülen kişilere aynı sırayla sorulur, ancak görüşmeci, görüşmenin yapıldığı kişiye gerektiğinde açıklamalar yapabilmekte ve bir sorunun yanıtını başka bir sorunun yanıtı içinde aldığı anda o soruyu sormayabilmektedir. Görüşmeciye esneklik sağlamasının yanı sıra belirli bir yapılandırmayı da gerektirmektedir. Yapılandırmadaki amaç, görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki paralelliği saptamak ve buna göre

karşılaştırmalar yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Araştırmacı, yüz yüze ortamlarda ve sanal ortamlarda sergilenen kendini sunum davranışlarını incelemiş, ikisi arasındaki farklara yönelik edindiği bilgilerle görüşme soruları hazırlamıştır. Oluşturulan görüşme soruları iletişim bilimleri alan uzmanı, araştırma yöntemleri alan uzmanı ve Türkçe dil bilgisi alan uzmanlarının önerileri doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir. Bu süreçler sonrasında araştırmacı bir Second Life kullanıcısı ile pilot görüşme yapmak için İstanbul'a gitmiştir. Kayıt alınabilmesi için uygun bir ortam belirlenmiş ve görüşmeci buraya davet edilmiştir. Ses kayıt cihazı ile görüşme kayıt altına alınmıştır. Görüşme sonrasında anlaşılmayan sorular yeniden düzenlenmiş, görüşmecinin verdiği bilgiler ile yeni sorular eklenmiştir.

3.4. Veriler ve Toplanması

Araştırmanın amacına yönelik olarak araştırmada katılımcı (sanal) gözlem, yüz yüze görüşme ile çevrimiçi görüşme teknikleri kullanılarak veri toplanmıştır. Etnografik araştırmada birden fazla veri toplama tekniği aynı anda kullanılabilir. Bu hem verilerin tutarlık ve geçerlik değerlendirilmesine olanak vermekte hem de araştırma bulgularının çeşitliliğini artırmaktadır (Arnould ve Wallendorf, 1994). Böylece araştırmada veri çeşitliliği de sağlanmıştır. Veriler 4 Nisan 2009-30 Haziran 2011 tarihleri arasında toplanmıştır. Bu bölümde verilerin toplanmasına yönelik aşamalara yer verilmiştir.

3.4.1. Katılımcı sanal gözlem

Etnografik araştırma, herhangi bir ortamda oluşan davranışları ayrıntılı olarak tanımlamak amacıyla gözleme dayalı nitel bir araştırmadır (Arnould ve Wallendorf, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2006). Gözlem çalışmaları yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olarak iki temel grupta incelenebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Etnografik araştırmada özetle iki ana veri kaynağı söz konusudur. Bunlardan birincisi davranışa yönelik gözlemler; ikincisi ise sözlü raporlardır (Arnould ve Wallendorf, 1994). Bu araştırmada belli bir kültürü ve bu kültür içerisindeki davranışları içeriden

tanımlama amacı olduğu için araştırmacının ortama katıldığı ve katılımcı gözlem olarak da ifade edilen yapılandırılmamış gözlem tekniği kullanılmıştır.

Etnografik araştırmalarda kullanılan önemli veri toplama yöntemlerinden katılımcı gözlemde araştırmacı topluluk içerisinde aktif olarak bulunur ve kişilerin davranışlarını doğrudan gözlemlemeyerek, kişilerle konuşarak davranışın gerisinde yatan nedenleri ortaya çıkarmaya çalışır. Dolayısıyla kişilerin farkında olmadan edindikleri alışkanlıkları anlamada önemli ipuçları elde edilebilir. Bu yöntem kapsamında araştırmacı ilgilendiği toplulukla belirli bir süre zaman geçirmeli, sosyal aktivitelerde bulunmalıdır (Gay ve diğerleri, 2006). Gözlemin yapılandırılmamış olması nedeniyle, gözlem süreci bir dizi faaliyet ile ilerlemektedir. Bu faaliyetler bir ortam seçme ve o ortama girme ile başlayıp, gözlem ve kayıtla devam etmektedir. Araştırma ilerledikçe, gözlemin niteliği değişir ve daha fazla seçici gözlem gerektiren, araştırma sorularının belirginleşmesine yol açan odak noktası netleşir. Gözlem verilerinin toplanması, kuramsal olgunluğa erişilinceye kadar devam eder (Punch, 2005). Bu yönüyle gözlem bireysel bir deneyim haline gelmekte ve gözlenen olguların anlamlılığı ve geçerliği araştırmacının becerisi ve deneyimi ile yakından ilişkili olabilmektedir. Araştırmacının belirli özelliklerinin araştırma sonuçlarını etkilemesi de böyle bir süreç içerisinde doğal görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Katılımcı gözlemde, önceden belirlenmiş kategorilere dayanarak bütüncül ve geniş ölçekte davranış örüntülerine odaklanılır. Bu gözlem türünde, odak ve olaylar, ancak gözlemler sürerken belirgin hale gelebilir. Hangi kayıt cihazlarını kullanırsa kullansın etnograf için öncelikli zorunluluk, eylemin gerçekleştiği yerde bulunmak ve varlığıyla olayı az etkilemektir (Punch, 2005).

Araştırmanın amacı, sanal ortam kullanıcılarının çeşitli bağlamlarda bireysel ve grup içi etkileşimlerinde sergiledikleri kendini sunum davranışlarının belirlenmesidir. Kendini sunum davranışlarını ortaya koyan ipuçları kullanıcıların avatarları aracılığıyla yansıttığı tutum, tavır, davranış, görünüm, yazılı ve sesli ifadeler, giyinme tarzı ve profil bilgilerinde aranmıştır.

Bu araştırmada, araştırmacı sanal etnograf niteliğiyle 4 Nisan 2009 tarihinde Paty Kabila isminde bir kadın avatar oluşturmuştur. Araştırmacının bu süreçte günlüğe şu notları düşmüştür. *“İlk girdiğimde bir adada buldum kendimi, hiç bir şey bilmiyorum, üzerimde demo olarak verilen kıyafetler var ve birisinin bana yardım etmesini bekliyorum. Daha sonra yabancı bir kullanıcının yardımı ile ve onun verdiği 20 L dolar ile saç aldım, ancak bu saçı yanlış giydiğim için çıkarması bir hayli zamanımı aldı”*. Araştırmacı bu yabancı kullanıcının yardımı ile Türklerin yoğun olarak bulunduğunu tespit ettiği bir adaya gitmiş ve burada diğer Türk katılımcılar tarafından Second Life’ta giyinme, menülerin kullanımı, ziyaret edilebilecek ücretsiz kıyafet satan yerler, özel yazışma, sesli konuşma, sanal dünyada yaşamaya ilişkin konularda yardım almıştır. Araştırmacı, ilk zamanlarda Second Life’ın menülerini kullanmada zorluklar yaşasa da bu durum kısa bir süre sonra çözülmüştür. Araştırmacı, ilgili adada herhangi bir şey yapmadan, ancak topluluktan çok da bağımsız kalmadan bir süre pasif kalarak (lurking) sadece kullanıcıların davranışlarını, birbirleriyle etkileşimlerini ve ne gibi aktivitelerde bulunduklarını gözlemlemiştir. İlk gidilen Türk adasında İstanbul ve Türk kültürüne özgü figürlerle karşılaşılmıştır. İçinde dua okunup, namaz kılınabilen Sultan Ahmet Cami, Boğaz köprüsü, nargile içilebilen ve kilimlerle süslenmiş oturma alanları ve bunun gibi gerçek yaşamdan birebir alınarak kullanıcıların bizzat kendileri tarafından geliştirilmiş sanal tasarımlarla karşılaşılmıştır. Araştırmacı, kullanıcıları yakından gözlemek ve onların davranışlarını ortaya koymak amacıyla bazılarıyla arkadaşlıklar kurmuştur. İlk zamanlarda herkesle yazılı iletişime geçmeye çalışan araştırmacı daha sonra sadece araştırma amaçları doğrultusunda derinlemesine bilgi toplayabileceği kişilere yönelerek onlarla daha fazla zaman geçirmiştir. Bu kişilerle Second Life’ın değişik ortamlarında vakit geçirerek ve çeşitli etkinliklerde bulunarak sanal dünyanın değerlerini, jargonunu, rutinlerini anlamaya çalışmıştır. Kullanıcıların genellikle birbirlerine “canım” şeklinde hitap etmesi ve sürekli dans toplarına tıklayarak dans ettikleri gözlemlenmiştir. Avatarın diğer kullanıcılarla aynı sırada olmasına ve aynı topa tıklayarak aynı dansı yapmasına, yani dans etme davranışının uyum içinde gerçekleşmesine önem verilmektedir. İlk zamanlarda araştırmacının diğer kişiler tarafından uyarıldığı bir konu da, avatarın diğer kullanıcıların olmadığı bir ortamda giydirilmesidir. Araştırmacı kullanıcılarla geçirdiği zamanlarda özellikle de genel konuşmaları takip ederken, giyilen kıyafetin ne kadar güzel olduğu, bu kıyafeti nereden

aldıkları, diğer kullanıcıları eleştirmeleri, nereli oldukları gibi konular üzerinde sıkça durduklarını saptamıştır. Araştırmacı olarak bazen genel yazışma alanına gündemle ya da hayatın geneline yönelik tartışma yaratabilecek konular yazılmış, ancak bu tarz konuların ya bir iki cümleyle geçirildiği ya da sessiz kaldıkları gözlenmiştir.

Second Life’ta geçirilen zamanlarda, sahil temasının baskın olduğu kulüplerin yerini sahilden uzak ve bolca görsel sanal malzemenin kullanıldığı kulüplere bıraktığına şahit olunmuştur. Birkaç tane olan Türk kulüplerinde ise artış gözlenmiş ve herkesin kulüp açmak için gruplar oluşturdukları ve bu kulüplere diğer kullanıcıları çekebilmek için de çeşitli yarışmalar, partiler düzenledikleri belirlenmiştir. Yine de grupları oluşturan kişilerin belli bir süre sonra aralarındaki çatışmalardan dolayı ayrıldıkları ve kulüplerin bu nedenlerden ötürü uzun ömürlü olmadıkları söylenebilir. Türk kulüpleri çeşitli müzik tarzına göre kullanıcıları çekmektedir. Bazen musiki, bazen pop, rock gibi çeşitli müzik türlerini içeren özel geceler düzenlenmektedir. Bu özel geceler kullanıcıların giyim tercihlerini de değiştirmektedir. Bir gün rock partisi için siyah latekslere bürünen kullanıcıların ertesi gün baloya özgü kıyafetler giydikleri görülmüştür.

Kulüplerde DJ olarak çalışmak yine önem verilen bir alandır. DJ olarak çalışan kullanıcılarla yapılan konuşmalarda bu işi çok önemsedikleri ve kendilerini ayrıcalıklı hissettikleri anlaşılmıştır.

Second Life kullanıcıları yeni yerler keşfetmekte ve buralarda vakit geçirmektedirler. Görsel açıdan gerçeğe çok benzer yerler bulunmaktadır. Bazı yerlerin hayal gücü ile geliştirildiğine şahit olunmuştur. Yalnız kalmak, sanal partneri ya da arkadaşıyla özel anlar yaşamak için bu yerler tercih edilebilmektedir. Araştırmacı arkadaşları aracılığıyla birçok adaya gitmiş bazen de kendisi SL’in menülerinden aramalar yapmıştır.

Araştırmacı, düğün, doğum günü, ev partisi gibi birçok aktiviteye katılmıştır. Düğünler sık yapılan bir SL aktivitesi olup, gelinlik alma, kına gecesi ve düğün hazırlıkları günler öncesinden yapılmakta ve davetiyeler özel mesaj kartları ile kullanıcılara iletilmektedir. Bu düğünlerde gelin ve damadın yakın arkadaşları aynı kıyafet giyebilmektedirler. Bir kullanıcının nikâh memuru olarak atanmasıyla sanal nikâh kıyılmakta ve çiftler

tebrikleri hatta hediyeleri kabul etmektedirler.

SL'ta kullanıcılar arasında çeşitli nedenlerden kaynaklanan birçok kavgaya şahit olunmuştur. Kavgaların nedenleri genellikle diğer kişinin bilgilerini başkalarına aktarma ya da yanlış bilgiler aktarma, ayrılan çiftlerin birbirlerini rahatsız etmesi, kız ya da erkek arkadaşlarını diğerlerinden kıskanma şeklindedir. SL'a eklenen bir menü ile kullanıcı kendisine kamerayı yakınlaştırarak bakan ya da profilini inceleyen kişiyi belirleyebilmektedir. Bu durum özellikle kadın kullanıcılar için tartışmaya başlamak için bir sebep oluşturabilmektedir. Özel yerlerine kameranın odaklandığını anlayan kadın kullanıcılar bu duruma tepki verebilmektedirler.

Araştırmacı SL'ı birçok açıdan değerlendirmek için ve çok yönlü bakabilmek için Türk adaları dışında yabancı adalarda da bulunmuş ve çeşitli arkadaşlar edinmiştir. Bunun yanı sıra yabancı dil öğrenmek için SL'ta derslere katılmış, uluslar arası bir konferansta görevli olarak çalışmıştır.

Gözlem süresince sanal etnograf olarak araştırmacı kimliği gizlenmiştir. Araştırmacı, haftanın çeşitli günlerinde, resmi, dini bayramlarda, Türkiye gündeminde önemli olduğuna inanılan olaylar ve konular sonrasında sanal ortama bağlanmış ve günde ortalama 6-7 saat burada vakit geçirmiştir. SL'ta geçirilen zamanın uzun olmasının sebebi sadece sanal dünyayı yakından tanımak ve onun içine dalmakla sınırlı tutulmamalıdır. Araştırmacı birçok anda gözlemlediği kullanıcıyı bırakıp, dünyadan ayrılamamıştır. Zor oluşan güven duygusunun zarar görmemesi için bu gerekli görülmüştür. Kullanıcıyı yalnız bırakmak darılmasına sebep verebilmektedir.

Second Life sanal yaşam dünyasında gözlemlenen olaylar, davranışlar, yazılı ve sözlü konuşmalar ayrıntılı olarak not alınmıştır. Önemli olduğu düşünülen ve kullanıcılarla özelden yapılan yazılı metinler de kaydedilmiştir. Kendini sunum davranışlarının belirlenmesinde önemli olan profil sayfaları da düzenli olarak kontrol edilmiş ve yapılan değişiklikler kayda alınmıştır. Gerekli görüldüğü yerlerde ise fotoğraflar çekilmiş ve yine veri olarak arşivlenmiştir. Araştırmacı gerçek yaşamına ait cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, yaşadığı şehir gibi demografik bilgilerini ve bazı konulardaki

düşüncelerini açıklamaktan kaçmamış, hatta güvenilir ilişkiler kurmak için bunun önemli olduğuna inanmıştır. Second Life kültürünün araştırmacı üzerinde etkileri de olmuştur. Araştırmacı, kullanıcılarla sürdürdüğü iletişimini Second Life dışı sanal ortamlara da taşımıştır. Örneğin, Paty Kabila adına Skype ve Windows Messenger hesabı açılarak bu ortamlar, Second Life'ta çekilen fotoğrafların gönderilmesi ve alınması, SL'in sesli sohbetini kullanmak yerine SL ile eş zamanlı olarak Skype üzerinden konuşmak, Second Life'ta çevrimiçi olunmayan zamanlarda Messenger üzerinden yazılı sohbet etmek gibi amaçlarla kullanılmıştır.

3.4.2. Görüşme

Araştırma verilerinin toplanmasında yararlanılan tekniklerden biri de görüşme tekniğidir. Araştırma yüz yüze görüşme ve çevrimiçi görüşme olarak iki türle ve araştırmacının kendisi tarafından yapılmıştır. Araştırmada 12 kullanıcıyla görüşme yapılmıştır. Bunlar, 6 kişi ile bulundukları şehirlere giderek yüz yüze görüşme, Second Life sanal dünyasında 5 kullanıcı ile çevrimiçi görüşme ve 1 kişi e-posta aracılığıyla görüşme şeklinde gerçekleşmiştir. Görüşmecilere analiz sürecinde araştırmacı tarafından farklı isimler verilmiştir. Görüşme türü ve cinsiyete göre dağılımı şu şekildedir.

Tablo 2. Katılımcıların Görüşme Türüne Göre Dağılımı.

Görüşme Türü	Kadın	Erkek	Toplam
Yüz yüze Görüşme	2 (Menekşe, Sinem)	4 (Merve-iki avatar, Davut, Tarık, Atila)	6
Çevrimiçi Görüşme	4 (Ebru, Aylin, Nur, Ceyda)	2 (Erkan, Zeki)	6
Toplam	6	6	12

3.4.2.1. Yüz yüze görüşme

Araştırmacı, amaçları doğrultusunda amaçlı olarak belirlediği katılımcılara, araştırmacı kimliğini açıklamış ve araştırmanın amacı hakkında bilgi vererek, araştırmaya katılmayı isteyip istemediklerini sormuştur. Yüz yüze görüşme yapmaya istekli olmayan katılımcılara çevrimiçi görüşme talebinde bulunulmuştur. Bazı kullanıcılar her iki görüşmeyi de reddederken, bazıları yüz yüze görüşme yerine çevrimiçi görüşmeyi kabul etmiştir. Örneğin bir kullanıcı şu sözleriyle yüz yüze görüşmeyi neden yapmak istemediğini açıklamıştır.

“...sesli kayıtlı ölemı. yok zaten bu olanaksız reel kişilik buna izin vermez cnm. ya benim reel konusduğum 2-3 kısı anca oldu pek sıcak bakdığımda soyleneemez beni es gec daha uygun sıkıntılı yım bazı konularda bu guvensızlık degil ama zaten sorularına burdada cevap veriorum yorma kendımı burdan yaparız kimlik bence bu sekilde kalması daha uygun ben lay lay oyuncu degilim oyuncularlada oynamam...”

Yine de görüşme talebi karşısında sanal dünya kullanıcıları tarafından çeşitli tepkiler verilmiştir. Bunlar şöyledir:

“Sizdeki bu cesaret oyun için”; “Arastırmaniz oyundanda yapılabilir”; “nasıl geleceksin bilmediğin yerler buralar :)”; “Kız başına iyi cesaret”; “neden yapıyorsun bu araştırmayı”; “ne sonuç

bekliyorsun”; “Kobay mı olamaz.”; “.....şehri ne alaka”; “ben faydalı olmam. cidden boşum”; “sen baygı görüşme yapacaksın yani :)”

Yüz yüze görüşme süreci öncesi ve sonrasında bazı sorunlarla da karşılaşmıştır. Görüşmeyi önce kabul edip daha sonra vazgeçen kişilerin nedenleri ise şu şekilde olmuştur:

“ ...düşündümde ben vazgeçtim. evt ama ben rahatsız birisiyim. bu doğru olmaz. normal bir insan bulurıs sana. Asosyalim. psikolojik sorunlarım var. yardımcı olmak isterdim ama ben yapamam..” ya da “..ben şimdi yanımda halam var onunla konuştum. devlet memurusun dedi cnm. Başın belaya girer dedi. ama dostluğumuz bu konu için bozulmasın lütfen..”

Bir görüşmeci ise, görüşme günü görüşmeyi yapmaktan vazgeçmiştir. Bir kadın görüşmeci, eşinin haberi olmaması için görüşmenin saatini değiştirmiştir.

Araştırmacı yüz yüze görüşme öncesinde, sakinlerle irtibata geçerek, görüşme yeri ve zamanını belirlemek için onlardan randevu almıştır. Görüşme tarih ve zamanının belirlenmesiyle, yüz yüze görüşmeler İstanbul, Denizli, Antalya, Adana ve Ankara şehirlerine gidilerek yapılmıştır. Araştırmacı, görüşme öncesinde eğer görüşmecinin tercih ettiği bir yer yoksa ilgili şehirlere önceden giderek görüşme yerini belirlemek için keşif yapmıştır. Bu yerler belirlenirken kamuya açık, ancak görüşmenin akışını bozmayacak, dikkati dağıtmayacak yerler olmasına dikkat edilmiştir. Kişiler, telefonla aranarak görüşme yeri ve zamanı hakkında bilgilendirilmiştir. Görüşme yerine kararlaştırılan saatten önce gidilerek ortam görüşmeye hazırlanmıştır. Yüz yüze görüşmelerde, görüşmecinin sorulara verdikleri cevapların eksiksiz kaydedilebilmesi ve bunların daha ayrıntılı değerlendirilebilmesi amacıyla ses kaydı alınmıştır. Görüşme öncesinde görüşmecilere ses kaydının alınacağı, bu kayıtların dökümlerinin uzlaşma çalışmasında yardımcı olacak bir uzman dışında hiç kimse tarafından dinlenmeyeceği ve okunmayacağı, gerçek ya da sanal isimlerinin kesinlikle yer almayacağı belirtilmiştir.

3.4.2.2. Çevrimiçi görüşme

Çevrimiçi görüşme çeşitli yollarla olmaktadır. IM (Instant Message-Özel mesaj) olarak ifade edilen araç bir iletişim ortamı olarak çevrimiçi görüşmelerin gerçekleştirilmesinde kullanılmaktadır. Özel mesajlaşma eşzamanlı bir görüşme türüdür ve yüz yüze görüşmeden hoşlanmayan kişiler için daha çekici olabilmektedir. Betimsel bilginin üretildiği bu türün çeşitli avantajları vardır; hız, seyahat etme zorunluluğunu ortadan kaldırması, yer seçiminde ve zamanda esneklik sağlaması ve ucuz olması bunlardan bazılarıdır. Özel mesajlaşma anonimlik yaratmasından dolayı katılımcılarda güven oluşturarak, onların araştırmaya katılımını artırabilmektedir. Bunun yanı sıra anonimlik açık görüşlü olmaya da teşvik edebilmektedir. Çevrimiçi görüşmede sözsüz iletişim yerine katılımcılar duygularını kelimeleri kullanarak iletirler (Hinchcliffe ve Gavin, 2009). Elektronik iletişim yazılı bir dünya üzerine dayanmaktadır. Sanal bir etnograf için ses tonu, vücut dili, duruş gibi sözsüz iletişim kodlarını algılamak zor olsa da (Angrosino, 2007), Hinchcliffe ve Gavin (2009) yüz yüze görüşmeler sırasında da sözsüz iletişime dair sıkıntılar yaşanabileceğini, örneğin sözsüz iletişim kodları kaydedilmiş olsa bile görüşmeden sonra onları yeniden bağlamına yerleştirmek ve onlara anlam yüklemek zorlaşabileceğini ileri sürer. Çevrimiçi görüşme ile yüz yüze görüşme arasındaki farkları Hinchcliffe ve Gavin (2009, s,330) şu şekilde açıklamıştır (Tablo-3).

Tablo 3. Çevrimiçi görüşme ile yüz yüze görüşmenin karşılaştırılması.

Çevrimiçi Görüşme (IM aracılığıyla)	Yüz yüze Görüşme
Eksikleri-Kayıpları • Sözel olmayan işaretler • Teknik problemler	Kayıpları • Teknik problemler • Zaman alması, pahalı olabilmesi • Önceki yanıtların hafızada tutulması • Güveni azaltması-endişe • Uzun, zahmetli, hatalı deşifre etme • Yanlış duyma/duymama • Konuşma esnasında kesintiler • Katılımın önündeki engeller: fiziksel, psikolojik, duygusal, duyusal zorluklar, uzamsal uzaklık
Kazançları • Görüşme esnasında rahatlık /kolaylık • Önceki yanıtlara erişim • Güveni artırması • Bilişsel kavramayı artırması • Algılanan anonimlik-geniş katılım • Kesintili konuşmanın azlığı • Deşifreye gerek kalmaması	Kazançları • Sözel olmayan işaretlerin varlığı

Araştırmada çevrimiçi görüşmeyi 6 kişi kabul etmiştir. Çevrimiçi görüşmelerde de araştırmaya katılmayı kabul edip, çeşitli bahanelerle görüşmeden vazgeçen kullanıcılar olmuştur. Görüşmeler araştırmacı tarafından sanal dünyada kiralanın araziye inşa edilen sanal ofislerde gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmelerde dikkat edilen tüm noktalara çevrimiçi görüşmelerde de önem verilmiştir. Yazılı olarak gerçekleşen görüşmelerde, görüşmeci anlaşılmayan yerleri açıklamış, bazı yerlerde ek sorularla görüşmeciden derinlemesine bilgi almaya çalışmıştır. Görüşmeler sırasında bazı sıkıntılar yaşanabilmiştir. Örneğin görüşme esnasında her ne kadar araştırmacı rahatsız edilmemek için kendi avatarını meşgul konumuna getirse de, görüşmeciden böyle bir talepte bulunmak zor olmuştur. Bu nedenle görüşülen kişi bazen diğer arkadaşlarından gelen özel mesajlara ya da davetlerine cevap vermek zorunda kalmıştır. Bir kullanıcı

arkadaşını kırmamak ve ona yalan söylemediğini ispat etmek için onu görüşme yerine ıslanmıştır. Böyle durumlarda araştırmacı görüşmeye birkaç dakika ara vererek, ancak süreçten kopmamak için de görüşmeciyi motive ederek görüşmelerini tamamlamıştır. Yaşanan bir diğer sorun ise 1 kişi ile yapılan görüşmede araştırmacının İnternet bağlantısının gitmesi olmuştur. Kısa bir süre sonra yeniden bağlanan araştırmacı, kaydedemediği görüşme sorularının cevaplarını hemen bir kâğıda not almış ve görüşmeyi kaldığı yerden devam ettirmiştir.

Araştırmada 1 kişi ile de e-posta kullanılarak görüşme yapılmıştır. Katılımcının zamanı olmadığını gerekçe göstermesi, araştırmacıyı böyle bir çözüme götürmüştür. Katılımcıya görüşme soruları Paty Kabila adına açılan e-posta üzerinden gönderilmiş ve cevaplar yine e-posta ile alınmıştır. Dikkatlice okunan e-postada anlaşılmayan bir yer olmadığı ve istenilen tüm cevapların verildiği belirlenmiş, böylece o kişiyle Second Life üzerinden yeniden görüşme yapmaya gerek duyulmamıştır.

E-posta ile görüşme çevrimiçi görüşmenin eşzamansız çeşitidir. Araştırmacı ve cevap veren arasında bire bir ilişki gelişmekte, bunun yanı sıra tekrarlayan e-posta alışverişi görülebilmektedir. E-posta ile gerçekleşen bu görüşme kişisel olup iletişim daha dikkatli ve özenli gerçekleşebilmektedir (Kivits, 2005).

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada veriler tümevarım analizi kullanılarak yorumlanmıştır. Tümevarım analizi, birbirine benzer verilerin kavramsal çerçevede sınıflandırılması, kavramlar arasındaki ilişkinin ortaya koyulması (Strauss ve Corbin, 1990), böylece geliştirilen özet temalar ya da kategorilerle karmaşık verilerin anlaşılması (Thomas, 2003) ve okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlenerek yorumlamasını içeren bir analiz türüdür (Şimşek ve Yıldırım, 2006). Bir dizi kodlama sistemiyle desteklenen ve analizlerin araştırma çıktıları gibi bazı kuramlar ürettiği bu süreci (Dörnyei, 2010), kuram oluşturma (grounded theory) olarak adlandırmak mümkündür (Strauss ve Corbin, 1990).

Strauss ve Corbin'e (1990) göre, incelenen olguya temel oluşturabilecek bir kuramın olmaması ve bir kişinin neler olduğunu anlamaya ihtiyaç duyduğu durumda tümevarım analizine gerek duyulabilmektedir. Bu analizin işe koşulduğu bir araştırmada, araştırma probleminin, amaçların ve araştırma sorularının tümevarım analizini uygulamaya uygun olması gerekmektedir (Strauss ve Corbin, 1990). Araştırma, belirtilen bu ibareler doğrultusunda tümevarım analizine uygundur. Çalışmanın problem bölümünde yapılan tartışmalarda belirtildiği gibi, alanyazında çeşitli araştırmalar yapılmasına rağmen, Second Life sanal yaşam dünyasında kendini sunum davranışlarının belirlenmesi ve yüz yüze ortamdaki davranışlarla karşılaştırılmasına yönelik herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması, böyle bir araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bunun yanısıra betimsel analizin araştırma amaçlarına ulaşmada yetersiz kalabileceği düşüncesi de tümevarım analizini gerekli kılmıştır.

Tümevarım analizi yapan bir araştırmacının çeşitli özelliklere ve yeterliklere sahip olması beklenmektedir. Bu durum, araştırmacının bireysel kalitesini ifade eden kuramsal hassasiyet kavramıyla açıklanmaktadır. Kuramsal hassasiyet, araştırmacının bir anda göze çarpmayan verilerin anlamlarını fark edebilmesi, verilere anlam vermesi ve ilgili olmayan verileri ayırt edebilme becerisidir. Böylece araştırmacı gömülü olan kuramı geliştirebilecektir. Kuramsal hassasiyetin çeşitli kaynakları vardır. Bu kaynaklardan biri kuramla ilgili okumaların, çeşitli araştırmaların ve dökümanların incelenmesini içeren literatürdür (Strauss ve Corbin, 1990). Araştırmacı konu hakkında birçok makale, kitap, tez inceleyerek kuramsal hassasiyeti kazanmıştır. Diğer bir kaynak profesyonel deneyimdir (Strauss ve Corbin, 1990). Sanal dünyada yapılan gözlemler ve o dünya içerisinde bizzat yaşayan araştırmacı neyin, neden ve nasıl oluştuğu hakkında saha deneyimi kazanmıştır. Böyle bir deneyim, araştırmacının sanal dünyada gerçekleşen olay ve davranışları anlamlandırmasına yardımcı olmuştur.

Kuram oluşturma çeşitli araçlara sahiptir. Bunlar, teorik örnekleme, kodlama, teorik doygunluk ve sürekli karşılaştırmadır (Bryman, 2001). Kuram oluşturma sürecinde amaç kavramların belirlenmesi, geliştirilmesi ve ilişkinin ortaya koyulmasıdır. Bu nedenle gömülü teori analizlerinde “teorik örnekleme” (theoretical sampling) önem kazanmaktadır. Teorik örneklemede amaç, kuramla ilgili olduğu ispatlanan olaylar

benzer durumlar ve bunun gibi göstergeleri örneklemek, böylece onların belirleyici özellikleri ve boyutlarıyla kavramların geliştirilmesini ve ilişki kurulmasını sağlamaktır (Strauss ve Corbin, 1990).

Kuram oluşturma üç tip kodlamadan oluşmaktadır. Bunlar, açık kodlama (open coding), eksensel kodlama (*axial coding*) ve seçici kodlamadır (*selective coding*). Açık kodlama verileri ayırma, değerlendirme, karşılaştırma, kavramsallaştırma ve kategorileme sürecidir. Bu süreçte benzer olay ve durumlar gruplandırılır (Strauss ve Corbin, 1990). Analizin bu aşamasında veri azaltımı yapılabilmektedir. Veri azaltımı analizin bir parçası olup; veriyi netleştirmek, sıralamak, odaklamak, düzenlemek (Miles ve Huberman, 1994) ve veriyi önemli bir kayıp olmaksızın azaltmak için yapılır (Mehmetoğlu ve Altınay, 2006). Yoğun bir veri seti ile çalışan araştırmacının seçici olabilmesi ve araştırmanın temel soruları bağlamında kodlama işlemini yerine getirebilmesi için veri azaltımı gereklidir (Şimşek ve Yıldırım, 2006). Veri azaltımı kodlama ve hatırlatmalar (memoing) süresince yapılır. (Mehmetoğlu ve Altınay, 2006). Hatırlatmalar, analiz sürecinin daha şeffaf olmasını ve kendini yansıtacak bir duruş sergilemesini sağlar. Hatırlatmalar, araştırmacı tarafından kategorilerleri ilişkilendirme, birleştirmek ya da ayırmak ve kuramsal göstergeleri kaydetmek için yazılır (Burck, 2005). Eksensel kodlama açık kodlamadan sonra gerçekleşen ve kategoriler arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bir süreçtir. Kodlama paradigması durumlar, olgular, kapsam, etkileşimli yapılar ve bunların sonuçlarını içerir. Bu süreçte alt kategoriler de belirlenir (Strauss ve Corbin, 1990) ve gözlem verileri ile karşılaştırılır. Seçici kodlama ise, eksensel kodlamada belirtilen kategorilerin kuramsal bir çatı altında birleştirilmesidir (Mehmetoğlu ve Altınay, 2006). Veri analiz süreci bir grup tema, kavram ve ilişkisinin mevcut literatürle karşılaştırılmasını içerir. Böylece literatürle benzerlik ve farklılıklar, nedenleriyle sorgulanabilecektir (Mehmetoğlu ve Altınay, 2006).

Teorik doygunluk, kuram geliştirmede yeni kategori, kavram ve olayların ortaya çıkmadığı noktada (Strauss ve Corbin 1990) ve araştırmacının verinin kendini tekrarlar hale geldiğini düşündüğü anda yaşanan bir süreçtir (Corbin ve Holt, 2004). Amaçlı örneklemenin büyüklüğünü teorik doygunluk belirlemektedir (Mack, Woodsong, MacQueen ve diğerleri, 2011). Bu araştırmada veriler yüz yüze ve çevrimiçi görüşme ile

gözlem gibi farklı tekniklerle toplanmış, verilerin kendini tekrarladığına inanıldığı, bir başka deyişle veri doygunluğunun kazanıldığı aşamaya kadar devam etmiştir.

3.5.1.Tümevarım analiz süreci

Bu bölümde verilerin kâğıda dökümü, bilgisayarda hazırlanan bir forma aktarımı ve analiz süreci aşamaları açıklanmıştır.

Kuram oluşturma, yazılı metnin satır satır kodlanması, benzerliklerin ve farklılıkların sürekli karşılaştırılarak kategorilerin tanımlanmasıyla başlar. Bunlar da daha kavramsal ve yorumsal düzeyde kategoriler oluşturmak için sınıflanırılır veya birleştirilir. Bu kategoriler verinin tekrar ayrıntılı olarak incelenmesi için kullanılır (Burck, 2005). Ortaya çıkan kodlar ve bu kodlar arasındaki ilişkiler (temalar), verilerin altında yatan olguyu ya da kuramı açıklamada yardımcı olur (Şimşek ve Yıldırım, 2006). Verilerde yer alan bir ifade ya da sözcük, kategori adı olabilmektedir. Analizin sonraki evrelerinde araştırmacı, bu ilk düzey kategorileri yeniden düzenleyerek (hiyerarşik sıralama, yeniden adlandırma ve benzeri) daha soyut kategorileştirme düzeyine geçer. Kategorilerin, teorik kavramların temsil ettiği düzeye taşınması kategorileştirme işleminin en ileri aşamasına karşılık gelmektedir (Kuş-Saillard, 2010).

Araştırmacı verilerin tümevarım analizi sürecinde ilk olarak çevrimiçi ve yüz yüze görüşme kayıtlarını güvence altına almak için her kaydı yedeklemiştir. Daha sonra ses kayıtlarının dökümü gerçekleştirilmiştir. Verilerin dökümü bu konuda deneyimi olan bir kişiye yaptırılmıştır. Bu kişi, döküm sırasında duyulan her konuşmanın olduğu gibi, hiçbir değişiklik yapılmadan, görüşmeci-görüşen sırasıyla yazılması konusunda uyarılmıştır. Tüm döküm işlemleri gerçekleştikten sonra araştırmacı dökümleri kontrol etmiş ve sadece anlaşılmayan sözcükler ve yazım yanlışları üzerinde düzeltmeler yapmıştır. Yansız olarak seçilen ve yüz yüze gerçekleştirilen toplam altı görüşmenin %30'una karşılık gelen iki görüşme birinci alan uzmanına dinlettirilmiştir. Birinci uzman, görüşme dökümleri ve ses kayıtları arasında herhangi bir farklılık saptamamıştır. Bu nedenle diğer kayıtların dinlenmesine gerek duyulmamıştır. Böylece görüşme sürecinde

kaydedilen konuşmaların yazıya dökümündeki tutarlılık sağlanarak güvenilirlik basamaklarından birisi gerçekleştirilmiştir.

Ses kayıtlarının dökümü ve çevrimiçi yapılan görüşmeler ile elde edilen veriler, üç sütundan oluşan bir forma aktarılmıştır. Bu formun başına, tarih, saat, görüşülen kişinin avatar ismi ve görüşme türü, ilk sütununa bilgilerin sınıflandığı kategoriler, ikinci ve orta sütuna görüşme dökümleri, üçüncü sütuna ise araştırmacının konu hakkındaki duygu, yargı ve görüşlerinin yer aldığı yorumlar eklenmiştir.

Araştırmacı, bu formda ses kayıtlarının dökümü ve çevrimiçi yapılan görüşmelerin yer aldığı betimsel bilgiler bölümündeki tüm verileri satır satır okuyarak değerlendirmiş, karşılaştırmış, benzer olay ve durumları gruplandırmıştır. Kategoriler, anlamlı ve araştırma amaçlarıyla ilişkili olan cümle ya da paragrafın hizasına gelecek şekilde betimsel indeks tarafına yazılmıştır. Bazı verilere birden fazla kategorileme verilmiştir. Thomas (2003), nitel kodlamada veri bölümüne birden fazla kod verilebileceğini ya da anlamlı olmayan yerlerin kodlama dışında bırakılabileceğini söylemektedir. Kategoriler belirlenirken, kendini sunum kuramı ve kendini sunum davranışları sınıflandırmasından, diğer araştırmalardan, görüşme sorularından yararlanılmıştır. Örneğin, “Second Life’ta neden varsınız? Sizce başkaları neden Second Life’talar?” sorusuna görüşmecilerin verdiği cevaplar “Second Life’ta bulunma nedenleri” kategorisi ya da “SL ile reel (gerçek yaşam) arasında ne gibi farklılıklar var? SL’ta yapıp gerçek yaşamda yapamadığınız aktiviteler neler?” sorularına “reelde yapamadıklarını Second Life’ta yapabilme” ve alt kategorisi olarak “reel ve SL davranış-duygu farklılıkları” kategorisi oluşturulmuştur. Bazı kodlar ise Second Life’ta yapılan sanal gözlem sırasında oluşturulmuştur. Örneğin, “alternatif kimlik oluşturma, SL’ta farklı rollere bürünme, 2. avatarı oluşturma” kategorisi, SL kullanıcılarının davranışlarının gözlemlenmesiyle oluşturulmuştur. Kodlama sırasında bazı kodlar alt kategorilere ayrılmıştır. Bu süreç sonunda 110 tane kategoriden oluşan bir liste hazırlanmıştır. Bogdan ve Biklen (1998), kodlama sistematğinde kod sayısının 30 ile 50 arasında sınırlı tutulması işaret etmektedirler. Araştırmacılar, olası farklı kodların geliştirilmesi, bazı kodların kısaltılması ya da çıkartılmasını önerirler, çünkü kod sayısının 50’yi geçmesi durumunda kodlarda örtüşüklük olabileceğini vurgularlar. Veri azaltımı her ne kadar zor bir süreç

olsa da analizin bir parçası olarak görülmektedir. Bu nedenle araştırmacı, bu listede yer alan kodlardan bazılarını anlamsız bularak çıkartmış, bazılarını sınıflandırmış ve alt kategori olarak değiştirmiştir. Kodların sayısı 50'e indirilerek araştırmanın kodlama sistematigi (Ek 3.) oluşturulmuştur.

Kodlama sistematiginin oluşturulmasından sonra her bir kategori, baş harflerinden oluşan büyük harf gruplarıyla kodlanmıştır. Kodların birbirleriyle karışmaması için bazı kodlarda küçük harf, bazılarında (+) , (-) gibi işaretler kullanılmıştır. Kodlama anahtarı olarak isimlendirilen bu liste göz önünde bulundurularak tüm veriler bir kez daha okunmuş ve verilerin başına dönülerek düzeltmeler yapılması koşuluyla kodlamalar yerleştirilmiştir.

Güvenirliği sağlamak amacıyla başka bir araştırmacı da rasgele seçilen yüz yüze ve çevrimiçi görüşmelerden birer tanesini alarak, ana başlıklar ve bu başlıklar altında sorulabilecek sorular çerçevesinde yeniden kodlamıştır. İlgili araştırmacı alanyazını kodlama yapmadan önce bir kez okumuş ve kavramlar hakkında ön bilgi edinmiştir. Buna göre, kodlama güvenilirliği (intercoder reliability) aşağıdaki formül kullanılarak % 0,96 olarak hesaplanmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Yıldırım ve Şimşek (2008)'e göre kodlama güvenirlığının en az %70 olması gerekmektedir.

Güvenirlik= Görüş birliği sayısı / Toplam Görüş Birliği Sayısı + Görüş Ayrılığı Sayısı

Kodlamalar sonrasında bilgisayarda her bir kod için ayrı bir dosya açılmış ve görüşmecilerin ilgili ifadeleri bu kod başlıklarının altına yerleştirilmiştir. Bu sayede bütün çerçeveyi gören araştırmacı temalar çıkarmıştır. Temalar belirlenirken birbirleriyle ilişkili kategoriler bir araya getirilmiştir. Buna göre araştırmada belirlenen temalar şu şekildedir:

A. SECOND LIFE'IN KULLANIM ÖZELLİKLERİ

1. Second Life Dünyasından Haberdar Olunan Ortamlar Hakkında Bilgi Verme
2. Second Life'a Üye Olma Süresi
3. Second Life'a Erişim Aracı ve Bağlanılan Ortamın Belirlenmesi
4. Kullanıcıların Second Life'ta Bulunma ve SL'ı Tercih Etme Nedenleri
5. Kullanıcıların Diğer Kullanıcıların Second Life'ta Bulunma Nedenleri Hakkındaki Görüşleri
6. Türk Kullanıcılarının Demografik Özelliklerini Değerlendirme
7. Yabancı Kullanıcılar ile Türk Kullanıcıları Karşılaştırma
8. Kullanıcıların Second Life Dışındaki Sanal Deneyimi

B. SECOND LIFE DÜNYASININ ÖZELLİKLERİ

1. Second Life'a İlk Üyelik Döneminde Yaşananlar
2. Second Life'ın Nitelikleri ve Diğer Sanal Ortamlardan Ayrılan Özellikleri
3. Second Life'ta Yer Sahibi Olma
4. Second Life'ta İşyeri ya da İş Sahibi Olma ve Para Kazanma Yolları

C. KULLANICILARIN SECOND LIFE'IN KULLANIMI VE GELECEĞİ HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİ

D. SECOND LIFE'TA BİREYLERARASI İLİŞKİLER

1. Kullanıcıların SL'ta Arkadaşlık İlişkileri ve Gerçek Yaşamla Karşılaştırılması
2. Kullanıcıların SL'ta Romantik İlişkileri ve Gerçek Yaşamla Karşılaştırılması
3. Gruba Üye Olma

E. SECOND LIFE'TAKİ İLETİŞİMİN ÇEVİRİMİÇİ VE ÇEVİRİMDİŞİ BAŞKA ORTAMLARA AKTARILMASI

F. KULLANICILARININ SECOND LIFE'TA TERCİH ETTİKLERİ YAŞAM TARZI VE GERÇEK YAŞAMLA KARŞILAŞTIRILMASI

1. Second Life'ta Sürdürülen Günlük Yaşam Aktivitelerinin Gerçek Yaşamla Karşılaştırılması
2. Kullanıcıların Tüketim Davranışları

G. GERÇEK YAŞAMDA YAPILAMAYAN DAVRANIŞLARIN SECOND LIFE'TA GERÇEKLEŞTİRİLMESİ

1. Second Life'ta Gerçek Yaşamdan Farklı Bir Yaşam Sürme
2. Second Life'taki Yaşamın Gerçek Yaşamdaki Duygu ve Davranışları Etkilemesi

H. AVATARIN GÖRÜNÜMÜ

1. İlk Oluşturulan Avatarın Görünümü
2. Avatarın Görünümünün Kullanıcıların Gerçek Görünümleriyle Karşılaştırılması
3. Kendi Avatarının Görünümünden Etkilenme
4. Avatarın Görünümünde Değişiklik Yapma
5. Değişen Görünümün Bireylerarası İlişkilerde Etkileri
6. Rol Oynama Oyunlarında Avatarlar Oluşturma ve Farklı Görünümlerde Avatarlar

I.KULLANICILARIN GERÇEK YAŞAMLARINDA VE SANAL DÜNYALARINDA TERCİH ETTİKLERİ GİYİM TARZI

J. SECOND LIFE'TA SİBER SEKS

K. SECOND LIFE KULLANICILARININ KENDİNİ SUNUM DAVRANIŞLARI

1. İzlenimleri İnceleme
2. Kendine İlişkin Aktarılan İzlenim (Diğer Kullanıcılar Tarafından Nasıl Görüldüğünün Algısı)
3. Diğer Kullanıcıların Kendilerini Sunum Davranışları
4. Kullanıcıların Diğer Kullanıcılardan Kendini Farklı Görmesi
5. Kendini İfade Edebilme
6. Kullanıcıların Yazılı Sözlü İletişim Tercihleri

7. Kendini Gerçek Yaşamında Olduğundan Farklı Tanıtma
8. Kendine İlişkin Bilgileri En Aza İndirme
9. Davranışlarıyla Diğer Kullanıcılara Örnek Olma
10. Avatara Takma İsim Seçme
11. Profil Bilgileri ile İzlenim Yönetimi

L. ALTERNATİF KİMLİK OLUŞTURMA VE FARKLI AVATARLAR AÇMA

1. Birden Fazla Avatar Hesabı Açma
2. Farklı Cinsiyetlerde Avatar Alma

M. SECOND LIFE KULLANICILARININ BAĞIMLI OLMA KRİTERLERİ

4.Bulgular ve Yorum

Bu bölümde araştırma sorusunu ve alt sorularını yanıtlamak üzere yapılan veri analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Second Life'ı Kullanım Özellikleri

Yapılan görüşme ve gözlemlerde kullanıcıların, Second Life kullanımıyla ilgili görüşleri aşağıdaki şekildedir.

4.1.1.Second Life dünyasından haberdar olunan ortamlar hakkında bilgi verme

Görüşmelerde kullanıcıların Second Life'ı çeşitli ortamlardan duyduğu belirlenmiştir. Kullanıcılardan beş kişi arkadaşlarının tavsiyesi ile; iki kişi nette dolaşırken ya da çevrimiçi oyunları araştırırken, tesadüfen; bir kişi İnternet'te okuduğu bir haberden; iki kişi başka bir sanal dünyadaki arkadaşlarından Second Life'ı duymuşlardır. Görüşmecilerden Tarık, daha önce bulunduğu sanal dünyadan bir arkadaşının artık SL'ta olduğunu ve kendisine SL'a gelmesi için çok ısrar ettiğini; Merve, İnternet'te bu tarz çevrimiçi oyunlar araştırırken SL'ı bulduğunu; Sinem, okuduğu iki romanda SL'tan bahsedilmesi üzerine ilgisini çektiğini ve araştırdığını; Menekşe, SL'ta faaliyet gösteren özel bir firmanın Türkiye şubesinde çalışan kuzeninden duyduğunu söylemiştir. Diğer kullanıcılar ise gerçek ya da sanal yaşamdaki arkadaşlarından haberdar olduklarını belirtmişlerdir.

4.1.2.Second Life'a üye olma süresi

Second Life kullanıcılarından yedi kişi sanal dünyaya üye oldukları sürenin bir yıldan fazla olduğunu söylemiştir. Görüşmecilerden üç kişi iki yıldır dünyada yaşadıklarını açıklarken; iki kişi bu sürenin dört yıl olduğunu ifade etmiştir. Kullanıcılardan bazıları ilk zamanlarda SL'ı sevmediğini ve kısa bir süre durup burayı terk ettiklerini

söylemişlerdir. Bu kişiler daha sonra arkadaşlarının veya sanal partnerinin ısrarı ya da SL'ta Türk adalarının varlığını öğrenmeleriyle dünyaya geri döndüklerini eklemişlerdir.

4.1.3.Second Life'a erişim aracı ve bağlanılan ortamın belirlenmesi

Görüşmelerde kullanıcıların SL'a erişimde notebook ya da masaüstü bilgisayarı tercih ettiği belirlenmiştir. Gerçek yaşamında evli olan ve kendine ait bir işyeri olduğunu belirten Davut, çocuğuna vakit ayırmak için evde kesinlikle girmediğini belirtmiştir. Gözlemlerde bazen kullanıcının günün ileri saatlerinde SL'a girdiği görülmüştür.

Kullanıcılar SL'a işyerinden ya da evden bağlandıklarını söylemişlerdir. Bir bakkal işleten Zeki, eve geç gittiği ve gününün çoğunu bakkalda geçirdiği için, burada duran masaüstü bilgisayarında SL'ın sürekli açık olduğunu söylemiştir.

4.1.4. Kullanıcıların Second Life'ta bulunma ve SL'ı tercih etme nedenleri

Yapılan görüşmelerde kullanıcılar Second Life'ta bulunma nedenlerini açıklamışlardır. Bu nedenler bazıları için SL'ta müzik dinleyip dans etmektir. Bununla birlikte, kullanıcılar SL'ta yeni insanlarla tanışabildiklerini ve arkadaşlarıyla burada vakit geçirebildiklerini böylece, yalnız kalmadıklarını, dünyada rol oynama oyunlarının olmasını, para kazanma fırsatı sunmasını ve hayallerindeki avatarı oluşturabilmelerine imkân tanınmasını nedenler içerisinde göstermişlerdir. Bu sayede kullanıcılar arkadaşlarıyla sohbet edebilme ve diğer kişileri yakından tanıyabilme şansına sahip olabilmektedirler. Görüşmecilerin SL'ı tercih etme nedenlerinden biri de dünyada tasarım ve inşa (build) yaparak yeteneklerini geliştirebilmeleridir. Bazı görüşmeciler, gerçek yaşamlarında mutsuz olduklarını, ancak SL'ta çeşitli aktivitelerle uğraşırken mutlu olduklarını açıklamıştır. Görüşmeciler sanal dünyayı eğlenceli bulmakta ve buradan zevk almaktadırlar.

Görüşmecilerden Tarık, daha önce bulunduğu sanal ortamda değer verdiği arkadaşlarının SL'a geçmesiyle kendisini orada yalnız hissettiğini ve bu nedenle eski oyunu silerek kendisinin de SL'a geçtiğini söylemiştir. Tarık, SL'ta bulunma amacının

eski oyundaki arkadaşlarını bulmak ve diğer kullanıcılarla sohbet etmek olduğunu söylemiştir. Benzer bir şekilde Ebru da diğer sanal ortamdaki arkadaşlarının SL'a geçmesiyle bu dünyaya yerleştiğini söylemiştir. Ebru, SL'ta geçirdiği zamanların uzaması ve SL hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaya başlamasıyla buradan zevk aldığını açıklamıştır. Gerçek yaşamında çok fazla arkadaşı olmayan görüşmeci, SL'ta insanların sevgilisi ya da arkadaşı olarak onların iç dünyası hakkında bilgi sahibi olabildiğini belirtmiştir. Görüşmeci, sanal dünyada istediği her yalanı söylemenin kolay olduğunu ve bu nedenle bu dünyada bulunduğunu eklemiştir. Merve, SL'a başka bir sanal dünyada tanıştığı partneriyle birlikte geçmiştir. Merve, eski sanal dünyadan sıkıldığını ve yeni bir eğlence yeri olarak SL'ı tercih ettiğini söylemiştir. Gerçek yaşamda heyecan veren ve farklı gelen şeylerin insanı mutlu ettiğini söyleyen katılımcı, bu durumun SL'ta da benzer olduğunu söylemiştir. Sanal ortamda biyolojik bir riskle karşı karşıya kalınmayacağını belirten görüşmeci, rol oynama oyunları ya da konuşmalarıyla karşısındakini etkilemekten mutlu olduğunu eklemiştir. Görüşmecilerden Nermin, gerçek yaşamda resim bile çizemezken SL'ta kendisini geliştirebilmesine imkân tanıyan menüler aracılığıyla tasarım/çizim yapmayı öğrendiğini, burada çeşitli kıyafet tasarımları yaparak para kazandığını söylemiştir. Ceyda, SL hakkında daha önceden bilgi sahibi olmadığını ve gerçek yaşamdaki partnerinin burada olduğunu öğrenmesiyle ona tepki amacıyla SL'a girdiğini belirtmiştir. SL'ta edindiği yeni partneri nedeniyle buradan vazgeçemediğini söyleyen görüşmeci, gerçek yaşamında işsiz ve mutsuz olduğunu, SL'ta bunları unuttuğunu eklemiştir. Görüşmecilerden Davut, müzik dinlemek ve arkadaşlarıyla sohbet edebilmek için burada bulunduğunu söylemiştir. Erkan, daha önce bulunduğu sanal dünyadan atıldığını ve oradaki arkadaşlarının kendisine SL'ta avatar açmasıyla bu dünyaya geldiğini belirtmiştir. İlk girdiğinde SL'ı beğenmeyen ve başka bir dünyada avatar alan görüşmeci, arkadaşlarının ısrarı ve yönlendirmesiyle burada yaşamaya başladığını, zamanla SL'ta edindiği arkadaşlarını, sevgililerini bırakmadığını ve satın aldığı arazilerden para kazandığını belirterek, SL'ın eğlence ortamının ona çekici geldiğini eklemiştir. Sanal dünyanın sakinlerinden Aylin, kendisini gerçek yaşamında insanlarla birlikte olmaktan hoşlanmayan asosyal bir tip olarak tanımlamakta, gününün iş ve ev arasında geçtiğini söylemektedir. Görüşmeci, evde olduğu zamanlarda sıkıntısını gidermek ve zaman geçirmek için SL'a girdiğini söylemiştir. Başka bir görüşmeci olan

Atila ise SL'ta olmanın hoşuna gittiğini belirtmiştir. Gerçek yaşamında arkadaşı olmadığını belirten görüşmeci burada arkadaşlık, sohbet için bulunduğunu, sanal dünyada vakit geçirirken zihnini dağıttığını ifade etmiştir. Sanal ortamdaki strateji oyunlarını seven Menekşe, işsiz kaldığı dönemde para kazanılabilmek amacıyla SL'a girmiştir. İsteddiği gibi para kazanamayan görüşmeci dünyada kalmaya devam etmesini şu sözleriyle açıklamıştır:

“..ondan sonra öyle hoşuma gitti. Sosyalleşıyorsun sanırım orda. İnsanlarla muhabbet ediyorsun. Hani evde bazen yalnız kalmaktan iyi gibi bir hali var. Ondan sonra, yani hoşuma gitti. Çok bol boş vaktim oluyor ve sıkılıyorum evde gerçekten ve yalnızlığı çok güzel gideriyor benim için...ama gerçekten müzik benim için..beni cezbeden o. evde zaten müzik dinlerken bir yandan sen onu şey yapıyorsun işte, dj lik yaparak insanlara paylaşıyorsun. bir de böyle insanların hoşuna gidince, güzel oluyor. Mutlu oluyorsun... Bunu yansıtıyorsun..”

4.1.5.Kullanıcıların diğer kullanıcıların Second Life'ta bulunma nedenleri hakkında görüşleri

Görüşmeciler diğer kullanıcıların neden SL'ta bulunduklarına dair yorumlarda bulunmuşlardır. Onlara göre diğer kullanıcıların SL'ta bulunma nedenlerinin başında sanal partner edinmek ve siber seks yapmak gelmektedir. Bununla birlikte diğer kullanıcıların gerçek yaşamlarında yapamadıklarını SL'ta yapabilmek için bulunduklarını belirtilmiştir. Görüşmecilere göre, diğer kullanıcılar burada kendilerine ait bir dünya oluşturarak gerçek yaşamdaki sorunlarından kaçmaktadırlar. Bazı görüşmeciler, SL'ta stres atmak ya da boş zamanını geçirmek için bulunan kişilerin olduğunu söylemiştir. Kullanıcıların edindikleri izlenimlere göre gerçek yaşamlarında sosyal olamayan kişiler, burada arkadaş edinerek onlarla sohbet etmekte, sorunlarını paylaşmakta hatta âşık olmaktadır. Görüşmeciler, diğer kullanıcılardan bazılarının kendileri gibi sadece eğlenmek amacıyla dünyada olduklarını ve kulüplerde dans ederek ya da müzik dinleyerek vakitlerini geçirdiklerini belirtmişlerdir. Burada sadece yeteneklerini geliştirmek ya da para kazanmak için bulunan kişilerin olduğu da ifade edilmiştir.

Davut, SL kullanıcılarını sınıflandırarak onların bulunma nedenlerini açıklamıştır. Görüşmeciye göre, dünyada insanları yönetme amacıyla olanlar, sadece eğlence amaçlı girenler ve SL'a neden geldiğinin farkında olmayan üç grup vardır. Başka bir görüşmeci, diğer kullanıcıların SL'ta bulunma nedenini gerçek hayatlarında hissettikleri eksikliği gidermek olarak açıklamaktadır. Bu SL sakini, Tanrı gibi, bir filmin başrol oyuncusu gibi sanal dünyada herşeyi yönlendirebilme gücünün kullanıcılara çekici geldiği yorumunda bulunmuştur. Bunun yanı sıra, görüşmeci gerçek yaşamda eşiyle sorunları olan kişilerin SL'a kaçtıklarını ve sanal dünyada aşkı aradıklarını ya da gerçek hayatta yapmaya cesaret edemedikleri veya yapamadıkları şeyleri, SL'ta kolayca yapabilme rahatlığının onları cezbedtiğini ileri sürmüştür. Erkan, kullanıcıların SL'ta deşarj olduklarını belirtirken, Atila, diğer kullanıcıların kendisi gibi arkadaşlık, sohbet, vakit geçirme, kafa dağıtma gibi amaçlarla SL'ta bulunduklarını düşünmektedir. Görüşmecilerden Aylin, burada asosyal kişilerin olduğunu ve genellikle can sıkıntılarını gidermek, siber seksle kendilerini tatmin etmek, inşa ya da tasarım yaparak (build) yeteneklerini geliştirmek ve para kazanmak için sanal dünyada yaşadıklarını söylemiştir. Gerçek yaşamında arkadaşı olmayan ve sanal ortamda bu eksikliği gidermeye çalışan Ebru, diğer kullanıcıların dertlerini paylaşmak için SL'ta bulunduğunu, bunu onların sevgilisi ya da arkadaşı olduğunda daha iyi gördüğünü söylemiş ve bir nevi günah çıkarır gibi kendisine herşeylerini anlatıp rahatladıklarını dile getirmiştir.

Merve, yabancılar ile Türk kullanıcılar arasında SL'ın kullanım farklılığını vurgulayarak, Türklerin genelde kulüplere takılıp dans ortamı oluşturmaktan ya da adadan adaya uçup, kulüplerde müzik dinleyip, avatarını dans ederken seyretmekten hoşlandıklarını söylemiştir. Gerçek yaşamından farklı cinsiyette bir avatarı ile yabancı kişilerden oluşan rol oynama grupları içinde olan ve Türk kullanıcıları eleştiren görüşmeci, bazı kişilerin standart aktivitelerden artık sıkıldıklarını ve inşa (build) yeteneklerini geliştirmek ya da rol oynama oyunları içerisinde liderlik gibi roller üstlenerek farklı arayışlar içinde olduklarını belirtmiştir. Menekşe, insanların neden SL'ı tercih ettiklerini şu sözleriyle açıklamıştır:

“Gerçekten uyku halindeki..durumun ya da uyuşturucu almışken ki durumun gibi, o tamamen seni uyuşturuyor sen farklı farklı bir dünyanın

içindesin. Çişin gelmiyor, kakan gelmiyor, karnın acıkıyor işte ne bileyim ille paran olması gerekmiyor. İstedğini yapabiliyorsun, muhteşem manzaralar var. Harika her şey, tropik ormanlar filan çok güzel, ne istiyorsan ne varsa. E bazen oradan çıkmak istemiyorsun çünkü olmak istediğin yer orası. Aynı rüyada gördüğün gibi ya da beynin farklı çalışırken ki, algıların değiştiğinde dünyayı farklı algıladın. Bence bu çok çekici geliyor insanlara ve onun içine giriyorsun işte, bir şeyler yapıyorsun, orada bir karaktersin. Herkesin mutlaka kendinden bir şeyleri var. Kimisi bunu yansıtıyor, kimisi bunu yansıtmıyor..”

4.1.6. Türk kullanıcılarının demografik özelliklerini değerlendirme

Görüşmelerde, katılımcılara diğer kullanıcıların yaş, eğitim, meslek gibi demografik özellikleri hakkında bilgiler aktarılmış ve yorumlarda bulunulmuştur. Katılımcılar Türk ve yabancı kullanıcılar arasında bir ayrım olduğunu vurgulayarak, Türk kullanıcılarının yaş, meslek, eğitim durumu gibi konularda bilgi aktarmışlardır. Bu bilgilere göre, Türk kullanıcıların geneli boş zamanı çok olduğu düşünülen ev hanımı ve polis memuru gibi kişilerden oluşmaktadır. Yaş ortalamasının düşük ve iyi eğitim almamış kullanıcıların çok olduğu söylenmektedir. Bu bilgileri aktaran görüşmecilerin yaşları 25-45 arasında değişmekte ve eğitim durumlarının lise ya da üniversite olduğu görülmektedir.

4.1.7. Yabancı kullanıcılar ile Türk kullanıcıları karşılaştırma

Görüşmecilerden bir tanesi dışında, tümü yabancı kullanıcıların davranış ve tutumlarını Türk kullanıcılara nazaran olumlu değerlendirmektedir. Yabancı kullanıcıların sorunsuz, özgüvenleri yüksek, hoşgörülü oldukları belirtilmiştir. Özellikle Türk kullanıcılardan farklı olarak bu ortamda giyim, cinsellik gibi konularda kimseyi yargılamadıklarını, gerçek yaşama dair bilgileri araştırıp öğrendiklerini başkalarına aktarmadıkları denilmiştir. Türk kullanıcıların genç, eğitimsiz olmaları ve cinsel içerikli yaklaşımları eleştirilmekte; yabancı kullanıcıların 40 yaş üstü ve emekli kişilerden oluşması, gerçek yaşam partnerleriyle SL’da yer almaları ve cinsel beklentileri olmadan her türlü yardımda bulunmaları beğenilmektedir. Bir diğer farklılık ise SL yaşam tarzı ve eğlenme anlayışı açısından yapılmıştır. Görüşmecilerden birisi, Türklerin sadece kulüplerde dans ederek, müzik dinlediğini, kumar oynadığı ve standartlaşmış hal hatır

sorma, kıyafeti hakkında yorum yapma gibi konuşmalardan zevk aldıklarını; yabancı kullanıcıların ise SL'in her olanağını değerlendirerek rol oynama gibi edimlerde bulunduklarını söylemiştir.

4.1.8. Kullanıcıların Second Life dışındaki sanal deneyimi

Görüşmelerden elde edilen bilgilere göre yedi kişi daha önce SL dışında farklı bir sanal ortamda bulunduğunu söylemiştir. Bu ortamlar arasında “Age Of Empires, Sims, Silent Hill...”, “Chat City”, “Facebook”, “Red Light Center” gösterilmiştir. Beş kişi ise ilk kez bu tarz bir sanal ortamda bulunduğunu söylemiştir. Görüşmecilerden bazıları Second Life'ta yaşamını sürdürürken, diğer sanal ortamlara da girmeye devam ettiklerini belirtmişlerdir.

4.2.Second Life Dünyasının Özellikleri

Görüşmelerde Second Life'ın çeşitli özelliklerinden bahsedilmiştir.

4.2.1. Second Life'a ilk üyelik döneminde yaşananlar

Görüşmeciler SL'a ilk üye oldukları ve avatarlarıyla dünyaya adım attıkları zaman çeşitli durumlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeciler ilk girdikleri zaman dünyada nasıl yaşanacağını, menüleri nasıl kullanacakları hakkında hiç birşey bilmediklerini, ilk avatarlarının çok basit olduğunu, Türk adalarını bilmeden günlerce SL'ta durduklarını, SL'ta neler yapılacağı hakkında fikirleri olmadan adadan adaya ışınladıklarını aktarmışlardır. Bu nedenlerden dolayı SL'tan sıkılarak ayrılan, ancak daha sonra meraklarından yeniden dönen kullanıcılar olmuştur. Katılımcılar bu günlerinde kendilerine gönderilen herşeyi aldıklarını, kopya ürünlerden dolayı hesaplarının Linden tarafından silindiğini ya da vampir avatarlar tarafından ısırılarak ruhlarının alındığını söylemişlerdir.

Görüşmeciler ilk zamanlarda avatarı giydirme, yazışma, envanterden nesne bulma, sesli konuşma gibi konularda hiçbir şey bilmemenin bir süre sonra sıkıldığını söyleseler de zamanla menüleri öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Şu anda tasarım yapan ve birçok

kişiyi de SL'ın menü kullanımı hakkında yardımlarda bulunan bir görüşmeci ilk zamanlarında kendi suratını görmek için sürekli görünüm seçeneğini kullandığını, kamera tuşlarını çok geç öğrendiğini ileri sürmüştür. Türk adasını bulmak için yabancılardan yardım almıştır.

Kullanıcılar ilk girdikleri zamanlarda başkalarından yardım aldıklarını belirtmişlerdir. Yardım konuları giyinme, avatari hareket ettirme, animasyonları kullanabilme, para kazanma yolları, adaları bulma ve oraya gidebilme, listeye arkadaş ekleme, müzik sesini ayarlama, sesli konuşma, SL'a fotoğraf aktarma ya da oradan fotoğraf alma, herhangi bir şey satın alma, envanterlerinde aldıkları eşyaları bulabilme şeklindedir. Bazı kullanıcılar çıplak olarak adaya ışınlandıkları zamanların olduğunu belirtmişlerdir.

Avatarın görünümünün önemli olduğuna inanan Sinem, ilk üye olduğu zamanları ve oluşturduğu avatari şu sözlerle ifade etmiştir:

“İğrenç. Korkunç. Bir kere şeyi bilmiyordum ben shape olayını bilmiyordum skin olayını bilmiyordum. Ondan sonra kıyafet olayını bilmiyordum. Kendim kıyafet yapmaya çalışıyordum. O görünüm apperance yapıyorsun ya. Ordan saç filan uydurmaya çalışmışım. AO nedir bilmiyordum rezalet bir avatarım vardı. Ondan sonra eee herşey de copy miş zaten ben de yolladılar bana bi kaç kişi o yüzden benim bir avatarım banlandı. Şimdi hayatta kimseden bir şey almıyorum. Eee işte o türk adalarına filan gidince öğrendim az buçuk.”

Şu anda kendisini akıllı SL oyuncusu olarak gören bir görüşmeci ilk zamanlarında her yere saldırdığını, her topa oturarak dendiğini, birçok sevgili edindiğini, gece gündüz sürekli SL'a girerek kendini kaptırdığını belirtmiştir.

SL'ın teknik konularını öğrenebilmek için diğer kullanıcılardan yardım almayarak Linden'in netteki yardım sayfalarını kullandıklarını, herşeyi kendi başlarına çözmeye çalıştıklarını ifade eden iki görüşmeci, gerçek yaşamlarında da yardım almayı sevmediklerini belirtmişlerdir.

4.2.2. Second Life'in nitelikleri ve diğer sanal ortamlardan ayrılan özellikleri

Kullanıcılar Second Life'in görselliğinin gelişmiş olması, istedikleri tarzda müziği dinleyebilmeleri, eğlenceli aktivitelerde bulunabilmeleri, rol oynama oyunları oynayabilmeleri, para kazanabilmeleri, çeşitli yarışların olması, yabancı dilin geliştirilebilmesi, avatar çeşitliliği, farklı giyim seçenekleri gibi özelliklerinden bahsetmişler ve bu özellikleri diğer sanal ortamlarla karşılaştırmışlardır.

Görüşmeciler Second Life'i daha önce bulundukları sanal ortamlarla karşılaştırdıklarında, SL'in 3D desteği ile, teknik ve grafiksel açıdan gelişmiş bir yer, görsel yönden gerçeğe benzer bir dünya, görüntü seçenekleri fazla, müzik seçenekleri gelişmiş bir sanal sohbet ortamı olduğunu söylemişlerdir. Karşılaştırma, avatar alınabilen sanal dünyalar ile Facebook üzerinden yapılmıştır.

Merve, başka bir sanal dünyayı bırakıp SL'ta yaşayan bir katılımcı olarak, SL'ı bu dünyayla karşılaştırmıştır. Görüşmeci diğer dünyada üye sayısının abartıldığını, SL'ın üye sayısının daha fazla olduğunu söylemiştir. SL'ta farklı görünümlere bürünerek insanların davranışlarını da incelediğini söyleyen katılımcı, SL'ta herşeyi yapabilmenin mümkün olduğunu ifade ederek, diğer dünyada erkek ve kadın avatarların belirli kalıpta, sınırlı görünümde olduğunu ve farklı görünme şanslarının olmadığını belirtmiştir. Diğer dünyada yerli-yabancı farketmeden herkesi tanıyan bu görüşmeci, SL'a bu dünyadan geçen kişilerle olumlu olumsuz ilişkilerini devam ettirmiştir.

Bunun yanı sıra görüşmeciler SL'ın kendileri için çekici gelen yönlerini çeşitli kıyafetler, binalar, mekânlar olarak göstermişlerdir. Sanal ortamda macera oyunları oynayan bir görüşmeci SL'ta çeşitli ipuçlarıyla avlanabildiği oyunların kendisine haz verdiğini, bununla birlikte hayallerindeki kulüpleri tasarlayarak işletebildiğini, değişik ve komik animasyonlar ile eğlenebildiğini ileri sürmüştür. Üniversite mezunu olan bir görüşmeci SL'ta birçok yabancı dilin öğrenilebileceğini söylerken, sattığı kıyafetlerle para kazanan başka bir görüşmeci, SL'ın sunduğu yaratıcı alternatiflerin gerçek yaşama aktarılabilirliğini, photoshop yazılımı kullanma becerilerinin geliştirilebileceğini ve para kazanabilmenin mümkün olduğunu belirtmiştir.

Second Life'in sahip olduğu ekonomik yapı üzerine de görüşlerde bulunan görüşmeciler, kapitalist anlayışın sürdürüldüğünü ve kullanıcıların satın aldıkları sanal objeler sayesinde Linden şirketinin gelirlerini artırdığını ileri sürmüşlerdir.

4.2.3. Second Life'ta yer sahibi olma

Görüşmecilerden altı kişi SL'ta bir evi ya da kulübü olduğunu söylemiştir. Ev sahibi olma gerekçesi olarak, yalnız kalmak, kıyafet değiştirmek, sanal sevgiliyle buluşmak, gerçek yaşamda ev sahibi olmamak, sanal eşiyile aile ortamı kurmak gibi nedenler ileri sürülmüştür. Kulüp işletme amacı, kendisini ifade etmek olan görüşmecinin yanısıra, çevresindekilere güçlü ve çok arkadaşının olduğunu göstermek isteyen görüşmeci de bulunmaktadır. Bir görüşmeci, tasarımlarını sanal dünyada satarak para kazanma amacıyla sanal mağaza işletmektedir. Bunun yanısıra ev almayı, bunun için para harcamayı gereksiz bulan ve SL'ın her sokağının bir ev olduğunu belirten düşünceler de vardır.

4.2.4. Second Life'ta işyeri ya da iş sahibi olma ve para kazanma yolları

Görüşmecilerden sekiz kişi SL'ta herhangi bir işte çalıştığını ve para kazandığını ifade etmiştir. Second Life'ta görüşmecilerin yaptıkları işler, DJ olarak kulüplerde çalışma; gelen konuklarla ilgilenme, onların SL ile ilgili çeşitli sorunlarına yardım etme ve adaya gelen her kişiyi adada tutma gibi aktiviteleri kapsayan “staff” işinde çalışma; kıyafet, shape (vücut şekli), skin (ten rengi), saç, aksesuar tasarlayarak bunları satma; ev eşyası gibi sanal objeleri inşa ederek bunları satma; kulüp işletme, arsa satın alarak bunları kiraya verme; at ya da başka hayvanların çiftliğini kurup bunları satışa çıkarma; avatarların fotoğraflarını çekip, photoshopta düzenlemeler yaparak bunu kullanıcıya satma şeklindedir. Görüşmecilerden Atila ve Zeki, ada kiralayıp kulüp işletmenin çok vakit aldığını, sürekli adada durmak zorunda olduklarından gerçek yaşamlarında aileleriyle zaman geçiremediklerini ve bu işin masraflı olduğunu söylemişlerdir. Kıyafet tasarlayan Nur, bu işten çok iyi para kazandığını ve gerçek yaşama SL'tan para aktardığını belirtmiştir. Gerçek yaşamında da iş sahibi olan görüşmeci gün içerisinde vakit buldukça kıyafet tasarlamakta ve akşamları mutlaka SL'ta sanal mağazasında

müşterileriyle ilgilenmektedir. Erkan ve Aylin SL'ta arsa satın alarak ve bunları kiralayarak para kazanmaktadırlar. Erkan, bu kazancı ile SL'a hiç para aktarmadan her istediğini alabildiğini; Aylin, ise bu gelire ek olarak at çiftliği kurarak burada at, orman perisi, kedi, köpek sattığını söylemiştir. Merve, rol oynama kapsamında çeşitli yarışlara katılarak para kazandığını ifade etmiştir. Satranca benzediğini ifade ettiği bir oyun türünde ya da savaş oyunlarında ya oyuncu ya da bahisçi olarak para kazanabilmektedir.

Gözlemler sırasında at çiftliklerinin çok yaygın olduğu görülmüştür. Bu durum SL'ta aynı etkinliklerden sıkılan kullanıcıların farklı arayışları olarak değerlendirilmiştir. Çiftliklerde çiftleştirilen atların yavrularını paket olarak alan kullanıcılar, paketten ne çıkacağını bilmemekle birlikte, paketten çıkan yavruyu beslemektedirler. Bu küçük atın büyümesi için yem, su, tuz, vitamin alınmakta, gereksinimleri karşılanmayan atların hasta olması durumunda iğne satın alınmaktadır. Gözlemler esnasında SL'ta çeşitli para kazanma yolları tespit edilmiştir. Örneğin “camping” adı verilen uygulamada belli bir adada belirtilen zaman kadar herhangi bir şey yapmadan sadece durup para kazanabilmek mümkündür. Türk kullanıcıların çok fazla tercih ettiği bir diğer yol ise “popper” adı verilen ve sanal bir şişeye tıklanıp, ona para aktarılmasıyla oynanan bir oyundur. Şişeye para aktaran kullanıcı, ada sahiplerince belirtilen süre bittiği zaman, ekrana gelen listeden kendisine önceden belirlediği eşi seçmekte ve verdiği paranın iki üç katı para alabilmektedir. Kumar oynama, siber seks işçisi olma, striptiz yapma diğer para kazanma yöntemleridir.

4.3. Kullanıcıların Second Life'in Kullanımı ve Geleceği Hakkındaki Düşünceleri

Görüşmecilerin SL'in kullanımı, özellikleri ve geleceği hakkında olumlu ve olumsuz yorumları olmuştur. SL'in ve bu tarz ortamların geleceği hakkında olumlu düşünenler için SL, gelecekte insanların yaşamında daha fazla yere sahip olacak ve eğitim, sağlık danışmanlığı, devlet işleri, iletişim gibi alanlarda kullanımı yaygınlaşacaktır. SL'in kendisini teknik yönden geliştireceğine, hatta gelecekte okula bile gitmeye gerek kalmayacağına inanmaktadırlar. Aynı sırada ya da aynı apartmanda oturan kişilerin bile birbirlerine yabancı olduklarını iddia eden ve günde 10 saat SL'ta bulunduğunu belirten Merve, bir sosyalleşme aracı olarak gördüğü bu dünyanın, insanlara farklı ortamlara girerek arkadaşlıklar kurabilme şansı verdiğine inanmaktadır. Bu katılımcıların aksine SL hakkında olumsuz düşüncede olan görüşmeciler de vardır. Bu görüşmecilere göre SL insanı yalnızlaştırmakta, bağımlı yapmakta ve gerçek hayatı olumsuz etkilemektedir. SL'ta edindiği partnerin gerçek yaşamdaki nişanlısı tarafından fark etmesi sonrasında sorunlar yaşayan Menekşe, SL'ta yaşayan herkesin ruh hastası olduğunu ve bu ortamın yuva yıktığını söylemektedir. Aylin, daha önce oynadığı sanal bir dünyanın Türkler tarafından siber seks için kullanıldığını ve bu nedenle Türk kullanıcıların girişine yasak geldiğini söyleyerek, SL için de aynı şeylerin yaşanacağını düşünmektedir. Atila ve Ceyda burada yaşadıkları romantik ilişki nedeniyle SL'tan nefret etmektedirler. Gerçek yaşamına dair her türlü bilgiyi gizli tutan Erkan ise böyle bir dünyada herkesin ve herşeyin yalan olduğuna inanmaktadır.

SL'in kuruluşu üzerine yorumlar yapan görüşmecilere göre, SL felçli ve yatalak insanları rehabilite amaçlı kurulmuştur, ancak şu anda sahip olduğu ekonomi ile kapitalist sistemin özelliklerini sürdürmektedir. Bu dünyada kullanıcıların artık kulüplerde birlikte eğlenmek yerine küçük arkadaş grupları halinde evlerine çekildiklerini düşünen görüşmeciler de vardır.

4.4. Second Life’ta Bireylerarası İlişkiler

Yapılan görüşmelerde SL kullanıcıların sanal dünyada sergiledikleri bireylerarası ilişkileri arkadaşlık ve romantik ilişkiler olarak ayırmak gerekmektedir. Kullanıcıların gerek arkadaş gerekse romantik ilişkilerinde farklı davranışlar gösterdikleri, bu davranışların gerçek yaşamla çeşitli yönlerden benzerlik ve farklılıklar taşıdığı belirlenmiştir.

4.4.1. Kullanıcıların SL’ta arkadaşlık ilişkileri ve gerçek yaşamla karşılaştırılması

Görüşmelerde kullanıcıların gerçek ve sanal yaşamdaki arkadaş seçim kriterleri, arkadaşlarıyla ilişkileri ve ilişkilerini sona erdirmeye nedenleri ortaya koyulmuştur. Kullanıcılardan Ebru, gerçek yaşamında çok fazla arkadaşı olmadığını ve çevresinin akrabalarından oluştuğunu belirtmiştir. Görüşmeci SL’ta arkadaş olarak listesine ekleyeceği kişilerin, gerçek yaşam sınırlarına bağlı kalmadan SL’in amacına uygun hareket eden, eğlenceyi seven, yaratıcı, sıkıntılı havayı değiştirmeyi bilen ve her an yapılacak bir aktivite bulabilen niteliklerde olması gerektiğini söylemiştir. SL’ta kendisine daha yakın gördüğü kişilerin beş parmağı geçmeyeceğini ifade eden görüşmeci, gerçek yaşamında bir şirkette temizlik işlerine bakmakta, ancak SL’ta kendisini şirket müdürü olarak tanıtmaktadır. Görüşmeci arkadaşlarından gerçek yaşamında ne yaptığını değil, SL’ta ne yaptığını önem vermesini beklemektedir. Ebru, bazı arkadaşlarının dul, çocuklu ve maddi sıkıntıları olması nedeniyle kendisine acıdıklarına ve bu nedenle kendisine sevgi beslediklerine inanmaktadır. Kullanıcı, yeni insanlarla tanışmak için çaba harcamadığını, onların kendisini bulduğunu belirtmiştir. Ebru, kendisine kötü söz söyleyen kişilerle arkadaşlığını sona erdirdiğini belirtmiştir.

Nur, SL’in korunaklı bir yer olduğunu, gerçek yaşamında asla konuşamayacağı kişilerle burada risk olmadan rahatça konuşabileceğini ya da arkadaş olabileceğini söylemiştir. Görüşmeci, Türklerin genelde eğitimsiz ve genç, amaçlarının ise siber seks olmasından dolayı çok fazla Türk arkadaş edinmediğini, çoğunlukla yabancı kişilerle arkadaşlık kurduğunu açıklamıştır. Arkadaş seçiminde kendisine uygun düşüncede olan kişileri

tercih eden görüşmeci, sanal dünyada olmanın verdiği rahatlıkla aykırı kişilerle de sohbet edebildiğini ve onları keşfetmekten hoşlandığını söylemiştir. SL'ta ilk zamanlarında yeni insanlarla tanışmak için kulüplere giden katılımcı, dört yıllık bir üyelikten sonra artık böyle bir çabasının olmadığını, yeterli sayıda arkadaşı olduğunu ve nadiren yeni insanlarla arkadaşlık kurduğunu ifade etmiştir. SL'ta arkadaşlık kurmada daha rahat olan kullanıcı, gerçek yaşamında daha dikkatli olduğunu ve yeni insanlarla tanışmak için farklı ortamlara katılmadığını belirtmiştir.

Görüşmecilerden Merve hem sanal hem de gerçek yaşamında arkadaş seçimi için önceden belirlenmiş kriterlerinin olmadığını ama sanal dünyada kendisini olduğundan farklı gösteren kişilerle ilişkisinin olmayacağını söylemiştir. Gerçek yaşamında erkek olan, ancak kadın avatarla dünyada gezen SL sakini, kendisine özel mesajla gelen arkadaşlık tekliflerini kabul etmediğini, arkadaş olarak görmesi için önce o kişiyle sohbet edip onu tanıması gerektiğini ileri sürmüştür. Arkadaşlık ilişkisinin doğaçlama gelişmesine inanan katılımcı, gerçek yaşamda da bunun böyle olduğunu ve hiç tanımadığı bir kişiyle ilişki kurmanın riskli olabileceğini belirtmektedir. Gerçek yaşamındaki arkadaşlarının meslek çevresiyle sınırlı olduğunu söyleyen görüşmeci, çok samimi arkadaşlarının olmadığını ve mesafeli davrandığını söylemiştir. Kullanıcının arkadaşlık ilişkilerindeki bu tutumu sanal dünyadan oldukça farklıdır. Bilindiği gibi görüşmecinin erkek ve kadın olmak üzere iki avatarı bulunmaktadır. Erkek avatarını gerçek kendisi ile bir tutan görüşmeci bu avatarın listesinde tıpkı gerçek yaşamındaki gibi çok kişinin olmadığını söylemektedir. Oysaki gerçek yaşamından farklı kişilik yüklediği kadın avatarının arkadaş listesi oldukça kalabalıktır. Kullanıcı, Merve adıyla oluşturduğu avatara gelen özel mesajların kimi zaman dolduğunu ve hepsine cevap yazamadığı için kendisine sitem edildiğini belirtmektedir. Görüşmeci, SL'a erkek olarak girdiği ilk zamanlarda yeni kişilerle tanışmak için özel çaba harcamanın gereksiz olduğunu, gerçek yaşamdaki gibi özel çaba harcamadan, avatarın adada birşey yapmadan sadece durmasıyla bile arkadaşlar edinilebileceğini vurgulamaktadır. Merve, kadın avatarıyla bulunduğu yabancı rol oynama takımlarında sürekli birileriyle tanıştığını ve role bürünme edimi sırasında insanların kendilerini biçtikleri rolleri görme ve o kişilerin düşünce yapılarını anlama şansına eriştiğini söylemiştir. Kullanıcı, gerçek yaşamda arkadaşlarını kolayca silemeyeceğini ama sanal dünyada istediği anda o kişiyi

engelleyebileceğini ya da listesinden silebileceğini söyleyerek iki yaşam arasında karşılaştırma yapmıştır.

Görüşmecilerden Ceyda, ilk sanal dünya deneyimi olan SL'ta herkesi tanıdığını, ama menfaatlerine cevap vermediği kişiler tarafından sevilmediğini söylemiştir. Görüşmeci, kendisini SL'ın diğer kullanıcılarından gerek giyim tarzı gerekse yaşam tarzı açısından farklı görmekte ve bu nedenle de birçok kişiyle anlaşılamadığını ifade etmektedir. Katılımcı, diğer kişilerle çok fazla etkileşimde bulunmamak için, kendisine yakın gördüğü arkadaşı ile kendilerine ait bir ev almışlardır. Ceyda, genellikle kalabalık ortamlarda konuşmalara çok fazla girmemekte, bir köşede olan biteni izlemektedir. Bu durum kendisine ilişkin olumsuz bir durum olduğunda ya da kendisine soru sorulduğunda değişebilmektedir.

Zeki, ortak olduğu adaya gelen herkesi karşılamakta ve insanları o adada tutmak böylece de adada trafik sağlayarak kazanç elde etmek için birçok kişiyle yakın ilişkiler içinde olmak durumundadır. Katılımcı SL'taki yaşamı süresince deneyimlediği şeylerden dolayı kişilerin genel (local) konuşmalarına önem verdiğini ve pozitif enerji aldığı kişilerle arkadaşlık ilişkisine girdiğini söylemiştir.

Davut, SL'ta gerçek dostlukların kurulabileceğini öne sürerek, bu kişilerin zevklerinin uyuştugu ve düşüncelerini paylaştığı kişilerden oluştuğunu belirtmiştir. Kullanıcı, sanal dünyada arkadaş olarak kabul edeceği kişide herhangi birşey olmaya çalışmayan, doğal olma gibi özellikler aradığını söylemiştir. Davut sanal dünyadaki arkadaşlıklarını ikiye ayırdığını; bir grubun sadece selam verdiği kişilerden, diğer grubun ise hatırını sorduğu ve birlikte SL'ta birşeyler yapmak istediği kişilerden oluştuğunu dile getirmiştir. Görüşmeci SL'ta ilişki kurmadan önce diğer kullanıcıların sergiledikleri davranışları izlediğini ve onlara önce mesafeli yaklaştığını da eklemiştir. Gerek sanal dünyada gerekse gerçek yaşamında kolayca arkadaşlarını silemediğini ifade eden görüşmeci, bu kişilere zaman harcadığını, belirli şeyler paylaştığını, bu nedenle onları kaybetmek istemediğini açıklamıştır.

Sinem, gerçek hayatta da SL’ta da gerçek arkadaş diyebileceği kişileri sınırlı tutmuştur. Arkadaşlıklarda en önemli şeyin güven duygusu, yani paylaştığı sırlarının sanal dünyada başkalarına anlatılmaması olduğunu düşünen görüşmeci, diğer kullanıcılarla ilişkisinin yüzeysel olduğunu söylemekte, böylece ilişkilerini sınırlı tutmaktadır. Kullanıcı SL’ta birçok kişinin aşırı samimi olduğunu ve bundan hoşlanmadığını belirtse de eleştirdiği davranışları kendisinin de sergilediği gözlenmiştir. Diğer kişilerle tanışmak için çaba harcamadığını söyleyen Sinem, kendisini ekleyen kişilerden canı istediği kişileri listesine eklemekte bunun için de kendisine ölçüt koymamaktadır. Katılımcı, kendisini olduğundan farklı gösteren, yalan söyleyen kişilere dayanamadığını, aldatılmaya, haksızlığa tahammül edemediğini, bu nedenle bu nitelikteki kişileri listesinden hemen sildiğini söylemektedir. Görüşmeci bazen çok kızdığı ya da canı istediği için tüm listesini sildiğini de belirtmiştir.

Menekşe, SL’ta samimi arkadaşlıklar kurduğunu söylemiştir. Sohbet edeceği ve arkadaş olacağı kişilerin akıllı olması gerektiğini belirten katılımcı, özellikle tanımadığı kişilerden gelen “nasılsın, kaç yaşındasın, neredensin” sorularından sıkıldığını ifade etse de DJ olarak çalıştığı kulüplerde yayınlara çağırmak için herkesi listesine eklemektedir. Görüşmeci, yeni insanlarla tanışmayı şu şekilde anlatmıştır:

“orada her şey çok rahat o rahatlık belki, ya insan, insanda da biraz doyumsuzluk var ya birilerini keşfedeyim, keşfedeyim, daha da keşfedeyim bunu keşfettim bitti, bunu çöpe atayım şimdi yenisi gelsin falan öyle bir psikoloji var herhalde.”

Erkan, gerçek yaşama dair her türlü bilgisini saklayan bir kullanıcı olarak SL’ta sadece bir sanal oyuncuyu kendi sınırları içerisine almış ve onunla herşeyini paylaşmıştır. Görüşmeci, bu kişiyi, üzerinde para olan avatarlarını ve şifrelerini vererek test ettiğini; böylece ona güvendiğini açıklamıştır. SL’taki sanal arkadaşlarıyla diğer çevrimiçi ortamlarda da görüştüğünü ifade eden katılımcı, borç para verdiği kişilerle yaşadığı bazı olaylardan dolayı herhangi bir açıklama yapmadan onlarla arkadaşlığını sona erdirdiğini söylemiştir. Gerçek yaşamındaki arkadaş sayısı ile SL’taki arkadaş sayısını karşılaştıran kullanıcı, sanal dünyada daha fazla arkadaşının olduğundan bahsetmiştir. Aylin ise, hem sanal da hem de gerçek yaşamda çok fazla arkadaşının olmadığını söylemiştir. Atila,

kulüp çalıştırmasından dolayı birçok kişiyle ilişi içerisinde bulunmuştur. Atila, bu ilişkilerini ağabey-abla-kardeş dsnde açıklamaktadır. O da diğer kullanıcılar gibi arkadaş, dost ayırımına gitmekte ve dilediğinde rahatlıkla, açıklama gereği duymadan arkadaşlarını listesinden silmektedir.

4.4.2. Kullanıcıların SL’ta romantik ilişkileri ve gerçek yaşamla karşılaştırılması

Görüşmelerde, kullanıcılardan bazıları SL’ta sanal partner edinerek onlarla duygusal ilişi içerisine girip, evlenip ocuk sahibi olurken; bazıları sadece eğlenmek için partner bulmakta ve evlilik, ocuk sahibi olma gibi olayları saçma bulmaktadır.

Gerçek yaşamda eşini kaybeden, iki ocuk annesi 32 yaşındaki Ebru, sanal dünyada kendisiyle sevgili olmak isteyenleri lezbiyen olduğunu ya da sevgilisinin bulunduğunu söyleyerek kendinden uzaklaştırdığını belirtmektedir. Aslında SL’ta lezbiyen ilişi sürdüren görüşmeci bu savı yalan değildir. SL’ta birisiyle sevgili olması halinde kişinin kendisinin herşeyi olacağını söyleyen Ebru, partnerinden sıkılsa bile onunla birlikte olarak onu kandıracağından endişe duymaktadır. Sanal dünyada evliliğe ve ocuk sahibi olmaya olumsuz bakan, ama birçok partner edindiğini söyleyen görüşmeci, diğer kullanıcıların evlenmelerini de eleştirmektedir. Kullanıcı, evliliğin siber seks için bir anahtar olduğunu ve kadın avatarların bu sayede yaptıklarını meşrulaştırdıklarını; ocuk sahibi olmayı ise kadınların erkek partnerlerini elde tutmak amacıyla tercih ettiklerini söylemiştir.

Gerçek yaşamında bekr olan Nur, SL’a ilk girdiği zamanlarda asla duygusal bir ilişiye girmeyi düşünmediğini, ancak beklenmedik bir şekilde yabancı bir kişiyle sevgili olduğunu, bu ilişkinin de 3 yıl sürdüğünü söylemiştir. Sanal partneriyle SL’ta uzun sohbetler ettiğini, onun kendisini gerçek yaşamındaki kişilerden bile daha iyi tanıdığını ve anladığını söyleyen kullanıcı, bu ilişkiyi derin ve sarsıcı olarak tanımlamakta ve hem SL hem de gerçek yaşamdaki evliliklerden daha sağlam olduğunu iddia etmektedir. Görüşmeci, partneriyle SL’ta ocuk sahibi olmadığını, bu fikrin komik geldiğini eklemiştir. Sanal partnerinden ayrıldıktan sonra çok mutsuz olduğunu belirtirken ve

başka hiç kimseyi sevgili olarak kabul etmeyen Nur, bu durumun gerçek yaşamını da etkilediğini; hem sanal hem de gerçek yaşamında kendisini işiyle avuttuğunu söylemiştir.

Erkek olduğu halde kadın avatara sahip olan Merve, SL’ta sevgili edinmek için özel bir çaba göstermediğini ve amacının sevgili bulmak olmadığını söylemiş, başka bir sanal dünyada edindiği yabancı partneriyle olan ilişkisini SL’ta sürdürdüğünü belirtmiştir. Gözlemlerde kullanıcının avatarının cinsiyeti ne olursa olsun partneriyle dans, siber seks, evde yaşama gibi çeşitli etkinlikleri birlikte gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Yabancı sanal partneriyle duygusal bir ilişki içine girdiğini, onunla telefon, Messenger gibi ortamlarda da görüştüğünü, ama bu kişiyle sanal dünyada sürekli ayrılıp barışmaktan sıkılarak üç yıllık ilişkisini sona erdirdiğini belirtmiştir. Gerçek yaşamında evli ve üç kız çocuğu babası olan katılımcı, SL’ta bu partneriyle hiç evlenmemiş, ancak sanal dünyada partneri erkek bebek için kendisine baskı yapmıştır. Görüşmeci bu durumu gerçek yaşamında sahip olduğu kız çocuklardan farklı olarak bir erkek çocukla, partnerinin onu kendisine bağlama düşüncesinde olduğunu açıklamıştır.

Ceyda, ayrılmadan önce sanal partnerinin en iyi arkadaşı olduğunu ve tüm gününü onunla geçirdiğini belirtmiştir. Partnerinden ayrıldıktan sonra gerçek yaşamında depresyona girdiğini ve kimseyle görüşmediğini söyleyen görüşmeci, yeni bir sanal partnerle de birlikte olmamıştır.

Gerçek yaşamında evli olan ve çocuk sahibi olmayan 42 yaşındaki Zeki, sanal dünyada hiç evlenmemekle birlikte, birçok kişinin evlenmesine aracı olmuştur. Görüşmeci, sanal sevgiliyi gerçek yaşamdaki anlamıyla karşılaştırarak, bu anlamıyla, dünyada çok az sevgilisi olduğunu söylemiştir. Avatarının görünümünden etkilenecek tanıştığı yabancı bir kadın ve üç dört tane yerli kullanıcı ile partner ilişkisi yaşamıştır. Zeki, SL’ta romantik ilişkilerin gerçek yaşam ilişkilerine benzediğini ve partnerlerinin kendisine baskı yaparak, yönlendirmek istediklerini söylemiştir. Gerçek yaşamdaki eşinin kendisini bu kadar kıskanmadığını söyleyen kullanıcı, hesap vermekten de rahatsız olduğunu açıklamıştır. Katılımcı, sanal dünyada çocuk sahibi olmayı saçma bulmakta, ama çocuk sahibi olan arkadaşlarını eleştirmemektedir.

Davut da SL'ta duygusal bir ilişki yaşayan kullanıcılardan biridir. Gerçek yaşamında evli ve bir çocuk sahibi olan görüşmeci, kendisi gibi evli olan sanal partneriyle birçok paylaşımlarda bulunduğunu yaşadığı ilişkinin kendiliğinden geliştiğini söylemiştir. Sanal partnerinin bulunduğu şehre giderek onunla yüz yüze görüştüğünü de belirten kullanıcı, bu görüşmede partnerine gerçek yaşamdaki evliliğini sona erdirmemesi konusunda uyarılarda bulunduğunu söylemiştir. Daha sonra başka bir partnerle de birlikte olan Davut, bu kişi tarafından aldatıldığını ve bu kişinin 250 bin Linden dolarını alarak kendisini kandırdığını aktarmıştır. Görüşmeci, yakın çevresinden bir örnek de vermiştir. SL'ta evli olan iki yakın dostunun gerçek yaşamlarında da evli olduklarını ve sanal evliliklerinin gerçek eşleri tarafından bilindiğini söylemiştir. Görüşmeci, arkadaşlarının sanal evliliklerini terapi olarak gördüklerini ve bunun gerçek yaşam ilişkilerini olumlu etkilediğini ifade etmiştir.

Sinem, her hafta başka bir kişiyle partnerlik ilişkisi yaşadığını söylemiştir. Evli ve çocuk sahibi görüşmeci, SL'ta yalnız kalmamak ve dans edebilmek için yakın ilişkilere girmektedir. Görüşmeci bir kişi ile SL'ta 5 ay birlikte olduğunu ve onunla iki kere yüz yüze görüştüğünü söylemiştir. Gerçek yaşamdaki eşinden boşanıp, bu sanal partneriyle evlenme planları kuran kullanıcı, sanal partnerinden ayrıldıktan sonra onun avatarını görmeye dayanamadığını ve bir dönem çok üzüldüğünü söylemiştir. Kullanıcı sanal dünyada evlenmiş ve çocuk sahibi olmuştur. Çocuk isteme nedeni, partnerinin kendisine ait olduğunu göstermek ve diğer kullanıcıların arkadaşlık tekliflerine karşı önlem almaktır. Görüşmecinin sanal hamilelik süreci hakkında verdiği bilgiler, bu sürecin gerçek yaşamdan çok da farklılaşmadığını göstermektedir. Kullanıcı hamilelik sürecini şöyle anlatmıştır:

"4 hafta hamile kaldım. Doktora yolluyorsun şapini o sana hamile olarak geri yolluyor. 4 tane işte 1. 2. 3. 4. hafta. Hamilelik süresini kendin ayarlayabiliyorsun istediğin kadar. İstersen 3 gün hamile kal istersen 6 ay hamile kal.Gerçek hamilelik gibi aynı. İşte atıyorum günlük vitamin alman gerekiyor. İşte localde uyarı geliyor. Acıktım susadım. Yok E işte bilmem ne vitamini lazım yok bilmem ne ilacı lazım.....yok bebek oyun oynamanı istiyoyok bebk şarkı söylemeni istiyor. Ondan sonra fazla yorulunca otur dinlen diyor sana. Doğum da gerçek

doğum gibi. ben bebeği paket aldım.... Elimi tuttu ben doğururken. Tabi canım toplan var öle. Sen yatıyorsun açıyorsun . Bebek normal doğum nasıl oluyorsa bebek de öle çıkıyor. . Çok ilginç ya ben şaşırmıştım. Ultrason günleri filan da oluyordu. Bi kere gittik biz ultrasona”

Menekşe, sanal dünyada birisine âşık olduğunu ve kendisini bu duruma kaptırdığını söylemiştir. Gerçek yaşamdaki nişanlısının durumu anlaması üzerine dünyayı terkeden katılımcı bir süre sonra dünyaya geri dönmüştür. Görüşmeci, âşık olduğu sanal partnerinin başka bir sevgili bulduğunu öğrendiğini ve üzüldüğünü söylemiştir.

Sanal dünyada 7-8 kez evlenen Erkan, gerçek yaşamda bir kızı olduğundan bahsetmekte, ancak eşi ve hayatı hakkında bilgi vermekten kaçınmaktadır. Aylin, sanal dünyada romantik ilişkiler yaşadığını söylemekle birlikte, partnerlerinden çocuk sahibi olduğunu da eklemektedir. Görüşmeci bu isteğinin nedenini, içinde kalan annelik duygusunu bastırmak olarak açıklamaktadır. SL'ta yüzünü dahi görmedikleri diğer kullanıcıların avatarlarının görünümüne aldanıp, âşık olduklarını söyleyerek, bu davranışının hesap vermek ya da ilişkiyi gerçek yaşama aktarmak zorunda olmamanın rahatlığından kaynaklandığı yorumunda bulunmuştur.

Sanal dünyada romantik bir ilişki yaşayıp, evlenen ve bu ilişkiden etkilenen görüşmecilerden birisi de Atila'dır. Başkalarıyla da evlendiğini, ancak sadece tek bir kişiyle düğün yaptığını söyleyerek ilişkisini diğerlerinden farklılaştıran görüşmeci, farklı şehirlerde olmalarından dolayı bu kişiyle boşandıklarını söylemiştir. Düğün yaptığı partneri ile farklı çevrimiçi ortamlarda siber seks de yapan katılımcı, partnerinin sanal çocuk için ısrar ettiğini ifade etmiş, ancak pahalı olmasından dolayı alamadığını eklemiştir. Gerçek yaşamda evlilik için yaşının küçük olduğunu düşünmektedir.

4.4.3. Gruba üye olma

Görüşmelerde SL'tan gruba üyelik çeşitli şekillerde yorumlanmıştır. Bunlar, klüplerin, mağazaların gönderdikleri üyelikler, rol oynama oyunları grup üyelikleri, belli bir görüşü savunduklarını gösteren üyelikler, eğlence amaçlı açılmış gruplar, arkadaşlarının evlerine giriş izni üyelikleridir.

Görüşmecilerden sadece 3 kişi gerçek yaşamında da çeşitli gruplara üye olduklarını söylemişlerdir. Bu grupların dans grupları, siyasi amaçlı gruplar, doğa sporları grupları olduğunu açıklamışlardır. Bu kullanıcılar bu tutumlarını SL'ta devam ettirmekte, dans grupları ve siyasi gruplar aracılığıyla yeni kişilerle tanışıp faaliyetlerini sürdürmektedirler. Örneğin siyasi gruba üye olan bir görüşmeci, Türkiye gündemindeki olaylara paralel olarak İsraile adasına gidip, küfür edip adadan ayrıldıklarını anlatmıştır. Bu görüşmeci, Anıtkabir'in sanal olarak tasarımı olduğu bir adada şiir, müzik gibi dinletilere katılmaktadır.

Rol oynama oyun grupları vampirlik, klan gibi oluşumları içermektedir. SL'ta oluşturulmuş Osmanlı Klanı, Selçuklu Klanı gibi klanlarda yeni üyelere, grup kurallarına uyması için bir bilgi formu onaylatılmakta ve burada savaş eğitimi verilmektedir. Savaş aletleri kullanmayı öğrenen üyeler Yunan adası kullanıcılarıyla ya da başka klanlarla savaşarak etkinlikler düzenlemektedirler. İki görüşmeci böyle bir klana eğlenmek için girdiklerini ve mutlu olunca klanlar kapatılana kadar kaldıklarını söylemiştir. Vampir rol oynama üyeliğinde kullanıcıların diğer avatarları ısırp onların ruhlarını almaları beklenmektedir. 14 günden daha az süre üye olanların ruhlarını alamayan vampir avatarlar, gerekirse parayla kan satın almaktadırlar. Üyeler bu gruba özgü giyinmek ve vücut şekli belirlemek zorundadırlar. Vampir gruplarına üye olanlar üye olma nedenlerini sıkıntılarını gidermek ve eğlenmek olarak açıklamışlardır.

4.5. Second Life'taki İletişimin Çevrimiçi ve Çevrimdışı Başka Ortamlara Aktarılması

Görüşmecilerden dokuzu SL'ta tanıştığı kişilerle SL dışındaki farklı ortamlarda görüştüğünü söylemiştir. İletişim yüz yüze, telefonla, Messenger, Skypee, Facebook gibi sanal ortamlarda sürdürülmüştür. Görüşmeciler, birbirlerine yakın gördükleri kişilerle ya da sanal partnerleriyle görüşmek için SL dışında bir iletişim ortamını tercih etmektedirler. Bu ortamları birbirlerine fotoğraf yollamak, SL'ye giremedikleri zamanlarda birbirlerinden haberdar olmak için de kullanmışlardır. Facebook'ta avatarlarının ismiyle açılan hesaba, SL'ta çeşitli aktiviteler gerçekleştirirken ya da yakın arkadaşlarıyla çekilmiş olan fotoğraflar yüklenmektedir. Kullanıcılar, SL'ta avatarlarıyla yaşarken eşzamanlı Skypee'den sesli konuşma yapmaktadırlar. Bunun gerekçesi SL'ta ses sorunu yaşamalarını ileri sürmeleridir. Görüşmecilerden sadece bir kişi gerçek yaşamına dair her türlü bilgiyi gizlemekte ve kimseyle SL dışında görüşmemektedir. Bu kullanıcı SL'ta kendini iş, yaş, eğitim durumu ve görünüm açısından farklı sunarak olmak istediği şekilde anlatmaktadır.

4.6. Kullanıcıların Second Life'ta Tercih Ettikleri Yaşam Tarzı ve Gerçek Yaşamla Karşılaştırılması

Görüşmecilerin yaşam tarzı, günlük yaşam aktiviteleri ve bu bağlamda değişen tüketim alışkanlıkları ile sınırlı tutulmuştur.

4.6.1. Second Life'ta sürdürülen günlük yaşam aktivitelerinin gerçek yaşamla karşılaştırılması

Kullanıcılar Second Life'ta zamanlarını kulüplerde müzik dinleyerek, dans ederek, arkadaşlarıyla sohbet ederek ya da alışveriş yaparak geçirmektedir. Görüşmeciler SL'a girdiklerinde ilk olarak listelerindeki arkadaşlarından çevrimiçi olanlara bakmakta ve onunla iletişime geçerek o gün için plan yapmakta ya da kendileri bir aktivite bulmaktadırlar. Genelde akşam SL'a girdiklerini ifade eden bazı görüşmeciler bu saatlerde yapılan parti, düğün gibi organizasyonlara katılmaktadırlar. Bununla birlikte

kumar oynamak, popper adlı oyuna katılmak, alışveriş mağazalarını gezerek bir şeyler satın almak ya da sanal obje inşa ederek günlerini geçirmektedirler. Ev hanımı olan ve çocuk sahibi iki kadın kullanıcı vakit buldukça gündüzleri de SL'a girdiklerini ve bu süreyi kumar oynayarak, yeni yerler keşfederek geçirdiklerini açıklamışlardır. İş sahibi olan görüşmeciler gerçek yaşamlarının iş ve ev arasında geçtiğini belirtmekle birlikte, sadece iki kullanıcı SL dışında doğa sporları, müzik, dans gibi etkinliklerine katıldığını ifade etmiştir. SL'ta ortalama 10 saat vakit geçirdiğini söyleyen, özel mesajlarının dolduğunu iddia eden, gerçek hayatında üniversite mezunu ve meslek sahibi olan bir görüşmeci, gerçek yaşam aktivitelerinde şu vurguları yapmıştır:

“..gerçek yaşamda kahve kültürünüz olur değil mi? Kahve arkadaşlarınız olur. Ya da gerçek yaşamda kankalarınız olur. İşte beraber içerisiniz ya da işte biyerlere gidersiniz değil mi? Şimdi benim öle bi hayatım yok gerçek yaşamda. İşte bi cumartesi işte uı halı saha maçı olan birisi değilim. Ya da işte haftanın belli günlerinde benim o tip bi sporla bi ilgim olmadı bugüne kadar. Ya ben o tip şeylere çok sıcak bakmıyorum yani. Zaten misafiri pek sevmem öle. Bi saatten fazla oturan misafiri sevmem öle. Sıkılıyorum çünkü uykum geliyor.”

4.6.2.Kullanıcıların tüketim davranışları

Görüşmeciler SL'ta vücut şekli, ten rengi, kıyafet, animasyon, vampirler için ruh, ev eşyaları, ev, çeşitli hayvanlar, saç, aksesuar, göz renkleri, savaş aletleri aldıklarını söylemişlerdir. Özellikle farklı bir görünümde ve ayrıcalıklı olmak için çok para harcanmaktadır. Para kazanma yollarını kumar, popper oyunu, camping, çalışma, arsa kiralama, tasarımlarını satma olarak aktaran kullanıcılardan beş kişi kredi kartından sanal dünyaya para aktardığını da söylemiştir. SL'ta harcanan Linden değişebilmektedir. Bir kullanıcı gerçek yaşamda da ihtiyacı olmayan her şeyi satın aldığını, SL'ta da bu davranışını sürdürdüğünü ileri sürmüştür. Kendisinin bir ay 1750 TL SL'a aktardığını söyleyen katılımcı, şu anda aylık 500 TL aktardığını söylemiştir. Bu görüşmeci, kendine ait işinden döndükten sonra evde SL'a girmekte ve akşam yediden gece bire kadar SL'ta partneriyle ya da arkadaşlarıyla vakit geçirmektedir. Babasının kredi kartını kullanmasına izin vermediği 25 yaşındaki bir erkek kullanıcı arkadaşının kredi kartını kullanmaktadır. Kulüp işleten ve gününün çoğunu SL'ta

geçiren 42 yaşındaki erkek kullanıcı ise kendine artık limit getirdiğini ve aylık 100 TL SL'a ayırdığını söylemektedir.

4.7. Gerçek Yaşamda Yapılamayan Davranışların Second Life'ta Gerçekleştirilmesi

4.7.1. Second Life'ta gerçek yaşamdan farklı bir yaşam sürme

Görüşmeciler SL'ın genel özelliklerinin getirdiği avantajlarla gerçek yaşamlarında yapamadıkları ya da yapmaya cesaret edemedikleri şeyleri burada gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Bütün kullanıcılar görünümelerini istedikleri gibi değiştirebildiklerini ve gerçek yaşamlarında giyemeyecekleri kıyafetleri burada giyebildiklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra SL'ta sosyal ilişkilerini belirleme, cinsellik, diğer insanları yönlendirme, cinsiyet değiştirme, romantik ilişki yaşama, ev sahibi olma, evlenme ve çocuk sahibi olma gibi çeşitli aktivitelerin yapılabildiği söylenmektedir.

Görüşmecilerden Ebru, dul olmasından dolayı çevre baskısı hissetmekte ve yaşadığı maddi sıkıntılar onu diğer kişilerden yardım almaya zorlamaktadır. Bu nedenle kullanıcı, gerçek yaşamında yapamadığı, ancak istediği birçok aktiviteyi SL'ta dilediği gibi gerçekleştirebilmektedir. Gerçek yaşamının aksine burada kendini daha güçlü hissettiğini söyleyen görüşmeci, birçok kişinin de burada ev, çocuk, cinsellik, düğün, evlilik gibi hayallerini gerçekleştirebildiğini belirtmiştir. Gerçek yaşamında inançlı birisi olduğunu ve eşarp kullandığını söyleyen katılımcının sanal dünyada tercihleri farklılaşmaktadır. Örneğin görüşmeci SL'ta lezbiyen ilişki yaşamakta, striptizci olarak çalışmaktadır. Ebru şu sözleriyle kendi durumunu açıklamaktadır:

“şu anda sl benim için çok önemli rl de şu anda suyun dibinde nefesini tutan biriyim sanki boğuluyom kocaman bir kıçım var kot pantlon giyemiyom sevgilimle gezemiyom bir sürüyom (sürüyüm) burda kendimi bir nefi fedakarlık yapan bir kişi görüyorum rl dekilerle sex yapmıyom kendimi aştım burda”.

Katılımcı maddi sıkıntılarından dolayı, SL'ta diğer kullanıcılara yalan söyleyerek ya da kendini acındırarak onların paralarını almakta ve böylece gerçek hayatta gerçekleştiremediği adaleti sanal dünyada sağlayabilmektedir. Diğer bir görüşmeci olan

Merve, aile ve arkadaş ortamındaki sohbetlerden sıkıldığını ve ortamdan ayrılamadığını, oysaki SL’ta sıkıldığı anda yer değiştirebildiğini söyleyerek gerçek ve sanal arasında karşılaştırma yapmıştır. Böyle bir özgürlüğü sanal dünyada yaşayabilen görüşmecinin başka isteklerini de yerine getirebildiği görülmektedir. Katılımcı gerçek yaşamında muhafazakâr olduğunu belirtmekle birlikte, SL’ta kadın avatarla gezmekte ve farklı cinsel ilişkiler yaşamaktadır.

Nur, SL’ın korunaklı ve güvenli bir yer olmasının verdiği rahatlıkla hem iş hem de duygusal anlamda kolayca riske girebildiğini, gerçek yaşamda asla konuşmaya cesaret edemeyeceği kişilerle burada tehlikeli olacağı korkusu olmadan rahatça konuşabildiğini söylemiştir. Görüşmeci, gerçek yaşamında düğme bile dikemediğini, SL’ta ise çok güzel kıyafetler yapıp satabildiğini belirtmiştir.

Gerçek yaşamında kumar oynayamadığını, kızlarla çıkamadığını, cinsel ilişkiler yaşayamadığını ve içe kapanık biri olduğunu söyleyen Atila, SL’ta her türlü şeyi yapabildiğini açıklamıştır. Görüşmecilerden Aylin, annesiyle birlikte yaşadığını belirterek, SL’ta hayallerindeki eve sahip olabildiğini, içinde kalan annelik duygusunu burada çocuk sahibi olarak bastırabildiğini ve gerçek yaşamında tahammül edemediği kişileri hayatından çıkaramasa da SL’ta bu tarz kişileri kolayca silebildiğini açıklamıştır. Kullanıcılardan Erkan, gerçek yaşamı ile SL arasında herhangi bir farklılık olmadığını dile getirse de iflas etmeden önceki yaşam tarzını artık sadece SL’ta gerçekleştirmektedir. Menekşe, gerçekte asla olunamayacak, ancak özgürce istenilen karaktere ve görünüme bürünebilmenin mümkün olduğundan bahsetmiştir.

Kullanıcılar SL’tan gerçek yaşama ışınlanabilmeyi, güzel görünümlerdeki avatarlarını aktarabilmeyi istemektedir.

4.7.2. Second Life'taki yaşamın gerçek yaşamdaki duygu ve davranışları etkilemesi

SL'ın, kullanıcıların gerçek yaşam duygu ve davranışlarında çeşitli etkileri olduğu belirlenmiştir. Örneğin bir görüşmecinin gerçek yaşamı SL'taki planlarına göre şekillenmektedir. Uyumak, çalışmak ve yemek yemek dışında sürekli SL'ta olduğunu belirten bu görüşmeci, dünya içinde diğer kişilerle randevulaştığını, o zamanı beklediğini ve günlük yaşam planlarını bunlara göre düzenlendiğini söylemiştir. SL'ta yaşanan duygusal ilişkilerinden dolayı, psikolojik anlamda sorunlar yaşadığını açıklayan görüşmeciler de olmuştur. İşi olmadığı için SL'ta çok fazla zaman geçirdiğini söyleyen bir görüşmeci, sanal partnerinden ayrıldıktan sonra çok zayıfladığını, sürekli ağladığını ve kendisine gelemediğini ifade etmiştir. Başka bir görüşmeci de aynı sebeplerden dolayı çevresindekilere zarar verdiğini, onları kışkırttığını ve arkadaşlarının dışarı çıkma taleplerini geri çevirerek, evden bir dönem çıkmadığını söylemiştir. Bu görüşmeci, SL'ta kavga ettiği kişilerle gerçek yaşamda da buluşup kavga etmek için çeşitli görüşmeler yaptığını belirtmiştir. Yine benzer şekilde bir kadın görüşmeci, SL'ta yaşadığı ilişkisinin gerçek nişanlısı tarafından farkedilmesiyle zor günler yaşadığını açıklamıştır.

4.8. Avatarın Görünümü

Avatarın görünümünü vücut şekli, ten rengi, göz, saç gibi öğeler oluşturmaktadır.

4.8.1. İlk oluşturulan avatarın görünümü

Kullanıcılar SL'a ilk üye oldukları zaman oluşturdukları avatarları ile deneyim kazandıkça oluşturdukları avatarları arasında görünüm açısından çok farklılık olduğunu söylemişlerdir. İlk avatarlarında, SL'ta hesap açarken verilen hazır avatarları kullandıklarını ve bunların basit, farklı olmayan bir görünümde olduklarını belirtmişlerdir. SL kullanıcılarının avatarlarının görünümü dünyada deneyim kazandıkça, SL'ın görüldüğünden daha derin bir ortam olduğunu anladıkça ve

çevrelerindeki avatarlardan etkilenecek değiştirmişlerdir. Görüşmecilerden avatarının şeklini kendisi belirleyerek tasarlayan bir kişi haricinde tümü hazır avatar satın almıştır.

4.8.2. Avatarın görünümünün kullanıcıların gerçek görünümüleriyle karşılaştırılması

Görüşmecilerin dokuzunun gerçek görünümlerinden farklı avatarlar oluşturdukları öğrenilmiştir. Bu durum, kendi zevklerine göre bir insan bedeni şekillendirdikleri düşüncesiyle açıklanmaktadır. Güzel ve çekici bir avatar yaratmak istediklerini söyleyen görüşmeciler, diğer SL kullanıcılarının da kendilerinden çok farklı bir avatar oluşturduklarını ileri sürmüşlerdir. Bir kadın görüşmeci, gerçekte çok açık tenli olduğunu bu nedenle SL’da beyaz tenleri kendisine yakıştıramadığını ve sürekli koyu tenler satın aldığını ifade etmiştir.

Yüz yüze görüşmelerde de avatarlarından çok farklı görünümle karşılaşmıştır. Bu farklılık yaş, kilo, saç gibi özelliklerde belirginleşmektedir. Bir kullanıcı, SL arkadaşının yakışıklı, kaslı bir erkek avatara sahip olduğunu, onunla yüz yüze görüştüklerinde kilolu, kel ve yaşlı birisiyle karşılaştığını anlatmıştır. Gerçeklerindeki görünüme benzer bir görünüm oluşturmak gibi gayeleri olmadığı, hatta gerçekte kilolu olup bir de SL’da kilolu olmanın anlamsız olduğu da ifade edilmiştir. Görüşmeciler diğer kullanıcıların kendilerinden çok farklı avatar görünümüleri oluşturmalarını, gerçekte sahip olamayacağı bir görünümü elde etme, en güzel avatarı yapıp diğerlerini etkileme ve egoyu tatmin etme olarak açıklamışlardır.

Kadın ve erkek avatarıyla gezen ve avatarlarını kendi tasarlayan görüşmecinin, iki avatarının görünümünde farklı tutumlar sergilediği görülmüştür. Erkek avatarının kendisine her yönüyle benzediğini söyleyen görüşmeci, bir kişinin; yani bir oyuncunun avatarını nasıl şekillendirdiğinin onun kişilik yapısı, dünyaya bakış açısı, görüşü zevkleri hakkında bilgi verdiğine inanmaktadır. Katılımcı, kadın avatarında, gerçeğe en yakın görünen en seksi avatara yapılarak, SL’da yapılan standart kadın avatarlar anlayışına karşı duruşunu göstermek istemiştir. SL’taki tüm kadın avatarların barbie bebek gibi bacakları uzun, ince, küçük dolgun göğüslerine karşı o, balıketli, iri yapılı ve

iri sarkık göğüs yapmıştır. Bu görünümün gerçeğe yakın olduğunu, bu nedenle birçok kullanıcının dikkatini çekerek kendisine mesaj yazdığını, aynı zamanda bu görünümün başkaları tarafından da taklit edildiğini ileri sürmüştür.

Bazı görüşmeciler, SL’ta oluşturulan avatarla gerçek yaşam görüntüsünün birbirine zıt olduğu düşüncesindedirler. Güzel ve ince gördükleri kadın kullanıcıların gerçeğinde şişman ve çirkin; iri yapılı bir avatarın ise gerçeğinde zayıf olduğuna inanmaktadırlar.

Kendisine benzer avatar oluşturduğunu söyleyen üç kullanıcının böyle tercihte bulunma nedenleri, SL’ın bir oyun olmadığı, avatarın şeklinin ona hareket veren ekran başındaki kişinin duygu ve düşüncelerinin önüne geçemeyeceği, gerçekte neyse onu SL’ta sürdürmek istemeleri ve kendini olduğundan farklı tanıtanları eleştirmeleri olarak açıklanabilir.

4.8.3. Kendi avatarının görünümünden etkilenme

Bir erkek ve bir kadın görüşmeci satın aldıkları vücut şekli ve ten renginin kendilerine yakıştığını görmekten çok hoşlandıklarını, bazen diğer avatlara hiç bakmadan sadece kendilerine baktıklarını söylemişlerdir. Bu kişilerden erkek kullanıcıyla yüz yüze ve kadın kullanıcıyla çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Yüz yüze görüşmede kullanıcının kilolu ve kısa boylu olduğu görülmüştür. Diğer kullanıcı SL üzerinden gerçek fotoğrafını göndermiştir. Her iki görüşmecinin de avatarından farklı görünimleri olduğu görülmüştür. Eşarp takan ve kendisini kilolu gören kullanıcı kendi avatarından etkilenmesini şu şekilde anlatmaktadır:

“ ben kendi avime bakıp zevk alıyom yaptığı her şey bana zevk veriyö benimle olanların yada duranların pek etkisi yok yütüyünce durunca hep kendimi izliyom çok zeviyom kendimi sana bir sır verecem hani bir skin almıştım 8 bin lin o beni çok etkilerdi (skin) birde shpesi vardı çok giymezdim onu kıayamıyordum nedenini bilmiyom çok seviyordum onunla dans ederdim tewk başıma bilmiyom”.

4.8.4. Avatarın görünümünde değişiklik yapma

Görüşmeciler avatarlarının bütün özelliklerini keyfi olarak, istedikleri zaman ya da SL etkinliklerine göre değiştirmektedirler. Değişiklikler genelde saç, kaş yapısı, göz rengi, kilo, göğüs ölçüsü gibi özelliklerde olmaktadır. Bununla birlikte görüşmecilerin hepsi ten rengini ve yüzlerinin şeklini değiştirmediklerini söylemiştir. Kullanıcılar avatarlarının yüzlerini özel ve diğerlerinden ayırıcı bir nitelik olarak görmektedirler. Bir kadın kullanıcı küçüklüğündeki oyuncak bebekleri gibi avatarına kıyafet giydirip çıkartmaktan hoşlandığını, kendi sesinin de bu görünüme eklenmesiyle mutlu olduğunu söylemiştir. Kendilerine benzer avatar oluşturan kişiler saç haricinde görünümünde değişiklik yapmamaktadır.

4.8.5. Değişen görünümün bireylerarası ilişkilerde etkileri

Görüşmeciler avatarlarının görünümündeki değişikliklerin diğerleri üzerinde etkisi olduğunu örnekleriyle açıklamışlardır. Herkesin gerçek hayattaki gibi vücuduna baktığını, daha bakımlı görünmek için çabaladıklarını ve avatarlarına hayran oldukları söylenmiştir. Görüşmeciler avatarın görünümünün kullanıcının eğilimlerini yansıttığına inanmaktadırlar. Örneğin bir kadın kullanıcı erkeklerden istediklerini alabilmek için görünümün ve kıyafetin önemli olduğunu söylemiştir. Görünümde yapılan ufak bir değişiklik bile fark edilmektedir. Bir erkek görüşmeci ismiyle uyumlu olsun diye koyu renkli bir avatar aldığını ve arkadaşlarının kendisiyle zenci diye dalga geçtiklerini, eleştirdiklerini söylemiştir. Avatarın görünümünden etkilenip haftalarca onu kendisine partner yapmak için uğraşan bir erkek görüşmeci, onun gerçek fotoğrafını görünce hayal kırıklığına uğradığını belirtmiştir. Farklı görünümlere büründüğünde farklı tepkiler aldığını söyleyen bir görüşmeci yaşadıklarını şu şekilde anlatmıştır:

“mesela bir kızın avisine verdiği şeklin sexiliği seni ona çeker hangi temel güdü ile bunu yaptığını merak edersin.... ben bu aviyi değişik ölçülerde yaptım ve her seferinde gittiğim yerlerde im atan kişilerin zihinsel yapılarının farklı olduğu sonucuna vardım mesela iri, fit ve birkaç tür daha değişik shapeler var farketmiştir her biri farklı türde zevkleri olan erkeleri hemen çekiyor mesela özellikle iri

....kalabalıkta kısa boylu oyuna yeni girmiş avileri hemen çekiyor onlar oyuna büyük beklenti ile girdiler çünkü ve en baştan büyük düşündülerayrıca iri olarak olmak konuşmanın da kolay olacağı duygusu verir hemen im atarlar terslenme korkusu olmadan terslersen de özür dilerler 1 saat... ama zayıf ...da durum aynı değil aynı şeyler olabilir ama terslersen hakaret etmeye başlarlar zayıfsın ya savunmasız görürler seni...”

4.8.6.Rol oynama oyunlarında avatarlar oluşturma ve farklı görünümelerde avatarlar

Görüşmeciler vakit öldürmek, diğer kullanıcılar hakkında bilgi sahibi olabilmek amacıyla SL’ta rol oynama oyunları içerisinde farklı rollere ya da görünümlere bürünmüşlerdir. En fazla tercih edilen rol oynama oyunu ise vampirliktir. Bunun dışında kurt, kuş, at gibi çeşitli hayvan görünümleri ya da film karakteri olan mavi renkli avatar şekli de tercih edilmektedir. Vampirler farklı vücut şekli ve makyajla gezmekte, diğer kullanıcıların kanını emerek ve ruh alarak klanda yükselmektedirler. Vampir tarafından ısırılınca ruhunu temizlemek adına iksir satın aldığını söyleyen bir katılımcı saf ruha sahip olmak için bunu yaptığını belirtmiştir. Başka bir görüşmeci gerçeğinde erkek olmasına rağmen, kadınlardan oluşan bir ormanda kadın hakları için erkeklerle savaş yapmaktadır. Bu kullanıcı, bunun dışında farklı savaş oyunları içinde de yer almaktadır. Cinsel amaçlı oyunlarda ya da ortaçağda bir savaşçıyı oynayarak vakit geçirdiğini söyleyen kullanıcı, bu durumu “ *bi filmde oynamak rol almak.... Kendinize bir rol biçiyorsunuz burda.... Ya da size hem bir rol veriliyor siz de bu rolü ee üstleniyorsunuz yani o rolü kendinize biçiyorsunuz. ..*” şeklinde açıklamış ve bu durumdan hoşlandığını söylemiştir. Farklı görünümler rol oynama oyunlarında farklı şekillerde algılanmaktadır. Avatar zayıfsa bu onun edilgen, pasif bir yapıda olduğu ve diğerlerinin yönlendirmesini kabul ettiği anlaşılmaktadır. Tam tersi uzun boylu, iri yapılı bir görünüm kendine güvenen, baskın bir izlenim olarak algılanmaktadır. Rol oynama oyunlarında köleler mümkün olduğunca kısa ve zayıf olmak zorunda iken, efendi rolündekiler iri olmalıdır. Görünüme aykırı davranışlar uyarılmakta ve görüntüsüne uygun davranması beklenmektedir.

Bunun yanısıra SL'ta Osmanlı, Selçuklu gibi savaş klanları var olmakta, burada kullanıcılar savaş eğitimi alarak asker rolü oynamaktadırlar.

4.9. Kullanıcıların Gerçek Yaşamlarında ve Sanal Dünyalarında Tercih Ettikleri Giyim Tarzı

Görüşmeciler gerçek yaşamlarında ve SL'ta tercih ettikleri giyim tarzını karşılaştırmışlardır. Giyim konusunda erkek ve kadın kullanıcılar arasında farklılıklar belirlenmiştir. Bu farklılıklar SL-gerçek yaşam karşılaştırılmasında ve SL giyim çeşitliliğinde görülmektedir.

Kadın kullanıcılar sanal dünyalarında seksi giyim tarzını seçtiklerini gerçek yaşamlarında ise sade, spor, rahat kıyafetler giydiklerini söylemişlerdir. Seksi tarzla, açık kıyafetler, yüksek topuklu ayakkabılar kastedilmiştir. Bu kullanıcılar gerçek yaşamlarında jean, düz ayakkabı ve çok açık olmayan kıyafetler giydiklerini belirtmişlerdir. İki erkek görüşmeci, seksi, süslü giyinen kadınların gerçek yaşamdan çok uzak giyindiklerini, dikkat çekmek istediklerini ve gerçeklerinde yapamadıklarını, hayallerindeki kıyafetleri giydiklerini ileri sürmüştür. Erkek görüşmeciler bu düşüncelerine rağmen, seksi giyinmiş kadın avatarların görsel olarak hoş göründüklerini belirtmişlerdir.

Kadın kullanıcılardan Ebru, gerçek yaşamındaki giyimini eşarplı ve kezban modeli olarak tanımlarken; SL'taki giyim tarzının erkeklerin görmek istedikleri şekilde, yani beğenilmek için seksi olduğunu söylemiştir. Bu kullanıcıdan farklı davranan Ceyda, açık giyinmeyi sevmediğini, gerçek yaşamındaki gibi kot, bluz, spor ayakkabı giyerek rahat giyimini burada da sürdürdüğünü ifade etmiştir. Katılımcı, diğer kullanıcıların gerçek yaşamlarında eşarplı, kapalı olmalarına rağmen SL'ta her yerini açarak giyinmelerini eleştirmekte, bu yönüyle de kendini SL'a aykırı görmektedir.

Görüşmelerde erkek kullanıcıların giyim tarzının SL ve gerçek yaşamlarında çok fazla farklılıklar içermediği belirlenmiştir. Gerçek yaşamlarında tercihleri olan spor ayakkabı,

bot, gömlek, kot tarzını SL’ta da sürdürmektedirler. Erkek kullanıcılar düğün, parti gibi organizasyonlarda takım elbise giydiklerini söylemişlerdir.

Kadın ve erkek kullanıcılar alışveriş tercihlerinin farklı olduğunu belirtse de gözlemlerde her iki tarafın da kıyafete önem verdikleri görülmüştür. Kadın kullanıcılar ya sanal mağazaları ya da SL kullanıcıların tasarladıkları kıyafetleri sattıkları Xstreet adlı İnternet sitesini gezerek alışveriş yaptıklarını, kıyafete çok para harcadıklarını söylemişlerdir. Modayı ve diğer kullanıcıların ne giydiklerini takip ettiklerini, beğendikleri bir kıyafet olursa o kişiye odaklanarak, kıyafetin kimin tasarladığını öğrendiklerini ve tasarımcısına özel mesaj attıklarını açıklamışlardır. Bir görüşmeci tıpkı gerçek yaşamdaki gibi SL’ta da bir elbise gördüğünde ondan keyif almak istediğini açıklamıştır. Kullanıcılardan Menekşe, ortama göre uyumlu olmak adına kıyafet değiştirdiğini şu sözleriyle açıklamıştır:

“Ama gittiğim yere göre değişiyor mesela, öyle ki kulübe falan bir yere gidiyorsun. spor giyinirsin ama bazen caz dinlemek için ve işte dans etmek için gittiğin yerler var. Orada çok şık giyiniyordum. Daha şık geliyor. İşte vampirlik yapcaksam, çok vamp giyiniyorum. Bu birazcık şey yapıyor galiba insanda baskı yapıyor. Mesela caz kulübe böyle spor gittiğinde ee bir tepki filan alma korkusuyla herhalde insanlar..... Hoşuma gidiyor yani. Daha doğrusu uyumu sağlamak hoşuma gidiyor. Yoksa mesela hani sadece balo kıyafetiyle girilmesi gereken yerler var ya oyunda..-öyle yerlere de gayet de böyle şey piercing ler...deri ceketlerle gittiğim de oluyor bazen.uğraşamam falan böyle..”.

Erkek kullanıcılar her ne kadar birkaç çeşit kıyafetin kendileri için yeterli olduğunu söyleseler de gözlemlerde bazı kullanıcıların farklı kıyafetleri bulmak için sanal mağazaları gezdiği ve onların da Linden harcadıkları bilinmektedir. Bununla birlikte gözlemlerde tüm kullanıcıların farklılık adına alışveriş yaptıkları sanal mağazaları diğer kullanıcılarla paylaşmadıklarına şahit olunmuştur. Kullanıcıların bu bilgiyi sadece kendilerine yakın gördükleriyle paylaştığı, mağazaların ücretsiz kıyafet dağıtımında arkadaşlarına hemen haber verdikleri görülmüştür. SL’ta böyle bir bilgi paylaşımı karşısındakine önem verdiğinin göstergesi olarak anlaşılmaktadır. Bir erkek görüşmeci

satın aldığı bir kıyafeti başka bir avatarın üzerinde görünce tepkisini şu şekilde anlatmıştır:

“Aldığım şeyi onlar aldığı zaman ben delleniordum çünkü. Hani hangi giyindiğin şeyi mekânda başka kişide görüyordum. E o zaman ben gıcık alıyordum kendimden. içim yanıyor ama siliyorum yani gerçekten gıcık alıyorum. Kıyafete para vermişim onlar da alıyor. Aynı mekânda ikiz gibi geziyoruz sonra. Ee ne yapayım ben de başka yerler giyiniyorum.”

İki farkı cinsiyette dolaşan Merve'nin erkek ve kadın avatarının giyim konusunda farklı tercihleri olduğu öğrenilmiştir. Görüşmeci, bu karşılaştırmayı şöyle yapmıştır:

“....(kadın avatârı) çılgın zaten çok manyak bişi çok değişik bişi o yani oyunda o yeri geliyo tamamen çok açık da giyinebiliyo çok açık yani böyle şey de giyinebiliyo.....(erkek avatârı) normal basit giyiniyor benim gibi gömlek giyiniyo altına bi jean giyiniyo demi. İşte Spor bi ayakkabı ya da ne bileyim bi bot demi”.

4.10. Second Life'ta Siber Seks

Görüşmelerde, kullanıcıların hepsi SL'ta siber seks yaptığını söylemiştir. Görüşmeciler, kendilerine yakın hissettikleri ve birşeyler paylaştıkları kişilerle siber seks yapmaktan hoşlandıklarını, diğer kişilerle yaptıklarını sadece piksel (grafiksel görüntü) sevişmesi olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bir erkek görüşmeci siber seksten duyduğu hazzı şöyle anlatmıştır:

“ilk zaten bir kızla yapmaya başladım sevişmeyi filan, öyle başladım. Baktım hoşuma gitti. Hoşuna gidiyor yani, saçmalık aslında. Gitti işte. Her tanışınca yapmaya başladık yani,... Çoğu insanlar abarttığı için, hani kendini tatmin ediyorlar yaparken.”

Kullanıcılar siber sekse karşı olmamakla birlikte, bazı konularda eleştirilerde bulunmuşlardır. Bir görüşmeci, eşlerini uyuttuktan sonra SL'ta başkalarıyla gizlice siber seks yapanları anlamadığını, bir erkek görüşmeci ise grup seks teklifleri aldığını ve garipsediğini aktarmıştır. Başka bir erkek görüşmeci, kadınların ürkütücü talepleri

olduğunu ve bu durumun sıra dışı birisi olarak kendisini bile korkuttuğunu söylemiştir. Bununla birlikte, yapılan seksin Messenger gibi ortamlara taşındığını, insanların web kamerası açmak koşuluyla sesli ve görüntülü seks yaparak birbirlerini tatmin ettikleri ifade edilmiştir. Kullanıcılar, erkeklerin bu ortamda yapılan seksi kayıt altına aldıklarını ve bunu ileride SL'taki diğer kişilere gösterdiklerini ya da gösterme tehditlerinde bulunduklarını anlatmışlardır. Sanal gözlemde bu duruma sürekli şahit olunmuştur. Özel yazışmaların ya da Messenger'dan alınan fotoğrafların SL'ta dağıtılması birçok tartışmanın da sebebi olmuştur. Özellikle partnerlerinin başka bir erkek partnerle birlikte olduğunu gören erkek kullanıcılar bu tarz davranışlar sergilemektedir. İki görüşmeci kendilerini diğer SL kullanıcılarından farklı görerek siber seksi sadece eğlenmek, animasyonları denemek için yaptıklarını ve kendilerini kaptırmadıklarını iddia etmiştir.

Bunun yanısıra, siber seksten haz almadıklarını ve saçma bulduklarını belirten görüşmeciler de olmuştur. Gözlemlerde siber seksin birçok kullanıcı için SL'ı kullanma sebebi olduğu görülmüştür. Özellikle yeni olduğuna inandıkları avatarlara bu yönde teklifler göndermektedirler. Araştırmacı, SL'ta ilk zamanlarında erkek ve kadın avatarlardan tek ya da grup seks tekliflerine maruz kalmıştır. Kullanıcılar rol oynama kapsamında da birbirlerinin kölesi olarak çeşitli seks aktivitelerinde bulunmaktadır. Köle olan kullanıcının boynunda tasması vardır ve efendi olarak seslendiği avatar bu tasmanın zincirini elinde tutmaktadır. Efendi avatarın her istediğini yapmakla yükümlü olan köle, yine efendisi izin vermeden hiç kimseyle konuşmamaktadır.

4.11. Second Life Kullanıcılarının Kendini Sunum Davranışları

SL kullanıcıları avatarlarıyla dünyada var olabilmekte ve çeşitli yollarla kendini sunum davranışları sergileyebilmektedir. SL’ta kullanıcıların kendini sunum davranışları profil bilgileri, yazılı metin, sözlü ifadeleri, avatarın görünümünde aranmıştır.

4.11.1. İzlenimleri inceleme

Elde edilen bilgilere göre görüşmeciler karşısındaki kişinin sözlü ve sözsüz iletişim davranışlarını izlemekte, onun hakkında bilgi sahibi olmakta ya da kendisi hakkında ne düşündüğünü öğrenmektedir. Diğer kullanıcıların sözlü ifadelerinin davranışlara yansıdığını, çeşitli olaylara verdikleri tepkilerle kişiliğini yansıttığını söyleyen bir görüşmeci, bunu gerçek yaşamındaki cinsiyetinden farklı olarak açtığı kadın avatarıyla anladığını söylemiştir. Kişiliği avatarlar üzerinden anlamamanın zor olmadığına inanan katılımcı, aldığı tepkilere göre o kişiyle ilişkisini sürdürmekte ya da sona erdirmektedir. Kendisi hakkında iyi şeyler söylenmesinden hoşlanan bir başka görüşmeci, olumsuz tepkiler aldığı anda o kişiyle ilişkisini sınırlandırmaktadır. Sanal yaşamda da gerçek yaşam gibi beden dilinin önemli olduğuna inanılmaktadır. Avatarın sırtını dönmesi, genel konuşmada sorulara cevap verilmemesi, bir kulübe gidildiği zaman oradaki insanlar tarafından hoşgeldin denmemesi tepkiler alabilmektedir.

4.11.2. Kendine ilişkin aktarılan izlenim (Diğer kullanıcılar tarafından nasıl görüldüğünün algısı)

Görüşmeciler, diğer kullanıcıların kendilerini nasıl gördükleri ve algıladıkları üzerine düşüncelerini aktarmışlardır. Kullanıcıların aktarımlarından kendini sevdirmek, kendisi hakkında bilgi verme, örnek olma, yardımcı olma gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları; kendini tanımlarken dikkatli olma, kendi hakkında az bilgi verme ve sessiz kalma gibi kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları ve olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınma gibi davranışlar sergiledikleri görülmüştür.

Kendinin sevildiğini düşünen görüşmeciler bunun, kendilerinin diğer kişiler tarafından eğlenceli, neşeli, doğal ve gerçek yaşamdan farksız davranmalarından ötürü olduğuna

inanmaktadır. Nitelikleri nedeniyle olumlu izlenimler edindiklerini düşünen görüşmeciler ise, çalışkan, yardımsever, dürüst, sosyal iletişimi güçlü, çapkın, maddi gücüyle övünmeme gibi özelliklerini öne çıkartmakta, bu nedenle de diğerlerinden farklı olduklarını söylemektedirler. Katılımcılar kendileri hakkında olumsuz bir durum söz konusu olmadığı sürece sanal dünyada yaşanan çatışmalar ya da tartışmalarda sessiz kaldıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeciler gerçek yaşam davranışlarıyla SL davranışlarını da karşılaştırarak kendilerinin nasıl göründükleri hakkında yorumlarda bulunmuşlardır. Bir katılımcı evde çok sessiz olduğunu, annesiyle hiçbir şeyini paylaşmadığını ve kız arkadaşının olmadığını; SL'ta ise neşeli, yakın gördüğü kişilerle paylaşımlarda bulunan bir kişi olduğunu söylemiş ve çok kız arkadaşı olmasından ötürü kendisine çapkın lakabı taktıklarını belirtmiştir. Kendisine ait olan mağaza dışında kulüplerde çok vakit geçirmeyen bi kadın görüşmeci, hem gerçek yaşamında hem de sanal yaşamında kendisinden bahsetmeyi çok sevmediğini ifade etmiştir. Başka bir kadın görüşmeci, bir kulüpte striptiz yapmanın Türk kullanıcılar tarafından olumsuz karşılanması ve yadırganması üzerine olumsuz tepki almamak için böyle bir işi kabul etmeyebilmekte ya da bu iş için başka bir avatar işe koşturmaktadır.

4.11.3. Diğer kullanıcıların kendilerini sunum davranışları

Görüşmeciler, deneyimlerine dayanarak diğer kullanıcıların davranışlarını ve düşünceleri üzerine yorumda bulunmuşlardır. SL kullanıcılarının sergiledikleri kendini sunum biçimleri, kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, kendini acındırma, avatarın görünümünde bilinçli değişimler yapma, uyumlu davranışlar sergileme şeklindedir. Olumlu etki bırakmak için sahip oldukları maddi gücü, yeteneklerini öne sürdükleri ya da giyimleriyle, görünümleriyle, sözleriyle istedikleri izlenimi elde etme düşüncesinde oldukları söylenmiştir.

Davut, SL sakinlerinin olumlu izlenim bırakmak ve karşısındaki kişinin kendisine yönelik istediği şekilde düşünmesini sağlamak için, kişisel niteliklerinden bahsederek, güçlü bir kişiliğe sahip olduklarını göstermeye çalıştıklarını ve SL'ta baskınlık kurarak diğerlerini yönlendirmeye çalıştıklarını ileri sürmüştür. Ebru, olumlu etki bırakmak için erkeklerin linden harcadıklarını ve bunun kızlarda etkili olduğunu iddia etmektedir.

Nur, SL'ta diğer kullancıların, gerçeği bilme olanağının olmaması rahatlığıyla, istedikleri herşeyi kurgulayıp söyleyebildiklerini ileri sürmüştür. Ona göre kullanıcılar, eşinin kollarında öldüğü, aldatıldığı gibi çeşitli hikâyelerle kendilerini acındırmaya çalışmakta ve istediklerini elde edebilmektedir. Menekşe, diğer kullanıcıların güzel avatarlar yaratarak ve onu farklı giydirerek izlenim yaratmaya çalıştıklarını gözlemlediğini belirtmiştir. Bunun yanısıra kullanıcıların, kendilerini sevdirmek için diğer kullanıcıların olumlu özelliklerini övdüklerini ve güzel sözler kullandıklarını söylemiştir. Kullanıcıların doğrudan sergileyemedikleri davranışlar için dolaylı yolları seçtiklerini de belirtmiştir. Örneğin, bir erkeğin gitar çaldığını ve gerçek görünümünü göstermek amacıyla kendisine fotoğrafını yolladığını ve bunu yanlışlıkla gönderdiğini söylemesi onda bu tarz düşünceleri doğurmuştur. Aylin insanların hem gerçek yaşamlarında hem de sanal dünyalarında sevmedikleri şeylere tahammül ederek, karşısındaki kişi üzerinde izlenim yaratmaya çalıştıklarını söylemiştir. Sevmediği bir kişi ile aynı ortamda bulunduklarını, uyumlu davranışlar sergilediklerini belirtmiştir. Atila ise, çevresindeki kişilerin gerçek yaşamda sahip oldukları maddi gücü SL'ta abartarak anlattıklarını, bu şekilde insanları etkilemeye çalıştıklarını ileri sürmüştür.

4.11.4. Kullanıcıların diğer kullanıcılardan kendini farklı görmesi

Görüşmeciler, SL'ın diğer kullanıcıları ile kendilerini çeşitli düşünceleri ve edimleriyle karşılaştırarak farklılıklarını öne sürmüşlerdir. Katılımcılar, siber seks, giyim, eğlence tarzı, dinledikleri müzik, SL'ta var olma nedeni gibi farklı olduğuna inandıkları yönleriyle izlenim aktarma çabası içerisindeyler.

Ebru, kendisini lezbiyen diye eleştirenlerin Messenger'da sesli ve görüntülü seks yaptıklarını, kendisinin ise bir fotoğraf dahi göndermediğini ileri sürmektedir. Kendisinin yaptığı seksi tatmin olmak için değil, eğlenmek için yaptığını ifade eden görüşmeci, kendisini siber seks konusunda farklı bir yere koymaktadır. Kendisini tatmin etmeyen katılımcı, seks yaparak karşısındakini mutlu etmekte ve ondan Linden parası, eşya gibi istediği şeyleri alabilmektedir. Merve, SL'ta eğlence tarzı açısından kullanıcılardan kendini farklı görmektedir. Türk kullanıcıların sadece kulüplerde bulunduğunu ve zamanını dans ederek, müzik dinleyerek geçirdiğini ileri sürmüş ve

insanları çok çeşitli SL alternatifini değerlendirmemekle eleştirmiştir. Görüşmeci hem erkek hem kadın avatarla dünyada var olmakta, yabancı adalarda yabancılarla rol oynama oyunlarında vaktini geçirmektedir. Katılımcı, kadın avatarının gerek vücut şekli (shape) gerekse giyim tarzı açısından kimseye benzemediğini, standart giyinmediğini, diğerlerinden farklı olduğunu iddia etmektedir. Gerçek yaşamındaki kişiliğini yüklediği erkek avatarına ücretsiz kıyafetler almayı tercih eden katılımcı, kadın avatarının giyimi, animasyonları ve aksesuarları için çok fazla harcama yaptığını belirtmiştir. Görüşmeci, DJ olarak çalışıp şarlatanlık yapan kullanıcıları da eleştirerek kendini onlardan farklılaştırmıştır. Ceyda, kendisini giyim konusunda farklı görmektedir. SL'a aykırı olduğunu, yalan söylemediği ve gerçekteki kişiliğini burada da sürdürdüğü için SL'a ait olmadığını söylemiş ve açık giymediği için eleştirildiğini ifade etmiştir. Gözlemlerde bu kullanıcının bir köşede sürekli dikildiği ve konuşmalara çok fazla girmediği görülmüştür. Toplumun dikkatinden kaçmaya çalışan katılımcının, diğer kullanıcılarla anlaşamadığı için kendine yakın gördüğü bir arkadaşıyla kendilerine ait bir ev aldığı bilinmektedir. Aylin, uyumlu davranışlar sergilemesi ve SL'ta her türlü yeni fikre açık olmasıyla kendini farklı görmektedir.

4.11.5. Kendini ifade edebilme

Görüşmecilerden dört kişi gerçek yaşamlarında da sanal yaşamlarında da kendilerini ifade edebildiklerini ve sorun yaşamadıklarını söylemişlerdir. Görüşmeciler, kendilerini ifade etmekle, yazdıklarının doğru anlaşılmasını, ne istediklerinin bilinerek bulundukları ortamda rahatsız edilmemeyi kastetmektedirler. Görüşmecilerinin tümünün üyelik süresi en az 1 yıldır. İlk SL zamanlarında diğer kullanıcılara kendilerini ifade edebilmek ve yanlış anlaşılmamak için çaba harcadıklarını ifade eden görüşmeciler, ilerleyen sanal dünya yaşamlarında bu çabalarından vazgeçtiklerini ve anlamamakla ısrar eden kişileri artık listelerinden sildiklerini belirtmişlerdir. Görüşmelerde sadece bir katılımcı, kendisini gerçek yaşamda ifade edemediğini, ancak SL'ta ifade edebildiğini söylemiştir. Bunun nedeni olarak görüşmecinin çevresi ve yaşadığı maddi sıkıntılar olduğu düşünülmektedir. SL ise görüşmecinin kendisini farklı tanıtabildiği bir ortam olmuştur. Başka bir görüşmeci de gerçek yaşamında kendini ifade edebilirken, SL'ta kendini ifade edemediğini söylemiştir. Kendini ifade edebilmek için kulüp açtığını

belirten katılımcı, bunun bile yeterli gelmediğini ve başka sebepler de eklenince kulübü kapattığını belirtmiştir.

4.11.6. Kendini gerçek yaşamında olduğundan farklı tanıtmak

Görüşmelerde bazı kullanıcıların kendilerine ilişkin bilgileri sakladıkları ya da farklılaştırarak aktardıkları, kimi zaman da bu tarz kişileri örneklendirerek eleştirdikleri görülmüştür.

Gerçek yaşamında eşarpli olan ve bir şirkette temizlik işçisi olarak çalıştığını beyan eden bir görüşmeci, gerçek yaşamına ait bu bilgileri değiştirerek diğer kullanıcılara kendisini şirkette çalışan sekreter ya da müdür olarak tanıtmaktadır. Görüşmeci kendisine acınılmasını istemediği için böyle bir yola gittiğini söylemiş ve gerçek yaşamında sahip olamayacağı arkadaşlara ve yaşama SL’da sahip olabildiğinden bahsetmiştir. Benzer şekilde Erkan da kendisine ait yaş, meslek, oturduğu semt gibi bilgileri saklayarak farklı bir anlatım seçmiştir. Bu durum Erkan’ın Facebook’tan bulup profiline eklediği fotoğraflarla desteklenmektedir. Eğlenceye düşkün, zengin bir kişi izlenimi vermeye çalıştığını anlatan görüşmeci, gerçek yaşamında iflas etmiş ve evinden iş haricinde çok çıkmayan bir kişidir. Bunların dışında görüşmeciler, SL’da çoğu kişinin kendisini çok farklı tanıttığını ve olmak istedikleri kişiye büründüklerini ileri sürmüşlerdir. Görüşmecilerin diğer kullanıcıların bu davranışlarını eleştirdiği de görülmüştür. SL’da bazen kendilerini korumak bazen de karşısındakini etkilemek amacıyla farklı anlatımlarda bulundukları belirtilmiştir. Örneğin tanıştığı bir kızın kendisini doktor olarak tanıtır hemşire çıkması ya da çocuklarını veya yaptığı işi gizlemesi eleştirilmektedir.

4.11.7.Kendine ilişkin bilgileri en aza indirme

Görüşmeciler kendilerine ait özel bilgilerini ilk tanıştıkları kişilerden gizlemektedirler. Bazı bilgilerini ise çeşitli çekincelerden dolayı saklı tutmaktadırlar. Görüşmecilerden birisi ateist olduğunu sakladığını, çünkü öğrendikleri zaman kendisine önyargılı yaklaştıklarını söylemiştir. Başka bir görüşmeci kendisine acınılmasını istemediği için gerçek yaşamda temizlik işçisi olduğunu ve maddi sıkıntılarını gizlemektedir. Görüşmecilerin, SL'ın ve gerçek yaşamın ayrı olduğuna ve ikisinin birbirine karıştırılmaması gerektiğine yönelik inanışları böyle bir davranış sergilemelerine neden olmaktadır.

Görüşmeciler kendilerine gerçek yaşamı hakkında bir şey sorulmasın diye başkalarının bilgilerini merak etmemektedirler. Bir görüşmeci ne kadar az şey bilirse hayal gücünün o kadar çok çalışacağını söylemiştir.

4.11. Diğer kullanıcılara örnek olma

Görüşmelerde üç kullanıcı davranışlarının, görünümünün, giyim tarzının, diğer kullanıcılarla ilişkilerinin başka kullanıcılar tarafından taklit edilerek örnek alındıklarını ileri sürmüşlerdir. Bir görüşmeci, görünümünde yaptığı değişikliklerle SL'ta özenilen bir kişi olduğunu şu sözleriyle anlatmıştır:

“ Ben bunu yaptıktan sonra avatarların sl de şeyi değiştirmeye başladı. Ya etrafta bu seferbenzeyen avatarlar olmaya başladı. Ya insanlardaki o şeyi sabit işte mağazalarda satılan shapleri kullanma alışkanlığını yıktı. İnsanlar işte gibi kalçası olsungibi gözleri olsun ya da işte bi çok insan bunu istiyo ya da bi çok insan bana da shape yapsana...”

4.11.9. Avatara takma isim seçme

Görüşmecilerden 2 kişi kendi gerçek isminin İngilizce karşılığı olan ismi, 1 kişi gerçek yaşamdaki ismini, 1 kişi oğlunun ismini, 2 kişi çizgi film kahramanının ismini, 1 kişi tanıştığı ve hayran kaldığı bir kişinin ismini, 1 kişi o an akla gelen ismi, 2 kişi ise sözlük anlamının kendilerini yansıttığına inandıkları isimleri seçmişlerdir.

İki avatara sahip olan görüşmecinin erkek avatarının isminin çok özel olduğunu ve İnternet’te arandığı zaman gelen tüm isimlerin kendisi tarafından açıldığını söylemiştir. Diğer avatarının ismi ise hayranlık duyduğu ve yaşını, eğitim durumunu, kişisel özelliklerini de avatara yüklediği sanal bir arkadaşının ismidir.

“....ismini seçmemin sebebi şu. O da çok özel bişi. O da rlc de tanıdığım bir kızın gerçek ismi.ve bugüne kadar tanıdığım en akıllı en zeki kız olarak söyiyim sanal ortam değil gerçek hayatta da öle., hayranlık duyduğum birisiydi, gençti.uluslararası fizik ödülleri filan almış bi kızdı gerçek hayatta.”

Başka bir görüşmeci avatarına gelişmiş robot adı verme nedeni olarak kendisini gerçek yaşamda da öyle hissettiğini, görünüş olarak insana benzese de hayatı robot gibi yaşadığını ileri sürmüştür. Bir kadın görüşmeci, aldığı ikinci avatarına yabancı bir isim seçerek, Türk olduğunun anlaşılmamasını amaçlamıştır. Bu kullanıcı diğer Türk kullanıcılarının kendisini birçok yönden eleştirdiklerini söylemektedir. Sevdiği rengi ve burcunu birleştirerek isim veren görüşmecinin yanısıra, herhangi bir anlam içermeyen, ancak kullanımı yaygın isim kullanan görüşmeciler de vardır. Özellikle kendisine ait her türlü gerçek bilgiyi gizleyen görüşmeci, her avatarına toplumda kullanımı sık isimler seçerek kimliğinin sorgulanmasını önleyebilmektedir.

4.11.10. Profil bilgileri ile izlenim yönetimi

SL'ta hazırlanan profil sayfası ile kullanıcılar hem kendileri hakkında bilgi vermekte hem de diğer kullanıcılar hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Görüşmelerde kullanıcıların profil sayfalarına gerçek fotoğraflarını, avatarlarının fotoğraflarını, SL arkadaşlarıyla olan fotoğraflarını, kendi yazdıkları şiir ya da metinleri, ünlü kişilerden alıntıları ekledikleri belirlenmiştir.

Profil bilgilerine yazı ekleme gerekçeleri, kim olduklarını anlatmak, ayrıldıkları partnerini ya da bir kişiyi eleştirmek, birlikte olduğu kişi ya da arkadaşına övgülerde bulunmak, SL yaşamlarını aktarmak şeklindedir. Bir kullanıcı Türklüğüyle gurur duyduğu için bunu anlatan bir yazıyı profiline eklediğini belirtmiştir.

Görüşmeciler diğer profillere baktıklarını söylemişlerdir. Görüşmecilerden birisi profil yazılarının ön bilgi niteliğinde olduğunu, profil yazısını okuyunca onunla iletişime geçip sohbet edebileceğini ya da profilinde yazdıkları ile düşünceleri örtüşmüyorsa ondan uzaklaşabileceğini belirtmiştir.

Gruplar, yeni yerler hakkında bilgi sahibi olmak için de profil yazıları okunabilmektedir. Görüşmeciler profil bilgilerinin o kişinin yeni veya eski üye olduğunun anlaşılması için kullanıldığını da söylemişlerdir. Rol oynama oyunlarından vampir gruplarında yeni üyeler, ruhları için, başka kullanıcılar ise SL'ta ikinci avatar açan kişileri belirlemek için profilleri takip edilmektedirler.

Gerçek yaşamlarına dair farklı anlatımlarda bulunmadıklarını iddia eden iki görüşmeci, profilde yazılanların o kişiyi anlamak için yeterli olmadığını, ayrıca eklenen fotoğrafların sahte olduğuna inandıklarını ileri sürmektedirler.

Görüşmecilerden üç kişi (iki erkek bir bayan) profiline gerçek fotoğrafını eklediğini söylemiştir. Bir görüşmeci Facebook'tan bulduğu bir kişinin fotoğrafını eklemiştir. Diğerleri avatarlarının phoshopta düzenlenmiş ve görmekten hoşlandıkları fotoğraflarını koymuşlardır. Kadın kullanıcılar, erkek kullanıcılar tarafından rahatsız edildikleri

gerekçesiyle gerçek fotoğraflarını koymaktan çekindiklerini belirtmişlerdir. SL'ta evlendikleri zaman profillerine düğünlerinde çekilmiş bir fotoğrafı eklemektedirler. Diğer kişilerin partnerine asılmasını önlemek için de çiftler birlikte olan fotoğraflarını ekleyebilmektedirler.

4.12. Alternatif Kimlik Oluşturma ve Farklı Avatarlar Açma

Görüşmecilerin sanal dünyada birden fazla avatarla yaşadıkları ya da farklı bir kimliğe büründükleri belirlenmiştir.

4.12.1. Birden fazla avatar hesabı açma

Kullanıcıların hepsi SL yaşamlarında çeşitli nedenlerden dolayı birden fazla, farklı cinsiyetlerde ve/veya aynı cinsiyetlerde ya da çocuk avatar hesabı almışlardır. Birden fazla avatar alma nedenleri olarak ilk avatarlarının engellenmesini, rahatça hareket edebilmeyi ve kendilerini tanıyan kişilerden uzaklaşabilmeyi ya da ileride yaşayabilecekleri engellenme durumunda hesaplarındaki parayı diğer avatarlar üzerinde saklayabilmeyi gerekçe göstermişlerdir. Görüşmelerde yeni bir avatar hesabı açma yeni bir sanal hayata giriş olarak da görülmektedir. Oluşturdukları ve kalıplaşmış olduğuna inandıkları avatarlarının dışına çıkmak için böyle bir yol seçilmektedir. Bir görüşmeci asıl avatarına birşey olursa diye açtığı avatarların mutlaka eski üye olarak görünmesini ve üzerinde eşya, para, ada isimleri gibi birikimleri olmasını istediğini belirtmiştir. Görüşmecilerden bir kadın kullanıcı birden fazla avatar almasını şöyle açıklamıştır:

“ ...amacım içimde silik kalmış kişilikleri keşfedip onları sl de deneyimleyip , kendimle ilgili öğrenmekti..biraz bunu yaptım... ama asıl baskın karakterim cogu kez cesur adımlar atmaktan alıkoydu beni.. Şu anda diger avatarlarımı iş ile igi kullanıyorum.. dükkanımda model olarak vs.. ”.

4.12.2.Farklı cinsiyetlerde avatar alma

Gerçek yaşamında erkek olan, SL'ta ise farklı cinsiyette iki avatara sahip olan Merve iki avatarla yaşamasını çeşitli sebeplere bağlamaktadır. Erkek avatar kullanıcının kendisini düşünce ve duygularıyla tamamen aktarabildiği, kendisini ifade edebildiği, yani gerçek yaşamındaki kimliğini sürdürdüğü bir karakterdir. Kadın avatar almasını, sanal partnerine karşı tepkisini göstermek olarak açıklayan görüşmeci, daha sonra bu avatarıyla rol oynama oyunlarında yaşamaya devam etmiştir. Buna gerekçe olarak da farklı bir görünümle ve kendisine biçtiği rolle oynamanın ilginç geldiğini, bu şekilde insanlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmeyi göstermiştir. İki avatar arasında davranış, görünüm, giyim, sosyal ilişkiler, yaşam tarzı gibi birçok açıdan farklılıklar vardır. Kadın avatarını küstah ama saygılı, çılgın, hoşlanmadığı bir şey olduğunda açıkça söyleyen bir kişi olarak tanımlayan görüşmeci, erkek avatarıyla bunları yapamayacağını belirtmiştir. Erkek avatarı için ücretsiz kıyafetler almayı tercih etmekte, kadın avatarının kıyafetlerini, animasyonlarını satın almakta ve çok para harcamaktadır. Kadın avatarının yeri geldiğinde çok açık giyinebildiğini, erkek avatarının ise gerçek yaşamındakine benzer şekilde spor giyindiğini açıklamıştır. Görüşmeci kadın avatarı için bir hikâyeye de belirlemiştir. Buna göre kadın avatarı üniversite mezunu, 28 yaşında, çalışma hayatına girmiş, entelektüel düzeydedir. Görüşmeci, davranışlarının ne kadın ne de erkek gibi olduğunu, farkedilmemek için de kurduğu cümlelerine, davranışlarına dikkat ettiğini söylemiştir.

Erkek iken kadın avatar alan başka bir kullanıcı bunu kendisini yedeklemek için yaptığını, bu ve bunun gibi avatlara para aktardığını söylemiştir. Görüşmeci, her bir avatarı için diğerleriyle bağ oluşturmamaya dikkat ederek, hikâyeler belirlemiştir. Kullanıcı, farklı cinsiyetlerde avatar almanın önemsiz bir ayrıntı olduğunu ileri sürse de, gözlemlerde kadın avatarıyla erkek kullanıcılara çeşitli oyunlar oynadığı, onlara yalan söylediği görülmüştür. Başka bir görüşmeci, oluşturduğu kadın avatarıyla erkek kullanıcıları kandırmak ve onlar hakkında bilgi sahibi olmak istediğini söylemiştir.

Kadın kullanıcılar ise erkek avatar almalarını eğlenmek ve yine kadın kullanıcıları kandırmak için olduğunu belirtmişlerdir.

Farklı cinsiyetlerde avatar açanlar karşısında görüşmecilerin düşünceleri ise değişmektedir. Farklı cinsiyette avatar almalarının nedenlerini cinsel amaçlı ya da can sıkıntısını giderme olarak görmektedirler. Bu davranış kimi kullanıcılar tarafından yadırganmamakta ve avatarı yöneten kişinin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bazı kullanıcılar ise özellikle erkek iken kadın avatar almayı eleştirmektedir. Bu eğilimle birçok kullanıcıyı kandırarak onların özel bilgilerini herkese anlattıklarını söylemişlerdir. SL'ın beş tane avatar hesabı almaya izin verdiğini, ancak bu kadar avatar alanların durumu abarttığı başka bir eleştiridir.

4.13.Second Life Kullanıcılarının Bağımlı Olma Kriterleri

Görüşmeciler bağımlı olmayı SL'ta bulundukları süre, SL'tan vazgeçememeleri, gerçek yaşam aktiviteleri doğrultusunda değerlendirmişlerdir.

4.13.1.Kullanıcıların bağımlı olma üzerine düşünceleri ve SL'ta çevrimiçi olma süreleri

Görüşmecileri bağımlı olduğunu kabul eden ve etmeyen şeklinde gruplandırmak mümkündür. Bağımlılık durumları çevrimiçi olma süresi, SL'a girmediği zaman ortamı merak etmesi ve gerçek yaşam aktivitelerinin önüne geçmesi olarak sunulmuştur.

Görüşmecilerden Sibel, kendisini evde oğluyla vakit geçiren ve çalışmayan bir kişi olarak tanımlamıştır. SL'a zaman geçirmek için giren görüşmeci SL'a giremediği zamanlarda SL'ı hiç aramadığını söylemiştir. SL'ın vazgeçilmez değil de bir alışkanlık olduğunu ileri süren görüşmeci, başka bir aktivite bulsa bu ortamı bırakacağını, ama yine de SL'ta çok fazla vakit geçirdiğini belirtmiştir. Sahip olduğu bakkalda durma zorunluluğu nedeniyle vaktini SL'ta geçiren Zeki, günde 15 saat SL'de olduğunu söylemiştir. Görüşmeci, gerçek yaşamında yapacak farklı aktiviteler bulsa, SL'a sık girmeyeceğini, girerse de bunun sadece 1 saat için ve gerçek dost olarak nitelendirdiği kişileri görme maksadıyla olacağını belirtmiştir. Görüşmecilerden Merve, kendisini SL'a bağımlı bir kişi olarak tanımlamaktadır. SL'ın gerçek yaşamın bir parçası

olduğunu, burada bulunmanın ise İnternet'ten haber okumak gibi normal bir şey olduğunu belirten görüşmeci, sıkıldığı ya da hoşuna gitmediği anda dünyayı terk edebileceğini de eklemiştir. Gerçek yaşamında doktor olan Merve, yemek yemek, duş almak ve çalışmak dışında tüm zamanını SL'ta geçirdiğini, bu sürenin değişebilmekle birlikte ortalama 5-10 saat olduğunu ifade etmiştir. Merve, ekranının başında olmasa bile SL'ın sürekli açık olduğunu da söylemiştir. 4 yıldır SL'ta bulunan ve tasarladığı kıyafetleri satarak para kazanan başka bir görüşmeci, SL'tan vazgeçmenin zor olduğunu söylemiştir. Görüşmeci gerçek yaşamdaki işi nedeniyle genelde geceleri dünyaya girdiğini ve bu sürenin günlük 4 saat olduğunu belirtmiştir. Görüşmecilerden Ahmet, sanal dünyaya bağımlı olduğunu söylemiş ve burayı bırakamama nedenlerini şöyle açıklamıştır:

“....ben size diyorum ya bir bağımlılık yaptığını hiç dışarı çıkmadık sabahdan 24 saat yani işte anca bi bakkala filan yiyecek ne alırken dışarı çıkardık. Yani bir ay ben kimseyle görüşmedik, iletişimi kestim bağımlılık, ..bir ay evden dışarı çıkmadım.. Babam çiftçi bazen geliyor, bazen gelmiyor. Adam geliyor yüzümü görmek istiyor, hani ailece oturmak istiyor, yemek yemek istiyor, dışarı çıkmak istiyor. Onlar çıkıyor ben evdeyim girince çıkılmıyor yani. Yani artık lanet ettim bu oyuna oyunu bırakmam lazım da bırakamıyorum...Bir ara bırakacaktım işte dedim ya ben kendim bırakacaktım, oyunu silecektim. Arkadaşlar ...bırakmadı hatta adıma grup açtılar oyunda işte Ahmet Avril oyunu bırakmasın diye kampanya yaptılar filan.”.

Arkadaşlarıyla sohbet etmek için SL'ta bulunan Tarık, dünyada ortalama 3 saat durduğunu ve onları görmeyince hemen çıktığını belirtmiştir. Aylin, en az 5 saat SL'ta bulunduğunu, bu sürenin hafta sonunda tüm güne çıktığını belirtmiş olmasına rağmen, SL'ın kendisi için vazgeçilmez olmadığını, bazen sıkılıp uzun süre dünyaya girmedeğini söylemiştir. Görüşmecinin SL'a girmedeği zamanlarda başka sanal ortamları tercih ettiği görülmektedir. Aylin diğer kullanıcıların çoğunun SL'a bağımlı olduğu, çünkü bu kişilerin kendilerini avatarlarıyla özdeşleştirerek her şeyi unuttukları yorumunda bulunmuştur. Erkan, SL'ın vazgeçilmez olmadığını, zaman geçirmek için burada bulunduğunu ve istediği zaman bırakabileceğini söylemekle birlikte burada sabah ikiye kadar kaldığını ve sonrasında sabah işe gittiğini belirtmiştir. Davut, gözünü açar açmaz

SL'a girmenin ve yaşanmamışları burada yaşamanın bağımlılık olarak açıklanabileceğini söylemiş ve iki aydır sadece üç ya da dört kez girdiğini ileri sürerek bu düşünceyle kendisinin bağımlı olmadığını ileri sürmüştür. Sonuç olarak görüşmecilerin ortalama çevrimiçi oldukları süre 5 saattir.

5.Özet, Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde araştırmanın özeti, sonucu ve yapılabilecek yeni araştırmalar için düşünülen önerilere yer verilmiştir.

5.1.Özet

Bu araştırmanın temel amacı, sanal yaşam dünyası Second Life üyelerinin sanal ortamda kendilerini sunma tercihleri ile fiziksel (gerçek) dünyadaki kendini sunma tercihleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır.Bu amaç doğrultusunda Second Life sanal yaşam dünyasının genel özellikleri ve kullanıcıların sanal yaşam tarzını belirleme düşüncesiyle SL kullanıcılarıyla görüşmeler yapılmış ve katılımlı sanal gözlemle veriler toplanmıştır.

Araştırmada Second Life sanal yaşam dünyası kullanıcılarının çevrimiçi ve yüz yüze ortamlarda kendini sunum davranışlarının belirlenmesi ve böylece bu iki ortam arasındaki farkların ortaya koyulması amacıyla sanal etnografya yöntemi işe koşulmuştur. Second Life kendisine özgü ekonomisi, kültürel yapısı, değer sistemi, iletişim modları, kullanıcılar arasında etkilişime izine veren teknolojik donanımı ve kullanıcılar tarafından oluşturulan avaturları ile sanal bir sosyal sistem olması nedeniyle en uygun desenin sanal etnografya olduğu düşünülmüştür. Araştırmacı, Second Life'ta bir avatar oluşturup, bu dünyada yaşamaya başladığı tarihten itibaren, araştırma amaçları doğrultusunda bazı kullanıcıları daha yakından gözlemlemiştir. Bu kişilerden daha zengin veri toplayacağına inanan araştırmacı, onlarla zaman geçirerek çeşitli durum ve bağlamlardaki duygu ve davranışlarına şahit olmuştur. Çalışmada araştırma sorularına cevap bulabilmek için 6 kişi ile SL'ta çevrimiçi görüşme; 6 kişi ile yaşadıkları şehirlere gidilerek yüz yüze görüşme olmak üzere toplam 12 kişi ile görüşme yapılmıştır. Kendini sunum davranışları ortaya koyan ipuçları kullanıcıların avaturları aracılığıyla yansıttığı tutum, tavır, davranış, görünüm, yazılı ve sesli ifadeler, giyinme tarzı ve profil bilgilerinde aranmıştır.

Araştırmada veriler tümevarım analizi kullanılarak yorumlanmıştır. Tümevarım

analizinde yüz yüze ve çevrimiçi görüşme verileri ve gözlem verilerinden yararlanılmıştır.

Second Life'ta kendini sunum davranışlarının belirlenmesi açısından incelendiğinde; kullanıcıların en fazla kendini sevdirmeye, kendini farklı tanıtmaya, kendini farklı görme, kendin hakkında bilgi verme, örnek olma, yardımcı olma gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları; kendini tanımlarken dikkatli olma, kendi hakkında az bilgi verme ve sessiz kalma gibi kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları ve olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınma gibi kendini sunum davranışları sergiledikleri görülmüştür.

5.2. Sonuç

Araştırmanın sonuçları genel ve alt amaçları doğrultusunda incelenmiş, bu düşünceyle şu sonuçlara ulaşılmıştır.

5.2.1.Second Life sanal yaşam dünyasının kullanım özellikleri ve bireylerarası ilişkiler

SL, bilgisayar aracılı iletişim teknolojilerinin geldiği son aşamalar olarak kullanıcılarına alternatif ve ideal bir öteki dünya yaratmalarına, diğer insanlarla gerçek yaşamdaki gibi etkileşime girebilmelerine, sunulan gelişmiş görseller içinde gerçek dünyaya benzer tutum ve davranışlarını sürdürmelerine imkân tanımaktadırlar. Sanal dünyalar içerisinde Second Life, gelişmiş görselliği ile kullanıcılarına istedikleri tarzda müziği dinleyebilmeleri, eğlenceli aktivitelerde bulunabilmeleri, rol oynama oyunları içerisinde istedikleri rollere bürünebilmeleri, para kazanabilmeleri, çeşitli yarışlarla macera içine girmeleri, yabancı dillerini geliştirilebilmeleri gibi sunumlarıyla diğer çevrimiçi ortamlardan farklılaşmaktadır. Özellikle avatar olarak isimlendirilen sayısal sunumlarla, istedikleri görünümlere bürünebilmelerine ve böylece sanal yüzler ve bedenlerle kendilerini ifade edebilmelerine; anonim kimlikler içerisinde arzuladıkları benlikleri özgürce kurarak çeşitli kendini sunum davranışlarında bulunabilmelerine olanak tanınmaktadır.

Bu çalışma kapsamında SL kullanıcı profili çıkarılarak, kullanıcıları bu sanal dünyayı tercih etme nedenleri; dünyada bireylerarası ilişkilerinde ve romantik ilişkilerinde sergiledikleri tutum ve davranışlar; siber seks; diğer yabancı ve Türk kullanıcılar hakkında düşünceleri; SL'in geleceği hakkında yorumları ortaya koyulmuştur.

Buna göre; kullanıcıların SL'ta bulunma nedenleri olarak, sanal partner edinmek, sanal sohbet ederek yalnızlıklarını gidermek, siber seksle kendilerini tatmin etmek, cinsiyet değişikliği, fiziksel görünüm, giyim tarzını değiştirebilme, arkadaş edinebilme, işyeri açma gibi gerçek hayatta yapmaya cesaret edemedikleri veya yapamadıkları şeyleri SL'ta kolayca yapabilmek, kendilerine ait bir dünya oluşturarak gerçek yaşamdaki sorunlarından kaçmak, SL'ta stres atmak ya da boş zamanını geçirmek, inşa ya da tasarım yaparak (build) yeteneklerini geliştirmek, para kazanmak, müzik dinlemek, dans etmek, evlenmek, çocuk sahibi olmak gösterilmektedir. Benzer şekilde Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) da araştırmalarında SL'in kullanım nedenlerinin, arkadaş bulmak, diğer ülkeler, şehirler hakkında bilgi sahibi olmak, gerçek dünyada yapamayacakları şeyleri keşfetmek, güzel yerleri görmek ve anonim olarak sosyal ortamlara katılmak, bunun yanı sıra, dünyanın eğitim, eğlence, oyun, çöpçatanlık, dedikodu yapma amaçlı kullanıldığı belirlenmiştir. Boellstorff (2008) da SL'in kullanıcılar için gerçek yaşamlarında keşfedemeyecekleri şeyleri keşfedildikleri için önemli olduğunu ortaya koymuştur. Fetscherin ve Latteman (2007) SL'in kullanım motivasyonlarını önem sırasına göre, sanal yerleri gezmek, sanal dünya hakkında bilgi sahibi olmak, oyun oynamak, insanlarla tanışmak ve son olarak kimlik değiştirmek olarak belirlemiştir. Genel olarak İnternet'in kullanım nedenleri benzer eğilimler taşımaktadır. Karaca'nın (2009) da belirttiği gibi İnternet'in kullanım nedenleri genellikle, iletişim, sanal ilişki, oyun, eğlence, merak, zaman geçirme, günlük sorunlardan uzaklaşma, ilgi alanları ve hobi amaçlı olmaktadır.

Araştırmada yapılan gözlemlerde SL'ta yapılan bir anket sonuçları SL'in kullanım amaçlarını özetler niteliktedir. Nasıl bir aktivite istenildiğine dair sorunun bulunduğu tabelaya tıklayanın %50'si yarışmalar, %20'si daha sık balo, %10'u camide dini bilgilendirme, %10'u inşaa (built) öğrenimi, %10'u İngilizce kursu, %0'ı ise siyasi tartışma istemektedir. Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) da

kullanıcıların hukuk, sağlık, hükümet etkinlikleri gibi konularda bilgi edinme amaçları olmadıklarını saptamışlardır.

SL görüşmecilerinin yaşları 25-45 arasında değiştiği, eğitim durumlarının ilkökul, lise ya da üniversite olduğu, bununla birlikte işyeri sahibi, ev hanımı, doktor, memur, tercümanlık gibi mesleklere sahip oldukları görülmektedir. Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) araştırmalarında kullanıcıların ortalama 30,5 yaşında olduklarını söylerken; Fetscherin ve Latteman (2007) yaş aralığını 19 ile 77 arasında belirlemişlerdir. Bunun yanısıra araştırmacılar, çoğunlukla üyelerin kadın (%53) olduğunu saptamışlardır. Bu çalışmada amaçlı örneklem esas alındığı için SL üyelerini cinsiyet yönünden değerlendirmek ve ortaya bir oran çıkarmak güçtür. Özellikle cinsiyet değiştirerek dünyaya girme, birden fazla avatar hesabı alma gibi nedenlerden ötürü ortaya koyulacak böyle bir bilginin eksik kalacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında yer alan kişilerin üyelik sürelerinin 1 yıl ile 4 yıl arasında değiştiği görülmektedir. İnternet kafeden bağlanan bir kişi dışında, kullanıcılar SL'a evlerindeki masaüstü bilgisayarlarından bağlanmaktadır. Bu sonuç, Fetscherin ve Latteman'ın (2007) araştırmalarında ortaya koydukları kullanıcıların %90'nın 1 yıldan daha az süredir SL'a üye oldukları sonucuyla farklılaşsa da; kullanıcıların %54'nün evlerinden masaüstü bilgisayarlarıyla bağlanmaları yönünde benzerlik göstermektedir. Araştırmada görüşmecilerin SL'ta çevrimiçi oldukları ortalama süre 5 saat olup genelde akşamları yoğun olarak girmektedirler. Hafta sonu ise tüm gün SL'ta bulunabilmektedirler.

Araştırmaya katılan kullanıcılar, SL'a ilk girildiğinde sanal dünyanın kullanımını zor bulmuşlardır. Özellikle SL kişinin, menülerin kullanımı, giyinme, avatari hareket ettirme, animasyonları kullanabilme, para kazanma yolları, adaları bulma ve ışınlanabilme, listeye arkadaş ekleme, müzik sesini ayarlama, sesli konuşma, SL'a fotoğraf aktarma ya da oradan fotoğraf alma, herhangi bir şey satın alma, aldıkları eşyaları envanterlerinde bulabilme gibi birçok konuda yardım alınması gereken bir dünya olarak görülmektedir. Bu yardıma ihtiyaç durumu bir bakıma diğer kullanıcılarla

etkileşimi zorunlu kılmaktadır. Oysaki Fetscherin ve Latteman'ın (2007) kullanıcıların yarısının (%56) SL'ı kullanım yönünden kolay bulduklarını ortaya koymuştur.

SL, arkadaşlık kurmada korunaklı ve risk olmadan rahatça herkesle konuşabilinecek bir ortam olarak görülmektedir. Kullanıcılar kendisini olduğundan farklı gösteren kişilerle arkadaşlık ilişkisi kurmaktan kaçınmaktadırlar. Yine de kendilerinin de eleştirdikleri davranışları sergilemekte ve kendilerini istedikleri şekilde tanımlayabilmektedirler. Bu düşünceye rağmen sanal ortamda samimi ilişkilerin kurulabileceğine inanılmaktadır. Kullanıcıların arkadaş seçimlerinde kendi düşünce ve davranış yapılarına benzer kişilerle yakınlık gösterdikleri görülmektedir. Boellstorff (2008) da sanal dünya içinde görüştüğü kişilerin, SL'ta gerçek yaşamlarından daha yakın arkadaşlıklar kurduklarını belirtmektedir.

Bunun yanısıra gerçek yaşamlarında arkadaş sayısı az olup, SL'ta çok fazla arkadaşı olan kişiler bulunmaktadır. Utz (2000) utangaç ve sosyal ilişki kurmada zorluk çeken kişiler için İnternet'in, bu zorlukları aşmada fırsat sağladığını söylemektedir. Araştırmada, SL kullanıcılarının, gerçek yaşamda arkadaşlarını kolayca silemezlerken, sanal dünyada istediği anda o kişiyi engelleyebilme ya da listesinden silebilme ve ya istemediği ortamı terk etme özgürlüğünün onları rahat hissettirdiği görülmektedir.

Kullanıcıların SL'ta sanal partner edinerek onlarla duygusal ilişki içerisine girip, evlenip çocuk sahibi oldukları ve bu ilişkinin bitiminde gerçek yaşamlarını da etkileyecek şekilde mutsuz oldukları görülmüştür. Bu durum gerçek yaşamında evli olan kullanıcılarda da hissedilmiştir. Sanal dünyadaki romantik ilişkilerin süreci gerçek yaşam ilişkilerine benzetilmekte, gerçek yaşamdaki gibi kıskanma, yönlendirme, baskı yapma davranışları sürdürülmektedir. Özellikle sanal evlilikler çevreye partnerine sahip olduğu izlenimi yaratmak için yapılmaktadır.

Görüşmelerde SL'ta eğlenmek, birlikte vakit geçirmek, kendilerine özel alan yaratmak amacıyla klüp, mağaza, rol oynama oyunları, arkadaşlarının evlerine giriş izni gibi grup üyelikleri söz konusu olmaktadır. Oysaki gerçek yaşamlarında gruplara üyelikleri neredeyse hiç yoktur.

Kullanıcıların kendilerine yakın gördükleri kişilerle SL dışında yüz yüze, telefonla, Messenger, Skype, Facebook gibi farklı ortamlarda görüşerek iletişimlerini bir üst düzeye çıkardıkları görülmüştür. Boellstorff (2008) antropolojik çalışmasında aynı şekilde SL'ta kurulan ilişkilerinin MySpace, Facebook, Friendster gibi ortamlara aktarıldığını ortaya koymuştur. Kullanıcıların bu şekilde SL ile birlikte farklı çevrimiçi ortamları kullanma nedenleri ilişkilerini güçlendirmek olabilir.

Araştırmaya katılanların, yabancı kullanıcıların SL'ı kullanımı hakkındaki yorumları da dikkat çekicidir. Türk ve yabancı kullanıcılar arasında çeşitli yönlerden farklılıklar vurgulanmaktadır. Özellikle yabancı kullanıcıların, Türk kullanıcılardan farklı olarak bu ortamda giyim, cinsellik gibi konularda kimseyi yargılamadıkları, gerçek yaşama dair bilgileri araştırmadıkları, öğrendiklerini ise başkalarına aktarmadıkları belirtilerek, Türk kullanıcıların genelinin boş zamanı çok olan kişilerden oluştuğu, yaş ortalamasının düşük ve iyi eğitim almamış kullanıcıların olduğu, amaçlarının ise siber seks olduğu söylenmektedir.

SL'ta bulunma nedenlerinden bir olarak gösterilen siber seks sorgulandığında kullanıcıların hepsinin SL'ta siber seks yaptığı öğrenilmiştir. Yine de siber seks yapmanın tanımını açtıkları ve kendilerine yakın hissettikleri ve birşeyler paylaştıkları kişilerle siber seks yapmaktan hoşlandıkları, diğer kişilerle yaptıklarının sadece piksel (grafiksel görüntü) sevişmesi olarak görüldüğü belirlenmiştir. Boellstorff (2008) bazı kullanıcılarının SL'ta bulunmalarının asıl nedeninin seks olduğunu söyler.

Kullanıcılar SL'ın geleceği hakkında olumlu ve olumsuz düşüncelere sahiptirler. Olumlu düşünenler için SL, gelecekte insanların yaşamında daha fazla yere sahip olacak ve eğitim, sağlık danışmanlığı, devlet işleri, iletişim gibi alanlarda kullanımı yaygınlaşacaktır. SL'ın kendisini teknik yönden geliştireceğine, hatta gelecekte okula bile gitmeye gerek kalmayacağına inanmaktadırlar. Olumsuz düşünenlere göre, SL insanı yalnızlaştırmakta, bağımlı yapmakta ve gerçek hayatı olumsuz etkilemektedir.

SL'ta para kazanmak ya da para harcamak, gerçek yaşamda sahip olunmayan eşyalara sahip olmanın yanı sıra, diğerlerinden farklı olmak için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Görüşmecilerin hepsi SL'ta herhangi bir işte (DJ olarak kulüplerde çalışma, gelen konuklarla ilgilenme, onların SL ile ilgili çeşitli sorunlarına yardım etme ve adaya gelen her kişiyi adada tutma gibi aktiviteleri kapsayan “staff” işinde çalışma; kıyafet, shape-vücut, skin-ten rengi, saç, aksesuvar tasarlayarak bunları satma; ev eşyası gibi sanal objeleri inşa ederek bunları satma; kulüp işletme, arsa satın alarak bunları kiraya verme; at ya da başka hayvanların çiftliğini kurup bunları satışa çıkarma; avatarların fotoğraflarını çekip, photoshopta düzenlemeler yaparak bunu kullanıcıya satma) çalışmış ya da işyeri sahibi olmuş, böylece para kazanabilmiştir. SL'ta tüm görüşmeciler herhangi bir sanal obje satın almışlardır. Para harcama genellikle avatarın görünümü (kıyafet, ten rengi, saç gibi değiştirme), animasyonlar satın alma üzerine olmakla birlikte ev, hayvan ve bunların gerektirdikleri unsurları satın alma da tercih edilmektedir. Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) çalışmalarında katılımcıların %57'sinin; Fetscherin ve Latteman'ın (2007) da % 60'nın SL'ta bir ürün aldıklarını söylemeleri bu durumu desteklemektedir.

Avatarı daha çekici yapmak için satın alınan her türlü sanal objenin diğer kullanıcılardan farklı olmak, onlardan bu yönleriyle ayrılmak adına yapıldığı söylenebilir. Bu durum Castronova'nın (2001) herkes bu sentetik dünyalarda eşit, mülksüz, parasız ve doğar düşüncesini çürütmektedir. Kullanıcılar gerçek yaşamda satın alma davranışları içerisine çevre baskısı, maddi yetersizlikler gibi nedenlerden ötürü giremeseler de bir şekilde sanal dünyada bunu yıkmak istemektedirler. Bu durum Özdemir'in (2006) de belirttiği gibi farklılık yaratmak ve ilgi çekmek için olabilir.

5.2.2. Second Life kullanıcıların sanal dünyada kendini sunum davranışlarına

yönelik sonuçlar

Araştırmada SL kullanıcılarının kendini sunum davranışları avatarlarının görünümünde, profil bilgilerinde, çeşitli olaylar karşısında gösterdikleri davranışlarında, sözlü ve yazılı ifadelerinde aranmıştır.

Görüşmecilerin çoğunluğunun kendi görünümünden farklı avatarlar oluşturdukları görülmüştür. Bu davranışlarının sebebi güzel ve çekici bir avatar yaratmak istemeleridir. Böyle bir görünümün diğer kişiler üzerinde etkisi olacağına inanılmaktadır. SL sakinleri gerçek hayata benzer şekilde avatarlarının vücuduna önem göstermekte ve daha bakımlı, güzel görünmek için çaba harcamaktadırlar. Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) SL üzerine yaptıkları çalışmada, kullanıcıların avatarlarının görünümünü gerçek yaşamdaki görünümüne benzer yapmalarına rağmen, onları güzelleştirmek ve geliştirmek istediklerini, özellikle avatarın vücutsal özellikleri, saç stili, giyim tarzında gerçek görünümünden daha çekici görünüm oluşturmak için çaba harcadıklarını ve avatarlarını sahip olduklarından daha genç, daha uzun ve daha az kilolu yaptıklarını saptamıştır.

Araştırmada bazı kullanıcıların kendi avatarının görünümünden etkilenip sürekli kendisine baktığı ve bundan zevk aldığı belirlenmiştir. Gerçekte elde edemeyecekleri görümlere SL'ta bürünmek Shechter, Lang, ve Keibler'ın (2011) da ileri sürdüğü gibi kişileri mutlu etmektedir. Araştırmada SL sakinleri avatarın görünümünün diğer kullanıcılarla olan etkileşimlerinde etkili olduğu düşünmekte ve bu durumun en fazla karşı cinsle olan ilişkilerinde ortaya çıktığını söylemektedirler. Görüşmecilerin aktardıkları bu bilgiler Yee ve Bailenson'ın (2007) Proteus etkisi kavramıyla örtüşmektedir. Araştırmacılar, sanal dünyalar içerisinde avatarlar aracılığıyla sergilenen kendini sunum davranışları ile bu sanal dünyaların dışındaki gerçek davranışların arasında dinamik bir ilişki olduğunu söylemektedirler. Bu durum avatarın algılanan çekiciliğinin katılımcıların bir yabancıyla iletişime geçme istekliliği üzerinde etkisi olduğu; buna göre, çekici algılanan avatarların katılımcılar tarafından genelde daha samimi ve daha güven verici hissedildiği şeklinde açıklanmaktadır. Benzer şekilde Banakou (2010), avatarın fiziksel çekiciliğinin üç boyutlu dünyalarda sosyal davranışlar

üzerinde etkisi olduğunu ve bu etkinin gerçek yaşamdaki sosyal davranışlara dahi yansıyabileceğini söylemektedir. Messinger, Stroulia, Lyons ve meslektaşları (2009) da avatarının görünümünün kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçmelerinde etken olduğuna inanmaktadırlar.

Çalışma kapsamında çıkan bir diğer önemli sonuç da kullanıcıların genellikle saç, giyim, ten rengi gibi vücut aksesuarlarını sıkça değiştirmelerine rağmen, yüzlerini değiştirmemeleridir. Kullanıcılar avatarlarının yüzlerini özel, farklı, aynı zamanda kendilerine ait olarak görmektedirler. Böyle bir davranış Özdemiir'in (2006) de açıklık getirdiği ve Goffman'ın izlenim yönetimi kapsamında geliştirdiği yüz (face) kavramıyla açıklamak doğru olacaktır. Bireyin kendisi ile ilgili olarak ortaya koyduğu pozitif sosyal değer olarak kullanılan yüz, kabul gören, sosyal niteliklere dayalı olarak çizilen benlikle ilgili imajdır.

Gözlemlerde ve yüz yüze görüşmelerde kullanıcıların kendilerinden farklı görünümlere büründükleri görülmüştür. Bununla birlikte görüşmecilerin, diğer kullanıcıların gerçek görünümleri ile avatarlarının görünümleri arasında çok fazla farklılık olduğunu iddia etmekte, hatta bazıları bunu eleştirirken, bazıları da bu durumu doğal görmektedir. Bu düşünceleri, birbirlerine gerçek fotoğraflarını yollamaları, Messenger'da kamera açmaları ya da yüz yüze görüşmeler sonrasında edindikleri bilgilere dayanmaktadır. SL ile gerçek yaşamın tamamen zıt olduğu, güzel-yakışıklı, ince, kaslı avatlara sahip olanların gerçekte şişman, çirkin, kilolu olduğu düşünülmektedir. Bu sahip olmak istenilen görünüme SL'ta kolayca sahip olabilmenin getirdiği bir özgürlüktür. Gerçek yaşamlarında güzel olduklarına inanan kişiler bile gerçekte sahip olamadıklarını SL'ta gerçekleştirdikleri saptanmıştır.

Leary (1996) izlenimleri incelemenin, kendisini sunum davranış motivasyonları içerisinde ilk sırada yer vermektedir. Araştırmada SL kullanıcılarının izlenim oluşturmada önce diğer kişilerin izlenimlerini, yazılarını ve konuşmalarını inceledikleri belirlenmiştir. Sanal dünyada ilk izlenimler önemli olmakta ve buna göre kullanıcılar edindikleri bilgilere göre o kişiyle iletişimini sürdürmekte ya da sona erdirmektedir. Avatarın görünümü, hareketleri, genel yazışma alanına yazdıkları yazılar hatta profilleri incelenmekte ve böylece onun hakkında bilgi sahibi olunmaya çalışılmaktadır. Sanal

ortamda beden diline yönelik ipuçlarının varlığının az olduğuna inanılsa da avatarlarla beden bulan kullanıcılar, avatarların hareketlerine dikkat etmektedirler. Örneğin giyilen kıyafetler o kullanıcının düşüncesi hakkında yorumlar yapılabilmesine olanak tanımaktadır.

Görüşme ve gözlemlerde kullanıcıların en fazla kendini sevdirmeye, kendin hakkında bilgi verme, örnek olma, yardımcı olma gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum davranışları; kendini tanımlarken dikkatli olma, kendi hakkında az bilgi verme ve sessiz kalma gibi kendini korumaya yönelik kendini sunum davranışları ve olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınma gibi kendini sunum davranışları sergiledikleri görülmüştür.

Araştırmada bazı kullanıcıların sadece kendilerine yakın gördükleri kişilere kendilerini anlatıcı paylaşımlarda bulunurken, amacı sanal partner edinmek ya da yeni insanlarla tanışmak olan kullanıcıların kısa bir konuşmadan sonra kendilerinin sanal dünyadaki ve gerçek yaşamdaki becerilerinden bahsettiği belirlenmiştir. Kendini sunum davranışları içerisinde kendin hakkında bilgiler verme olarak ifade edilen bu davranış, Özdemir'in (2006) de çalışmasında ortaya koyduğu gibi bilinçli olarak yapılan bir davranıştan çok iletişimi başlatmanın ön koşulu olma niteliğindedir. Bununla birlikte SL'ta kullanıcılar arasında gerçekleşen etkileşimin sonraki süreçlerinde, kullanıcıların niteliklerinden sıkça bahsettikleri, çalışkan, yardımsever, dürüst, sosyal iletişimi güçlü, çapkın, maddi gücüyle övünmeme gibi özelliklerini diğerlerine aktararak olumlu izlenimler edinme çabalarında oldukları görülmüştür.

Kendini sevdirmeye davranışının SL'ta sergilenen kendini sunum davranışlarından biri olduğu görülmüştür. Kendisinin sevildiğini düşünen görüşmeciler bunun, kendilerinin diğer kişiler tarafından eğlenceli, neşeli, doğal ve gerçek yaşamdan farksız davranmalarından ötürü olduğuna inanmaktadırlar. Dominick (1999) de kişisel web sayfalarını kendini sunum stratejilerini kullanarak değerlendirdiğinde, kendini sevdirmeye davranışının en fazla tercih edilen bir davranış olduğunu saptamıştır.

Araştırmada katılımcıların, gerçek yaşamda sergiledikleri kendini sunum davranışları ile SL'ta sergilenen kendini sunum davranışlarının farklılaştığı da saptanmıştır. Özellikle sosyal ilişkiler, yaş, meslek, gelir durumu, fiziksel görünüm gibi özellikler arzu edilen şekilde değiştirilebilmektedir. Vaast'ın (2007) da belirttiği gibi elektronik iletişim kişinin

kendisine gizemli bir hava vermesine, kendini farklı tanıtmaya izin vermektedir. Bu da Goffman'ın terminolojisi içinde seyirciyi hayran bırakabilmek için arzu edilen bir durumdur. Aktarılan ve alınan bilginin kontrolü için sanal ortamın çoklu cepheleri idealdir. Cornwell ve Lundgren'in (2001) sanal sohbet odalarını kullanan kişilere yönelik yaptıkları araştırmalarında ortaya koydukları, kullanıcıların karşısındaki romantik parnetrinin ilgisini çekmek amacıyla eğitim düzeyi, yaş, fiziksel çekiciliği, ilgi alanları, geçmişleri ve diğer özellikleri hakkında yanlış izlenimler aktardıkları savı bu düşüncüyü desteklemektedir.

Gerçek yaşam ile sanal yaşam arasında sahip olunan arkadaş, sosyal çevre ile ilişkiler gibi konuların da farklılık gösterdiği saptanmıştır. Örneğin gerçek yaşamında sessiz olan ya da arkadaşı, sevgilisi olmayan kişiler SL'ta neşeli ya da çok fazla arkadaşla sahip olabilmektedir. Buna benzer sonuçlar farklı çalışmalarda da görülmüştür. Jacobson (2006) çalışmasında siber ortamda kullanıcıların gerçek yaşamda olduğundan daha fazla konuşkan olduklarını saptarken; Jung, Youn ve Mcclung (2007) da İnternet kullanıcılarının böyle bir ortamda benliklerini daha gerçekçi ve içten sunduklarını ve bu ortamların onlara farklı benlik sunumları için alternatif bir yer sağladığını ileri sürmektedir.

Araştırmaya katılanlar, diğer kullanıcıların sergiledikleri davranışları da izlemekte ve onların olumlu izlenimler elde etmek için sahip oldukları maddi gücü, yetenekleri sıkça dile getirdikleri ya da giyimleriyle, görünümleriyle, sözleriyle etki yaratma çabasında oldukları söylenmektedir. Kendini sunum motivasyonları dikkate alındığında hedeften gelen davranışlar da izlenim yönetimi taktiklerini değiştirebilmektedir. Kendilerine yönelik olumlu dönütler kullanıcıları mutlu hissettirmektedir.

SL'ta en fazla gözlemlenen davranış kendini diğer kullanıcılardan farklı görme davranışdır. Siber seks, giyim, eğlence tarzı, dinlenen müzik, SL'ta bulunma nedeni gibi konuların en az birinde tüm görüşmeciler kendinin diğerlerinden farklı olduğuna inanmakta ve bunu vurgulayıcı söylemlerde bulunmaktadır. Kendini farklı görme davranışı örnek olma davranışıyla da ilişkilendirilebilir. Davranışlarının görünümünün, giyim tarzının, diğer kullanıcılarla ilişkilerinin başka kullanıcılar tarafından taklit

edilerek örnek alındıklarını düşünen kullanıcılar bu durumdan memnundurlar. Oysaki Özdemir (2006), örnek olma taktiklerinin sanal ortamda kullanılmadığı saptamıştır.

Kullanıcıların kendini sunum davranışları içinde değerlendirilen avatarlarına tercih ettikleri takma isimler değerlendirdiğinde bu isimlerin yine kendileriyle özdeşleştirdikleri, sevdikleri ya da hayran kaldıkları kişilerin isimlerinden oluştuğu görülmüştür. Doğan (2006) takma adın fiziksel çekiciliğe karşılık geldiğini ve ilişkinin başlamadan önce filtre etkisi yaptığını belirtir.

Diğer bir kendini sunum aracı olan profil sayfalarında yer verilen bilgilerle SL sakinleri, kim olduklarını, eleştirilerini, SL ve gerçek yaşam bilgilerini aktarabilmektedirler. Bu sayfalara gerçek fotoğraflar yerine SL'ta çekilen ve photoshopta düzenlenen, arzu ettikleri görünümdeki avatarlarının fotoğrafları ya da çeşitli sanal ortamlardan bulunan sahte fotoğraflar eklenmektedir. Görüşmeciler için profil bilgileri, ön bilgi niteliğinde olup iletişim başlaması için de bir kaynak niteliği taşımaktadır. Benzer şekilde, Collins (2008) ve Krämer (2009) de çalışmalarında profil bilgilerinin kullanıcıların kendileri hakkında bilgi vermenin yanı sıra ağ içindeki diğer üyelerle iletişim kurabilmek için bir araç olarak kullanıldığını saptamışlardır. Yine de bazıları için bu yazılar kişi hakkında bilgi sahibi olabilmek için yeterli görülmemektedir. Bunun nedeni ise sanal dünyada aktarılan yazı ve fotoğrafların sahte olduğuna yönelik inanışlardır.

Kullanıcıların hepsi SL yaşamlarında çeşitli nedenlerden dolayı birden fazla, farklı cinsiyetlerde ve/veya aynı cinsiyetlerde ya da çocuk avatar hesabı almışlardır. Kullanıcılar avatarlarıyla sanal topluluk içinde bir kimlik oluşturmuşlardır. Bu yerleşen kimliğin dışına çıkabilmek için yeni bir avatar hesabı açılmaktadır. Bu durum yine sanal dünyanın sunduğu bir özgürlük olarak değerlendirilmelidir. Kalıplaşmış sanal kimliklerinden yeni bir avatarla kurtulmak mümkündür.

Araştırmada kullanıcıların farklı cinsiyette avatar aldıkları da saptanmıştır. Bu davranışın nedenleri rol oynama oyunları için ya da diğer kullanıcılar hakkında daha fazla bilgi

sahibi olabilmek içindir. Roberts ve Parks (2010), MOO kullanıcılarının cinsiyet değiştirmelerinin nedenlerinin role bürünme oyunlarında bulunmaları, karşı cins hakkında bilgi sahibi olmak istemeleri, bu durumu eğlenceli bulmaları şeklindedir. Hussain ve Griffiths (2009) de kullanıcıların gerçek yaşamda keşfedemeyecekleri şeyleri cinsiyet değişikliği ile keşfettiklerini saptamıştır.

5.2.3.Second Life kullanıcılarının sanal dünyada ve gerçek yaşamda yaşam tarzı aktiviterine yönelik sonuçlar

Görüşmecilerden bazıları gerçek yaşam ile sanal yaşam arasında davranış ve düşünce açısından farklılıklarının olmadığını söylemiştir. Oysaki yaşam tarzı açısından farklılıklar görülebilmektedir. Örneğin gerçek yaşamlarında çok fazla arkadaşı olmadığını söyleyen kişilerin SL'ta arkadaşları çok fazladır. Gerçek yaşamda yapmaya cesaret edemedikleri, giyim tarzı, ev sahibi, çocuk sahibi olma, sevgili bulma SL'ta özgürce yapılabilmektedir.

Kullanıcıların gerçek yaşamda tüketim alışkanlıkları ile sanal yaşam dünyasındaki tüketim alışkanlıkları, günlük aktiviteleri arasında farklılıklar belirlenmiştir. Gerçek yaşamlarında alışveriş yapmayı sevmeyen kişilerin sanal dünyada farklı kıyafetler giyinmek için çaba harcadıkları görülmüştür. Giyim konusunda da farklılıklar olabilmektedir. Gerçek yaşamında eşarplı olan kullanıcılar burada istedikleri gibi giyinebilmektedirler. Bunun yanı sıra kumar oynamak, gruplara üye olmak, yeni arkadaşlar edinmek, kulüplere gitmek gerçek yaşamda çok yer almayan, ancak sanal dünyada benimsenen aktivitelerdir.

5.2.4.Görüşmeci bazında kendini sunum davranışlarına ve yaşam tarzınayönelik sonuçlar

Aşağıda, on iki görüşmeci ile yapılan çevrimiçi ve yüz yüze görüşme ve gözlem verileri göz önünde bulundurularak, kullanıcıların sanal dünyada ve gerçek yaşamda sundukları kendini sunum davranışları kısaca özetlenmiştir.

Ebru: Katılımcı ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Katılımcının sanal dünyada sergilediği kendini sunum davranışları kendini acındırma, kendini sevdirmeye, yardımcı olma, kendini farklı tanıtmaya şeklindedir. Gerçek yaşamında temizlik işçisi olan kullanıcı sanal dünyada kendisini şirket müdürü olarak tanıtmakta ve fiziksel görünümüne dair farklı anlatımlarda bulunmaktadır. Gerçek yaşamında eşarp kullanan, kot pantolon giyemeyen görüşmeci, sanal dünyada sınırların olmaması gerektiği inancıyla açık kıyafetler tercih etmektedir. Gerçek yaşamında maddi sıkıntılar yaşayan, bu eşini kaybetmiş katılımcı, sanal dünyada erkek kullanıcıların eşleriyle sorunlarını dinleyerek onlara yardımcı olmak istemektedir. Görüşmeci kendini acındırarak diğer kullanıcılardan Linden istemekte, böylece istediği kıyafet ya da animasyonları satın alabilmektedir.

Tarik: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Sanal dünyada iki erkek avatarla bulunmakta ve sanal dünyada gerçek yaşamından farklı olmadığını savunmaktadır. Kullanıcı sanal dünyada niteliklerini anlatmaya, kendini sevdirmeye, kendini övmeye ve farklı olduğunu göstermeye yönelik kendini sunum davranışları sergilemektedir. Bu davranışının amacı olumlu izlenimler aktararak arkadaş edinmektir. Gerçek yaşamında boşandığını söyleyen görüşmeci, sanal dünyada partner edinmekte ve duygusal ilişkiler içerisinde bulunmaktadır. Avatarının giyim tarzı ve görünümü fiziksel görünümünden farklıdır. Sanal dünyada avatarının kaslı olmasına önem vermektedir.

Merve: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeci gerçek yaşamında erkek olmasına rağmen, sanal dünyada hem erkek hem de kadın avatari ile bulunmaktadır. Erkek avatarının kendisini yansıttığına inanmaktadır. Görüşmelerde fiziksel görünümü ile avatarının görünümü birbirine yakın olduğu görülmüştür. Kullanıcı erkek avatari ile yapamadıklarını kadın avatari aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir. Kadın avatarına yaşı,

eğitim durumu, tercihleri, davranışları açısından bir kimlik belirlemiş ve bu kimlik doğrultusunda davranışlar sergilemektedir. Erkek avatarı yardım etme, kendine ait gerçek yaşam bilgilerini gizleme, toplumun dikkatinden kaçınma gibi kendini sunum davranışları sergilerken; kadın avatarı farklı olmaya çalışma, örnek olma, kendini sevdirmeye davranışları sergilemektedir. İki farklı cinsiyetteki avatarın listelerindeki arkadaş sayısı, tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzı, giyim tercihleri farklılık göstermektedir.

Zeki: Katılımcı ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Görüşmeci sanal dünyada kulüp işletmekte, bu nedenle kulübünde diğer kullanıcıları tutabilmek için kendini sevdirmeye, yardım etme davranışları gibi kendini sunum davranışları sergilemektedir. Gerçek görünümüne ait fotoğrafını profiline ekleyen kullanıcı, avatarının görünümüne önem vermemektedir. Kullanıcı bireylerarası ilişkilerini sürdürmede ilk izlenimlere önem vermektedir.

Menekşe: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Yüz yüze görüşmelerde görüşmecinin fiziksel görünümü ile avatarının görünümü arasında farklılıklar azdır. Kendi niteliklerini anlatma davranışlarını sergilemekte, diğer kullanıcılardan gelen övgülere önem vermektedir. Kullanıcı avatarının görünümünde değişiklik yapmayı sevmektedir.

Ceyda: Katılımcı ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Kullanıcı sanal dünyada toplumun dikkatinden kaçınmaya ve kendine ilişkin bilgileri en aza indirmeye yönelik davranışlar sergilemektedir. Kullanıcı avatarının görünümünde hiç değişiklik yapmamakta ve bu görünümün gerçek yaşam görünümüne benzediğini ileri sürmektedir. Diğer kullanıcıları giyim tarzı ve yaşam tarzı açısından eleştiren katılımcı, kendisini farklı ve aykırı görmektedir.

Erkan: Katılımcı ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Görüşmeci gerçek yaşamında dair her türlü bilgiyi gizlemekte ve diğer kullanıcılara kendisini çok farklı sunmaktadır. Gerçek yaşamında bir dönem çok zengin olduğunu ve iflas ettiğini ileri süren katılımcı sanal dünyada o günlerinden kalan yaşam tarzını sürdürdüğünü ileri sürmektedir.

Profilinde sanal ortamdan bulduğu bir fotoğrafı ekleyen görüşmeci, yaş, meslek gibi konularda da kendini farklı anlatmaktadır. Görüşmeci Linden parası yardımı yaparak diğer kullanıcılar üzerinde olumlu izlenim oluşturmak istemektedir.

Aylin: Katılımcı ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Katılımcı kendisini asosyal olarak tanımlamakta, SL’ta yardım etmekten hoşlanmaktadır. Diğer kullanıcılardan giyim tarzı açısından farklı olmak için tüketim alışkanlıklarını sanal dünyada da sürdüren görüşmeci, kredi kartından sanal dünyaya sürekli para aktarmaktadır.

Davut: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeci siyasi görüşlerini sanal dünyada sürdürmektedir. Kendisini gerçek yaşamından farklı anlatan görüşmeci, sadece yakın gördüğü kişilerle paylaşımlarda bulunmaktadır. Dinlediği müzik, siyasi düşünceleri ile izlenim oluşturmaya çalışmaktadır.

Ali: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Gerçek yaşamında kilolu ve kısa boylu olduğu görülen görüşmecinin gerçek yaşamında avatarının görünümü farklıdır. Avatarının görünümünün önemli olduğuna inanan katılımcı gerçek yaşamında yapamadıklarını sanal dünyada gerçekleştirebilmektedir. Gerçek yaşamında suskun olduğunu, kendisine ait bilgileri paylaşmayı sevmediğini ve çok arkadaşı olmadığını belirten katılımcı, sanal dünyada çapkın lakabıyla tanındığını ve çok konuştuğunu belirtmektedir.

Sinem: Katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeci kendisinden bahsetmeyi ve avatarının görünümünde değişiklik yapmayı sevmektedir. Gerçek yaşamında evli olmasına rağmen eşiyle sorunlar yaşadığını, evde konuşacak kimse bulamadığını ve ailesiyle görüşmediğini söyleyen görüşmeci, sanal dünyada sanal evlilikler yapmakta, edindiği arkadaşlarını kuzen, kardeş olarak çağırmaktadır.

Nur: Görüşmeci sanal dünyadatasarım yaparak para kazanmaktadır. Türk kullanıcılarla çok fazla etkileşime girmek istemeyen bu kullanıcı, dikkat çekmeyen ortamlarda bulunmakta ve arkadaş sayısını sınırlı tutmaktadır.

5.3.Öneriler

Bu bölümde, araştırma bulgularından ve alanyazından elde edilen bilgiler doğrultusunda, iletişim araştırmacılarına, toplum bilimcilere, eğitimcilere, sosyal psikologlara, mimarlara, işletmecilere yol göstermesine yönelik öneriler sunulmaktadır.

Sanal etnograf olarak Second Life'ta çalışma yapacaklara öneriler şu şekildedir:

1. Kullanıcılarla kurulacak etkileşimde kişisel bilgilerin doğru verilmesi sağlıklı bir iletişimin kurulmasını sağlaması açısından önemlidir.
2. Kullanıcıların davranışlarının nedenleri ortamın bağlamına göre değerlendirilmelidir.
3. Second Life kullanıcılarıyla ortak paylaşımlarda bulunmalı ve kullanıcılarla uzun zaman dilimlerinde birlikte olunmalıdır.

Gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik öneriler şu şekildedir:

- a) Second Life'ta yaşayan yabancı kullanıcıların sanal dünyada sergiledikleri kendini sunum davranışları araştırılıp, Türk kullanıcılar arasında ne gibi farklılıklar olduğu kültürel bağlam da göz önünde bulundurularak araştırılmalıdır.
- b) Kendini sunma davranışları ve stratejileri diğer sanal dünyalarda da incelenip, Second Life ile farkları araştırılmalıdır.
- c) Araştırmadan elde edilen bilgiler doğrultusunda, kendini sunum davranışlarının belirlenmesine yönelik ölçek hazırlanıp nicel bir araştırma yapılmalıdır.
- d) Second Life kullanıcılarının kendini sunum biçimlerini ortaya koymada onları tanıyan kişilerle de görüşülmeli ve karşılaştırmalar yapılmalıdır.
- e) Second Life sosyal psikoloji, iletişim bilimi gibi bilim dallarının çeşitli kuramları çerçevesinde incelenmelidir.
- f) Second Life, işletmelerin çeşitli yönlerden kullandığı bir ortamdır. İşletme alanında çalışanlar, bu ortamda Türk firmalarının ürün tanıtımı, reklam çalışmaları gibi konuların, kullanıcıların tüketim davranışlarını nasıl etkilediği

yönünde araştırmalar yapmaladırlar. Bunun yanısıra işgücünün üç boyutlu ortamda eğitilmesi, farklı şehirlerde bulunan şubelerin SL üzerinden iletişim kurmaları çeşitli deneysel araştırmalarla sorgulanmalıdır.

- g) Second Life gerçek mimari yapıların birebir benzetimlerinin oluşturulacağı bir mekân olarak, burada çeşitli tarihi, turistik yerler inşa edilmeli, sanal rehber amaçlı kullanılmalıdır.
- h) Psikologlar sanal terapi uygulamaları yapmalı, anonim kimliklerin psikolojik sorunların çözümündeki etkisi incelenmelidir.
- i) SL'ta kurulacak danışmanlık ofislerinde hukuksal sorunların, e-devlet hizmetlerinin verilmesi sağlanmalı, bu hizmetlerin tercih edilme ya da edilmeme nedenleri araştırılmalıdır.

Ekler Listesi

Ek1.Second Life Sözlük ve Kısaltmalar	177
Ek 2.Görüşme Formu ve Görüşme Soruları	183
Ek 3.Verilerden Oluşturulan Kategoriler ve Bu Kategorilere Karşılık Gelen Kod Anahtarı.....	188

Ek1. Second Life Sözlük ve Kısaltılmış Kelimeler²⁴

AFK (Away From Keyboard): Sanal dünya içinde çevrimiçi olmasına rağmen ya bilgisayarın başından ayrılan ya da hiçbir hareket etmeyen yani klavyesine dokumayan kişi.

Animation(AO): Avatara hareket özelliği veren hareketler.

In-world: SL dünyasından bahsederken kullanılan kavram. Sakinler ve Linden oyun ifadesi yerine bu ifadeyi kullanırlar.

Landmark (LM): SL içinde özel yerlerin konumu gösteren ve özellikleri hakkında bilgi veren, harita üzerinde koordinatları belirtilen yer işareti.

Avatar: SL dünyası içinde sakinleri temsil eden sayısal, grafiksel görünüm. “Avi” ya da “avie” olarak kısaltılır.

Attachment: Avatara giydirilen ya da takılan sanal obje. Örneğin kılıç, çiçek demeti, saat, küpe, cüzdan gibi. Avatar üzerinde 30 ekleme noktası vardır.

Deep-think: Sim performansı ile ilgili. Sim üzerindeki objelerin yüklenme süresinin uzun sürdüğünü belirlemek için kullanılıyor

First Life ya da Reel Life (RL): Gerçek, fiziksel yaşam.

Freebie: SL’ta parasız alınan ya da sadece 1LS ödenerek sahip olunan her şey.

Gesture: Çeşitli animasyon ve sesleri içeren mimikler. SL ekranında “Gesture” listesi bulunur. Bu listede alkış, dans, özür, gülme, üzülme gibi temel hareketler ya da hazır sesli kelimeler vardır.

Griever: SL’ta sakinleri rahatsız ya da taciz eden holigan türü şahıslar. Bu kişiler “mutsuzlar” olarak bilinir. Etraflarındaki herhangi bir duruma kolayca sinirlenebilirler.

²⁴Sözlük çeşitli kaynaklar ve araştırmacının deneyimlerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur.

Role bürünme oyun kurallarını reddederler. SL objelerine zarar verebilirler. Bulundukları alanda etrafı kaplama suretiyle sürekli resim yollayarak diğerlerini rahatsız ederler. Lindenler tarafından sevilmezler.

Grid: Second Life'in sanal alemi ve sunucu ağı için kullanılan bir yaygın terim. SL haritası anlamında da kullanılır.

Hud: Heads-Up Display. Görme ya da geçiş gibi davranışlar dizisini kontrol etmeye yarayan sanal uzaktan kumanda. Avatarın vücuduna eklenir.

IM: Instant Message. Özel mesaj. Avatarlar arasındaki özel konuşma ve yazışma yeri. İkili olabileceği gibi grup içinde konferans şeklinde de olabilir.

Ban: SL sakinin çeşitli nedenlerle belli yerlere girişinin yasaklanması. Bu nedenler, SL'in altı kuralına uymama ya da ve özel bir alana girme durumunda söz konusudur.

Inventory: SL'ta avatarın envanteri, her şeyin bulunduğu dosya. Burada sahip olunan kıyafet, obje, yer işaretleri (landmark), arkadaş listesi klasörleri yer alır ve istenildiğinde klasörler silinebilir. Sadece sahip olunan toprak bulunmaz.

Lag: SL dünyasında, bir simin yüklenmesi sırasında ya da başka bir alana teleport olurken gerçekleşen yavaşlama. Yavaşlama avatarın kıyafet değiştirmesinde ya da giyilen kıyafetlerin başka yerlere eklenmesinde de görülebilir. Özellikle çok fazla sakinin bir arada bulunduğu ortamlarda yaşanan bir durumdur.

Land Baron ya da Baroness: Büyük topraklara sahip olan kişi.

LL: Linden Lab'ın kısaltılmışı. SL dünyasını yaratan ve Linden ailesi için çalışan herkes. Bu kişiler Linden soyadını alır ve gerekli durumlarda yardımcı olurlar.

Mature: Seks gibi yetişkinlerin yaptığı eylemlere açık yerler.

Name: Avatarların başının üzerinde yer alan isim ya da lakap. Üye olunan grup ismi de burada yer alır.

No-copy: Bir başkası tarafından üretilmiş olan objeye sahip olduktan sonra onun çoğaltılmaması yolunda koyulan yasak.

No-modify: Bir başkası tarafından üretilmiş olan objeye sahip olduktan sonra onun üzerinde değişiklik (renk, ölçü, şekil) yapılmasını engelleyen yasak.

No-transfer: Bir başkası tarafından üretilmiş olan objeye sahip olduktan sonra onun bir başka avatara transfer edilmesini engelleyen yasak.

Notecard: Kullanım kılavuzu ya da not. Ada kuralları, yer ya da bir aktivite hakkında bilgilendirme şeklinde olabilir.

PG: Yetişkin (adult) eylemlerini yasaklayan halka açık bölgeler.

Pie menu: Daire şeklinde, çeşitli seçenekler sunan menü. Bir obje, avatar ya da yer üzerinde sağ tuşuna basılınca ortaya çıkar.

Poseball: Avatara çeşitli animasyonlar sunan, renkli toplar. Avatarların hareketlerini belirleyen araç. Genelde kadınlar için pembe, erkekler için mavi renkte olabileceği gibi farklı renklerde de olabilir. Örneğin dans, seks, vücut pozisyonları için kullanılır.

Prefab: Tamamlanmış, inşa edilmiş hazır bina.

Prim: Primitive kısaltılmışı. Her nesnenin en küçük parçası. SL’da görünen her şey üç boyutlu bir nesneden oluşur. Tek bir nesneden üretilmiş bir obje 1 prim olabileceği gibi, 500 tane primin birleşmesi de prim sayılır. Bu nesneler küp, daire, koni, piramit, silindir ve bunların türevleri şeklindedir. Kullanıcılar SL’ın tasarım özelliği sayesinde kendi yaratıcılıklarını kullanarak “Build” menüsünden nesne üretilebilir, desen, parlaklık, esneklik gibi özellikler verebilir, hatta son halini diğer kullanıcılara satabilirler. Nesneler ev, kıyafet, saç olabilir.

Resident: SL’da yaşayan kişiler, sakinler.

Rez: Envanterden çıkartıp yere koymak.

Sandbox: SL'ta evi ya da toprağı olmayan kişilerin, obje yaratmak için istedikleri sürece kullanabildikleri halka açık alanlar. Search menüsünden bu yerler bulunabilir. Ancak bu alanlarda uyulması gereken bazı kuralları söz konusudur.

Snapshot:SL dünyasında istenilen yer/nesne/kişinin fotoğrafını çekme işlemi. Çekilen fotoğraf envantere, masa üstüne yüklenebilir. Ancak kopyalamanın fiyatı 10Linden' dir. Her görsel malzeme için (ses ve animasyon için de geçerli) 10 Linden ödemek gerekir.

Sim:Second Life tabakası (Grid) üzerinde yer alan sunucular. Her sim 65,535 m2'lik bölge demektir. Simler türlerine göre PG ve Mature olarak ayrılır. Simlere isimleri ve X/Y/Z koordinatlarıyla ulaşabilir.

Slurl, Secondlife URL (Link Vermek, Adresleme): Harici bir web sitesinden Second Life koordinatlarını belirterek, bunları harita üzerinde göstererek geliştirilen arabirimi ile Second Life üzerinde oraya Teleport yapmayı sağlar.

Stipend: Premium üyelere her hafta sistem tarafından verilen para.

TP/Teleport: Bir yerden bir başka yere ya da bir simden bir başka sime anında gitmek, bir tür ışınlanma yapmak.

Vendor: Herhangi bir şey satan SL üyesi ya da satışa programlanmış bir nesne.

Kısaltılmış Kelimeler

2 : to.

Btw: by the way. Bu arada.

c: see.

Lol: Laugh Out Loudly. Kahkayla gülmek.

pls: Please.

Y: why

TY: Thank You.

U: You.

B4: Before

CU: See you. Görüşürüz.

IMS: I'm sorry.

SYS: See You Soon. Yakında görüşürüz.

KOC: Kiss on cheek / Yanaktan öpücük.

KOL: Kiss on lips / Dudaktan öpücük.

Ek 2. Görüşme Formu ve Görüşme Soruları

Tarih :

Görüşmenin Başlangıç ve Bitiş Saati:

Merhaba, benim adım Kadriye Kobak ve Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde doktora öğrencisiyim. Second Life üzerine bir araştırma yapıyorum. Bu nedenle bir Second Life kullanıcısı olarak sizden bazı bilgileri almak istiyorum. Bu araştırmada Second Life'daki yaşamınız hakkında bazı sorular soracağım. Görüşme talebimi kabul ettiğiniz için teşekkür ederim.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgileri araştırmacı ve güvenilirliği yapacak kişi dışında herhangi bir kimsenin görmesi mümkün değildir. Sizlerin gerçek ya da sanal isimleriniz kesinlikle yer almayacak, mahremiyetiniz gizli tutulacaktır. Çalışma metnine ise araştırmacı tarafından verilen sahte bir isim ya da numara ile yer alacaksınız. Diğer kullanıcılara da bu araştırmaya katıldığınız söylenmeyecektir. Ayrıca isteğiniz halinde yapılan kaydın değerlendirilmesine yönelik teyit almak için metin çıktılarını size verebilirim.

Görüşmeye başlamadan önce bu söylediklerimle ilgili belirtmek istediğiniz bir düşünce ya da sormak istediğiniz bir soru var mı? Ayrıca görüşme esnasında da istediğiniz soruyu sorabilir ya da soruyu açmamı isteyebilirsiniz

İzin verirseniz görüşmeyi kaydetmek istiyorum.

Kadriye Kobak
Anadolu Üniv. İletişim Fakültesi Doktora Öğrencisi
0 222 335 0580-2399

GÖRÜŞME SORULARI

1. Second Life'ı nereden duydunuz ?
2. Second Life'da ne kadar süredir bulunmaktasınız?
3. Günde ortalama kaç saat SL'ta vakit geçiriyorsunuz? Günün hangi saatlerinde daha sık giriyorsunuz?
4. SL'a nereden bağlanıyorsunuz? (Ev/İşyeri). SL'a bağlanmak için ne kullanıyorsunuz? (notebook, pc, i-phone...)
5. SL'ta neden varsınız?
 - 5.1 Sizce başkaları neden SL'deler?
6. Daha önceden benzer bir sanal ortamda bulundunuz mu? Neler?
 - 6.1. SL'ye sizi çeken şeyler ne? Diğerlerinden farkları neler?
7. SL'de zamanınızı nasıl geçiriyorsunuz? Neler yaptığınızdan bahseder misiniz?
8. Gerçek yaşamınızda zamanınızı (Sl dışındaki) nasıl geçiriyorsunuz anlatır mısınız?
 - 8.1. SL ile reel (gerçek yaşam) arasında ne gibi farklılıklar var ?
 - 8.2. Burada yaptıklarınızın gerçek yaşamınızda da yapıyor musunuz?
 - 8.3. Sl de yapıp gerçek yaşamda yapamadıklarınız aktiviteler neler?
 - 8.4. Sl ye ilk girdiğinizde yapmayı düşünmediğiniz, karşı çıktığınız ama daha sonra yaptığınız şeyler oldu mu? Örnek verir misiniz?
9. SL de herhangi bir gruba üye misiniz? Sizi bu gruba çeken şey neydi? (not savaş oyunları rol playing (rp), vampir olma gibi cevaplar ile klup üyeliğini karıştırabilir, bu ayrıma yönel. Neden klüplere gidiyor arkadaş bulmak için mi, arkadaşının yeri olduğu için mi? Neden rp yapıyor?)
 - 9.1. Gerçek yaşamda üye olduğunuz grup(lar) var mı? Evet ise, sizi bu gruba çeken şey neydi?
10. SL de kendinize ait bir yeriniz var mı? Neden bir yer almak istediniz?
11. SL sizin için vaz geçilmez mi? Diğer kullanıcılar için neler düşünüyorsunuz?
12. Para kazanmak için herhangi bir şey yapıyor musunuz? Ne için para harcıyorsunuz? Ne kadar harcıyorsunuz? (aylık) (Kredi kartından mı aktarıyor? çalışıyor mu/ camping mi yapıyor/ yarışmalara mı katılıyor)

13. Gerçek yaşamda mesleğiniz nedir? Eğitim durumunuz nedir? İşinizi seviyor musunuz? Keşke şu işi (mesleği) yapsaydım dediğiniz ve SL’de yaptığınız bir iş oldu mu?

14. Avatarınızı ilk oluştururken fiziksel görünümünü nasıldı? (saç rengi, vücut şekli.....).

14.1. Sizin gerçek yaşamdaki görünümüze benzeyen bir avatar mıydı?

Evet ise, neden kendinize benzeyen bir avatar oluşturdunuz?

Hayır ise, neden kendinizden farklı bir avatar oluşturdunuz?

15. Avatarın görünümünü ilk oluştururken birisinden yardım aldınız mı?

Evet ise;

a. Daha sonra başka konular da yardım aldınız mı?

b. Daha sonra siz başkalarına yardım ettiniz mi? Sizden istenince mi oldu yoksa siz kendiniz mi teklif ettiniz?

Hayır ise,

c. Neden yardım istemediniz?

d. Avatarınızı oluştururken yardım aldığınızı söylemişsiniz. Gerçek yaşamınızda yardım ister misiniz? zorluklarınızı/sorunlarınızı nasıl çözersiniz?

e. Avatarınızı oluştururken yardım almadığınızı söylemişsiniz. Gerçek yaşamınızda da zorluklarınızı/sorunlarınızı kendi başınıza mı çözmeye çalışırsınız?

16. Şu anda avatarınızın fiziksel görünümü nasıl? SL de avatarınız genç mi yaşlı mı ?

16.1. Gerçekte yaşıınız kaç?

17. Hangi sıklıkla avatarınızın görüntüsünü değiştiriyorsunuz? Ne gibi değişiklikler yapıyorsunuz? Neden?

17.1.Reelde de görünümümüzde bu şekilde kolayca değişiklikler yapmak ister miydiniz? Neden? Keşke reelde de böyle bir görünüme sahip olsaydım dediğiniz zamanlar oldu mu?

18. Birden fazla avatarınız oldu mu? Neden farklı hesaplar açtığınızı anlatır mısınız?

18.1. SL de cinsiyet değiştirip başka bir cinsiyetle giren kullanıcılar var. Böyle kişilerle karşılaştınız mı? Sizce insanlar neden cinsiyet değiştirip yeni bir avatar oluşturuyor?

18.2. Sizin cinsiyet değiştirmeyle ilgili bir deneyiminiz oldu mu? Gerçekte de cinsiyet değiştirmek ister miydiniz? Diğerleri tarafından farkedilmemek için ne gibi davranışarda bulunuyorsunuz?

19. Neden avatarınızın ismi.....oldu?

20. Diğer kişilerin avatarlarının fiziksel görünümü (boyu, saçı, kıyafetleri) sizin için ne kadar önemlidir?

20.1 Bu görünüme bakarak o kişinin kişiliği hakkında bilgi sahibi olunabilir mi?

21. Farklı görünümlerde olan avatarlar var. Bunlar hakkında ne düşünüyor sunuz? (Hayvan, vampir, ocuk gibi.

22. Gerçek yaşamda etrafınızdaki kişilerin fiziksel görünümleri sizin için ne kadar önemlidir?

22.1. Sanal ortamdaki fiziksel görünümler iindemiştiniz. Sizce gerçek yaşamda da fiziksel görünüme bakılarak o kişinin kişiliği hakkında bilgi sahibi olunabilir mi?

23. SL’de tanıştığınız kişilerle (bu arkadaş ya da sevgili olabilir) reelde ya da başka bir sanal ortamda görüştünüz m?

. Evet ise

23.1. Bu kişilerin SL deki fiziksel görünümleri ile gerçekteki görünümleri açısından farklılar mıydı? Kişilikleri ve yaşam tarzlarını nasıl gösteriyorlar dı? Siz onu görünce neler düşündünüz? Sizce neden böyle davranıyorlar?

24. SL’de sevgiliniz var mı ya da oldu mu?

24.1 Evet. Neden burada sevgiliniz olmasını istiyorsunuz? Evlendiniz mi? Kaç kişi ile birlikte oldunuz ya da evlilik yaptınız?

24.2. Hayır. Neden sevgiliniz olmasını ya da evlenmeyi düşünmediniz?

24.3. ocuk sahibi olan kullanıcılar var. Sizce neden ocuk sahibi oluyorlar? Sizin böyle bir deneyiminiz oldu mu? Neden ocuk istediniz?

24.4 Gerçek yaşamınızda evli misiniz? Çocuğunuz var mı? Kaç tane?

25. SL de ki giyim tarzınızdan bahseder misiniz? Peki gerçek yaşamda tarzınız nasıl? (Burada özellikle utanma duygusuna yönel) Gerçekle sanal arasındaki farklılıklara yönel)
- 25.1. Bu tercihi yaparken neye dikkat edersiniz, karşınızdakini etkilemeye mi yoksa rahat olmaya mı?
- 25.2. Nerelerden giyim eşyaları alıyor sunuz? (bunun için özel çaba harcıyor mu? Modayı takip ediyor mu?)
26. Reelde ve sanal da arkadaş seçiminiz karşılaştırır mısınız? (Örneğin sizin gibi davranan ya da düşünen kişilerden mi seçersiniz?) Sizinle aynı fikirde olmayan kişilerle arkadaşlığınızı sona erdirir misiniz?
27. SL deki arkadaşlarınıza sizi anlatmalarını söylesek, sizin hangi yönlerinizden bahsederler?
- 27.1.Yeni tanışığınız biri sizce sizin hangi yönlerinizi dikkat eder?
- 27.2.SL de etrafınızdakilere karşı kendinizi daha iyi ifade ettiğinizi düşünüyor musunuz?
- 27.3Gerçek yaşamınızda kendinizi ifade ettiğinizi düşünüyor musunuz?
28. Yabancı arkadaşlarınız oldu mu? Türkler ile yabancılar arasındaki kendileri gösterme açısından ne gibi farklılıklar var ?Burada gerçek yaşamınızdan farklı davrandığınız durumlar neler?
29. Profilinizde ne gibi bilgilerinizi ekliyorsunuz? (fotoğraf var mı, neden eklemeyi tercih ettiniz?-şiiir/alıntı bir cümle bunlar sizi ifade eden cümleler mi?
30. Bir kişinin profiline bakarak onun hakkında bilgi sahibi olabilmek mümkün müdür? İnsanları neden profillerine bir şeyler yazıyor, ne düşünüyorsunuz?
31. Diğer kullanıcılarla iletişim kurarken sesli ya da yazılı hangisini tercih edersiniz? Neden? Hangisinde kendinizi daha rahat hissediyorsunuz?
32. Arkadaşınızla konuşurken onun avatarının karşınızda olmaması sizi rahatsız eder mi?(Aynı ortamda olmak için çaba harcamısınız?)
33. SL de yeni insanlarla tanışmak için neler yapıyorsunuz?(yeni ortamlara mı katılırsınız, arkadaşlarınız aracılığıyla mı?)
- 33.1. Reelde de bu şekilde midir?
34. SL de kullanıcılar arasında tartışmalar oluyor mu? Hangi konularda?

- 34.1. Peki sizin tepkileriniz nasıl oluyor? (tartışmalara katılıyor mu, sadece dışarıdan mı ? Ortamı mı sakinleştirmeye çalışıyor? Vb.)
- 34.2. Siz hangi konularda tartışırsınız? Geçek yaşamınızda nasıldır?
- 34.3. Arkadaşınızı kaybetme riski de olsa düşüncelerinizi rahatça ifade eder misiniz? (Bu sorudan çıkan cevaba göre uyumlu mu, örnek mi olmaya çalışıyor buna yönel)
35. Sl de kullanıcılar diğerleri tarafından beğenilmek ya da sevilmek için neler yapıyorlar?
36. Gerçek yaşamınızda kendinizle ilgili hangi konulardan bahsetmeyi seversiniz?
37. Çevrenizdeki insanların sizin hakkınızda olumsuz düşünceleri olduğunu düşündüğünüzde ne yaparsınız?

Teşekkür ederim.

Herhangi bir sorumda sizinle yeniden iletişim kurabilirmiyim?. Bana e-posta adresinizi verebilir misiniz?

Ek 3. Verilerden Oluşturulan Kategoriler ve Bu Kategorilere Karşılık Gelen Kod Anahtarı

SIRA NO	KOD ANAHTARI	KATEGORİ
1	SLHOO	SL HABERDAR OLMA ORTAMLARI
2	SLÜS	SL ÜYELİK SÜRESİ
3	SLÇOS	SL ÇEVİRİMİÇİ OLMA SÜRESİ
4	SLİS	SL DE İŞ SAHİBİ OLMA/ÇALIŞMA
5	RLDB	REEL DEMOGRAFİK BİLGİLER YAŞ CİNSİYET MEDENİ DURUM ÇOCUK SAHİBİ OLMA EĞİTİM
6	SLEKA	SL ERİŞİMDE KULLANILAN ARAÇ
7	SLBO	SL BAĞLANILAN ORTAM
8	SLBN	SL BULUNMA NEDENLERİ • SL BULUNMA NEDENLERİ /DİĞER KULLANICILARIN SL İ KULLANIM NEDENLERİ
9	SLBOKr	SL BAĞIMLI OLMA KRİTERLERİ
10	SLDSD	SL DIŞINDAKİ SANAL DENEYİM
11	SLKPBV	SL KULLANICI PROFİLİ HAKKINDA BİLGİ VERME
12	SLTD	SL TÜKETİM DAVRANIŞLARI • SL TÜKETİM DAVRANIŞLARI /PARA HARCAMA • SL TÜKETİM DAVRANIŞLARI/PARA AKTARIM ARACI
13	SLN	SL NİTELİKLERİ

		2. SL NİTELİKLERİ/GÜZEL YERLER 3. SL NİTELİKLERİ/ESTETİK 4. SL NİTELİKLERİ/EĞİTİM 5. SL NİTELİKLERİ/MÜZİK 6. SL AKTİVİTELERİ/İKİLİ MÜCADELELER (maçlar, mücadeleler) 7. DİĞER ORTAMLARDAN FARKI
14	SLK	SL KURALLARI
15	SLÇD	SL ÇAYLAK (NEWBEE) DÖNEMİ • AVATARI OLUŞTURURKEN YARDIM ALMA
16	SLYSO	SL YER SAHİBİ OLMA SECOND LIFE EV/ADA SAHİBİ OLMA
17	SLSS	SL SİBER SEKS
18	SLRİ	SL ROMANTİK İLİŞKİLER • SL EVLİLİK • SL PARTNER • SL ÇOCUK SAHİBİ OLMA
19	SLİDOA	SL İLETİŞİMİN DİĞER ÇEVİRİMİÇİ VE ÇEVİRİMDİŞİ ORTAMLARA AKTARILMASI
20	SLASOB	SL AVATARI İLE BAŞKA SANAL ORTAMLARDA BULUNMA
21	SLSYİ	SL SÖZLÜ/YAZILI İLETİŞİM • SL SÖZLÜ/YAZILI İLETİŞİMİN ETKİLERİ • RL SÖZLÜ İLETİŞİM
22	ATV	AVATARA TAKMA İSİM VERME
23	SLA	SOSYAL İLİŞKİLER/ARKADAŞLIK • RL SOSYAL İLİŞKİLER/ARKADAŞLIK • SL SOSYAL İLİŞKİLER/ARKADAŞLIK • SOSYAL YAŞAM/ARKADAŞLIĞI SONA ERDİRME

		KİŞİLERARASI İLİŞKİLERDE YAKINLIK DERECEŚİ
24	YT	YAŞAM TARZI SL YAŞAM TARZI/GÜNLÜK AKTİVİTELER RL YAŞAM TARZI/GÜNLÜK AKTİVİTELER SL YAŞAM TARZI/ZAMANLA DEĞİŞEN YAŞAM TARZI DAVRANIŞLARI
25	GÜ	GRUBA ÜYE OLMA - RL GRUBA ÜYE OLMA - SL GRUBA ÜYE OLMA
26	SLG	SL HAKKINDA OLUMLU VE OLUMSUZ GÖRÜŞLER
27	SLYRLDDE	SL YAŞAMININ RL DUYGU VE DAVRANIŞLARA ETKİLEMESİ
28	AG	AVATARIN GÖRÜNÜMÜ FARKLI GÖRÜNÜMLERDE AVATARLAR DEĞİŞEN FİZİKSEL ÖZELLİKLERİN BİREYLER ARASI İLİŞKİLERDE ETKİLERİ AVATARIN GÖRÜNÜMÜNDE DEĞİŞİKLİK YAPMA AG İLE REEL GÖRÜNÜMÜ KARŞILAŞTIRMA
29	AKO	ALTERNATİF KİMLİK OLUŞTURMA - SL DE FARKLI ROLLERE BÜRÜNME 2. AVATARI OLUŞTURMA - ANONİM OLMA
30	SLGG	SL KULLANICILARININ GERÇEK GÖRÜNÜMLERİ

31	Yİ	YARDIM İSTEME • RL YARDIM İSTEME • SL YARDIM İSTEME
32	YO	YARDIMCI OLMA • RL YARDIMCI OLMA • SL YARDIMCI OLMA
33	DKGBA	DİĞER KULLANCILARIN GERÇEK BİLGİLERİNİ ARAŞTIRMA
34	KFT	KENDİNİ FARKLI TANITMA
35	KİBAİ	KENDİNE İLİŞKİN BİLGİLERİ EN AZA İNDİRME
36	DDKÖO	DAVRANIŞLARIYLA DİĞER KULLANICILARA ÖRNEK OLMA • TAKLİT EDİLME
37	PBİY	PROFİL BİLGİLERİ İLE İZLENİM YÖNETİMİ • KENDİN HAKKINDA BİLGİLER VERME • DİĞER KULLANICI HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLMA
38	KİAİ	KENDİNE İLİŞKİN AKTARILAN İZLENİM
39	KFG	KENDİNİ FARKLI GÖRME (DİĞER KULLANICILARDAN FARKLI OLMA)
40	SLKÇ	SL KİŞİLER ARASI ÇATIŞMA (SL OLAYLARA GÖSTERİLEN TEPKİ)
41	Kİ	KENDİNİ İFADE EDEBİLME • RL KENDİNİ İFADE EDEBİLME • SL KENDİNİ İFADE EDEBİLME • SL KENDİNE GÜVEN DUYMA
42	KİDG	KULLANICILARIN İSTEMEDİKLERİ DAVRANIŞLAR GÖSTERMESİ

43	GT	GİYİM TARZI • SL GİYİM TARZI • RL GİYİM TARZI
44	RLY-SLY+	RL DE YAPAMADIKLARINI SL DE YAPABİLME • REEL VE SL DAVRANIŞ-DUYGU FARKLILIKLARI
45	YHD	YABANCILAR HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELER
46	SAK	SL SİYASİ AMAÇLI KULLANIM (MİLLİYETÇİ DAVRANIŞLAR)
47	KSİY	KENDİNİ SEVDİRME İZLENİM YÖNETİMİ
48	DKBP	DİĞER KULLANICILARLA BİLGİ PAYLAŞIMI • DİĞER KULLANICILARIN BİLGİLERİNİ İFŞA ETME
49	ST	SOSYAL/TELEBULUNUŞLUK GERÇEKLİK HİSSİ
50	İOÇ	İZLENİM OLUŞTURMA ÇABASI • İZLENİMLERİ İNCELEME • SÖZSÜZ İLETİŞİM

Kaynaklar

- Akbulut, H. (2009). Gelenekselden dijital, mekândan uzama oyun kültürü. *Dijital oyun rehberi- oyun tasarımı türler ve oyuncu*. (Der: M. Binark, G.B. Sütçü, I.B. Fidaner). İstanbul:Kalkedon Yayınları.
- Altuntek, S. (2009). *Yerli'nin bakışı. Etnografya: kuram ve yöntem*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Angrosino, M. (2007). *Doing ethnographic and observational research*. London: SAGE Publications.
- Antonijević, S. (2008). *Rhetoric, culture, and avatars a microethnographic analysis of nonverbal communication in multiuser, 3d virtual environment*, University Of Minnesota.
- Appelbaum, S.H.,& Hughes, B. (1998). Ingratiation as a political tactic: effects with in the organization. *Management Decisio*, 36 (2), 85.
- Arkin, R. (1981). Self-presentataion styles. *Impression management and social psychological research*. (Ed J.T. Tedeschi). New York: Academic Press. 311-333
- Arndt, M.,& Bigelow, B. (2000). Presenting structural innovation in an institutional environment: hospitals use of impression management. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 494-522.
- Arnould, E.J.,& Wallendorf M. (1994). Market-orientated ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation. *Journal of Marketing Research*, 31, 484-503.
- Bacanlı, H. (1990). *Kendini ayarlama becerisinin çeşitli değişkenlerle ilişkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Banakou, D. (2010). The effects of avatars' gender and appearance on social behaviour in virtual worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, 2(5). <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/779/717> (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Bargh, J.A., Katelyn Y. A., & Mckenna, Y.A.K. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.
- Bartle, R.A. (2001). *Avatar, character, persona*. <http://mud.co.uk/richard/acp.htm> [adresine erişildi](#). (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Basım, N., Tatar, İ., & Hisli, N. (2006). Çalışma yaşamında izlenim yönetimi: bir ölçek uyarlama çalışması. *Kara Harp Okulu Ankara Üniversitesi Türk Psikoloji Yazıları*, 9 (18), 1-17.
- Baumeister, R. F., Tice, D. M., & Hutton, D. G. (1998). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Journal of Personality*, 57 (3), 547-579.
- Becker, J.A.H., & Stamp, G.H. (2005). Impression management in chat rooms: a grounded theory model. *Communication Studies*, 56 (3), 243-260.
- Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. London: Routledge.
- Bell, D. (2007). *Cyberculture theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. New York: Routledge.
- Bell, M. (2008). Toward a definition of "virtual worlds". *Journal of Virtual Worlds Research*. http://www.jvwresearch.org/v1n1_bell.html (Erişim tarihi: 15.07.2011) [adresine erişildi](#).
- Best, S., & Kellner, D. (1998). Debord and the *post modern turn: new stages of the spectacle*. <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/Illumina%20Folder/kell17.htm> (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Binark, M. (Ekim, 2007). Sanal uzamda oyun kültürü ve dijital oyunlar. *Türkiye'de İnternet Konferansı*'nda sunulan bildiri, Ankara. <http://inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/89.pdf> (Erişim tarihi: 07.10.2009)

- Binark, M., Bayraktutan- Sütçü, G., & Buçakçı F. (2009). Dijital oyun kültüründe en önemli aktörler: dijital oyuncular. *Dijital oyun rehberi- oyun tasarımı türler ve oyuncu*. (Der: M. Binark, G.B. Sütçü, I.B. Fidaner). İstanbul:Kalkedon Yayınları.
- Binay, A. (2010). Tüketim vasıtasıyla oluşturulan postmodern kimlikler. *Global Media Journey*,Bahar,17-29.
<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/pdf/T%C3%BCketim%20Vas%C4%B1tas%C4%B1yla%20Olu%C5%9Fturulan%20Postmodern%20Kimlikler%20AY%C5%9EE%20B%C4%B0NAY.pdf> (Erişim tarihi: 11.08.2011)
- Boellstorf, T. (2008). *Coming of age in Second Life*.USA.: Princeton University.
- Bogdan R. C.,& Biklen, S. K. (1992). *Qualitative research for education: an introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bolino, M. C.,& Turnley, W.H. (1999). Counternormative impression management, likeability, and performance ratings: the use of intimidation in an organizational setting. *Journal of Organizational Behavior*, 24 (2), 237-250.
- Book, B. (2006, October). Moving beyond the game: social virtual worlds. *State of Play 2 Conference, Cultures of Play Panel*.<http://www.virtualworldsreview.com/info/contact.shtml>(Erişim tarihi: 11.07. 2011)
- Borland, J. (2005). *A virtual world with peer-to-peer style*.http://news.com.com/A+virtual+world+with+peer-to-peer+style/2100-1025_3-5698499.html?tag=cd.top(Erişim tarihi: 15.08.2011)

- Bortree, D. S. (2005). Presentation of self on the web: an ethnographic study of teenage girls' weblogs, *Education, Communication & Information*, 5(1).
- Boulos, M.N.K., Hetherington, L., & Wheeler, S. (2007). Second Life: an overview of the potential of 3-D virtual worlds in medical and health education. *Health Information & Libraries Journal*, 24(4). 233–245.
- Bozeman, D. P., & Kacmar, K. M. (1997). A cybernetic model of impression management processes in organisations. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 69 (1), 9-30.
- Brehm, S.S., Kassin, S.M., & Fein, S. (1999). *Social psychology*, (4th edition). Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Brennen, B., & de la Cerna, E. (2010). Journalism in Second Life. *Journalism Studies*, 11 (4), 546-554.
- Brissett, D., & Edgley, C. (2009). Life as theater: a dramaturgical. *The dramaturgical perspective*. (Eds: D. Brissett & C. Edgley). New York: Transaction Publishers http://books.google.com.tr/books?id=2oAQEKaZd0C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=brisset+dramaturgical+perspective&source=bl&ots=VoOFu9AGL3&sig=5Gfp1hLde8uOWgSQUykKUQ3Dz0&hl=tr&ei=L91NS7SrCaWsjAfL3rW8DQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CAwQ6AEwAA#v=onepage&q=&f=false (Erişim tarihi: 11.09.2011)
- Bromley, D.B. (1993). *Reputation image and impression management*. Chichester: J. Wiley.
- Bronack, S.C., Cheney, A.I., Richard E., Riedl R.E., & Tashner, J.H. (2008). Designing virtual worlds to facilitate meaningful communication: issues, considerations, and lessons learned. *Technical Communication* 55 (3). 261-269. <http://www.bronack.net/pubs/bronackEtAl-tc2008.pdf> (Erişim tarihi: 15.08.2011)

- Brookey, R.A., & CannoCritical K. L. (2009). Sex lives in Second Life. *Studies in Media Communicatio*, 26(2), 145-164.
- Browne, E. (2003). Conversations in Cyberspace: a study of online learning. *Open Learning*, 18 (3), 245-249.
- Bryman, A. (2001). *Social research methods*. New York: Oxford University Press.
- Burck, C. (2005). Comparing qualitative research methodologies for systemic research: the use of grounded theory, discourse analysis and narrative analysis. *Journal of Family Therapy*, 27 (3), 237-262.
- Burnstein, E. (1966). Ingratiation: a social psychological analysis by Edward E. Jones. *American Journal of Psychology*, 79 (1), 159-161.
- Canary, D.J., & Cody, M.J. (1994). *Interpersonal communication*. New York: St. Martin.
- Castells, M (1996) *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2002). Gerçek sanallık kültürü. *Cogito*(Çev. K. Atakay). 30, 213-215.
- Castronova, E. (December, 2001). *Virtual worlds: a first-hand account of market and society on the cyberian frontier*. CESifo working paper 618. http://ssrn.com/abstract_294828 (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Castronova, E. (2003). *On virtual economies, game studies*. <http://www.gamestudies.org/0302/castronova/> (Erişim tarihi: 20.08.2011)
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: the business and culture of online games*. Chicago: University of Chicago Press.
- CNET News (Haziran, 15) http://news.cnet.com/8301-10784_3-57487487.html?part=rss&tag=5748748&subj=news (Erişim tarihi: 21.05.2011)
- Chandler, D. (1995). *The act of writing: a media theory approach*. Aberystwyth: University of Wales Aberystwyth.

- Chandler, D. (1998). *Personal home pages and the construction of identities on the web*.
<http://www.aber.ac.uk/~dgc/webident.html>(Erişim tarihi: 13.07.2011)
- Cheal, C. (2004). Second life: Hype or hyperlearning? *On The Horizon*, 15 (4). 204-210.
- Chin, B. M. (2007). Regulating your Second Life: Defamation in virtual worlds. *Brooklyn Law Review*, 72 (4).
- Chung, D., Shearman, S.M., & Lee, S.H. (2003). Why young people purchase avatar-related products in cyberspace? An analysis of the variables influencing the purchase of avatar-related products. *53rd Annual Meeting of the International Communication Association*, San Diego, CA.
- Cingöz, Y. (2007, 17 Kasım). Maaşınız ikinci hayat'tan. *Radikal*. İnternet baskısı.
- Collins, L. (2008, December). Generation Y in cyberspace: How do digital natives manage social stigma on MySpace. *TASA Conference, The University of Melbourne* 'nda sunulmuş bildiri.
<http://www.tasa.org.au/docs/execs/2008/021208%20TASA%20Draft%20Program%202008.pdf>. (Erişim tarihi: 05.08.2011)
- Condic, K.S.(2009). Using Second Life as a training tool in an academic library. *The Reference Librarian*, 50 (4), 333-345.
- Corbin, J.,& Holt, N. L. (2004). Grounded theory. *Research methods in the social sciences*. (Ed:C. Lewin). London: SAGE. 49-56.
- Correll, S. (1995). The ethnography of an electronic bar: the lesbian cafe. *Journal of Contemporary Ethnography*, 24, 270-298.

- Crane, E.,& Crane, F. G. (2002). Usage and effectiveness of impression management strategies in organizational settings. *Journal Of Group Psychotherapy, Psychodrama, & Sociometry*, 55 (1), 25-34.
- Çakır, Ö. (2003). *Profesyonel yaşamda kişisel imaj ve sosyal yaşamın etiket*. İstanbul: YapıKredi Yayınları.
- Damer, B. (2008). A brief history of virtual worlds as a medium for user-created events. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1). <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/285/239> (13.09. 2011)
- Daniels, D. (1997). *Repeated use of impression management tactics: do they lose their power of influence over time?* Unpublished Doctorate Thesis. University of Washington. <http://umi.com>. (Erişim tarihi:12.01.2009)
- Davis, C. (2010). *Daily magazine. Second Life avatars give disabled at Inglis house new experience*.http://www.philly.com/inquirer/magazine/20100727_Second_Life_avatars_give_disabled_at_Inglis_House_new_experiences.html?page=2&c=yadresine [erişildi](http://www.philly.com/inquirer/magazine/20100727_Second_Life_avatars_give_disabled_at_Inglis_House_new_experiences.html?page=2&c=yadresine). (Erişim tarihi:11.10.2009)
- de Nood, D.,& Attema, J. (2006, October). *Second Life: the second life of virtual reality. The Hague, EPN - Electronic Highway Platform*. http://www.epn.net/interrealiteit/EPN-REPORT-The_Second_Life_of_VR.pdf(Erişim tarihi:15.08.2011)
- Dedeoğlu, A.Ö.,& Üstündağlı, E. (2011). Sanal topluluklar bağlamında tüketicilerin tüketim, yaşam tarzı ve kimlik yönünden değerlendirilmesi.*Business and Economics Research Journal*, 2 (2). [http://www.berjournal.com/wp-content/plugins/downloads_manager/upload/BERJ%202\(2\)2011%20article2%20pp23-40.pdf](http://www.berjournal.com/wp-content/plugins/downloads_manager/upload/BERJ%202(2)2011%20article2%20pp23-40.pdf) (31.08.2011).
- Demir, K. (2002). *İmaj yönetimi. Çalışma yaşamında izlenimlerin yönetimi*. Ankara: Sandal Yayınları.

- Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. *Self Disclosure* (Ed: G. J. Chelune). San Francisco: Jossey. 251-374.
- Dincer, M. K. (1998). *İş yaşamında ve özel yaşamda kişisel imaj*. İstanbul: Alfa.
- Doğan, (2006). *Bilgisayar dolayımıli iletişim: İnternet'te sosyal psikoloji kuramlarını yeniden düşünmek*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğu, B. (2009). Yeni bir türün inşası: Gerçek yaşam simülasyonları. *Dijital oyun rehberi- oyun tasarımı türler ve oyuncu*. (Der: M. Binark, G.B. Sütçü, I.B. Fidaner). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Dominick, J.R. (1996). Who do you think you are? Personal home pages and self-representation on the world wide web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 76 (4). 646-658.
- Drory, A., & Zaidman, N. (2007). Impression management behavior: effects of the organizational system. *Journal of Managerial Psychology*, 22 (3). 290-307.
- Edwards, P., Domínguez, E., & Rico, M. (2008). A second look at Second Life: virtual role-play as a motivational factor in higher education. *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (Eds: K. McFerrin et al.). 2566-2571. Chesapeake, VA: AACE <http://www.editlib.org/p/27603> (Erişim tarihi: 12.10.2010).
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 415-441.
- Elwell, P.L. (1998). *The concept of image in advertising and public relations*. Unpublished Master's Thesis. University of Houston. <http://www.umi.com> (Erişim tarihi: 29.01.2010)

- Emerson, R.M., Fretz, R.I., & Shaw, L.L. (2008). *Bütün yönleriyle alan çalışması: etnografik alan notları yazımı*. Ankara: Birleşik Yayınevi, 2008.
- Erdal, M. (2001). Yaşam tarzı analizi ve psikografik. *Pazarlama Dünyası*, 15(89), 36-42.
- Eugene, B. (1966). Book review: ingratiation: a social psychology analysis by Edward E. Jones. *The American Psychology*, 79 (1), 159-161.
- Featherstone, M., & Burrows, R. (1995). Culture of technological embodiment: an introduction. *Cyberspace cyberbodies cyberpunk culture of technological embodiment*. (Eds: M. Featherstone & R. Burrows). London: Sage Publications.
- Fidaner, I.B. (2009). Sözcüklerden yapılmış dijital oyun rehberi- oyun tasarımı türler ve oyuncu. *Dijital oyun rehberi- oyun tasarımı türler ve oyuncu*. (Der: M. Binark, G.B. Sütçü, & I.B. Fidaner). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Foxall, G.R., & Goldsmith, R.E. (2006). *Consumer psychology for marketing*. London.
- Gajjala, R. (2000). *Cyberethnography: reading each "other" online*. www.pitt.edu-gajjala/define.html (Erişim tarihi: 11.07.2011).
- Gardner, W.L., & Avolio, B.J. (1998). The charismatic relationship: a dramaturgical perspective. *Academy of Management Review*, 23 (1), 32-59.
- Gardner, W.L., & Cleavenger, D. (1998). The impression management strategies associated with transformational leadership at the world-class level. *Management Communication Quarterly*, 12(1), 3-42.
- Gardner, W. L., & Martinko, J.M. (1988). Impression management in organizations. *Journal of Management*, 14 (2), 321-338.
- Gay, L.R., Mills, G.E., & Airasian, P. (2006). *Educational research. Competencies for analysis and applications* (8.ed.), USA: Pearson Prentice Hall.

- Gelernter, D. (2010). *Mirror worlds or the day software puts the universe in a shoebox. How it will happen and what it will mean.* <http://www.oup.com/us/catalog/general/subject/?view=usa&ci=019507906X>(Erişim tarihi:10.10.2010).
- Gendersen, D. E.,& Tinsley, D. B. (1996). Amprical assessment of impression management biases: the potential for performance appraisal error. *Journal of Social Behaviour & Personality*, 11 (5), 57-77.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji.* (Çev. C. Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gilmore, D.C.,& Ferris, G.R. (1989). The effects of applicant impression management tacticts on interviewer judgements. *Journal of Management*, 15, 557-564.
- Goffman, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu.* (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis Yayıncılık Ltd.
- Gosling, S. D., Gaddis, S., & Vazire, S. (2007). *Personality impressions based on Facebook profiles.* <http://www.icwsm.org/papers/3--Gosling-Gaddis-Vazire.pdf>(Erişim tarihi:12.01.2010).
- Gradis, M. (2003). Seniors and friendship formation online. Paper presented at the annual conference of the *International Communication Association*..
- Guadagno, R. & Cialdini, R. (2007). Gender differences in impression management in organizations: a qualitative review. *Sex Roles*. 56, 483-494.
- Gunkel D.J. & Gunkel, A. H. (2009). Terra Nova 2.0 The new world of MMORPGs. *Critical Studies in Media Communication*, 26 (2),104-127.
- Güney, S. (2000). *Davranış bilimleri* (2. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

- Gürüz, D. (2004). *Halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin etkinliğinde izlenim (imaj) yönetimi.* (Kurum imajından kişisel imaja).<http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130849701.pdf> (Erişim tarihi:12.01.2010).
- Haferkamp, N.,& Krämer, N. C. (2009). Creating myself online. a survey on motives and processes of impression management on social networking sites. Paper presented at the 6th conference of the media psychology division. Duisburg, Germany.
- Harrison, R. (2009). ExcavatingSecond Life cyber-archaeologies, heritage and virtual Communities, *Journal of Material Culture*, 14 (1), 75-106.
- Heeter, C. (1992). *Being There: the subjective experience of presence, presence: teleoperators and virtual environments.* MIT Press.
<http://gel.msu.edu/carrie/publications/beingthere.html>(Erişim tarihi: 29.05.2010).
- Heim, M. (1995). The design of virtual reality. *Cyberspace cyberbodies cyberpunk culturel of technological embodiment.* (Eds:M. Featherstone & R. Burrows). London: Sage Publications.
- Helmer, J. (2007). *Second Life and virtual worlds, learning light limited.* UK.http://www.epic.co.uk/content/news/nov_07/Second_Life_and_Virtual_Worlds_JH.pdf(Erişim tarihi:02.05.2011).
- High, A. C.,& Solomon, D. H. (2010). Locating computer-mediated social support within online communication environments. *Computer-mediated communication in personal relationships.* (Eds: K. B. Wright & L. M. Webb). Hampton Press.
- Hinchcliffe, V.,& Gavin, H. (2009). Social and virtual networks: evaluating synchronous online interviewing using instant messenger. *The Qualitative Report*, 14 (2) <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR14-2/hinchcliffe.pdf>(Erişim tarihi:17.10.2010)
- Hine, C. (2005). Virtual methods and the social of cyber-social-scientific knowledge. *Virtual methods.* (Ed: C. Hine). New York: Berg

Hine, C. (March, 1998). *International conference*. Bristol. UK.

Hof, R. D. (2006, May). My virtual life. *Business Week*, http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982001.htm (Erişim tarihi: 12.10.2010)

Holzwarth, M., Janiszewski, C.& Neumann, M. (2006). The influence of avatars on online consumer shopping behavior. *Journal of Marketing*, 70, 19-36.

Hooghiemstra, R. (2000). Corporate communication and impression management –new perspectives companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics*, 27, 55-68.

Hussain, Z, &. Griffiths, M.D. (2008). *Gender swapping and socializing in cyberspace: an exploratory study*. *Cyberpsychology & Behavior*, 11 (1).

Hussain, Z, &. Griffiths, M.D. (2009). The attitudes, feelings, and experiences of online gamers: a qualitative analysis. *Cyberpsychology & Behavior*, 12 (6).

Idema, J.,& Poppe, M. (1994). The effect of self-presentation on social value orientation. *Journal of Social Psychology*, 134 (1), 771-783

Jacobson, D. (1999). Doing research in cyberspace. *Field Methods*, 11 (2), 127-145.

Jacobson, D. (2006). Impression formation in cyberspace: online expectations and offline experiences in text-based virtual communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5 (1).

James, W. (1890). *Principles of psychology*. New York: Holt.

- Jennings, N., & Collins, C. (2008). Virtual or virtually u: educational institutions. *International Journal Of Social Sciences*, 2 (3), 180-186.
- Jones, E. (2006). *I, Avatar: constructions of self and place in Second Life and the technological imagination*. <http://gnovis.georgetown.edu> (Erişim tarihi: 18.08.2010)
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self presentation. *Psychological perspective on the self*1. (Ed: J. Suls). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 231-262.
- Jones, S.G. (1998) *Cyber society: computermediated communication and community*. Sage, California.
- Jordan, B. (2010). Blurring boundaries: The “real” and the “virtual” in hybrid spaces introduction to the section on knowledge flow in online and offline spaces. *Human Organization*, 68 (2), 191-193.
- Jung, T., Youn, H., & McClung, S. (2007). Motivations and self-presentation strategies on Korean-based “cyworld” weblog format personal homepages. *Cyberpsychology & Behaviour*, 10(1), 24-31.
- Kacmar, K. M., & Carlson, D.S. (1999). Using impression management in women’s job search processes. *American Behavioural Scientist*, 37(5), 682-697.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2004). *Yeni insan ve insanlar*. İstanbul: Evrim Yayıncılık.
- Kane, C.M. (2008). *I’ll u see you on myspace: Self-presentation in a social network website*. Unpublished master’s thesis. Cleveland State University.
- Karemaker, D. (2005). *Face to face or mediated communication? Personality makes a difference*. Copyright of David Karemaker Bachelor of Science. Research thesis, Human Computer Studies Laboratory (HCS), The Netherlands. citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.107.2186

- Kelly, P.J. (1995). *Human identity, part 1: who are you.* <http://www-home.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.htm> (Erişim tarihi:01.03.2010)
- Kim H.,& Papacharissi, Z. (2003). Cross-culturel differences in online self-presentation. *Asian Journal of Communication*, 13 (1), 100-119.
- Kivits, J. (2005). Online interviewing and the research relationship. *Virtual methods*. (Ed: C.Hine.). NewYork: Berg.
- Koster, R. (2004, January 07). *A virtual world by any other name?* [Msg 21] Message posted to http://terranova.blogs.com/terra_nova/2004/06/a_virtual_world.html(Erişim tarihi: 31.08.2011)
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama yönetimi* (10. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Kozinets, R.V. (2002). The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*,39, (1) 61-73.
- Kuş-Saillard, E. (2010). Ruhsal hastalara yönelik damgalamaya ilişkin psikiyatrist grşleri ve neriler. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(1),14-24.
- Lawrence, K. (2009). *Excuses and excuse-makers: What motivates common and chronic excusemaking*http://psychology.suite101.com/article.cfm/excuses_and_excusemakers#ixzz0eD7PM85(Erişim tarihi: 31.01.2010)
- Leary, M. R.,& Kowalsky, R.M. (1990). Impression management: a literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-37.
- Leary, M.R. (1996). *Self-presentation, impression management and interpersonal behaviour*, Oxford: Westview Press.

- LeBesco, K. (2004). Managing visibility, intimacy, and focus online critical ethnography. *Online social research, Methods, Issues & Ethics*. (Ed:M.D.Johns), New York:Peter Lang Publishing.
- Lee, P.D. (2009). Using Second Life to teach operations management. *Journal Worlds Research Pedagogy, Education and Innovation in 3-D Virtual Worlds*, 2 (1), 3-25.
- Leonard, D. (2003). Live in your world, play in ours: race, video games, and consuming the other. *Studies in Media & Information Literacy Education*, 3(4).
- Levine S.P.,& Feldman R.S. (1997). Self-presentational goals, self-monitoring, and nonverbal behaviour. *Basic and Applied Social Psychology*, 19 (4), 505-518.
- Lin, A.C. (2008). Virtual consumption: a Second Life for earth? *Brigham Young University Law Review*, 2(2). 47-114.
- Linkemer, R B. (1993). *Profesyonel imaj yaratmak*.(Çev: N. Gürbilek). İstanbul: Rota Yayınları.
- Livingstone, D.,& Kemp, J. (2006). *Putting a Second Life “metaverse” skin on learning management system*. <http://www.sloodle.com/whitepaper.pdf> (Erişim tarihi:05.05.2009)
- Lombard, M.,& Ditton, T. (1997). At the heart of it all: the concept of presence. *Journal of Computer Mediated-Communication*, 3 (2). <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue2/lombard.html> (Erişim tarihi:15.08.2011)
- Mack, N., Woodsong,C., MacQueen, K.M., Guest,G., & Namey, E. (2011). *Qualitative research methods: a data collector’s field guide*FHI. <http://www.fhi.org/NR/rdonlyres/ezacxnbf52irvkhkxxvf2z7vt5aglkcxlwxb3zobgbab3renayoc373plnmdyhga6buu5gvkcpgml/frontmatter1.pdf>(Erişim tarihi:09.07.2011)
- Martin, K.A.,Leary, M.R., & Rejeski, W.R. (2000). Self-presentational concerns in older adults for health and well-being. *Basic and Applied SocialPsychology*, 22(3), 169-179.

- Martinko, M. J. (1991). Impression management: looking to the future. *Applied impression management*. (Eds: P.A. Giacalone & P. Rosenfeld). London: SAGE Pub.
- Mehmetoğlu, M., & Altınay, L. (2006). Examination of grounded theory analysis with an application to hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 25, 12-33.
- Messinger, P.R., Stroulia, E., Lyons, K., Bone, M., Niu, R.H., Smirnov, K., & Perelgut, S. (2009). Virtual worlds - past, present, and future: new directions in social computing. *Decision Support Systems*, 47, 204–228.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Miller, H. (1995). The presentation of self in electronic life: Goffman on the internet <http://co105w.col105.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0> (Erişim tarihi:20.08.2011)
- Moon, J.M. (2007). *The new way of corporate communication in virtual environments: case studies of Second Life*. A thesis Presented To The Faculty Of The Graduate School University Of Southern, California.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography: an examination of the use of new technologies for *Social Research Sociology*, 42(5), 837–855.
- Nie, N., & Erbring, L. (2000). Internet and society: a preliminary report. *Stanford Institute for the Quantitative Study of Society*. http://www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/Preliminary_Report-4-21.pdf (Erişim tarihi:10.10.2010)
- Nowak, K. L., & Biocca, F. (2003). The effect of the agency and anthropomorphism on users' sense of telepresence, copresence, and social presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 12 (5), 481-49.

- Nowak, K.L.,& Rauh, C. (2005). The influence of the avatar on online perceptions of anthropomorphism, androgyny, credibility, homophily, and attraction. *Journal of Computer-Mediated Communication*,11 (1), 153-178.
- Odabaşı, Y.,& Barış, G. (2002). *Tüketici davranışı* (5.Baskı). İstanbul: Media-Cat Kitapları.
- Okay, A. (2000). *Kurum kimliği*. İstanbul: Media-Cat Kitapları.
- O'Sullivan, P. B. (2000). What you don't know won't hurtme: impression management functions of communication channels in relationships. *Human Communications Research* 26(3), 403-431.
- Özdemir, N.G. (2006). *Sanal topluluklarda izlenimi yönetme.YayınlanmamışYüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Paccagnella, L. (1997). Getting the seat of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1). <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/paccagnella.html> (Erişim tarihi: 31.01.2010)
- Paolillo, J. G. (1999). *A taxonomy of organizational impression management tactics*.Advances in Competitiveness Research, (1). <http://www.allbusiness.com/marketing-advertising/branding-brand-development/398377-1.html> (Erişim tarihi: 31.01.2010)
- Papacharissi, Z. (2002). The self online: the utility of personal home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*,46, 346–368.

- Peeters, H., & Lievens, F. (2006). Verbal and nonverbal impression management tactics in behavior description and situational interviews. *International Journal of Selection and Assessment*, 14 (3), 206-222.
- Pratt, L.A. (1996). *Impression management in organizational e-mail communication*. <http://www.public.asu.edu/~corman/scaorgcomm/pratt.htm> (Erişim tarihi: 10.01.2009)
- Punch, K.F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş. Nitel ve nicel yaklaşımlar* (Çev. D.Bayrak vd.). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Rao, A., Schmidt, S. M., & Murray, L.H. (1995). Upward impression management: goals, influence strategies and consequences. *Human Relation*, 48 (2), 147-168.
- Rheingold, H. (1992). *A slice of life in my virtual community*. <http://www2.fiu.edu/~mizrachs/virt-comm.html> (Erişim tarihi: 11.06.2011)
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier: reading*. Massachusetts: Addison Wesley.
- Rind, S., & Benjamin, D. (1994). Effects of public image concerns and self-image on compliance. *Journal of Social Psychology*, 134(1), 19-26.
- Roberts, L. D., & Parks, M. R. (1999). The social geography of gender-switching in virtual environments on the Internet. *Information, Communication & Society*, 2(4), 521-540.
- Roberts, L.M. (2005). Changing faces: professional image construction in diverse organizational settings. *Academy of Management Review*, 30, 685-711.
- Robins, K. (1999). *İmaj/görmenin kültür ve politikası*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rosenfeld, L. B., & Kendrick, W.L. (1984). Self-disclosure avoidance: why am I afraid to tell you who I am. *Communication Monographs*, 46, 63-74.

- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A., & Riordan, C. (1995). *Impression management in organization*. New York: Routhledge.
- Rowatt, W. C. (1997). *Managing impression of significant others: Othermonitoring scale development and validation*. (Unpublished Doctorate Thesis), University Of Louisville. <http://www.unic.om>(Erişim tarihi: 12.01.2010)
- Sallot, L. M. (2002). What the public thinks about public relations: an impression management experiment. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79 (1), 150-171.
- Sanchez, J. (2009). *Implementing Second Life: ideas, challenges, and innovations a social history of virtual worlds*. <http://www.mendeley.com/research/a-social-history-of-virtual-worlds/#page-1>(Erişim tarihi:10.08.2011)
- Sass, E. (2010). *Second Life chugs along*.
http://www.mediapost.com/?fa=Articles.showArticle&art_aid=132912&nid=117095(
 Erişim tarihi: 12.10.2010)
- Schaap, F. (2002). *CyberStudies Reources*. <http://www.fragment.nl/resources/index.html> (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Schlenker, B. R. (1986). Self-identification: toward an integration of the private and public self. *Public Self and Private Self*(Ed:R.F. Baumeister). Springer-Verlag New York Inc.21-62.
- Schlenker, B.R. (1980). *Impression management: the self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, Calif.: Brokks/Cole.
- Schlenker, B.R.,& Weigold M.F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Reviews Psychol*, 43,133-168.

Schneiderman, W. (1980). A personality dimension of consistency variability without the use of self-reports or ratings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 158-164.

Schroeder, R. (2008). Defining virtual worlds and virtual environments. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1). <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/294/248> (Erişim tarihi: 01.09.2009)

Second Life Başlangıç Rehberi. (2009).

<http://www.extralooob.com/forums/viewtopic.php?f=426&t=105213> (Erişim tarihi:12.08.2009)

Second Life Gerçek Oluyor. (2004). <http://www.tumgazeteler.com/?a=2224669>(Erişim tarihi: 12.08.2009)

Second Life Starter Guide. (2003).

oz.slinked.net/history/Second_Life_Starter_Guide.pdf (Erişim tarihi: 07.007.2009)

Second Life Türkiye. (2009). <http://secondlifeturkiye.com/kayit/second-life-turkiye-> (Erişim tarihi:01.09.2009)

Shapiro, E.J. (1997). *Presentation of self in virtual life web page personas in cyberspace* (Unpublished Master's Thesis), University of Portland. <http://web.cecs.pdx.edu/~len/webpage.doc>(Erişim tarihi: 29.01.2010)

Sheer, V.C.,& Weigold, M. F. (1995). Managing threats to identity: the accountability triangle and strategic accounting. *Communication Research*, 22 (5), 592-612.

Shechter, O.G., Lang, E., & Keibler, C.R. (2011). Cyber culture and personnel security: report II - ethnographic analysis of Second Life. *Technical Report*.

- Shelton, A.K. (2010). Defining the lines between virtual and real world purchases: Second Life sells, but who's buying? *Computers in Human Behavior*, 26, 1223-1227.
- Shutz, A. (1998). Assertive, offensive, protective and defensive styles of self-presentation: a taxonomy. *The Journal of Psychology*, 132(6), 611-622.
- Siklos, R. (2006, October 19). *A virtual world but real money*. *The New York Times*.http://www.nytimes.com/2006/10/19/technology/19virtual.html?_r=1&en=9370daefa88875de&ei=5070adresine (Erişim tarihi: 10.12.2010)
- Slama M.,& Wolfe R. (1999). Consumption as self-presentation: a socioanalytic interpretation of Mrs. Cage author(s). *The Journal of Marketing*, 63 (4), 135-138.
- Smart, J., Cascio, J., & Paffendorf, J. (2007). *Metaverse roadmap-patways to the 3D web: a cross-industry public foresight*.
<http://www.metaverseroadmap.org/overview/index.html>adresine 12 Kasım 2010 tarihinde erişildi. (Erişim tarihi: 31.01.2010)
- Soyseçkin İ. (2007). Siberuzamda bir dünya: mudlarda toplumsal cinsiyetin şekillenşi. *Sanal uzamda oyun kùltürü ve dijital oyunlar*.Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulan bildiri. net-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/89.pdf(Erişim tarihi:10.08.2010)
- Spence, J. (2008). Demographics of virtual worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1 (2).
- Strauss, A. L.,& Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. London: Sage Publications.
- Suler, J. (1999). *The basic psychology features of cyberspace*.
<http://www.enotalone.com/article/2455.html>(Erişim tarihi: 06.07.2010)
- Tapley, R. (2008). *Designing your Second Life*. USA:New Riders.

- Tata, J. (2000). She said, he said. The influence of remedial accounts on third-party judgments of coworker sexual harassment. *Journal of Management*, 26 (6), 1133-1156.
- Tedeschi, J.T.,& Reiss, M. (1981). Verbal strategies in impression management. *The Psychology of Ordinary Explanations of Social Behavior* (Ed: C.Antaki). Academic Press, London. 271-309.
- Thomas, R. M. (2003). *Blending qualitative & quantitative research methods in theses and dissertations*. USA: Corwin Press.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Topçuoğlu, N.(2007). *Second Life’da Türk şirketleri danışman desteğiyle kalkınacak*.http://www.referansgazetesi.com/haber.aspxHBR_KOD=87007&KTG_KOD=204türk (Erişim tarihi:07.10.2009)
- Trammell, K.,& Keshelashvili, A. (2005). Examining the new influencers: a self-presentation study of a-list blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 968-982.
- Tu, C., Blocher, M., & Roberts, G. (2008). Constructs for Web 2.0 learning environments: a theatrical metaphor. *Educational Media International*, 45 (4), 253-269.
- Turkle, S. (1999). Constructionas and reconstructionas of self in virtual reality: playing in the MUDs. *Mind,Culture and Activity*, 1(3). 1587-167.
http://web.mit.edu/sturkle/www/pdfsforstwebpage/ST_Construc%20and%20reconstruc%20of%20self.pdf (Erişim tarihi:15.04.2009)
- Tüter, M. S. (2007). Aynı anda iki hayat mümkün? *Gündem Analiz*, 12.
http://www.ekopolitik.org/images/cust_files/070903151238.pdf (Erişim tarihi: 15.04.2009)

- Tyagi, P.K. (2010). Webnography: a new tool to conduct marketing research. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 15, (2). 262-266.
- Utz, S. (2000). Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds. *Journal of Online Behavior*, 1 (1)
<http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html>(Erişim tarihi:22.07.2009)
- Vaast E. (2007). The presentation of self in a virtual but work-related environment from protagonists to fools. *International Federation for Information Processing*, 236, 183-199.
- Vasalou A.,& Joinson, A.N. (2009). Me, myself and i: the role of interactional context on self-presentation through avatars. *Human Behavior*, 25 (2), 510-520.
- Walker, K. (2000). It's difficult to hide it: the presentation of self on Internet home pages, *Qualitative Sociology*, 23(1), 99-120.
- Walther, J.B. (1996). Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Ward, K.J. (1999). Cyber-ethnography and the emergence of the virtually new community. *Journal of Information Technology*, 14, 95-105.
- Waskul D., & Douglass, M. (1997). Cyberself: the emergence of self in on-line chat. *The Information Society*, 13 (4), 375 -397.
- Wate, A. (2000). *Impression management*.
http://www.i5ive.com/article.cfm/social_psycology/53283(Erişim tarihi:10.01.2010).
- Whang, L.S.,& Chang.G. (2003). Lifestyles of virtual world residents, living in the on-line game, "Lineage". *Cyberpsychology & Behavior*, 7(5), 592-600.
- White, B.A. (2008). *Second Life: a guide to your virtual world* (Paperback). USA: Que Publishing.

<http://www.amazon.com/Second-Life-Guide-Virtual>

World/dp/0321501667/ref=pd_rhf_shvl_7 (Erişim tarihi:12.10.2010)

Williams, D.A. (2008). *Virtual aesthetics and ethical communication: towards virtuous reality design*. (Unpublished Master Thesis). Clemson University.

Wilson, B. (2006). Ethnography, the internet, and youth culture: strategies for examining social resistance and “online-offline”. *Relationships*, 29 (1). 307-328.

Wittel, A. (2000). Ethnography on the move: from field to net to Internet. *Forum: Qualitative Social Research*, 1 (1), 21.

Wood, A.F.,& Smith, M. J. (2005). *Online communication* (2nd ed.) London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Yee, N.,& J. N. Bailenson. (2007). The proteus effect: the effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*, 33, 271–290.

Yıldırım, A.,& Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Zanden, J. W. (1987). *Social psychology* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Zivnuska, S., Kacmar, K. M., Witt, L. A., Carlson, D. S., & Bratton, V .K. (2004). Interactive effects of impression management and organizational politics on job performance. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 627–640.

<http://museum101.wetpaint.com/page/Museums+in+MUVEs> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlife.com> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlife.com> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php>sl türkiye sl bilgi kaynağı

<http://www.kesfetmekicinbak.com/apps/search.app/search.php?query=second+life&Ara=Ara> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlife.com/corporate/sysreqs.php>(Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://www.kesfetmekicinbak.com/apps/search.app/search.php?>), (Erişim tarihi:15.04.2009)

http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_NMC_EN.pdf (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://secondlifegrid.net/slfe/education-use-virtual-world> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://teen.secondlife.com/whatis> (Erişim tarihi:15.04.2009)

<http://www.jaronlanier.com/general.html> (Erişim tarihi:11.06.2011)