

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
PAZARLAMA BİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**WENGER'İN EYLEM-KİMLİK KURAMI
BAĞLAMINDA SANAL EYLEM TOPLULUK
KULLANICILARININ KİŞİSEL ÖZELLİKLERİ
İLE KATILIM MOTİVASYONLARININ
KATILIM GÖSTERME DAVRANIŞINA ETKİSİ**

Züleyha GÖKÇE

2502120263

**TEZ DANIŞMANI
PROF.DR. SEMA KURTULUŞ**

İSTANBUL – 2022

ÖZ

WENGER'İN EYLEM-KİMLİK KURAMI BAĞLAMINDA SANAL EYLEM TOPLULUK KULLANICILARININ KİŞİSEL ÖZELLİKLERİ İLE KATILIM MOTİVASYONLARININ KATILIM GÖSTERME DAVRANIŞINA ETKİSİ

Züleyha GÖKÇE

Bu çalışmada, sosyal medya kullanıcıları tarafından kurulan sanal eylem topluluklarındaki topluluk üyelerinin topluluk içerisinde gerçekleşen paylaşım ve faaliyetlere katılım gösterme yani eylemde yer alma davranışını belirleyen faktörler ele alınmaktadır. Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım gösterme davranışında kişisel özellikler ve sosyal ağa içkin motivasyonların etkisi olduğu varsayımından hareketle bu tez çalışması hazırlanmıştır. Buna göre çalışmada, sanal eylem topluluklarında oluşan ortak kimlik yani topluluk kimliği ve eylemde yer almayı (katılım gösterme davranışını) etkileyen kişisel özelliklerden kişilik tipleri ve yaşam tarzları ile katılım motivasyonlarının etkilerini birlikte açıklayan bir model geliştirilmiştir. Geliştirilen modelde kuramsal çerçevede ele alınan Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı referans alınarak topluluk kimliği ve eylemde yer alma üzerinde belirlenen faktörlerin etkisinin araştırılmasının yanı sıra topluluk kimliği ile eylemde yer alma arasındaki ilişkinin de incelenmesi amaçlanmıştır. Katılım motivasyonları, kişilik tipleri, yaşam tarzı, topluluk kimliği ve eylemde yer almayı (katılım göstermeyi) araştırılan 5 ayrı ölçek ile araştırmaya katılanların üye oldukları sanal eylem topluluğuna ilişkin üyelik bilgilerine ve sosyo-demografik özelliklerine dair soruları içeren bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formu örneklem grubunda yer alan farklı grupları uygun bir dağılımla temsil edecek şekilde yüz yüze bilgisayarlı anket yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda 700 katılımcıya ait geçerli veri seti elde edilmiştir. Elde edilen verilere Keşfedici Faktör Analizi, Kanonik Korelasyon Analizi, Yol Analizi, Kümeleme Analizi, Diskriminant Analizi ve ANOVA Analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda katılım motivasyonları, kişilik tipleri ve yaşam tarzının, topluluk kimliği ve eylemde yer almaya (katılım göstermeye) istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin

olduğu görülmüştür. Aynı zamanda topluluk kimliğinin, eylemde yer almaya istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yapılan çalışma kapsamında, sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları, kişilik tipi ve yaşam tarzı açısından kendi aralarında kümelendikleri ve oluşan kümeler için topluluk kimliği ve eylemde yer almanın farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eylem-Kimlik Kuramı, Sanal Eylem Topluluğu, Sürdürülebilirlik, Topluluk Kimliği, Eylem



ABSTRACT

THE IMPACT OF PERSONAL CHARACTERISTICS AND PARTICIPATORY MOTIVATION OF VIRTUAL COMMUNITIES OF PRACTICE USERS TO THE PARTICIPATING BEHAVIOUR IN THE CONTEXT OF WENGER'S VCoP THEORY

Züleyha GÖKÇE

In this study, the factors determining the sharing and participation, that is, to take part in the practice by the community members in the community, in the virtual communities of practice which are established by the social media users are discussed. This thesis study is prepared by assuming that the personal characteristics and the motivation of participatory behaviour of virtual communities of practice has an impact on social networks of the community users. Accordingly, in the study, a model was developed that explains the impact of personality types and lifestyles from personal characteristics which affects community identity and the participatory behaviour and the impact of participating motivation together in the virtual communities of practice. In the developed model, it was aimed to investigate the impact of factors determined on the community identity and the taking part in the practice as well as the relationship between community identity and taking part in the practice by referring to Wenger's VCoP Theory. A questionnaire form containing questions about the social media usage of the participants and their personal information with 5 different scales investigating participation motivations, personality types, lifestyle, community identity and taking part in practice (participating) was created. The questionnaire form was applied by using face-to-face computerized questionnaire method to represent different groups in the sample group with an appropriate distribution. As a result of the research, a valid data set of 700 participants was obtained. Exploratory Factor Analysis, Canonical Correlation Analysis, Path Analysis, Cluster Analysis, Discriminant Analysis, ANOVA Analysis were applied to the data obtained. As a result of the findings, it was seen that participation motivations, personality types and lifestyle had a statistically significant effect on community identity and taking part in action (participating). At the same

time, it was determined that community identity had a statistically significant effect on taking part in the action. In addition, within the scope of the study, it was determined that the users of the virtual action community clustered among themselves in terms of participation motivations, personality type and lifestyle, and the community identity and taking part in the action differed for the formed clusters.

Key Words: VCoP Theory, Virtual Community of Practice, Sustainability, Community Identity, Practice



ÖNSÖZ

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında, sosyal medyanın, bilhassa da sanal eylem topluluklarının, bireyler ve yanı sıra tüketicileri değiştirebilme kabiliyeti de göz önünde bulundurulduğunda; hazırlanan bu tez çalışmasında, sanal eylem topluluklarında katılım gösterme davranışı ve bu davranışı etkileyen unsurları açıklamaya öncelik verilmiştir. Sanal eylem topluluklarında katılım gösterme davranışı ve topluluk kimliğinin temel dinamikleri ile belirleyicilerini (kişisel özellikler ve katılım motivasyonlarının) açıklamak amacıyla bu tez çalışması hazırlanmıştır.

Tezin kuramsal çerçevesi bakımından literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlaması isteğinden hareketle, özellikle çok disiplinli bir çalışmanın hazırlanmasının gerekli ve önemli olduğu değerlendirilerek hazırlanan bu çalışma; gerek farklı disiplinlerde yapılan çalışmaların literatür taraması sırasında gerekse de birbirinden çok farklı ve mekânsal mesafeye sahip insanlar ile yüz yüze araştırma yapıldığından uygulama aşamasında çok çeşitli zorluklar altında yoğun emek ve sabır gerektirmiştir. Bu çalışma literatüre katkı sağlama isteğinden ötürü çoğunlukla yabancı literatür desteği ile hazırlanmıştır. Tezin uygulama aşamasında destek olarak yardımlarını esirgemeyen sanal eylem topluluk yöneticileri ile anket uygulamasına katılan topluluk üyelerine teşekkür ederim.

Tezin hazırlanma sürecinde değerli bilgi birikimleri ve tecrübelerini benimle paylaşarak yol gösterip destekleyen tez danışmanım Prof. Dr. Sema KURTULUŞ'a, tez izleme kurulunda yer alan hocalarım Prof. Dr. Ulun AKTURAN'a ve Prof. Dr. Zehra BOZBAY'a içtenlikle teşekkür ederim. Ayrıca akademik gelişimime sağladıkları katkılar için İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı ve Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Pazarlama Bilim Dalı bünyesindeki tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Eğitimim süresince verdikleri destek, gösterdikleri ilgi ve sabırları için hayatımın vazgeçilmezleri olan sevgili aileme ve dostlarıma destekleri ve ilgileri için teşekkür ederim.

ZÜLEYHA GÖKÇE

İSTANBUL, 2022



İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SANAL EYLEM TOPLULUKLARI

1.1. SANAL TOPLULUKLAR.....	8
1.1.1. SANAL TOPLULUKLARIN SINIFLANDIRILMASI.....	11
1.2. SANAL EYLEM TOPLULUKLARI.....	14
1.2.1. EYLEM TOPLULUKLARININ TÜRLERİ.....	17
1.2.2. EYLEM TOPLULUKLARININ GELİŞİM EVRELERİ.....	20
1.2.3. EYLEM TOPLULUKLARINDA ÜYELİK.....	23
1.3. EYLEM-KİMLİK KURAMI.....	28
1.3.1. EYLEM-KİMLİK KURAMI'NDA EYLEM.....	30
1.3.2. EYLEM-KİMLİK KURAMI'NDA KİMLİK.....	36
1.3.2.1. Bireysel Kimlik.....	40
1.3.2.2. Sosyal Kimlik (Topluluk Kimliği).....	41
1.3.2.3. Kolektif Kimlik.....	46

İKİNCİ BÖLÜM

SANAL EYLEM TOPLULUKLARINDA KATILIM GÖSTERME

DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

2.1. KATILIM MOTİVASYONLARININ ETKİSİ.....	50
2.2. KİŞİLİĞİN ETKİSİ.....	60
2.3. YAŞAM TARZININ ETKİSİ.....	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SANAL EYLEM TOPLULUKLARINA KATILIM GÖSTERME DAVRANIŞINA KULLANICILARIN KİŞİSEL ÖZELLİKLERİ VE KATILIM MOTİVASYONLARININ ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE PİLOT BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMAÇ ve ÖNEMİ	77
3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI.....	79
3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ	81
3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE ÖLÇEKLERİ.....	83
3.4.1. TOPLULUK TÜRLERİ.....	83
3.4.2. ÜYELİK BİLGİLERİ	85
3.4.3. SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	85
3.4.4. KATILIM MOTİVASYONLARI.....	85
3.4.5. KİŞİLİK TİPLERİ	86
3.4.6. YAŞAM TARZI (GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM TARZI).....	87
3.4.7. TOPLULUK KİMLİĞİ.....	88
3.4.8. EYLEMDE YER ALMA (KATILIM GÖSTERME).....	88
3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	89
3.6. ÖRNEKLEME SÜRECİ.....	90
3.7. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE SÜRECİ	94
3.8. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ	95

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZLER VE BULGULAR

4.1. KATILIMCILARA İLİŞKİN VERİLERİN FREKANS DAĞILIMLARI....	97
4.2. ÖLÇEKLERİN GÜVENİRLİK ve GEÇERLİK ANALİZİ	100
4.3. HİPOTEZ TESTLERİ.....	108
4.3.1. BİRİNCİ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ.....	109
4.3.2. İKİNCİ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ	123
4.3.3. ÜÇÜNCÜ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ.....	128
SONUÇ.....	145
KAYNAKÇA	165

EKLER.....	185
EK.1 Anket Formu	185
ÖZGEÇMİŞ.....	190



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1 : Sosyal Bilimler ve Mesleki Disiplinlerde Eylem Topluluklarının Kullanımı	15
Tablo 1.2 : Kimlik Yönelimleri ve Yapıları	38
Tablo 2.1 : Beş Faktör Kişilik Modeli Boyutlarının Belirleyicileri	61
Tablo 2.2 : Değerlerin GÜdüsel Alanları	66
Tablo 4.1 : Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Verilerin Frekans Dağılımları.....	98
Tablo 4.2 : Katılımcıların Üyelik Bilgilerine İlişkin Verilerin Frekans Dağılımları	99
Tablo 4.3 : Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin Cronbach Alpha Katsayıları.....	101
Tablo 4.4 : Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin KMO Değerleri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	103
Tablo 4.5 : Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Yapıları	105
Tablo 4.6 : H_{1-1} Hipotezine İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri.....	112
Tablo 4.7 : H_{1-1} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	112
Tablo 4.8 : H_{1-2} Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri ..	113
Tablo 4.9 : H_{1-2} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları	114
Tablo 4.10 : H_{1-3} Hipotezine İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri	115
Tablo 4.11 : H_{1-3} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	115
Tablo 4.12 : H_{1-4} Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri ..	116
Tablo 4.13 : H_{1-4} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	117
Tablo 4.14 : H_{1-5} Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri...	118
Tablo 4.15 : H_{1-5} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	118
Tablo 4.16 : H_{1-6} Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri ..	120
Tablo 4.17 : H_{1-6} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	120
Tablo 4.18 : H_{1-7} Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri ..	121
Tablo 4.19 : H_{1-7} Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları.....	122
Tablo 4.20 : Yol Analizinde Hesaplanan Etki Büyüklükleri ve t Değerleri	126
Tablo 4.21 : Kümeleme Analizi Sonuçları.....	130

Tablo 4. 22 : Üyelik Bilgilerine ve Sosyo-Demografik Özelliklere İlişkin Detaylı Ki-Kare Analizi Sonuçları.....	131
Tablo 4. 23 : Ki-Kare Analizi Sonuçlarına Göre Üyelik Bilgileri ve Sosyo-demografik Özelliklere İlişkin Anlamlı Farklılıklar	133
Tablo 4. 24 : Diskriminant Fonksiyonu, Wilks' Lambda ve Eigenvalue Değerleri	136
Tablo 4. 25 : Diskriminant Analizindeki Değişkenlerin Test Sonuçları.....	136
Tablo 4. 26 : Çoklu Ayırma Analizi Sonucunda Elde Edilen Yapı Matrisi.....	137
Tablo 4. 27 : Kümelerin Topluluk Kimliği ve Eylemde Yer Almaya Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	138
Tablo 4. 28 : Diskriminant Analizi Sonucu Elde Edilen Fonksiyonların Grup Merkezleri	138
Tablo 4. 29 : Kümelere Göre Topluluk Kimliği ve Eylemde Yer Almaya İlişkin ANOVA Tablosu	140
Tablo 4. 30 : Kümelere İlişkin Scheffe Testi	141
Tablo 4. 31 : Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Özet Tablo	144

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Eylem Topluluklarının Gelişim Evreleri.....	21
Şekil 1.2: Sanal Topluluklara Katılım Düzeylerine Göre Üyeler.....	24
Şekil 1.3: Eylemin Boyutları	30
Şekil 1.4: Sosyal Öğrenme Kuramı Unsurları	34
Şekil 1.5: Sosyal Öğrenme Kuramı Modeli.....	35
Şekil 2.1: Güdüsel Alanlar ve Aralarındaki Yapısal İlişki	68
Şekil 3.1: Araştırma Modeli	81
Şekil 4.1: Analiz Sonuçlarını İçeren Yol Diyagramı.....	125
Şekil 4.2: Ayırma Fonksiyolarının Kümeleri Ayırıştırma Seviyesi	139

KISALTMALAR LİSTESİ

VC	:	Virtual Community
CoP	:	Community of Practice
VCoP	:	Virtual Community of Practice
SCS	:	Sense of Community Scale
AIQ-III	:	Aspects of Identity Questionnaire-III
AIQ-IV	:	Aspects of Identity Questionnaire-IV
BIG 5	:	Büyük 5 Faktör Modeli
LOV	:	List of Values
SVI	:	Schwartz Value Inventory
LOVOS	:	Gönüllü Sade Yaşam Tarzı
SRI	:	Stanford Research Institute
IPIP-FFM	:	International Personality Item Pool- Big Five Factor Model
MINI-IPIP	:	Mini Big Five Factor Model
UTTM	:	Ulusal Tohum Takas Merkezi
SPSS	:	Statistical Package for Social Sciences
AMOS	:	Analysis of Moment Structures
VIF	:	Variance Inflation Factor

GİRİŞ

Yeni iletişim araçları kitlelerin sadece enformasyon ihtiyacını karşılamakla kalmayıp gündelik ve toplumsal hayatta başka beklentilerine de (eğlenme, dinlenme, sosyalleşme, alışveriş yapma gibi) cevap verdiği için kullanımları zaruri hâle gelmiştir. Kitle iletişim araçları var olan ihtiyaçlara cevap vermenin yanı sıra yeni ihtiyaçların ortaya çıkması ve ihtiyaçların tatmin edilmesi sürecinde izleyici kitlenin yönlendirilmesi (örneğin; reklamlar, propaganda gibi iletişim yöntemlerini kullanarak) işlevlerini de görmektedir. Sosyal mekânlar olmalarından dolayı; sadece mal ve hizmetlerin değil, kimliklerin ve yaşam biçimlerinin de yeniden üretilip tüketilmesini sağlayan bu yeni mecranın dinamiklerini ve etkilerini anlama ihtiyacı giderek daha da fazla önem kazanmaktadır (Avcıoğlu, 2011).

Castells (2013a)'ın, “*Yeni kitle iletişim araçları*” olarak ifade edilen “*internet temelli bilgi ve iletişim teknolojileri*”nin ortaya çıkmasının bir ürünü olarak meydana gelen bilgi akışı sayesinde, sınırların ortadan kalktığı ve dünyanın tek bir pazar hâline geldiği söylemi ile birlikte McLuhan (2001)'in dünyanın adeta “*küresel bir köy*” hâline geldiği tespiti pekişmektedir. Bu tespitlere göre internetin; bilgi, iletişim, tüketim gibi hususlarda etkisi evrensel nitelikte olabilir. İnternetin etkisinin penetrasyon alanı tüm dünya olduğundan, konvansiyonel kitle iletişim araçlarında uygulanan geleneksel yöntemleri kullanmak yerine; kullanıcılar için değer ve kazanımları araştırılıp güncel stratejiler ile bu yeni mecrada var olmak gerekmektedir. Sosyal medyada gerçekleşen iletişim ve etkileşimler sayesinde internetin etkisi tek tek bireyleri aşmaktadır. Bu nedenle toplumsal dönüşümlere kaynaklık eden sosyal medya araştırmaları internet üzerine yapılan çalışmalar arasında öne çıkmaktadır (Wellman, 2018).

Bireyin gündelik hayatındaki tüketim biçimi, sanal dünyada da içeriklerin (görsel, işitsel, yazılı vb.) üretim ve tüketimine yaklaşımı hakkında ipucu vermektedir. Sanal dünyada ortak ve önemli kabul edilen ilgi alanları hakkında oluşturulan içeriklerin etrafında toplanan bireylerden oluşan yapılar, sanal topluluklar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bir sanal topluluğun amaçlarına ulaşması için ortak bir konuya ilgi

duyan bireylerin varlığı veya sayıca çokluğu gerekli olsa da tek başına yeterli olmamaktadır. Bireylerin üyelikleri süresince katılımlarının niteliği, sahip oldukları birliktelik duygusu, geliştirdikleri ilişkiler ve eylem planları ağı da önemli olmaktadır. Bu şartlar ise bütüncül olarak sanal eylem topluluklarında hayata geçmektedir. Sanal eylem toplulukları katılım bağlamında değerlendirildiğinde; üyelerin, çevrimiçi öğrenme süreçlerinden geçerek topluluk amacına uygun olacak şekilde, gerçek dünyada da bir araya gelip çeşitli konularda kendilerine ve birbirlerine fayda sağladıkları görülmektedir (Alakurt ve Keser, 2016).

Sanal eylem topluluklarındaki üyelerin, bu topluluklarda katılım göstermeye karar vermeleri farklı motivasyonlar ile farklı şekillerde meydana gelmektedir. Diğer bir yandan, katılımcıların paylaşımları sonucunda, bireysel kimlikleri değişmekte ve ortak bir topluluk kimliği de ortaya çıkmaktadır. Gerçekleşen paylaşımlar sonucu oluşan repertuar ile katılımcıların kimlikleri (birey-topluluk), sanal aktiviteleri eyleme dönüştürerek gerçek hayata taşımaktadır. Bu ilişkiyi ilk olarak Lave ve Wenger (1991) incelemiştir. Wenger'in öncüsü olduğu Eylem-Kimlik Kuramı'nı zaman içerisinde çok sayıda bilim insanı farklı perspektiflerden ele alıp geliştirmiş ve kuramın ana çatisını oluşturmuşlardır (Wenger, 1998; Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Davenport ve Prusak, 1998; Compeau ve Higgins, 1995; Wenger ve Snyder, 2000; Lesser ve Prusak, 2000; Wenger vd., 2002; Ardichvili vd., 2003; Snyder vd., 2003; Wenger, 2003; Wenger, 2004; Preece, 2004; Wasko ve Faraj, 2005; Chiu vd., 2006; Gajda ve Koliba, 2007; Andrew vd., 2008; Probst ve Borzillo, 2008; Gajda ve Koliba, 2009; Andrew vd., 2009; Tsai ve Ghoshal, 2017).

Sanal eylem topluluklarında, özellikle bireysel kimlik-topluluk kimliği ilişkisi ile bu ilişkiye kaynaklık eden kişilik özellikleri ve yaşam tarzının yanı sıra yine tüketicilerin satın alma kararlarında bir itici güç olan motivasyonlar, ortaya çıkan eylemleri şekillendirebilme gücüne sahiptir (Wenger, 1998; Wenger vd., 2002; Ardichvili vd., 2003).

Sanal eylem topluluklarının yapısının ve ona has dinamiklerin açıklanması literatüre ve pazardaki uygulayıcılara sağladığı katkı bakımından oldukça önemlidir. Sanal

eylem topluluklarında eylemi oluşturan bileşenler, öncül çalışmalarda (Wenger, 1998; Lesser ve Prusak, 2000; Snyder vd., 2003; Wenger, 2004; Preece, 2004) karşılıklı katılım, paylaşılan repertuar ve ortak girişim olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmalarda sanal eylem topluluklarında eylemi oluşturan bileşenler ele alınmakta; ancak bu bileşenler arasındaki etkileşimin karar alma süreçleri sonrasında oluşan davranışlara etkisi göz ardı edilmektedir.

Toplumun yapısını belirleyen dinamikleri yeniden düzenleme kabiliyetine sahip olan sosyal medya, enformasyon teknolojilerini kullanarak hayatın her alanında bireyler ve dolayısı ile tüketiciler için önemli bir yer işgal ettiğinden daha ayrıntılı bir şekilde incelenmeye ihtiyaç duymaktadır. Toplumsal dönüşümün en büyük tetikleyicilerinden biri olan sosyal medya, günümüzde giderek bireyselleşen ve gerçek hayatta karşılaşması imkânsız hâle gelen insanları, sanal ortamlarda topluluklar aracılığıyla bir araya getirmektedir. Değişen birey-birey, birey-kitle arasındaki ilişki olgusu, sanal dünyada bu topluluklar aracılığıyla somut hâle gelmektedir. Ancak ortaya çıkan bu yeni ilişki formunun olumlu ve olumsuz çıktılarının yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Sanal eylem toplulukları aynı zamanda ilgi ve ilişki toplulukları olarak kabul edildiğinden konu, ayrıntılı şekilde açıklanmaya ihtiyaç duymaktadır.

Sanal eylem toplulukları, aynı zamanda ilgi toplulukları olarak ortak bir amaç doğrultusunda eylemlerde bulunan birliklerdir. Bu ortak amaç; benzer entelektüel meraklar, hobiler veya ortak bir kaygı hakkında olabilir.

21. yy.'da tüm dünyada en çok tartışılan ve üzerine kaygı duyulan konular; büyüme, kalkınma ve sürdürülebilirliktir. Büyüme ve kalkınma daha çok iktidar erkleri tarafından her yıl dünyanın dört bir yanında düzenlenen uluslararası konferanslarda *

* Bkz.: 1972 Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı-UNEP Kararları, 1987 Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu-WCED (Brundtland Raporu-Our Common Future), 1992 Rio Çevre ve Kalkınma Konferansı ile Birleşmiş Milletler Sözleşmesi-UNCED (Agenda 21-Gündem 21 Eylem Planı, 1997 Kyoto Protokolü-İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, 2000 yılı Birleşmiş Milletler Zirvesi (Millenium Development Goals-Binyıl Kalkınma Hedefleri), 2015 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (2030 yılına kadar hayata geçirilmesi kararı ile), 2015 Paris İklim Anlaşması vb...

tartışılırken sürdürülebilirlik, hükümetlerin yanı sıra birey ve toplumların da üzerinde müzakerelerde bulunduğu, kararlar aldığı, tasarruflarda bulunduğu bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Hükümetlerin aldığı ulusal ve uluslararası tedbirler ile sürdürülebilirlik konusunda ilerlemeler sağlansa da kısıtlı kalmaktadır. Sürdürülebilirliğe mikro düzeyde bakılarak her bir bireyin yaşamı yeniden tasarlanmalı ve hayatın her anında her konuda sürdürülebilirlik amaçlanmalıdır; toprağın, suyun, ormanların, yapıların, eğitimin, kültürün sürdürülebilirliği gibi... (Aydın, vd., 2017). Sürdürülebilirliği yaşamına entegre eden bireyler beslenirken, giyinirken, kozmetik ve hijyenik malzemeleri kullanırken, ulaşım, konaklama ve seyahat gibi konularda tercihlerde bulunurken, ilgi duydukları faaliyetler ve sanatsal aktiviteleri belirlerken sürdürülebilirlik kaygısını gözetmektedirler.

Sürdürülebilirlik ile ilgili çeşitli konularda belirlenen ortak amaçlar doğrultusunda sosyal medyada bulunan katılımcılar sanal eylem topluluklarında bir araya gelmektedirler (örneğin; Ekin Sapı Devrimi, İmece Evi, Tıbbi ve İtri Bitki Yetiştirme ve İşleme Teknikleri Grubu, Topluluk Destekli Tarım Ağı Grubu gibi Facebook'ta kurulan çeşitli topluluklarda olduğu gibi). Birbirinden çok farklı demografik özelliklere ve mekânsal mesafelere sahip bireyler, üye oldukları sanal eylem toplulukları aracılığıyla birbirleri ile temas kurup ilgi duydukları konularda bilgi transferi ve eğitimler gerçekleştirmekte, toplantılar ve eğlenceler organize etmektedirler. Bunun sonucunda bu topluluklarda sürdürülebilir ürünlerin üretici ve tüketici arasında el değişimi sağlanmakta, farklı beceriler geliştirilmekte ve yeni ilişkiler kurulmaktadır. Örnekte yer verilen sanal eylem toplulukları da dâhil olmak üzere araştırmanın örnekleme dâhil edilen pek çok toplulukta; katılımcıların kim oldukları, bu topluluklarda gelişen ilişkiler ağının yapısı ve üretilen çıktılar hakkında yapılan gözlemler, sürdürülebilirlik ile ilgili farklı konulara ilgi duyan grupların çeşitli açılardan birbirleri ile farklılaştığını düşündürmektedir. Bu nedenle bu farklılıkları tespit edip onlara uygun olacak şekilde yaklaşımlar geliştirmek gerekmektedir.

Bahsi geçen problemlerden hareketle, bu çalışmada; sosyal medyada yer alan sanal eylem topluluklarındaki katılımcıların kişilik tiplerinin, yaşam tarzlarının ve katılım

motivasyonlarının eylemde yer almalarını (topluluğa katılımlarını) ve topluluğun kimliğini etkileyip etkilemediğinin; aynı zamanda da üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özelliklere göre üyelerin farklı gruplarda kümelenmeleri ile bu kümelenmenin sonucunda farklı gruplar tespit edildi ise bu farklılıkların her bir grupta nasıl olduğunun açıklanması amaçlanmıştır.

Çalışmanın amacından hareketle, sanal eylem topluluklarında katılımı etkileyen faktörler değerlendirilmektedir. Sanal eylem topluluklarında katılımcıları teşvik eden unsurların sahip oldukları çeşitli özelliklerin, toplulukta oluşan ortak kimlik ile birlikte eylemde yer almaya etkisinin olduğu ve belirlenen değişkenler bakımından sürdürülebilirlik ile ilgili çeşitli konulara ilgi duyan katılımcıların birbirlerinden farklılaştığı savını içeren bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın ilk iki bölümünde, bu çalışmanın amaç ve kapsamına ilişkin literatürde daha önce gerçekleştirilen çalışmalar açısından kavramsal çerçeve açıklanmıştır. Buna göre, birinci bölümde Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı çerçevesinde sanal eylem topluluklarının yapısı, katılım düzey ve içeriğinin yanı sıra çevrimiçi öğrenme konuları açıklanmıştır. İkinci bölümde ise sanal eylem topluluklarında katılımı etkileyen motivasyonlar ile kullanıcıların kişisel özellikleri (kişilik tipleri, yaşam tarzları-gönüllü sadelik) literatürde daha önce yapılan çalışmalar ile birlikte incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın metodolojisinden bahsedilmiş; çalışmanın önemi, amacı, kapsam ve sınırlılıkları, modeli, değişken ve ölçekleri ile hipotezlerinin yanı sıra örnekleme ve veri toplama yöntem/süreçleri ele alınmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise öncelikle sıklık analizleri ve kullanılan ölçeklerin faktör yapıları belirtilmiştir. Ardından belirlenen problem ve amaç doğrultusunda oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Bu doğrultuda kişilik tipleri, yaşam tarzı-gönüllü sadelik ve katılım motivasyonlarının topluluk kimliği ve eylem üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu değişkenlerin sanal eylem topluluk kullanıcılarının üyesi oldukları topluluklara dair üyelik bilgileri ve sosyo-

demografik özellikleri açısından cevaplayıcıların nasıl farklılaştığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda “aromaterapi-homeopati-‘agro-homeopati””, “organik tarım-bahçecilik-hayvancılık-arıcılık”, “sürdürülebilir yapılar”, “geleneksel sanatlar”, “takas-ikinci el organizasyonları”, “hasat turizmi-eko-turizm”, “alternatif eğitim kampları” ve “doğa/nefes terapisi-yoga-reiki gibi yaşam pratikleri” açısından sürdürülebilirlik kaygısı odağında sosyal medyada bir araya gelen sosyal ağ kullanıcılarının belirlenen değişkenler açısından nasıl kümelendiği tespit edilmiştir. Verilerin analizi ve ortaya çıkan bulgular doğrultusunda yapılan değerlendirmeler, literatür ile desteklenerek sonuç bölümünde değerlendirilip yorumlanmış, tezin önemi ve katkıları belirtilip çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SANAL EYLEM TOPLULUKLARI

Geçmişten bugüne var olan sosyal ağlar günümüzde varlığını daha ziyade dijital ortamlarda “sanal sosyal ağlar” olarak sürdürmektedir. Sosyal ağları daha iyi anlamak için öncelikle “*ağ-network*” ve “*toplum-society*” olgularını ele almak gerekmektedir. Tönnies’in isim babası olduğu “*gemeinschaft-topluluk*” ve “*gesellschaft-toplum*” kavramları değerlendirildiğinde topluluk; insanlar arasında oluşan yakın, duygusal ve yüz yüze bağların kurulduğu belirli bir mekâna bağlı olan, toplumsal rollerin spesifik olduğu homojen ve düzeltilmiş insan gruplarını ifade ederken, toplum; sanayileşme ve kentleşmenin etkisi ile ortaya çıkan heterojen ve daha büyük insan grupları olarak tanımlanmaktadır (akt. Marshall, 1999).

“Ağ kavramı, bir veya daha fazla toplumsal ilişki ile birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir ağ oluşturan bireylere gönderme yapmaktadır” (Marshall, 1999). “Ağ, hiyerarşik bir yapıya sahip olmasa da medya ve bilgi teknolojilerinin mümkün kıldığı ilişkilerin ve güç sistemlerinin dışında kalmayan” (Levina, 2017), günlük deneyimleri -toplumsallık ve ilişki açısından- düzenleyen bir topografya olarak tanımlanabilir.

Gane ve Beer (2008)’ın, Castells’in “Bilgi Çağı” üçlemesini eleştirel açıdan ele aldıkları çalışmalarındaki tespitlere göre ağlar; sınırsız bir şekilde genişleyen, yenilikçi, oldukça dinamik ve açık sistemler olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ağ kavramı “giderek daha fazla merkezileşmiş, esnekleşmiş ve bireyselleşmiş bir toplumsal yapıyı” da işaret etmektedir. Bu tespitler Levina (2014)’nın da ileri sürdüğü gibi ağların teknik hiyerarşik yapılardan çok dinamik ve açık yapılar olduğu iddiasını doğrular niteliktedir. Ayrıca yazarlar, Castells’in “*zaman ve mekânın dönüşümü*” ile karakterize ettiği ağları; salt yeni bir toplumsal düzenin metaforu değil, farklı yerler arasında kurulan bağlantılar tarafından tanımlanan yeni bir

mekânsal biçim olarak da kabul ettiklerinden, sınırların ötesinde coğrafi mekânlar arasında kurulan alternatif bir kamusal alan olarak da tanımlamaktadırlar.

Castells (2013a), “*bireyciliği temel alan yeni bir sosyalleşme modeli*” ifadesini kullanarak “*ağ toplumu-network society*” olarak adlandırdığı yapılarda sosyal ilişkilerin bireyselleşmesine dikkat çekmektedir. Literatürde bu ağların sosyal izolasyona neden olup olmadığı tartışması süredursun, yazar yeni medyanın, geçmişte değerlerin ve sosyal organizasyonun paylaşımı esası ile hareket eden geleneksel toplulukları yok ederek “*ağlı bireyciliğin yükselişi*” ne neden olmadığını ve hatta zaman içerisinde “toplumsal ilişkilerin geliştirilmesi, sürdürülmesi ve belki de derinleştirilmesi” için teknik altyapıyı sağladığını iddia etmektedir (Castells, 2013a).

Ağ üyeliği, yabancılarla kurulan ilişkilerde zayıf bağları güçlendirip farklı toplumsal özelliklere sahip insanlar arasında bağlantılar kurulabilmesini sağlar. Bu anlamda internet, hızlı bir bireyselleşme ve çözülme sürecindeymiş gibi görünen bir toplumda, toplumsal bağların geliştirilmesine katkıda bulunabilir (Robert, 1995). Kuvvetle muhtemeldir ki ağlar, günümüzde yeni bir kültürün maddi temellerini oluşturabilirler. Sanal dünyanın varlığı ve ağların ortaya çıkışı ile birlikte gerçek hayatta (örneğin; ev içinde aile bireyleri ile) iletişim zayıflayıp sosyal çevreler daralırken sanal çevreler genişlemektedir. Her ne kadar sanal dünyadaki sosyal ağlar, geleneksel ağlar ile karşıt bir sistem içerisinde yer almasa ve zaman zaman yeni geleneksel ağların oluşumunu desteklese de çoğu zaman gerçek dünyadaki sosyal ağların zayıflamasına ve dönüşümüne sebep olmaktadır.

1.1. SANAL TOPLULUKLAR

Gerçek dünyadaki geleneksel topluluklar, sanal dünyada bireylerarası ilişkilerin yeniden kurgulandığı farklı bir yapıda varlığını sürdürmektedir. Geleneksel topluluklar, toplumsal değişimin baş döndürücü hızına uymak için güncellenerek sanal dünyada da kendisine yer edinmiştir. Bu denli hızlı bir değişim, hiç şüphesiz, sanayileşmenin gerçekleşmesi, hızlı ulaşım ve yeni medya araçlarının gelişmesi ile

toplumsal ilişkilerin zaman ve mekâna yayılmasından kaynaklanmıştır. Gerçek dünyadaki geleneksel toplulukların organik yapısının yıllar içerisinde değişmeye ve çözülmeye başlaması ile birlikte, bir alternatif olarak sanal dünyada sanal topluluklar ortaya çıkmış ve geleneksel toplulukları sanal dünyada ikame etmeye başlamıştır.

Literatürde ilk defa, Rheingold (1991, 1993)'un sanal topluluklar ile ilgili öncü çalışması *Virtual Communities*'de “sanal topluluk” terimi kullanılmış, insanları ortak değerler ve çıkarlar etrafında çevrimiçi olarak bir araya getiren ve sanal dünyada meydana gelen interaktif ve elektronik bir iletişim ağından; yani yeni bir tür topluluğun varlığından söz edilmiştir. Yazar, zihnindeki sanal topluluk kavramını; “sohbet etmek, tartışmak, ilişki kurmak, ticari faaliyetlerde ve/veya bilgi alışverişinde bulunmak, oyun oynamak, flört etmek gibi ihtiyaçların karşılandığı, yerel saat ve konumdan bağımsız olan, kimliklerin uyuştugu ve elektronik olarak etkileşime geçilen birliktelikler” olarak açıklamaktadır (Rheingold, 1991). Bu şekilde açıklanan sanal topluluklar; ortak bir odağı paylaşan, nispeten seyrek ve dinamik bir ilişkiler ağına dayalı, özel ve coğrafi açıdan dağınık yapılardır.

Sosyal medyanın kullanıcılarına anonim olma imkânı tanınması nedeniyle bugün ataerkil sistemin hegemonyasında olan ana akım medyanın yer vermediği çevre, kadın, LGBTİ, azınlık hakları, AIDS, yoksulluk, göç gibi konularda insan ve sosyal haklar ile ilgili problemler daha çok insanlığın kontrolünde olan bu mecrada; özellikle sanal topluluklar aracılığı ile dile getirilmektedir. Bu nedenle sanal topluluklar kolektif bilgi birikiminin oluşması ve kolektif eylemlerin (organizasyonların) organik olarak gelişmesi için uygun ortamlar olmaktadır (Castells, 2013b).

Ortaklaşa belirlenen hedefleri daha geniş bir yelpazede gerçekleştirebilmek ve mevcut ilişkileri sürdürmek üzere, yoğun bir ilişki ağına sahip bireyler tarafından oluşturulmuş, grup olarak çevrimiçi etkileşimde bulunan topluluklar sanal topluluklar olarak adlandırılmaktadır. Bu grupların, söz konusu şekilde adlandırılmasının temel nedeni ise, genel olarak etkileşimlerinin önemli bir kısmının çevrimiçi mekânlarda gerçekleşmesidir (Dholakia vd., 2004).

Literatürde sanal topluluk kavramının yerine, birçok yazar, çevrimiçi topluluk (Rheingold, 1991; Zhou, 2011), dijital kabile (Varnalı, 2013), dijital topluluk (Kotler vd., 2017), sanal cemaat (Bozkurt, 1999), ağ topluluğu veya sosyal ağ topluluğu (Castells, 2013a), e-topluluk, elektronik topluluk (Hair vd., 2010) ve e-kabile (Kozinets, 1999) ifadelerini de kullanmaktadır. Bu araştırmada, Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı esas alınarak; yeni bir ortak kimlik geliştirip yer yer eylemler gerçekleştiren ve geleneksel topluluklar ile benzer özellikler sergileyen, sosyal ilişki temelli ağlardan oluşan sanal eylem toplulukları (Virtual Community of Practice-VCoP) ele alındığından Wenger'in deyişi ile sanal topluluk (Virtual Community-VC) teriminin kullanımı tercih edilmiştir.

Sanal topluluklar, bilgi edinmek için başvuru kolektif kaynaklar ve dünyada kişisel ilişki ağlarını biçimlendirip güçlendiren dinamik yapılardır. İnsanlar fiziksel olarak ayrı mekânlarda yer alsalar da teknolojinin imkânlarından faydalanarak ortak değerler (kültürel yapı, inanç sistemi, gelenek ve görenekler) ve özel bir ilgi alanı (resim, müzik, sanat, edebiyat gibi bir hobi, ortak bir kaygı yahut bir sağlık problemi) çerçevesinde birbirine bağlanarak ilişki ağı geliştirebilirler. Birçok anlamda heterojen özellikler sergileyen bu topluluklar, değerler sistemi ve ilgi alanları söz konusu olduğunda adeta geleneksel topluluklarda olduğu gibi homojen bir yapıya bürünebilirler.

Sanal topluluklar, modern toplum parametrelerini reddeden oluşumlar olduğundan postmodernizmin kazandırdığı yapısal özellikler sayesinde insanın daha özgür, rahat ve esnek olduğu, akıl yerine duygunun, tek bir gerçek yerine çoğulculuğun, evrensellik yerine yerelliğin, kalıcı değil geçici şeylerin öne çıktığı insan birliktelikleridir (Castells, 2013b).

Sanal topluluklar, ortak ilgi alanına dair bir araya gelmesi zor veya imkânsız olan ölçüde kolektif bilgi birikiminin oluşumunu kolaylaştırarak, uzmanlıkların gelişmesini ve topluluğun üyeler için daha anlamlı ve önemli olarak algılanmasını sağlamaktadırlar (Bagozzi ve Dholakia, 2002). Bilginin metalaştığı bu topluluklar;

“dijital bilgi pazarı” olarak nitelendirilirken pazar dinamiklerinin temel belirleyicileri bireyin ihtiyaçları ve birey-grup ilişkileri ile açıklanabilmektedir. Birçoğu için sanal toplulukların amacı; bilgi arayışı, temel işlevi ise; bilginin toplumsal inşası olarak düşünülse de bu yapı üyelerine daha ziyade sosyalleşirken öğrenme imkânı yaratmaktadır. Ayrıca birey için ait olma yahut diğerlerinden ayrışma niyeti ile yeni bir ortak kimliğe dâhil olma, beğenilme, takdir edilme, saygınlık ve statü edinme, kendini gerçekleştirme gibi sosyal hayatın tabii yapısı gereği kendiliğinden ortaya çıkan bir takım temel içgüdüsel tatminleri de sağlamaktadır (Castells, 2013a).

1.1.1. SANAL TOPLULUKLARIN SINIFLANDIRILMASI

Sanal topluluklar giderek daha fazla merak uyandıran ve bilim insanlarının üzerinde daha sık çalışma yaptığı bir konudur. Buna rağmen hakkında genel geçer bir tanım olmadığı gibi bir sınıflandırma da yoktur. Literatürde sosyoloji, psikoloji, teknik bilimler gibi farklı akademik perspektiflerin kısmen temsil edildiği çeşitli çalışmalar mevcuttur (Tablo 1.1’de bu çalışmalardan bazıları örneklendirilmiştir; bkz.: s.15-16). Öte yandan farklı bilim insanlarınca yapılan farklı sınıflandırmaları incelemek sanal toplulukların tanımlanmasına ve farklı yönlerden [kuruluş yapıları (Porter, 2004), var oluş nedenleri ve organizasyon yapıları (Valck, 2005), resmiyet düzeyleri ve üyeliğe katılım şekilleri gibi] açıklanmasına yardımcı olmaktadır.

Hagel ve Armstrong (1997), Wenger’in açtığı yolda sanal topluluklar üzerine çeşitli çalışmalar yürütmüş; sanal topluluklara tüketim odaklı bir perspektiften yaklaşım tüketiciler ve işletmeler açısından toplulukların yapılanmasını, geliştirilmesini, potansiyelini ve faydasını araştırarak literatürdeki diğer çalışmalara katkıda bulunmuşlardır. Bu yaklaşımlarından dolayı, sanal toplulukları sınıflandırırken tüketicilerin beklentilerini gözetenek dörtlü bir ayırım benimsemişlerdir: (1) Takas toplulukları; sanal pazar yerleridir, bu topluluklarda değer ifade eden bilgi ve metaların el değişimi gerçekleştirilir. (2) İlgi topluluklarında; ortak ve özel bir konuya yönelik bilgi ve tecrübe paylaşımı yapılır. (3) Fantezi toplulukları; dijital ortamda, hayali bir dünyada, üyelerine gerçek kimlikleri yerine sahip olmak

istedikleri kimlikler ve hayatlara ulaşma olanağı sağlamaktadır. (4) İlişki toplulukları; fantezi topluluklarından farklı olarak üyelerin birbirlerinin gerçek kimliğinden haberdar olduğu, çevre edinmek ve etkinliklere katılmak için başkaları ile iletişim kurduğu topluluklardır.

Lazar ve Preece (1998)'in literatürün sentezini yaptıkları çalışmada sanal topluluklar; özellikleri, teknolojik altyapıları, geleneksel topluluklar ile ilişkileri ve topluluk bağlarının sınırlılığına göre dört kategoride sınıflandırılmışlardır. Özelliklerine göre sanal topluluklar, ortak bir amaç ve ilgi alanı etrafında oluşan (Whittaker, 1962) yahut nüfus büyüklüğüne göre değişen topluluklar olarak ayrılmaktadır. Topluluğu destekleyen yazılım teknolojilerine göre yapılan ayırmda ise sanal toplulukların bilgisayar aracılı iletişim aygıtı olma özelliğine vurgu yapılmaktadır. Geleneksel topluluklar ile ilişkisine göre sanal toplulukların ayırımı Aoki (1994)'nin geliştirdiği modele dayanmaktadır. Modelde sanal topluluklar, geleneksel topluluklar ile olan ilişkilerine göre; varlığı tamamen geleneksel topluluklara dayalı olanlar, varlığı kısmen geleneksel topluluklara dayalı olanlar ve herhangi bir geleneksel topluluk ile ilgisi olmayanlar şeklinde üç gruba ayrılmıştır (Aoki, 1994). Varlığı geleneksel topluluklara tamamen dayalı olan topluluklar (Tsao vd., 1999), genellikle coğrafi açıdan bir bölgeye odaklıdır ve bu topluluklarda yüz yüze toplantılar yapmak olasıdır. Varlığı geleneksel topluluklara kısmen dayalı olan sanal topluluklar arasında; spor takımları, evcil hayvan sahipleri, dini gruplar, yarışmalar, konferanslar ve toplantılarda düzenli aralıklar ile toplanan hobi temelli gruplar bulunur. Bu topluluklardaki üyeler belirli aralıklar ile yüz yüze buluşsa da temelde bilgisayar aracılı iletişim kanalları üzerinden sürekli temas hâlinde dirler (Tsao vd., 1999). Herhangi bir geleneksel topluluk ile ilgisi olmayan sanal topluluklara anonimlik özelliğinden dolayı rol oynamaya müsaade eden, sanal dünyalar ve yüz yüze görüşmelerin gerçekleşmediği destek grupları örnek verilebilir. Topluluk bağlarındaki sınırlılığa göre yapılan ayırmda ise sınırlılığın seviyesini tasarım veya topluluk üyelerinin eylemleri belirleyebilir. Şirketler veya kuruluşlar, sanal topluluk üyelerini; bir şirket için çalışanlar, bir coğrafi bölgede yaşayanlar veya belirli bir nüfusun parçası olanlar ile sınırlandırabilirler.

Stanoevska-Slabeva (2002)'nin, daha önceki çalışmaların bir özeti niteliğindeki sınıflandırmasında sanal topluluklar, aşağıdaki gibi bir ayrıma tabi tutulmuştur:

- 1. Tartışma veya Söyleşi Toplulukları:** Belirli bir konuya atıfta bulunarak bilgi alışverişini sağlamayı amaçlamaktadırlar. Bu topluluklar; ilişki toplulukları, ilgi toplulukları, eylem toplulukları ve örtülü tartışma toplulukları olarak gruplara ayrılmaktadır. (a) İlişki toplulukları; daha çok demografik veya coğrafik olarak ayrılmış, tutku içeren kişisel konular etrafında şekillenen ilişkileri oluşturmak için üyelerin bir araya geldiği topluluklardır. (b) İlgi toplulukları; odağında hobi, yaşam tarzı, beslenme, spor, ekoloji ve evcil hayvanlar gibi belirlenen ortak bir ilgi alanının olduğu topluluklardır. (c) Eylem toplulukları; belirli bir konuda uzmanlığa ve öğrenmeye odaklanan tartışma topluluklarıdır. (d) Örtülü tartışma toplulukları; örneğin belirli bir ürün ile ilgili eşanlı olmayan bilgi ve deneyim alışverişini amaçlayan topluluklardır.
- 2. Görev ve Hedef Odaklı Topluluklar:** Bu topluluklarda amaç; görevi yerine getirirken üyeler arasındaki iletişim ve sosyal ilişkileri geliştirmek ve ortak bir hedefe ulaşmaktır. Ticari işlem ve tasarım toplulukları gibi alt türleri vardır. (a) Ticari işlem toplulukları; elektronik ticaret platformlarında müşteri ve üretici/satıcıların bir araya geldiği, ticari işlem yapmanın yanı sıra ürünler ile ilgili tartışmaların gerçekleştiği topluluklardır. Müşteri toplulukları, destek toplulukları ve ürün tartışma toplulukları gibi farklı biçimleri ve hedefleri olabilir. (b) Tasarım toplulukları; müşterilerine gelecekte üretecekleri ürünlerin tasarımına katılma fırsatı sunan şirketler tarafından kurulur.
- 3. Sanal Dünyalar:** Fantezi dünyaları ve sanal toplulukların bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Sanal şehir kurguları ve sohbet imkânı da sağlayan macera oyunları ile bireylere avatarlar aracılığıyla fantastik karakterleri sayesinde kimliklerini üç boyutlu olarak ifade etme imkânı sunmaktadır.
- 4. Hibrit Topluluklar:** Çeşitli iletişim teknolojilerini birleştiren farklı türde sanal topluluklardan oluşan çok sayıda karmaşık topluluk platformu vardır. Bu ortamlarda tartışmalar ve ticari işlemler yapılırken avatarları üzerinden üyeler birbirleri ile etkileşimde bulunarak eğlence dünyasını sanal ortamda da

deneyimleyebilmektedirler. Buna örnek olarak; üç boyutlu bir arayüz sayesinde fiziki bir mağazaya simülasyon yoluyla ulaşmak ve buradaki sanal satış elemanları ile ürünler hakkında tartışmak, katalog incelemek ve hatta önerilerde bulunmak gösterilebilir.

Araştırmacılar, sanal toplulukları çeşitli sınıflandırmalara tabi tutmuş olsalar da bir grubun eş zamanlı olarak başka bir topluluğun özelliklerini de sergileyebileceği gerçeğini reddetmemektedirler. Örneğin; ilgi topluluklarında ortak ilgi alanına merak duyan kişiler birbirleri ile arkadaş olmak için ilişki kurabilecekleri gibi bu ilgi alanına özel ürün ve hizmetlerin takasını da aralarında gerçekleştirebilirler. Wenger'in sanal eylem topluluklarına ilişkin tanımlamaları göz önünde bulundurulduğunda, sanal toplulukların, bu konuda derinlemesine çalışmalar yürüten Stanoevska-Slabeva (2002) tarafından önerilen hibrit topluluklar sınıfına girdiği görülmektedir.

1.2. SANAL EYLEM TOPLULUKLARI

“Eylem topluluğu” (CoP) kavramı, Lave ve Wenger (1998) tarafından ilk kez öne sürüldüğünden bu yana sosyal bilimlerin birçok disiplinine ve mesleki alanına kapsamlı olarak uyarlanmış olmakla birlikte, yaygın olarak kullanım gören bir kuramsal yapı hâline de gelmiştir (Tablo 1.1’de bu farklı disiplin ve meslek alanlarından bazıları örneklendirilmiştir; bkz.: s.15-16). Eylem toplulukları disiplinlerarası bir uygulama alanı oluşturabilmesine karşın, yeterince istifade edilemeyen bir yapı olmayı sürdürmektedirler (Roberts, 2006). Bu nedenle temelinde yatan dinamiklerin daha ayrıntılı bir şekilde ele alınması sureti ile etik değerler çerçevesinde toplulukları şekillendirme gücü ve ticarileştirilebilme kapasitesinin görülebilmesi çok önemli ve değerlidir.

Eylem-Kimlik Kuramı birbirinden farklı birçok sosyal bilim alanında ve mesleki disiplinde kullanım görmekte ve literatürde “CoP Kuramı” olarak da ifade edilmektedir. Eylem-Kimlik Kuramı, bir disiplini diğer disiplinler ile bağlar. Literatürde yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, genel olarak; antropoloji, sosyal

psikoloji, cinsiyet çalışmaları ve bunların alt dalları kapsamında eylem topluluğu araştırmalarının, özellikle üyelik ilişkileri ve kimlik oluşumuna odaklanarak belirli gruplar arasındaki ilişkilerin tanımlanması ve analizinde bir araç olarak kullanıldığı görülmekte ve Tablo 1.1’de bu çalışmalara ilişkin örnekler bulunmaktadır (Gajda ve Koliba, 1997):

Tablo 1.1: Sosyal Bilimler ve Mesleki Disiplinlerde Eylem Topluluklarının Kullanımı

Alan	Yazar
Antropoloji İşletme	Sassaman ve Rudolphi, 2001; Bradley, 2004; Stamps, 1997; Lundberg, 1998; Wenger ve Snyder, 2000; Allen vd., 2000; Snell, 2001; Fox, 2002; Kuhn, 2002; Ashkanasy, 2002; Hung ve Nichani, 2002a; Swan vd., 2002; Breu ve Hemingway, 2002; Lee ve Valderrama, 2003; Contu ve Wilmott, 2003; Ardichvili vd., 2003; Smits ve de Moon, 2004; Manville, 2004; Martin vd., 2004; Vestal ve Lopez, 2004; Zook, 2004; Down ve Reveley, 2004; Sense ve Clements, 2007
Bilgisayar Bilimleri	Davenport ve Hall, 2002; O’Hara vd., 2003; Alani vd., 2003; Henri ve Pudelko, 2003; Drake vd., 2004; Preece, 2004
Eğitim, Yetişkin	Merriam vd., 2003; Mitchell ve Young, 2004
Eğitim, Erken Çocukluk Dönemi	Wesley ve Buysse, 2001; Buysse vd., 2003
Eğitim, İlkokul ve Ortaokul	Pugach, 1999; Maynard, 2001; Evenbeck ve Kahn, 2001; Au, 2002; Burton, 2002; Hung ve Nichani, 2002b; Smith 2003; Gallucci, 2003; Boud ve Middleton, 2003; Wixson ve Yochum, 2004; Hodgkinson ve Hodgkinson, 2004a; Bradley, 2004; Bloom ve Stein, 2004; Schlagaer ve Fusco, 2004; Palincsar vd., 2004; Foulger, 2004; Wixson ve Yochum, 2004; Sergiovanni, 2004; Chalmers ve Koewn, 2006; Levinson ve Brantmeier, 2006; Anthony, 2007
Mühendislik	Winsor, 2001; McMahan vd., 2004

Tablo 1.1'in devamı

Alan	Yazar
Cinsiyet Çalışmaları	Wagner, 1994; Bergvall, 1999; Ehrlich, 1999; Freed, 1999; Holmes ve Meyerhoff, 1999; Stapleton, 2001; Paechter, 2003; Mills, 2003; Levinson, 2003; Baxter ve Hughes, 2004
Sağlık Hizmetleri	Katsenberg, 1998; Pereles vd., 2002; Lathlean ve le May, 2002; Parboosingh, 2002; Roos, 2003; Bate ve Robert, 2002; Swan vd., 2002; Gabbay vd., 2003; Zanetich, 2003; Faber vd., 2003; Popay vd., 2004; Dewhurst ve Navarro, 2004; Adams vd., 2005; Hara ve Hew, 2007; Andrew vd., 2008
Yüksek Öğretim	Mandl vd., 1996; Waddock, 1999; Blimling, 2001; Van Note Chism vd., 2002; Trank ve Marie, 2002; Kwon, 2003; Ennals, 2003; Tight, 2004; Jawitz, 2007
Siyaset Bilimi	Torney-Purta ve Richardson, 2001; Youngblood, 2004
Kamu Yönetimi	Burk, 2000; VanWynsberghe, 2001; Kilner, 2002; Gabbay vd., 2003; Snyder vd., 2003; Derksen, 2003; Zanetich, 2003; de Laat ve Broer, 2004; Kolbotn, 2004; Rohde, 2004; White, 2004; Dekker ve Hansen, 2004; Drake vd., 2004; Fontaine ve Millen, 2004; Garcia ve Dorohovich, 2005; Attwater ve Derry, 2005; Pavlin, 2006; Novicevic vd., 2007; Gajda ve Koliba, 2007; McNabb, 2007
Sosyal Psikoloji	Mandl vd., 1996; Linehan ve McCarthy, 2000; O'Brien ve O'Brien, 2002; Bouwen ve Taillieu, 2004
Sosyal Hizmetler	Adams ve McCullough, 2003; Crase, 2007; Gotto vd., 2007

Kaynak: Gajda, Rebecca, Koliba, Christopher J., "Communities in Practice" As an Analytical Construct: Implications For Theorie and Practise", *International Journal of Public Administration*, Vol.32, No:2, 1997, p.99.

Eylem topluluğu kavramı, farklı disiplinlerden birçok kuramcının ilgisini çekmiştir. Ancak Eylem-Kimlik Kuramı'nı ilerletmek için yaptığı öncü çalışmasını ilerleyen yıllarda birçok çalışma ile destekleyen ve geliştiren Wenger, literatürde diğer kuramcılar arasında öne çıkmaktadır. Araştırmalarını çevrimiçi öğrenme gerçekleştiren sanal eylem topluluklarına yoğunlaştırdığından eylem topluluklarını

tanımlarken Wenger'in yaptığı tanıma yer vermek gerekmektedir (Wenger vd., 2002):

“Eylem toplulukları, birbirleri ile olan etkileşimlerini değerli bulan, ortak kaygılarla hareket eden, aynı ilgiye sahip insanları tanımanın ve onlarla bir arada olmanın memnuniyetini yaşayan, bir dizi sorun veya konuya ilişkin ortak bir tutum sergileyen, bilgi, fikir, öneri ve uzmanlıklarını sürekli paylaşarak derinleştiren insanlardan oluşan gruplardır. Üyeler, bu topluluklarda adeta sorun çözmek, fikir paylaşımında bulunmak, standart belirlemek, araç geliştirmek, özgün tasarımlar ve belgeler oluşturmak, yeni ilişkiler kurmak, yeni fikirler denemek için bağlantı hâlinde olan ‘sosyal öğrenme sistemleri’ gibi hareket ederler. Zaman içinde, konularına ve ortak bilgi, uygulama ve yaklaşımlarına dair özgün bir bakış açısı geliştirirler. Ayrıca kişisel ilişkiler geliştirip etkileşime girmenin yollarını bulmanın yanı sıra ortak bir kimlik duygusu geliştirerek eylem topluluklarına dönüşürler.” (Wenger vd., 2002, s.4-5)

Sanal eylem topluluklarında ortak bir bilgi stoku oluşturularak ilgili konuda uzmanlık kazanılır, sorun ve çözümler hakkında etkileşime geçilerek deneyimler paylaşılır, ortak uygulamalar geliştirilir. Eylem toplulukları, örgütlerde birimler arası bilgi birikimi ve profesyonel tecrübenin paylaşıldığı topluluklar veya aynı meslek grubunda yer alan kişi ve meslek kuruluşları arasında ortaya çıkan topluluklar ile örneklendirilebilir.

1.2.1. EYLEM TOPLULUKLARININ TÜRLERİ

Sanal eylem toplulukları kuruluş amaçları ve organize olma biçimleri gibi konularda birbirlerinden farklı özellikler sergilemektedirler. Bu farklılıkların varyasyonlarını bilmek, sanal eylem topluluklarını anlamayı kolaylaştırmaktadır. Wenger vd. (2002) tarafından eylem toplulukları 7 ayrı kategoride değerlendirilmektedir. Bu kategorizasyon aşağıdaki şekildedir:

- 1. Küçük veya Büyük (Small or Big):** Sanal eylem topluluklarının kimisi birkaç uzmandan oluşurken, kimisi yüzlerce üyeden oluşabilir (Wenger vd., 2002). Sanal eylem topluluklarında büyüklük önemlidir. Büyük bir sanal eylem topluluğu, çeşitli ve birbirinden farklı beklentilere sahip insanları bünyesinde barındırır. Büyük ölçekli topluluklarda bireylerin kişisel beklentileri daha ön plana çıktığından sosyal ilişkiler geçici veya zayıf

olabilir (von Krogh, 2002). Tüm üyelerin beklentilerini karşılamak yahut mevcut bilgi birikiminden gerekli bilgilere ulaşmak zorlaşabilir (Wasko ve Faraj, 2000). Büyük topluluklar farklı şekilde yapılandığından, bu topluluklarda üyeler, genellikle coğrafi bölgelere veya belirli özelliklere göre gruplandırılıp paylaşımlara katılmaya teşvik edilirler. Örneğin; Facebook'ta yer alan atalık tohum takas toplulukları çok fazla üyeye sahip oldukları için bölgelere, hatta illere göre alt gruplara ayrılarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Wenger vd., 2002).

- 2. Uzun Ömürlü veya Kısa Ömürlü (Long-lived or Short-lived):** Sanal eylem topluluklarının bir kısmı, sonu belli olmayacak şekilde uzun süre varlığını sürdürebilme potansiyeline sahipken, bir kısmının varlığı kuruluş amacını gerçekleştirdikten sonra sonlanmaktadır. Örneğin; çokuluslu şirketlere karşı gerçekleştirilen eylemleri organize eden ve kamuoyundan destek almayı amaçlayan çevreci gruplar tarafından kurulan topluluklar kısa ömürlüdür.
- 3. Ortak veya Dağınık Yerleşimli (Co-located or Distributed):** Bir eylemi gerçekleştirebilmek için düzenli olarak etkileşim içinde olmak gerekmektedir. Bu nedenle topluluklar, çoğunlukla aynı yerde yaşayan veya çalışan insanlarca kurulmaktadır. Ancak bazı sanal eylem topluluklarında, eylemin sıklığı azdır ve üyeleri bir araya getiren esas unsur ortak bir konu, ilgi, problem veya bakış açısı olduğu için bu durum her zaman geçerli olmamaktadır (Wenger vd., 2002). Öte yandan bireyler, topluluklarda kurdukları ilişki ağlarını oluştururken gündelik hayatta kendi sosyal ağlarına dâhil olan, gerçek hayatta sıklıkla bir araya geldikleri insanları da bu ağlara dâhil ederler (Boyd ve Ellison, 2008).
- 4. Homojen veya Heterojen (Homogeneous or Heterogeneous):** Farklı özellikler ve koşullardansa, ortak bir sorun ve benzer bir geçmişe sahip bireylerin bir arada kalma motivasyonu daha güçlüdür (Wenger vd., 2002). Bu nedenle ortak bir ilginin yarattığı motivasyonu taşıyan, biçimlendirilmiş, özelleştirilmiş ve dinamik ilişkilere sahip olan toplulukların amaçlarına ulaşma olasılığı daha yüksek olabilir (Sicilia ve Palazon, 2008). Örneğin; kilo probleminde sahip bireyler tarafından ketojenik, ayurvedik, vejetaryen

beslenme gibi değişik beslenme biçimleri üzerine Facebook'ta kurulan çeşitli topluluklar homojen sanal eylem topluluklarıdır.

5. Sınırların İçerisinde veya Ötesinde (Inside and Across Boundaries):

Sanal eylem toplulukları; aynı şirkette, departmanda veya farklı şirketlerde aynı iş kolunda çalıştıklarından ortak bir konuda bilgi ve uzmanlığa sahip olan bireyler tarafından oluşturulan ağlardır. Bu ağlarda bireyler arasında kurulan iletişim, genellikle intranet veya özel internet forumları üzerinden gerçekleşmektedir (Kimball ve Rheingold, 2003). Sanal eylem toplulukları bir iş biriminin içinde veya dışında oluşabilir: (1) İş birimlerinin içinde; bir işletmede tekrarlayan problemleri birlikte ele alarak çözmek ve sürekli bilgi akışını hızlandırmak için çalışanların kurduğu topluluklar bu gruba girmektedir. (2) Bir iş biriminin alt birimleri arasında; çok fonksiyonlu ekiplerde çalışanlar, alt birimler ile temas halinde olmak ve uzmanlıklarını paylaşmak için özellikle bilginin dağıtımını sağlayacak birimler arası topluluklar kurmaktadır. (3) İş biriminin sınırları dışında; eylem toplulukları genellikle değişimleri takip edip organizasyonun dışına çıktıklarında tam anlamda faydalı olduklarından, her zaman bir iş biriminin sınırları içinde kurulmamaktadırlar (Wenger vd., 2002).

6. Kendiliğinden veya Amaçlı (Spontaneous or Intentional):

Kendiliğinden oluşan sanal eylem toplulukları, herhangi bir dış faktörün teşviki veya müdahâlesi olmadan ortak öğrenme ihtiyacı duyan kişilerce oluşturulmaktadır. Öte yandan belirli bir amacı desteklemek için oluşturulan sanal eylem toplulukları da bulunmaktadır (Wenger vd., 2002). Örneğin; tüketim amaçlı sanal eylem topluluklarında ticari işlemler gerçekleşmektedir. Ticari kazanç sağlayan bu topluluklar, sadece şirketler tarafından değil; aynı zamanda o şirketin müşterileri tarafından da kurulabilmektedirler (Hagel ve Armstrong, 1997). Bu şekilde kurulan topluluklara, taraftarlar tarafından spor kulüplerini desteklemek için oluşturulan topluluklar örnek verilebilir.

7. Tanınmayan veya Kurumsallaşmış (Unrecognized to Institutionalized):

Tanınmayan topluluklara; bir meslek grubuna mensup ve mesai saatleri dışında resmi olmayan görüşmelerinden katma değer oluşan gruplar örnek

verilebilir. Diğer yandan kurumsallaşmış topluluklarda; değeri fark edilen bilgi akışı, topluluğun örgütün resmi yapısına dâhil olmasını sağlamaktadır.

1.2.2. EYLEM TOPLULUKLARININ GELİŞİM EVRELERİ

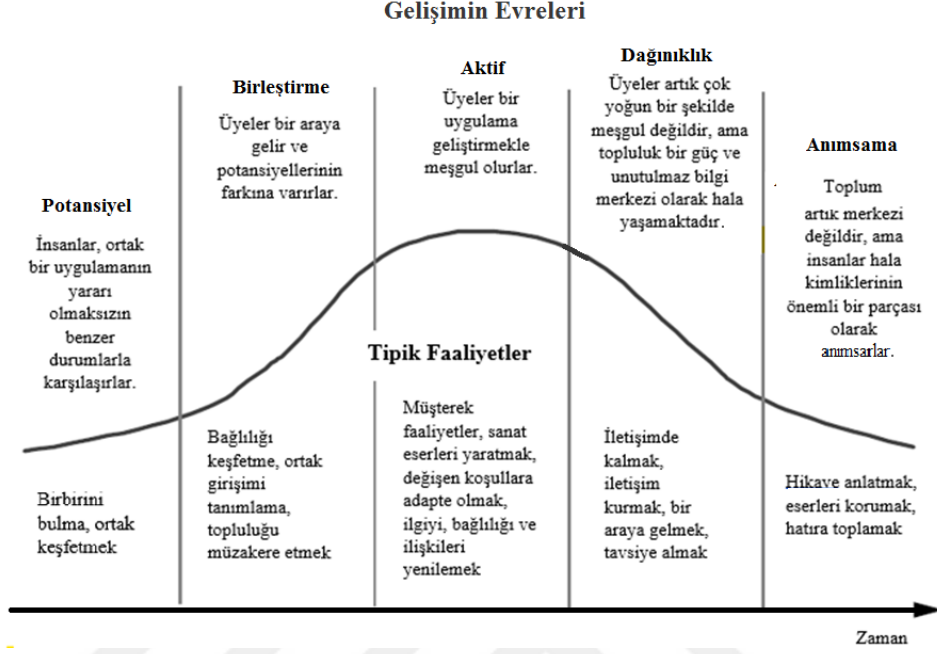
Wenger vd. (2002)'ne göre sanal eylem toplulukları canlı bir organizma gibi doğum, gelişim ve ölüm gibi (süresi topluluktan topluluğa değişen) 5 aşamalı bir döngüde gelişmektedirler.

McDermott (2000), toplulukları Wenger'in modeline benzeyen bir şekilde ele almaktadır. Ancak topluluğu geliştirmeye ve yenilemeye teşvik eden unsurlara odaklanması açısından Wenger'den ayrışır. McDermott'un sanal eylem toplulukları için belirlediği gelişim evreleri; plan (hazırlık evresi), başlama, büyüme, sürdürme/yenileme ve kapatma/sonlandırma olmak üzere 5 aşamadan oluşmaktadır.

Gongla ve Rizzuto (2001)'nin evrim modeli her ne kadar Wenger vd. (2002) ile McDermott (2000)'un geliştirdiği modellere benzese de bir yaşam döngüsü yaklaşımına sahip değildir. Yani bu evrim modelinde bir topluluk bu evrelerden herhangi birinde olgunlaşabilir veya çözülebilir. Aynı zamanda geri veya ileri hareket edebilir. Her evrede farklı süreler geçirir; bir evrede topluluğun olgunlaşması çok uzun sürerken bir diğer evrede süreç oldukça hızlı ilerleyebilir.

Wenger vd. (2002)'ne göre sanal eylem topluluklarının gelişim evrelerinin her birinde üyelerin gösterdiği tutum ve davranışların kısa bir özeti Şekil 1.1'de görülmektedir:

Şekil 1.1: Eylem Topluluklarının Gelişim Evreleri



Kaynak: Wenger, Etienne, *Communities of Practise: Learning as a Social System*, *System Thinker*, 1998b, s.3.

Wenger vd. (2002)'nin yaklaşımını özetleyen 'Eylem Topluluklarının Gelişim Evreleri' şeması aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır:

- 1. Potansiyel Evre (Potential):** Bu evrede, üyeleri bir araya getirecek ağın ne hakkında olacağı; üyelerin ortak ilgi, uğraş ve özellikleri belirlenir. Topluluğun roller, üyelik şartları, kayıt sistemi gibi yapısal özellikleri belirlenir (Wenger vd., 2002). Topluluğun yeni yeni oluşmaya başladığı potansiyel evrede; öncelikle birbiri ile ortak özellikleri olan çekirdek bir grubun oluşturulması, bu gruptakilerin birbirleri için ulaşılabilir olması ve ilişki kurabilmesi önemlidir (Gongla ve Rizzuto, 2001).
- 2. Kaynaşma Evresi/Birleştirme (Coalescing):** Topluluk bu evrede kamuya sunulur ve aktiviteler başlar. Süreç boyunca temel hedefi değer yaratmak olacak şekilde üyelerin ilişki geliştirmelerine, güven oluşturmalarına, ortak ilgi ve ihtiyaçlarına dair farkındalıklarının doğmasına imkân sağlayan düzenli aktiviteler planlanır ve organize edilir. Bu yolla üyeler arasında tanıdıklık duygusu pekiştirilir (Wenger vd., 2002). Ayrıca topluluğun tam olarak ne hakkında olduğu tanımlanır, nasıl işleyeceği ve nasıl faaliyet göstereceği

hakkında yapı ve süreçler oluşturulur. Aynı zamanda bu evre, topluluk için paylaşılan bir içeriğin ve ortak hafızanın inşa edildiği evredir (Gongla ve Rizzuto, 2001).

- 3. Olgunlaşma Evresi/Aktif (Maturing):** Topluluğun bilinirliğinin artmış olduğu bu evrede odadaki ilgi alanı genişletilir, ortak bir bilgi kümesi oluşur. Tanışmış ve zamanla birbiri için güvenilir hâle gelmiş üyelerin rol ve sınırları belirlenir. Takip eden süreçte, topluluk yeniden organize olurken üye kayıpları gerçekleşir. Üyeler kendi aralarında yetkinlik bakımından farklılaşırken, yeni üyeler yeni paylaşımlarda bulunarak topluluğun kimliğinin gelişmesine katkıda bulunur. Bu evrede, toplulukla ilgili eksiklikler saptanır ve belirlenen eksiklikleri tamamlamak için toplulukça bilinenler, ihtiyaç duyulanlar, kaynaklar değerlendirilir (Wenger vd., 2002). Gongla ve Rizzuto (2001) tarafından birleşme evresi olarak adlandırılan bu evrede; topluluk boyut ile karmaşıklık bakımından büyür, üyeler açık ve örtük bilgidan faydalanır ve sürdürülebilir bir şekilde ortak bir amaç için faaliyete geçerler.
- 4. Koruyuculuk Evresi/Dağımlık (Stewardship):** Topluluk üyeleri, toplulukta üretilenlerin topluluğa sağladığı katma değeri ve diğer sosyal organizasyonlar ile kurulan ilişkileri bu evrede yeniden değerlendirirler (Gongla ve Rizzuto, 2001). Bu evrede, ortak ilgi alanı üyeler tarafından benimsenmiş olsa da zamanla enerji düşüşleri yaşanabileceğinden yeni konular, ortak etkinlikler ve üslûpsal farklılıklar ile ilgi güçlendirilmelidir (Wenger vd., 2002).
- 5. Dönüşüm Evresi/Anımsama (Transformation):** Konuların artık değer sağlayamaması, eylem veya organizasyonun geçirdiği dönüşüm, yeni üye girişleri ve liderlik değişimi topluluğun enerji seviyesinde düşüşe neden olup yenilenme ihtiyacı yaratabilir. Bu evredeki bazı topluluklar yavaşça eylemsizleşerek yok olurken bazıları başka gruplar ile birleşerek büyümekte, sosyal kulüplere dönüşmekte veya kurumsallaşmaktadır (Wenger vd., 2002). Wenger'in aksine bu evreyi değişimlere uyum sağlama evresi (uyarlama evresi) olarak değerlendiren Gongla ve Rizzuto (2001), çalışmalarında, bu aşamada topluluğun rekabet gücünü arttırmak için çevresini yeniden

tanımladığını, yeni ortamlara yayıldığını, bünyesine yeni üyeler kattığını, yeni yöntem ve süreçler geliştirdiğini tespit etmişlerdir.

1.2.3. EYLEM TOPLULUKLARINDA ÜYELİK

İnsanlar, evde, okulda, iş yerlerinde ve hobi aktivitelerinde dolayısıyla hayatın her alanında sanal eylem topluluklarının formal veya informal birer parçası olmaktadır. Sanal eylem topluluklarında; bazen topluluğa katılan sıradan bir üye, bazen topluluğun aktif bir parçası, bazen de lideri olabilirler. “Birbiri ile ilişkili, tartışma ve karar alma süreçlerinde bir araya gelen, ortak deneyimlerini paylaşan, bu deneyimler sayesinde ortak bir geçmiş ve hafızaya sahip olan üyelerden oluşan” (Bellah vd., 1985) sanal eylem topluluklarının en önemli unsurları: üyeler arasındaki bağ, etkileşim, ortak geçmiş, ruh, güven, beklenti, paylaşılan değer ve inançlardır (McMillan ve Chavis, 1986). Öte yandan sanal eylem toplulukları, öğrenmeye dönük kolektif bir amaç ile hareket etmekte ve bu öğrenme sonucunda topluluklardaki üyelikler tarafından bireylerin kimlikleri şekillenmektedir.

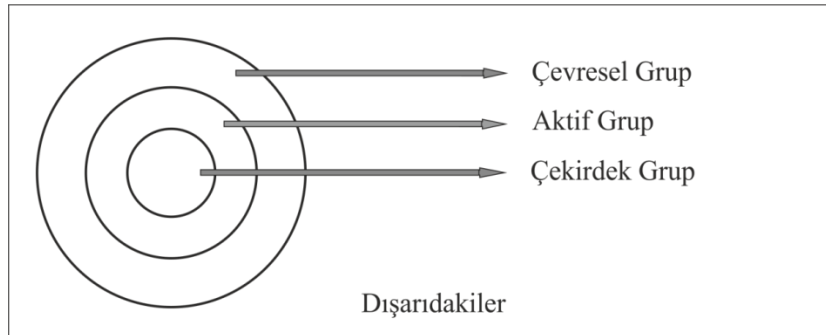
Bir sanal eylem topluluğu; sadece birkaç kişiden oluşan küçük bir topluluk olabileceği gibi binlerce kişiden oluşan büyük çaplı bir topluluk da olabilir. Topluluk büyüdükçe her bir üyenin amaçlarını gerçekleştirme için uygun ortamın hazırlanması ve üyeler için gerekli bilgilerin ihtiyaç duyulduğunda oluşan bilgi kütlesinden çekilmesi zorlaşır (Wasko ve Faraj, 2000). Sayıca daha çok kişiden oluşan bir toplulukta daha büyük bir enformasyon birikimi sağlanır. Ayrıca sayıca çokluk, birbirinden farklı amaçlara sahip bireylerin topluluğa iştirakini de kolaylaştırır. Ancak bu durum, topluluğun büyümesi ile sahip olunan enformasyon birikiminin kontrolünü zorlaştırmakta ve yeni üyelerin sağladığı katma değeri azaltmaktadır. Öte yandan, zamanla meydana gelen ilişkiler ağının kuvveti azalmakta ve topluluğun ömrü kısalmaktadır (von Krogh, 2002). Bu nedenle; çok sayıda üyeye sahip olan sanal eylem toplulukları, ilgi alanına veya coğrafi konumuna göre alt gruplara bölünerek yönetilirler. Coğrafi açıdan geniş dağılıma sahip olan sanal eylem topluluklarında, fiziksel mesafe psikolojik açıdan da mesafe doğmasına sebep

olduğundan, aktif üyeler daha sık ve düzenli katkı sağlayarak topluluğu bir arada ve canlı tutmaya çalışırlar.

Sanal eylem toplulukları, üyeler ve yöneticilerin çokluğu ve katılımlarının yoğunluğu açısından farklı bilim insanlarınca farklı şekillerde ele alınmıştır. Wang ve Fesenmaier (2004), çevrimiçi bir seyahat topluluğundaki üyelerin katılım ve katkılarını anlamak üzere yaptıkları çalışmada; topluluğa katılım düzeylerine göre üyeleri 4 farklı gruba ayırmışlardır: turistler, mingler (karışanlar), adanmışlar ve içeridekiler. Çalışmada, *turistler* diğer üyeler ile güçlü bağları olmayan ve topluluğa nadiren katkı sağlayan üyeler olarak tanımlanır. *Mingler* ise grup ile güçlü bağlar kuran ve topluluğa bazen aktif katkı sağlayan üyeler olarak tanımlanır. Diğer yandan *kendini adanmışlar*, topluluk ile güçlü sosyal bağları olan ve aktivitelerde görev alıp sık sık katkıda bulunan üyelerdir. Son olarak, *içeridekiler*, topluluk ile güçlü sosyal ve kişisel bağlar kuran ve çok aktif olan üyelerdir.

Wenger vd. (1998a, 2002)'ne göre üyelerin topluluğa ilgi düzeyleri birbirinden farklı olduğu için katılımlarının yoğunluğu da birbirinden farklı olmaktadır. Buradan yola çıkarak üyelerin çoğunlukla üç temel düzeyde katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Üyelerin katılım düzeyleri Şekil 1.2'deki gibidir:

Şekil 1.2: Sanal Topluluğa Katılım Düzeylerine Göre Üyeler



Kaynak: Wenger, Etienne, Communities of Practise: Learning, Meaning and Identity, Cambridge, Cambridge University Press, 1998a, pp.167.

Wenger vd. (1998a, 2002) katılım düzeylerine göre üyeler arasındaki farklılıkları aşağıdaki gibi ele almışlardır:

1.Çekirdek Grup (Core Group): Topluluğun sadece %10-15'ini oluşturup topluluğun kalbi olarak adlandırılan bu gruptakiler oldukça az sayıda olmalarına rağmen gündemi belirler, aktif bir şekilde tartışmalara katılır, projelerin planlanması ve organizasyonu aşamasında yöneticiye yardımcı olur.

2.Aktif Grup (Active Group): Katılımın bir alt düzeyinde, topluluğun %15-20'sini oluşturan aktif grup yer alır. Bu grupta yer alanlar topluluktaki tartışmalara ve organizasyonlara aktif bir şekilde katılım gösterirler.

3.Çevresel Grup (Peripheral Group): Topluluğun büyük bir yüzdesini oluşturan, görece kenarda kalıp herhangi bir katkı sağlamadan, aktif ve çekirdek üyelerin etkileşimlerini izlemeyi tercih eden üyelerdir. Çevresel kalma ve nadiren katılma nedeni kişiden kişiye değişmektedir; yeterli zamana sahip olmama yahut görüşlerinin diğerleri tarafından yeterince önemli ve uygun bulunmayacağı kaygısını taşıma gibi. Bu üyeler oluşan bilgi birikiminden kendileri için uygun ve gerekli gördüklerini alır, öğrenir ve kullanırlar. Ayrıca ilgilerini çeken konularda özel görüşmeler yapıp daha fazla fayda sağlayabilirler.

4.Dışarıdakiler (Outsiders): Son olarak bu üç temel katılım düzeyi dışında, üye olmadan ilgili olduğu toplulukları takip edenlerden oluşan dışarıdakiler grubu gelir. Dışarıdakiler, çeşitli teşviklerle bir süre sonra diğer gruplara geçiş yapabilirler.

Üyelerin iradi seçimleri ile katılımın sıklığı ve niteliği belirlenmekte, üyelik kolaylıkla feshedilebilmektedir (Bagozzi ve Dholakia, 2002). Bu sayede toplulukların sınırları genellikle akıcı olmaktadır. Şöyle ki üyeler gruplar içerisinde zamanla yer değiştirebilir, yeterli faydayı elde ettiğini düşünen çekirdek üyeler zamanla aktif üye, belirli bir süre yoğun katılım sağlayan aktif üyeler ise çekirdek üye olabilirler. Çevresel üyeler topluluktan sağladığı faydalar arttıkça merkeze doğru hareket ederler. Sosyal açıdan yönetim becerisine ve entelektüel birikime sahip çekirdek bir grubun varlığı (McDermott, 2001), çevresel üyelerin topluluğa katılımını teşvik eder. Bu üyelerin, çekirdek üyelerden, topluluk kuralları, prensipleri

ve kimliğini öğrenerek merkeze doğru hareket etmesi; “meşru çevresel katılım” olarak adlandırılmaktadır.

Üyelerin gruplar arasında merkeze doğru sağlıklı bir şekilde hareket edebilmeleri için her bir üyeye, topluluğun vazgeçilmez bir parçası olduğu hissettirilmeli ve bunun için gerekli aktiviteler gerçekleştirilmelidir. Ek olarak, çeşitli geçici projelere üyelerin yönetici yapılması gibi yöntemler ile topluluk üyelerinin aidiyet duygusu artırılıp merkeze doğru hareket kolaylaştırılmalıdır.

McMillan ve Chavis (1986) tarafından yapılan psikoloji temelli bir araştırmada, topluluk hissini dinamiklerini tanımlamak ve ona güç veren temel unsurların, topluluk hissi deneyimi oluşturmak için birlikte nasıl çalıştığını anlamak amaçlanmaktadır. Araştırmacılar, çalışmalarında, Doolittle ve McDonald (1978)’in geliştirdiği 40 maddeden oluşan Topluluk Hissi Ölçeğini (SCS) temel almışlar ve dört ögeden oluşan bir tanımlama yapmışlardır. İlk öge; bir yere ait olma ve kişisel bağ kurma durumu olarak tanımlanan üyeliktir. İkinci öge; grubun üyelerine farklı gelen anlamlı bir etkinin varlığıdır. Üçüncü öge; üyelerin grup ile temasta olduğu süre boyunca ihtiyaçlarının karşılanacağı düşüncesidir. Dördüncü ve son öge ise üyelerin ortak özellik, deneyim ve geçmişe sahip olduklarına olan inanç ve bağlılıklarıdır. Ayrıca bir bütünün parçası olma ve bu bütüne kendinden bir şey katma ihtiyacı ile ortaya çıkan üyeliğin, beş özelliği vardır: sınırlar, duygusal güvenlik, aidiyet, kişisel sermaye ve ortak bir sembol sistemi. Bu beş özellik, kimlerin topluluğun bir parçası olduğunu veya olmadığını gösterir. Örneğin; başkalarının düşünce, değer ve inançlarına saygı duyanlar, toplulukta etkili üyeler olurken, diğerlerini manipüle veya domine etmeye çabalayanlar dışarıda kalırlar (McMillan ve Chavis, 1986).

Bir sanal eylem topluluğuna üye olmanın birçok yolu vardır. Açık üyelik sistemine sahip olan sanal eylem topluluklarına bilgisayar ve internet bağlantısına erişimi olan herkes dâhil olabilse de kapalı üyelik sistemine sahip bir sanal eylem topluluğuna sadece önceden belirlenmiş ölçütlere uygun adaylar üye olabilmektedirler (Dube vd., 2006). Açık üyelik sistemine sahip olan sanal eylem topluluklarında yoğun bir bilgi

akışı söz konusudur ve üye olmayan katılımcılar da bilgi edinebilmektedir. Kapalı üyelik sistemine sahip olan sanal eylem topluluklarında ise yönetimin, organizasyonun ve amaçların gerçekleştirilmesi kolaylaşmakta ve kontrol edilebilirlik daha fazla olmaktadır. Öte yandan bu toplulukların bazıları zorunlu üyelik esası ile çalıştılarından üyeleri gönüllü üyeler gibi aktif ve motive değildir. Bu nedenle amaçlarını gerçekleştirme olasılıkları diğerlerine göre daha düşüktür (Plant, 2004; Wenger ve Snyder, 2000).

Bir sanal eylem topluluğuna üye olmak için o sanal eylem topluluğunun ilgili olduğu konuda uzman olmak veya güncel bilgilere sahip olmak gerekmemekte; eylemin konusuna ilgi duyan tüm bireyler topluluğa katılabilmektedirler. Sanal eylem topluluklarının varlığı, üyelerin bazıları için ilişki kurmaya, bazıları için yeni beceriler geliştirmeye hizmet etmektedir. Yine de üyeler, sanal eylem topluluklarına daha ziyade öğrenme amacı ile yaklaşır. Üyeler, mesleklerinin yanı sıra ilgili oldukları konulara odaklanan topluluklara karşı daha kolay bağlılık duygusu geliştirip motive olmakta ve bu motivasyonu uzun süre sürdürebilmektedirler (Wenger ve Snyder, 2000b). Sanal eylem topluluklarında üyeler değerlendirilirken; bireylerin üye olma biçimi ile sonraki süreçteki tutumları göz önünde bulundurulmaktadır. Topluluk politikaları ve kuralları, üyelere nasıl davranacakları ve iletişim kuracakları hususunda rehberlik etmektedir.

Planlı ve kendiliğinden organize olan bu canlı yapılarda mutlaka bir yönetici vardır. Daha önce yapılan araştırmalarda, bilgi paylaşımı yapan topluluklarda topluluk yöneticilerinin yapabilecekleri ve sorumlulukları araştırılmıştır. Öğrenme faaliyetlerinin desteklenmesi ve topluluğun devamlılığının sağlanması topluluk yöneticisinin öncelikli sorumluluğu olarak belirlenmiştir (Gray, 2004). Ayrıca sanal eylem topluluklarının amacını gerçekleştirmesini sağlayan birincil aktör, topluluk yöneticisinin etki gücüdür. Topluluk yöneticisi, yeni konu başlıkları belirleyip diğer üyeleri bu konu başlıkları hakkında tartışmaya yönlendirir. Topluluğun ihtiyaçlarını, temel mimarisini, ilişkilerin temelinde yatan dinamikleri doğru bir şekilde yorumlayarak etkinlikleri planlar, üyeleri motive eder ve kalıcı ilişki ağlarının oluşmasını sağlar. Topluluk yöneticisinin başarılı olabilmesi için ilgi alanı hakkında

yetkin olması ve gerçekleştirdiği diyaloglar ile üyelerin saygısını kazanıp onları etkileyebilecek iletişim becerisine sahip olması gerekmektedir. Öte yandan topluluk tarafından kabul edilmesi için yönetici, lider olmanın gerektirdiği vasıfları da taşımalıdır (Wenger vd., 2002).

Genellikle, topluluk yöneticileri, çok yoğun olmayan bilgi akışı ve az sayıda üyenin getirdiği sorumluluğu daha rahat kontrol ve organize edebilmektedirler. Bununla birlikte her bir yeni üyenin topluluğa dâhil olması ile diğer üyelere yardım etme yükü azalacağından yeni üyelerin topluluğa katılımı teşvik edilmelidir. Yeni üyenin kişiliği, kurduğu iletişimin farklılıkları ve buna karşı toplulukta gelişen tepki her iki taraf için de gelişimi sağlar. Yine de topluluk dinamiklerinin gereğinden fazla etkilenmemesi için çok sayıda üyenin, topluluğa, birden değil, geniş zamana yayılarak katılması tercih edilir. Ayrıca topluluk yöneticileri, üyeleri yönlendirecek kuralları net bir şekilde belirlemelidir. Bir topluluğun amacına ulaşması ve etkin bir şekilde organize edilmesi topluluk üyelerinin yöneticiyi nasıl gördükleri ile yakından ilişkilidir. Çünkü yöneticilerin etkileşimleri ve yönetme kabiliyeti topluluk üyelerinin yöneticiye yaklaşımlarından etkilenir (Lazar ve Preece, 2002).

Yöneticinin sadece yapılacakları tasarlaması ve ilişkileri yönlendirmesi yeterli olmamaktadır. Grup tarafından onaylanmış meşru bir yönetici, topluluğu amaçlarını gerçekleştirme konusunda ileriye götürebilmelidir (Wenger, 1998b).

1.3. EYLEM-KİMLİK KURAMI

Wenger, “*Eylem Toplulukları: Öğrenme, Anlam ve Kimlik*” adlı kitabında bu kavramların her birinin birbiri ile olan ilişkisini ele almakta, topluluk içindeki üyelikleri tarafından bireylerin kimliklerinin nasıl şekillendiğini, üyelerin kendilerini nasıl algıladığını ve ifade ettiğini incelemektedir (Wenger, 1998a). Literatürde, sanal eylem topluluklarının yapısını; ortak bir ilgi alanının, topluluktaki bireyler arası ilişkilerin sonucunda ortaya çıkan kimliğin ve toplulukta gerçekleşen paylaşımların oluşturduğuna dair ortak bir kanı söz konusudur.

Gajda ve Koliba (2007)'ya göre, aşağıdaki üç ölçütü karşılayan bir topluluk, sanal eylem topluluğu olma özelliğini taşımaktadır:

1. Benzer çıkarlar, amaçlar, uzmanlıklar, roller vb. gibi ortak niteliklere sahip olan üyelerce kurulmalıdır.
2. Üyelerin birbirleri ile doğrudan etkileşimde bulunması ile “*ortak bir repertuvar*”ın oluşmasını destekleyecek zemini oluşturan fiziksel veya sanal bir alan bulunmalıdır.
3. Ortak bir alana, eylem kümesi veya kümelerine sahip olmalıdır.

Wenger (1998a)'in Eylem-Kimlik Kuramı'nda benimsenen ilişki temel alındığında, sanal eylem topluluklarının oluşum ve gelişimi söz konusu kavramlar bazı alt başlıklara ayrılarak daha detaylı bir şekilde değerlendirilmektedir. *Eylem (practice)* ana başlığı altında; *karşılıklı katılım (engagement)*, *ortak girişim (joint enterprise)* ve *paylaşılan repertuvar (shared repertoire)* alt başlıkları yer almaktadır. *Kimlik (identity)* ana başlığı altında ise; *topluluk kimliği (community identity)* ve *üye kimliği (member identity)* alt başlıkları yer almaktadır.

Eylem-Kimlik Kuramı çerçevesinde sanal eylem topluluklarını ele alırken ilk olarak eylemin temel yapısını oluşturan; karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan repertuvar unsurlarının ayrıntılı bir şekilde ele alınmasında fayda vardır. Özellikle, bir sanal eylem topluluğunun bağımsız bireyler ile resmi olan veya olmayan kurum ve kuruluşlar tarafından dizayn edilebilmesi, örgütlenilebilmesi ve koordine edilebilmesi süreci öncelikle eylemin kurgulanması ile gerçekleştiğinden (topluluğun ne hakkında olduğu, çalışma biçimi ve ürettiği yeterlilikleri ifade ettiğinden) eylemi oluşturan unsurların süreç içerisindeki rolleriyle misyonları tam ve net olarak açıklanmalıdır. Bu nedenle eylemi oluşturan söz konusu unsurlar; yani “karşılıklı katılım (bağlılık), ortak girişim (işbirliği) ve paylaşılan repertuvar”, Sosyal Öğrenme Kuramı ile de desteklenerek bir sonraki başlıkta ele alınmaktadır.

1.3.1. EYLEM-KİMLİK KURAMI'NDA EYLEM

Eylem kavramı, yapma anlamına gelmek ile birlikte yapılan şeylere tarihsel ve sosyal bağlamda bir yapı ve anlam kazandırmaktadır. Kavram, söylenen ve söylenmeyen, sunulan ve saklanılanı kapsamanın yanı sıra dil, doküman, imaj ve semboller, tanımlanan roller, kriterler, prosedürler, uygulamalar, anlaşmalar gibi açık veya üstü kapalı kurallar, zor algılanan ipuçları, farkına varılabilen önseziler, spesifik algılar gibi kapalı ilişkileri de içermektedir. Böylelikle eylemin sosyal, uzlaşmış, açık ve kapalı yapısına ışık tutulmaktadır (Wenger, 1998a).

Wenger (1998a), eylemi “*karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan bir repertuvar*dan” oluşmak üzere üç boyutta tanımlar. Bu boyutlar; topluluğun çalışma biçimi (toplumsal bir yapıda üyeleri birbirine bağlayan karşılıklı bağlılık ilişkileri), topluluğun ne hakkında olduğu (üyeleri tarafından nasıl algılandığını gösteren ortak girişim) ve ürettiği yeterliliklerden (zaman içinde üyelerce geliştirilen ortak kaynaklar; rutinler, duyarlılıklar, eserler, sözcük dağarcığı, üslup ve benzerleri ile oluşan paylaşılan repertuvar) oluşur (Wenger, 1998a; Snyder vd., 2003). Eylemin boyutları Şekil 1.3'te yer almaktadır (Wenger, 1998a):

Şekil 1.3: Eylemin Boyutları



Kaynak: Wenger, Etienne, *Communities of Practise: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 1998a, pp.73.

Sanal eylem topluluklarında eylemi oluşturan birinci boyut karşılıklı katılımıdır. Üyeler, ilişki ağı ve dolayısı ile bir sosyal sermaye alanı olarak tanımlanan, *karşılıklı taahhüt*, yani *katılıma* dâhil olurlar (Snyder vd., 2003; Wenger, 2004). Karşılıklı taahhüt kavramı, üyeler arasındaki ilişki ve etkileşimin doğası gereği güven düzeyi, aidiyet ve karşılıklılık gibi toplumsal özelliklere dayanır. Sanal eylem topluluğunun işleyişi ve üyeleri için dışarıdan birtakım kısıtlamalar veya müdahaleler yolu ile yönlendirmeler olsa dâhi; üyeler, bu dış etkilere karşı kendi tepkileri olan uygulamaları geliştirirler. Bir topluluğun eylemleri bir amaç ile uyumlu olsa bile, bu uygulamayı üreten topluluk değil, benimsenen amaçtır. Bu anlamda, eylem toplulukları temel olarak kendi kendini örgütleyen sistemlerdir ve dış müdahalelere kapalı yapılardır (Wenger, 1998b).

Eylemi oluşturan ikinci bir boyut, Wenger ve arkadaşlarının *amaç ve alan* olarak tanımladıkları *ortak girişim*; üyelerin ortak bir amaç ve konu hakkında özdeşleşme duygusuna sahip olmaları ile ilgilidir (Snyder vd., 2003). Üyeler tarafından paylaşılan kişilerarası ilişkiler; bilgi ve kaynakların desteklenmesi ile grup tarafından belirlenen hedeflere bağlılığın sağlanması için diğer üyeler ile paylaşma istekliliğini arttırmaktadır (Walther, 1996; Wellman, 2018). Sanal eylem toplulukları; bilgi, fikir, öneri gibi paylaşımlar sonucu ortaklaşa müzakere edilen tek bir çıkar ve amaç etrafında birleşen gruplardır. Ortak bir amaçtan çıkan uygulamalar; kişisel, kurumsal, toplumsal ve tarihsel bağlamlarda şekillenen “özgün girişimler” olarak kabul edilirler. “Eylem kavramı, her şeyden önce dünyayı ve bireyin dünyadaki yerini anlamlı şekilde deneyimleyebileceği bir süreci” ifade etmektedir (Wenger, 1998b). Bu süreç içerisinde, dinamik bir şekilde evrilen ilgi alanı ve eylemler müzakere edilmektedir. Müzakerelerin sonucunda yazılı ve görsel araçlar ile dokümanlar üretilmekte, organizasyonlar planlanmakta ve bu çıktılar eylemi oluşturmaktadırlar (Lesser ve Prusak, 2000).

Wenger (1998a)’in öne sürdüğü üzere, sanal eylem topluluklarında eylemin üçüncü boyutu ise “*paylaşılan ortak bir repertuar*” dır (Wenger, 1998a). Bu repertuar bir çeşit araç ve teknik alan olarak da düşünülebilir (Wenger vd., 2002). Eylem toplulukları ortak bilgi, araç ve tekniklerin müzakere edilip çevrimiçi öğrenmenin

gerçekleştirdiği ortamlardır. Sanal eylem topluluklarının birçoğu, kendine özgü ortak gelenekler ve dil (jargon, ifadeler veya kısaltmalar gibi) oluşturur ve kullanırlar. Bunların yanı sıra sosyal roller, sınırlar ve ritüeller oluştururlar. Ortak hedeflere sadakat ile bağlılık gösterir ve yine ortak olarak belirlenen etkileşim kurallarını takip ederler (Bagozzi ve Dholakia, 2002).

Sanal eylem topluluklarında eylemin kurgulanması aşamasında; topluluğun mimarları üyeler tarafından oluşturulan içerik ve sosyal etkileşimin önemini kabul etmelidirler. Bu çerçevede yeni fikirlerin üretilmesi ve geliştirilmesi (tohumlama, ekme, yetiştirme) süreçlerinde yönetimde karar değişkenleri olarak büyüklük, mahremiyet, süreklilik ve büyüme gibi organik özellikleri dikkate alıp adeta organik bir ekosistem geliştirmelilerdir (Hagel ve Armstrong, 1997). Bu uygulamaların sonucunda, sanal topluluklar; arkadaşlık, sosyal destek ve aidiyet duygusu arayışında bulunan birçok üye için merkezi bir mekân hâline gelmektedir (Wellman ve Gulia, 2018). Üyeler tarafından daha çok benimsenerek katılım oranları artan topluluklar, bilgi kaynağı olarak, özellikle tüketim odaklı bağımsız bireyler ile kurum ve kuruluşlar açısından önem kazanabilirler (Hagel ve Armstrong, 1997).

Gajda ve Koliba (2007, 2008)'nın, Eylem-Kimlik Kuramı'nı "*araştırma döngüsü*" kavramı ile ilişkilendirdikleri çalışmaya göre öğrenme; diyalog kurma, karar verme, eylemde bulunma ve değerlendirme gibi aktiviteleri (araştırma döngüsünü) kapsayan bir süreçtir.

Eylem-Kimlik Kuramı çerçevesine araştırma döngüsünün uygulanması sayesinde, sanal eylem topluluklarının öğrenme kabiliyeti ile bilgiyi yönetme ve aktarma kapasitesi arasında gözlemlenebilir bir bağlantı olduğu tespit edilmiştir. Danışma ve müzakere etme sonucu verimli kararlar verilmesine ek olarak diyalogun kalitesi ve türü, eylem topluluğu üyelerinin bireysel ve kolektif eylemlerde ne ölçüde yer aldıkları ile doğru orantılıdır. Kişilerarası gruplar içindeki karar verme süreçleri; uzlaşma (tüm üyelerin müzakerede rol oynaması) ve hiyerarşi (bir üyenin nihai karar verme yetkisine sahip olup olmaması) olarak belirlenen karar verme mekanizmalarına göre açıklanmaktadır (Gajda ve Koliba, 2007, 2008).

Wenger (1998b), sanal eylem topluluklarını, bilgiyi yönetme ve öğrenme ile şöyle ilişkilendirir: “sanal eylem toplulukları, yeni gelenlerin yetkinliklerini bir katılım kimliğine dâhil ederek kişisel deneyime davet etme potansiyeli olan yaşam alanıdır.” Öte yandan, iyi bir sanal eylem topluluğu, yeni anlayışları keşfetmek, ortak bir girişim etrafında karşılıklı katılım sağlamak ve kuvvetli bir toplumsal bağ gerektiren öğrenme için de ideal bir ortamdır. Bu özelliklerinden dolayı, sanal eylem topluluklarının bilginin oluşması için ayrıcalıklı bir konumda yer aldığı çıkarımında bulunmaktadır.

Olgusal olarak bilginin toplumsal inşasını gerçekleştiren ilişkisel yapılar olan sanal eylem toplulukları, toplumsal ağların bilgi üretme ve aktarmasında temel bir işlev görmekte, entelektüel ve sosyal sermayenin çatısı altında varlıklarını sürdürmektedirler (Lesser ve Prusak, 2000; Snyder vd., 2003; Wenger, 2004; Preece, 2004). Sanal eylem toplulukları, sosyal sermayenin gelişmesine katkıda bulduklarından bilgi üretme, paylaşma ve kullanmada köprü görevini üstlenmekte; bundan ötürü de ayrıca değerli görülmektedir (Lesser ve Prusak, 2000). Sosyal sermayenin oluşumu; çeşitli yazılı, görsel ve sembolik araçlar ile birlikte kullanılan ortak dil, jargon, sunum, hikâye ve artefaktlar sayesinde gerçekleşir. Dünyaya ve hayata dair geliştirilen ortak bir bakış açısının gelişmesi de bu kapsama dâhildir (Wenger, 1998a).

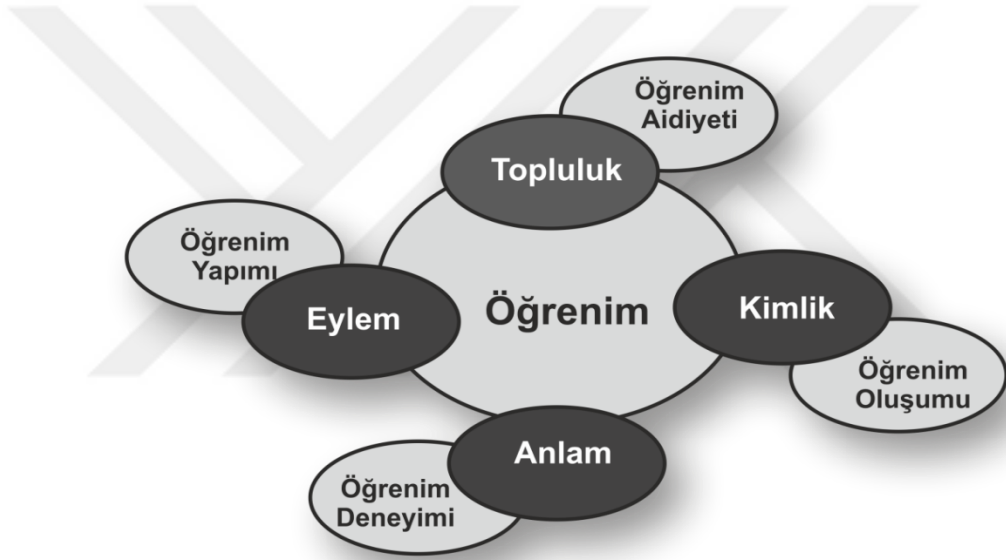
Wenger, eylemin yapısını *karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan repertuar* bileşenleri ile ele aldığı öncü çalışmasından sonra sanal eylem topluluklarını yeniden gözden geçirdiğinde, eylemin yapısını *topluluk, eylem (uygulama), anlam ve kimlik* kavramları ile açıklamış ve Sosyal Öğrenme Kuramı'nı bu dört temel bileşen üzerine inşa etmiştir. Sosyal Öğrenme Kuramı ekseninde eylemin yapısını oluşturan bileşenler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Wenger, 1998a):

1. Topluluk, kuruluşun tanımlandığı ve katılımın yeterlilik olarak kabul edildiği sosyal yapılanmalardır.
2. Eylem, karşılıklı etkileşimi sürdüren ortak tarihsel, sosyal kaynaklar ve çerçeveler ile bakış açıları hakkında konuşmanın bir yoludur.

3. Anlam, dünyayı anlamlı olarak deneyimleme yeteneğinden bahsetmenin bir yoludur.
4. Kimlik, öğrenmenin insanları nasıl değiştirdiği hakkında konuşmanın bir yoludur.

Bu dört bileşen, birlikte, Sosyal Öğrenme Kuramı için ortak bir yapısal çerçeve sağlar. Wenger (1998a), bu çerçeveyi aşağıdaki şemada sunmaktadır:

Şekil 1.4: Sosyal Öğrenme Kuramı Unsurları



Kaynak: Wenger, Etienne, *Communities of Practise: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 1998a, pp.188.

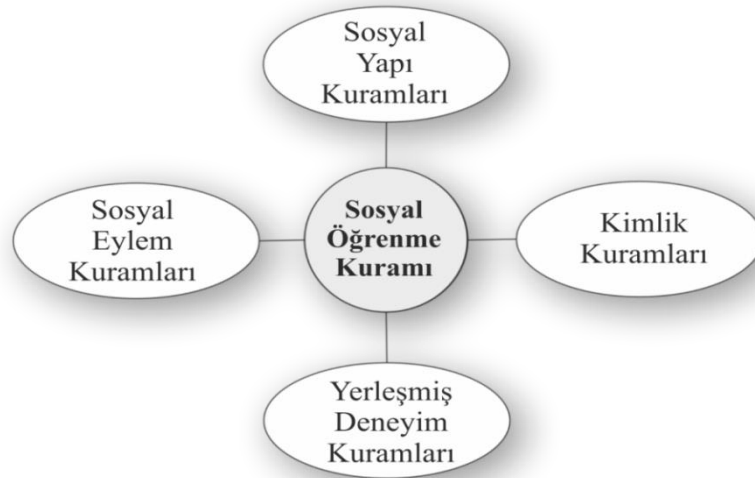
Şekil 1.4'teki bileşenlere ek olarak; olaylar, kurallar, ilişkiler, prensipler gibi elektronik formatta yahut kâğıt üzerinde kodlanabilen veya bireylerin analitik/kavramsal anlayışlarında yer alan, eylemsel beceri ile uzmanlıklarda vücut bulan *bilgi* beşinci bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır (Bate ve Robert, 2002).

Topluluklarda meydana gelen bilgi akışı sayesinde gerçekleşen durumlu öğrenme, öğrenmenin bir amaca yönelik ve örüntülü bir faaliyet aracılığıyla gerçekleştiği "eylem toplulukları"na yoğunlaşmaktadır. Aynı zamanda öğrenme kavramı,

birleştirici bir kavram olarak eylem ve topluluk kavramlarını eşit ölçüde vurgulamaktadır (Rovai, 2001).

Sosyal Öğrenme Kuramı unsurlarını daha bütüncül bir bakış açısı ile ele alan Wenger (1998a), Sosyal Öğrenme Kuramı'nın entelektüel bağlamını bir dik koordinat sistemi üzerinde açıklamaktadır. Düzlemde yer alan dikey eksenin iki ucundan birinde sosyal Yapı Kuramları (kurumlar, normlar, kültürel sistemler, söylemler ve tarihi içerir), diğerinde Yerleşmiş Deneyim Kuramları (eylemleri ve niyetleri içerir) yer almaktadır. Katılım olarak öğrenme ise tam ortada yer almaktadır. Yatay eksenin bir ucunda Sosyal Eylem Kuramları (paylaşılan kaynakların sosyal sistemlerini vurgularken, dünya ile etkileşim kurma biçimlerinin oluşturulması ve yeniden üretilmesini içerir), diğer ucunda ise Kimlik Kuramları (üyeliğin yaratılması, kimliğin toplumsal oluşumu ve toplumsal kategorilerin meydana gelmesini içerir) yer almaktadır. Öğrenme bileşenlerinin kesişimi ile açıklanan kuramda öğrenme, hem eylem pratiklerinin evrilmesi hem de kimliklerin değişip yeniden şekillenmesi için bir araç olma özelliği taşımaktadır. Sosyal Öğrenme Kuramı Modeli Şekil 1.5'te yer almaktadır:

Şekil 1.5: Sosyal Öğrenme Kuramı Modeli



Kaynak: Wenger, Etienne, *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*, New York: Cambridge University Press. (1998a), pp.14.

Söz konusu modelde de görüldüğü üzere; psikolojik ve bilişsel açıklamaların yetersiz kaldığı düşüncesinden hareketle, *toplumsal katılım içerisinde öğrenen bireye* odaklanıp, öğrenmenin daha çok sosyal yönü ile tam olarak açıklanabileceği görüşüne dayanan Sosyal Öğrenme Kuramı'na göre öğrenme; katılım aracılığı ile gerçekleşir ve bireyin içinde yer aldığı toplumsal yapıyı yeniden üretip dönüştürür (Wenger, 1998a).

Doğrudan ilgi alanını geliştirmek ve kolektif bilgi oluşturmak için öğrenme amacı ile topluluklar oluşabileceği gibi hali hazırda var olan topluluklarda meydana gelen paylaşımların sonucu olarak da öğrenme meydana gelebilir (Wenger ve Snyder, 2000b). Her ne şekilde olursa olsun öğrenme, eyleme kaynaklık etme özelliği sayesinde bir sanal eylem topluluğunu diğer sanal topluluklardan ayıran temel faktördür. Bu da Jones ve Rafaeli (2000)'nin her sanal eylem topluluğunun bir sanal topluluk olduğu ancak; her sanal topluluğun bir sanal eylem topluluğu olmadığı tespitini doğrulamaktadır.

“Bir sanal eylem topluluğunun bünyesine katılmak, topluluğun açıkça belirtilmiş bir amacı olmasa da üyelerinin öğrenimine yol açar. Öte yandan Wenger, öğrenmeyi, yeni ve ortak bir kimliğin edinimine eşit tutar. Çünkü bir eylem topluluğuna üye olmak, topluluk ile özdeşleşme arzusunun ve ‘gruptakilerden biri’ olma hissiyatını da içerir” (Murillo, 2008).

Hem bireysel düzeydeki hem de grup düzeyindeki değişkenler, sanal eylem topluluklarına katılımı etkileyen önemli unsurlardır. “Özellikle bireysel düzeydeki bazı değişkenlerin, katılımı etkileyen grup düzeyindeki değişkenlerin öncülleri olduğu düşüncesinden hareketle, katılımcı üzerindeki grup etkileri kimlik kuramcıları tarafından (Hogg ve Abrams, 1988) sıklıkla incelenmektedir” (Dholakia, vd., 2004).

1.3.2. EYLEM-KİMLİK KURAMI'NDA KİMLİK

Kendi kendini organize eden gönüllü birlikler olan sanal eylem topluluklarının yapısının, üyeler tarafından ortak bir kimliğin oluşturulmasına büyük etkisi vardır

(Wang ve Fesenmaier, 2004). Wenger vd. (2002) Eylem-Kimlik Kuramı'nda; topluluk kavramını, katılımcıların tutkuyla bağlı olduğu ilgi alanı hakkında eylemsel faaliyetler sonucunda ilişki ağının oluşmasına ve öğrenme ile yeniden üretilen ortak kimlik kavramına vurgu yapan bir sistem içerisinde açıklamışlardır. Sanal eylem topluluklarında eylem ve kimlik kavramları birbirinden beslenmektedir.

Kimlik, bir kişinin kendini birey olarak nasıl tanımladığını, yakınlık ilişkileri çerçevesinde diğer üyeler ve sosyal gruplar ile nasıl iletişime geçtiğini anlatan bir kavramdır (Kleine vd., 1995). Bireylerin, sembolleri kullanması ve yorumlaması, davranışlarının sebep ve sonuçlarının sosyal anlamlarının olması, başkalarını etkileme ve kendini ifade etme istekleri kimlik ile ilgilidir (Schlenker, 1978). Bir üye açısından kalıcı bir kimliğin oluşması; bireyin tüketim aktivitesi ile olan ilişkisine (paylaşılan repertuvarda yer alan sembollerin kişinin benlik imajına yakınlık ve uygunluğu) ek olarak topluluğun diğer üyeleri ile kurduğu ilişkinin yoğunluğuna da (herhangi bir şeye yönelik tutkusunu yeterince paylaşacak kişiler bulmasına) bağlıdır (Kozinets, 1999).

Bireyler sanal eylem topluluklarına türlü arayışlar ile dâhil olmakta ve birbirleriyle etkileşime geçmektedirler. Kendilerini yazılı, sözlü ve görsel çeşitli araçlarla ifade ederken diğerleri ile ortak bir kimlik geliştirmektedirler. Paylaşımlardan, özellikle de ilk mesajlardan yola çıkarak kimliklerinin diğerleri ile ne kadar ve hangi açıdan örtüştüğünü tespit etmekte (Presi vd., 2006), bu doğrultuda bilgi ve tecrübelerini paylaşmakta, etkinliklerde yardımlaşmakta ve sorunlara ortak çözümler geliştirmektedirler. Bu da ancak; üyenin ismini, kişisel bilgilerini, ilgi alanına ilişkin fayda sağlayacak bilgi birikimini paylaşmasına ve üslubuna bağlı olarak şekillenir (Hildret vd., 2000). Aksi takdirde anonimlik, diğerlerinin güven duygusunun oluşmasını engellediğinden katılımın yoğunluğunu azaltmakta ve üyelerin çevresel üye olarak katılım göstermesine sebep olmaktadır.

Çevrimiçi iletişim esnasında ortaya çıkan bilgi birikimi, topluluğun geliştirdiği kurallar, normlar ve ilkeler doğrultusunda yeniden şekillenir. Birbirini zamanla tanıyan ve anlayan üyeler ilgi alanına ve eylemlere dair ortak ve topluluğa özgü bir

bakış açısı geliştirirler. Üyeler, topluluk içerisinde yeni bir kimliğe sahip olurken, topluluk da kendine has bir kimlik geliştirmektedir (Wenger vd., 2002). Bu kapsamda, eylem toplulukları üzerine geliştirilen öncül kuramın iki temel unsurundan biri olan kimlik, çeşitli bilim insanları tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır.

Cheek ve Briggs (1982), literatürde kimliğin boyutlarını inceleyen ilk bilim insanlarıdır. Araştırmacılar bu boyutları iç kimlik (bireysel kimlik) ve dış kimlik (sosyal kimlik) olarak sınıflandırmışlardır. Bireylerin kimlikleri oluşturan özelliklere yaklaşımlarının, kimlik yönelimlerini belirlediğini tespit ettikten sonra, yaptıkları son psikometrik testler ile AIQ-III Ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu ölçek; bireysel kimlik, sosyal kimlik (topluluk kimliği) ve kolektif kimlik yönelimlerini ölçen ifadeleri içermektedir. Ancak AIQ-III'ün kimlik yönelimlerini tam ve doğru bir şekilde karşılamadığını ve sosyal kimlik boyutu yerine, ilişkisel kimlik boyutunun gelmesi gerektiğini savunanların (Brewer ve Gardner, 1996; Kashima ve Hardie, 2000) aksine Cheek vd. (2002) bu iki boyutun birbirini karşılayamayacağını ileri sürmüş ve bu doğrultuda AIQ-IV'ü geliştirmişlerdir. AIQ-IV'ün, AIQ-III'den farkı ilişkisel kimlik boyutunu da ayrıca araştırıyor olmasıdır. Çünkü ilişkisel kimlik boyutu, bireyin diğer bireyler ile ilişkisi dâhilinde kendisini nasıl gördüğünü yansıtırken sosyal kimlik boyutu, bireyin sosyal gruplar içerisinde rolü ve saygınlığı gibi başkaları tarafından nasıl görüldüğünü yansıtmaktadır.

Cheek vd. (2002), kimlik yönelimlerini bireysel, ilişkisel, sosyal ve kolektif kimlik olmak üzere dört boyutta ele almaktadırlar. Bu yönelimler Tablo 1.2'de ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır:

Tablo 1.2: Kimlik Yönelimleri ve Yapıları

Bireysel Kimlik	
Yönelim	Özel
Tanım	Özellikler, değerler ve yetenekler
Örnek	“Hassas biriyim”
Özsaygının Temel Özellikleri	Bireysel arzular ve standartlar
Kültürel Farklılıklar	Bağımsız/Bireysellik
Bireysel Farklılıklar	Kişisel Kimlik Yönelimi Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Özel Öz-Bilinç Bireysellik Ölçeği
İlişkisel Kimlik	
Yönelim	Yakın
Tanım	Doğrudan iletişim içerisinde olduğumuz diğer insanlar
Örnek	“Amy’nin yakın arkadaşım”
Özsaygının Temel Özellikleri	Karşılıklı saygı; diğerleriyle yakın olmaktan duyulan gurur ve memnuniyet
Kültürel Farklılıklar	
Bireysel Farklılıklar	Benlik Ölçüsüne Diğerini Dâhil Etme Karşılıklılık Ölçeği Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği Dâhili Çalışma Modelleri
Sosyal Kimlik	
Yönelim	Kişilerarası
Tanım	Sosyal roller ve saygınlık
Örnek	“Ben popüler bir insanım”
Özsaygının Temel Özellikleri	Tanınma; diğerlerinin takdiri
Kültürel Farklılıklar	
Bireysel Farklılıklar	Toplumsal Kimlik yönelimi Öz farkındalık Ölçeği Sosyal Kendine Güven (Utangaçlık)

Tablo 1.2'nin devamı

Kolektif Kimlik	
Yönelim	Toplumsal
Tanım	Ait olduğumuz sosyal kategoriler
Örnek	"Ben İrlandalıyım."
Özsaygının Temel Özellikleri	Etnik gurur; birinin sosyal grubundan duyulan gurur
Kültürel Farklılıklar	Karşılıklı bağımlı/toplulukçu
Bireysel Farklılıklar	Kolektif Kimlik Yönelimi Kolektif Güven Ölçeği Grup Ölçeğine diğerlerinin eklenmesi Topluluk Ölçeği

Kaynak: Cheek, Jonathan M., Smith, Shannon, Tropp, Linda R., "Relational Identity Orientation: A Forts Cale For the AIQ." *Society For Personality and Social Phycology Annual Meeting, Boston: Wellesley College, 2002, pp.2.*

1.3.2.1. Bireysel Kimlik

Bireysel kimlik; kişisel değerler, psikolojik özellikler, düşünceler, duygular, inançlar, tutumlar ve yetenekler gibi bireye özgü niteliklerden oluşmaktadır. Bireysel kimlik, bireyin kendini nasıl tanımladığını gösterir ve diğerlerinden özgün ve farklı bir yapıya sahiptir. Bir bireyin başarıları, becerileri, zevkleri veya yaratıcı çabaları bireysel kimliğin birer ögesidir (Schultz vd., 1989; Kleine vd., 1995). Kimlik yönelimleri, bireylerin benliklerini inşa ederken çeşitli kimlik özelliklerine dair değerlendirmelerini ve verdikleri önemin düzeyini ifade eder (Hogan ve Cheek, 1983).

İletişimin temel amaçlarından biri bağ kurmak ve aidiyet hissi oluşturmaktır. Ancak bireyler sosyal bir topluluğun değerli bir parçası olmak ile yetinememektedirler. Bunun yanı sıra, ait oldukları sosyal toplulukların içerisinde farklı ve ayrıcalıklı bir yere sahip olmak isterler. Bu nedenle kimliklerine ek olarak "diğerleri için" ikinci bir kimlik geliştirirler. Kimlik için yapılan ikili ayrıma göre; gerçek kimlik fiili olarak sahip olunan kimlik iken; ideal kimlik diğer bireyler ve sosyal gruplar ile kurulan diyaloglarda ortaya çıkan kimliktir. Yani ideal kimlik, sahip olmak istenilen ama gerçekte olmayan bir kimliği tanımlamaktadır. Bu kimlik, temelde takdir edilme,

beğenilme gibi arzular ile eleştirilme, reddedilme gibi kaygılara göre şekillenmektedir (Goffman, 1959).

Bazı araştırmacılara göre, bireyler sanal dünyada kendilerini gerçek dünyada olduğundan daha farklı ve kolay bir şekilde ifade edebilmektedirler. Ek olarak, sanal dünya, bireylere, gerçek dünyada saklanması mümkün olmayan ancak memnuniyetsiz oldukları özelliklerini yahut düşüncelerini oluşturdukları alternatif kimlikler ile örtme imkânı sağlamaktadır (Herb ve Kaplan, 1999).

Hogan ve Cheek (1983), kimlik kavramını açıklamak için geliştirdikleri ölçekte bireysel kimliği araştırırken; “bireyin değer ve ahlaki standartlarını, entelektüel birikimini, duygularını, fikir ve düşüncelerini, beyninin çalışma şeklini, diğer insanlardan farklı ve benzersiz olma inancını” sorgulamaktadırlar.

Bireysel kimlik ölçülürken en sık kullanılan ölçek Ellemers vd. (1999) tarafından geliştirilmiştir ve kişisel öz saygı ile kişisel tanımlama alt faktörlerince açıklanmıştır. Bu ölçekte bireysel kimliği açıklarken kişisel öz saygıyı ölçen ifadeler; “bireyin gerekli ve yeterli özelliklere sahip olması, başarısızlık hissi duyması, diğerleri gibi pek çok işi yapabileceğine dair inançlı olması, kendisinde gurur duyabileceği bir şey görmesi, kendisi ile ilgili iyi düşüncelere sahip olması vb.” olarak sıralanmaktadır. Bireyin kendini nasıl tanımladığını ölçen ifadeler ise; “bireyin özgün özelliklere sahip olduğunu düşünmesi ile diğer insanlardan farklı ve eşsiz hissetmesi”dir.

1.3.2.2. Sosyal Kimlik (Topluluk Kimliği)

Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal kimliği “*bireylerin kendilerini başka bir kişi veya bir grup insan ile bir arada gördükleri süreç*” olarak ifade etmektedirler. Literatürde, topluluk kimliği üzerine yapılan çalışmalarda, kavram çoğunlukla sosyal kimlik olarak ifade edilmekte ve ilişkisel kimlik kavramını da içerecek şekilde kullanılmaktadır (Cheek vd., 2002).

Wenger (1998), bireylerin çeşitli gruplara üyeliklerinden kaynaklanan kimliğe odaklanmış ve kimliği ele alırken katılımın yörüngesine dikkat çekmiştir. Bireyler, üye oldukları sanal eylem topluluklarında gerçekleştirdikleri paylaşımların ürünü olarak, grup içerisinde, bireysel kimliklerinden bağımsız ve topluluk kimliği ile uyumlu olan bir üye kimliği geliştirmektedirler. Ortaya çıkan yeni kimlik, sanal eylem topluluklarının içerisinde bireyin rolünü, tutum ve davranışlarını göstermektedir. Sanal eylem topluluklarında yeni bir kimliğin ortaya çıkmasının temel nedeni bu toplulukların aynı zamanda birer çevrimiçi öğrenme topluluğu olmasıdır. Söylemler ve eylemler sonucu öğrenme gerçekleşir ve öğrenilenler üyenin yeni kimliğinin oluşmasına kaynak teşkil eder. Bu kimlik, diğer üyeler ile gerçekleşen etkileşimler ve paylaşılan repertuvarın içeriği sayesinde şekillenir. Paylaşılan repertuvara addedilen değer ve grup içi değerler ile uyumun yanı sıra elde edilen kazanımlar ve etkileşim esnasında benimsenen üslup, bireyin tutum ve davranışlarında belirleyici olmaktadır (Wellman ve Gulia, 2018). Öte yandan, bireyin kimliği ile grup üyelerinin kimlikleri arasındaki uyum, çatışma, mesafe ve aidiyet duygusu bireye kendini yeniden tanımlarken yol göstermektedir. Özetle sosyal kimlik; yani sanal dünyada topluluklar içerisinde ortaya çıkan topluluk kimliği, bireyin var olduğu ve aidiyet hissettiği gruplar içerisinde benimsediği yeni kimliktir (Bagozzi, 2000; Bagozzi ve Dholakia, 2002). Ek olarak belirtmek gerekirse; bireysel ve sosyal kimlik arasındaki temel ayrım; kişinin kendisi hakkındaki öznel fikirleri ve duyguları hakkındaki değerlendirmeleri (bireysel kimlik) ile kendisini toplumsal roller ve ilişkiler yoluyla ifade etme biçimi (sosyal kimlik) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır (Hogan ve Cheek, 1983).

Sanal eylem topluluklarında içerik, geleneksel medyanın aksine çoğunlukla üyeler tarafından aktif katılım yolu ile oluşturulduğundan, üyenin toplulukla etkileşime geçme niyeti ve süreçteki rolü, topluluk kimliğinin inşasında önemli bir güce sahiptir. Aynı zamanda kitle iletişim araçları, etkileme ve yönlendirme kabiliyetleri sayesinde, bireylerin, topluluk kimliğine dayanan ideal kimlikleri ile uyumlu olacak şekilde sanal dünyadaki kimliklerinin yeniden inşası için bir dayanak noktası olmaktadır (Hogan ve Cheek, 1983).

Sosyal Kimlik Kuramı, bireyin kendi öz kimliğine ek olarak, “ait olduğu sosyal gruba dâhil olan diğer bireylerden nasıl etkilendiği, söylediği ve yaptıklarına diğer bireylerin tepkisi, başkalarına göre ne derece popüler olduğu, üyeliğe verdiği önem seviyesi ve aidiyet hissi” ile ilgilidir (Tajfel ve Turner, 1986).

Sosyal Kimlik Kuramı’na göre; bireyler kendilerini sadece kendi kimlikleri ile tanımlamazlar aynı zamanda ait oldukları sosyal grubun özellikleri, grup içerisinde birbirleri ile benzerlikleri ve diğer gruplardan farklılıkları ile de tanımlarlar (Dholakia vd., 2004). Kuram, bireyin kendisi ve aidiyet hissettiği sosyal gruptaki normlar ile davranışlarının örtüştüğü görüşüne dayanmaktadır.

Sosyal kimlik ölçümleri; grup içerisinde kimin grup koşullarını algılayıp buna göre davranacağına, kimin sorun olduğunda gruba bağlı kalacağına (Spears vd., 1999) ve kimin ayrılacağına ilişkin öngörülerde bulunmayı sağladığından (Perreault ve Bourhis, 1999) kimlik hakkında yapılan araştırmalarda kullanılan çok güçlü potansiyel araçlar olarak kabul edilmektedirler (Cameron, 2004). Sosyal kimliğin boyutlarını ölçmeyi amaçlayan çoğu ölçek Brown vd. (1986) tarafından geliştirilen 10 maddelik Kimlik Ölçeğinin türevleri olarak ortaya çıkmıştır.

Sosyal kimlik, bireysellikten bağımsız kimlik ile ilgili psikolojik bir durumdur ve bilişsel, duygusal, değerlendirici bileşenleri kapsamaktadır (Bergami ve Bagozzi, 2000). Ellemers vd. (1999), bireyin grup içerisindeki kimliğinin üç bileşenden oluştuğunu iddia etmektedirler. Bu bileşenler; “bilişsel bileşen (bir gruptaki üyeliğin bilişsel olarak farkında olmak—kendi kendini sınıflandırmak), duygusal bileşen (grup ile duygusal bir bağlılık kurmak—duygusal taahhüt) ve değerlendirici bileşen (grup üyeliği hakkında olumlu ve olumsuz değer çağrışımı —grup temelli öz saygı)” şeklindedir.

Bilişsel kimlik bileşenini oluşturan öz sınıflandırma, birey ve grup üyeleri arasındaki benzerliklerin yanı sıra gruba üye olan/olmayanların benzerliklerinin karşılaştırıldığı ve vurgulandığı bir bilişsel sınıflandırma sürecini önermektedir (Hogg, 1992). Sanal eylem topluluklarında bilişsel kimlik, üyelerin topluluğa kendini yakın görmesi,

topluluk içerisindeki rolü hakkındaki değerlendirmeleri, topluluğun kişinin kimliği ile ne derece uyumlu olduğu ve onu ne derece yansıttığı ile ilgilidir. Bu nedenle topluluk yöneticisi tarafından, üyelerin topluluğa yakın hissetmesi, bağlılık duygusu geliştirmesi ve topluluğun amaçları ile vizyonunu sahiplenmesi sağlanmalıdır (Ashforth ve Mael, 1989; Turner, 1985).

Değerlendirici kimlik bileşeni ise grup üyelerine karşı geliştirilen olumlu veya olumsuz yargıları (Ellemers vd., 1999) ve üyelikten doğan bireysel değerlendirmeleri içerir (Bagozzi ve Dholakia, 2002). Değerlendirici kimlik, kişisel veya grup temelli öz saygı ile ölçülmekte ve bir gruba aidiyet temelinde gelişen öz saygı ile birlikte tanımlanmaktadır. Sanal eylem topluluklarında değerlendirici kimlik; bireyin topluluğa üye olmaktan kaynaklanan misyona bağlı olması, diğer üyeler tarafından sosyal açıdan tanınması, takdir edilmesi ve grup içerisinde yeterli olup onaylandığını hissetmesi gibi konular ile ilgilidir (Bushman ve Baumeister, 1998; Dholakia vd., 2004).

Duygusal olarak bir gruba dâhil olma isteği ve hissi, sosyal kimliğin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Tajfel, 1978). Duygusal kimlik, “özdeşleşme, katılım ve duygusal bağ” ile açıklanmaktadır. Sosyal kimliğin çok boyutluluğunun kuramsal temeli açıklanırken, sosyal özdeşleşme öne çıkarılmaktadır (Tajfel, 1978; Tajfel ve Turner, 1986; Allen ve Meyer, 1996). Negatif sosyal kimliğin, grup içi sosyal etkileşimler ile daha pozitif hâle getirilmesinde (gruptan ayrılmak, daha uygun sosyal karşılaştırmalar yapmak veya gruptaki statü hiyerarşisi ile mücadele etmek gibi) duygusal kimlik bileşeni önemli bir rol oynamaktadır (Tajfel, 1978; Tajfel ve Turner, 1986). Sanal eylem topluluklarında duygusal kimlik; topluluğa ait olma, topluluğun üyesi olmaktan kaynaklanan gurur, topluluk kimliğinin bireyin kimliği ile ne kadar özdeşleştiği, topluluk içerisinde ne ölçüde aktif bir role sahip olduğu ile ilgilidir (Johnson ve Johnson, 1987; Bagozzi vd., 1998; Hogg, 1992).

Sosyal kimliğin duygusal bileşeni, değerlendirme seviyesi ve sonucun etkisini paylaşırma açısından, grup içinde kayırmacılığı etkilemekte (Ellemers vd., 1999) ve grup ortamında aidiyet ile sadakat gibi pozitif duyguları teşvik edip vatandaşlık

davranışlarını ortaya çıkarmaktadır (Chiu vd., 2006). Ancak sosyal kimliğin duygusal bileşeninin örgütsel davranışa doğrudan, bilişsel bileşeninin ise dolaylı etkisi olmaktadır (Bergami ve Bagozzi, 2000). Öte yandan sosyal kimliğin bilişsel ve duygusal kimlik bileşenleri daha bireysel özellikler sergilerken değerlendirici kimlik bileşeni daha sosyal özellikler taşımaktadır.

Dholakia vd. (2003) tarafından yapılan bir araştırmada, Sosyal Psikolojik Davranış Modeli (Perugini ve Bagozzi, 2001) ve Sosyal Kimlik Kuramı (Tajfel, 1978) temelde bulunan yapı olarak kullanılmıştır. Üyelerin niyetlerinin; bireysel faktörler (tutumlar, algılanan davranışsal kontrol, duygular) ve sosyal faktörler (özel normlar, grup normları ve sosyal kimlik) tarafından belirlendiği bu modelde sosyal kimlik yapısının birinci dereceden bileşeni grup normları, ikinci dereceden bileşenleri ise bilişsel, duygusal ve değerlendirici unsurlar olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda ele alınan temel bileşenler araştırılırken; bilişsel sosyal kimlik için “grubun bir parçası ve etkinliklerin katılımcısı iken, bireysel kimlik ile grubun kimliği arasındaki örtüşme oranı”, duygusal sosyal kimlik için “bireyin grup ile ne derece bağlantılı olduğu ve gruba karşı aidiyet duygusunun ne ölçüde güçlü olduğu” ve değerlendirici sosyal kimlik için “bireyin kendisini grubun değerli ve önemli bir üyesi olarak görüp görmediği” araştırılır (Dholakia vd., 2004).

Söz konusu ayrımı destekleyen ve geliştiren benzer çalışmalarda, daha ayrıntılı yorumları öne süren faktör yapıları da üretilmiştir. Örneğin; Hinkle vd. (1989), üç faktörlü bir yapı ortaya koymuşlardır: (1) grup üyeliğinin duygusal yönlerini yansıtan faktör (gruba üye olmaktan duyulan mutluluk gibi); (2) bireysel ihtiyaçlar ile grup dinamikleri arasındaki aykırılığı yansıtan faktör (grup tarafından engellenme duygusu gibi) ve (3) grup üyeliğinin bilişsel yönlerini yansıtan faktör (gruba önem vermek ve bağlılık duymak gibi) şeklinde. Diğer bir çalışmada; Jackson (2002), gerçek hayattaki çeşitli grup üyeliklerine atıfta bulunan ve 78 ifadenin faktör analizine dayanan bir ölçüm aracı geliştirmiştir. Araştırmacı bu çalışmada karşılaştırılabilir üç bileşene ulaşmıştır: (1) bilişsel bileşen (kendini sınıflandırma) (2) dayanışma algılarını, beraberlik ve ortak amaçları yansıtan özellikteki duygusal bileşen ve (3) grubun değerlendirildiği bileşen (Cameron, 2004). Hinkle vd. ile

Jackson'ın çalışmaları daha önceki çalışmaları reddetmemek ile birlikte örneklem ve ölçüm aracındaki ifadeler bakımından birtakım farklılıklar taşımaktadır.

Cameron ve Lalonde (2001) tarafından geliştirilen başka bir modelde, sosyal kimlik, farklı bir bakış açısı ile yorumlanarak yine üç faktörlü bir yapı şeklinde ele alınmıştır. Bu modelde, sosyal kimliğin, üç faktör (merkeziyet, grup içi etki ve grup içi bağlar) açısından temsil edilebileceği önerilmektedir. Modelde; merkeziyet sosyal kimliğin bilişsel yönünü, grup etkisi değerlendirici/bilişsel ve grup içi ilişkiler duygusal yönünü yansıtmaktadır. Araştırmacılar, 28 maddeden oluşan Sosyal Kimlik Ölçeğini geliştirirken; var olan Sosyal Kimlik Ölçeğindeki ifadelerden (Brown vd., 1989) ve Ortak Öz Saygı Ölçeğinde yer alan ifadelerden (Luhtanen ve Crocker, 1992) yararlanmışlardır. Model üzerine yapılan analizler (Cameron, 2004), sosyal kimliğe ait üç faktörün uygulanabilirliğini desteklemiştir. Bunlardan birincisi; merkeziyet, yani grubun hangi sıklıkta akla geldiği (Gurin ve Markus, 1989) ve üyeliğe verilen önem (Luhtanen ve Crocker, 1992) ile ilgilidir. İkincisi; grup etkisi yani bir grubun üyesi olmak hakkında duyulan mutluluk, gurur, heyecan, pişmanlık gibi duygular ile ilgilidir. Son olarak üçüncüsü; grup içindeki ilişkiler, yani diğer grup üyeleri ile benzerlik, bağ ve aidiyet hissi ile ilgilidir. Sosyal kimliğin bu yönü, özü gruba bağlayan psikolojik ilişkilerle ilgilidir ve duygusal unsurlar içermektedir. Oluşturulan bu yapı, çeşitli örneklerde test edilmiş ve yapılan çalışmaların bulguları, mevcut kuramları ve oluşan faktör yapılarını destekleyip tamamlamıştır. Örneğin; toplumsal cinsiyet kaynaklı sosyal kimliğin ölçümünde (Cameron ve Lalonde, 2001), etnik kimliğin ölçümünde (Cameron vd., 1997) ve toplumsallık bilincinin boyutlarının ölçümünde (Obst vd., 2002).

1.3.2.3. Kolektif Kimlik

Kolektif kimlik; bireylerin, belirli bir zaman dilimi ve alan içerisinde parçası olduğu toplumun, kültürel olarak sahip olduğu milliyet, ırk, menşe, din, etnik köken, ideoloji vb. gibi konularda benzer olduğu diğer bireyler ile gerçekleşen etkileşimleri neticesinde yeniden şekillenerek ortaya çıkan ortak kimliktir (Bilgin, 1999). Kolektif hafıza sayesinde sahip olunan geçmişe dair enformasyon birikimi ile oluşan aidiyet

duygusu, bireyleri bir araya getirmekte ve toplumsal idealler sayesinde bir arada tutmaktadır. Burada, toplumu bir araya getiren ortak yapılar, bütünü yansıtmayan alt kültürler olduğundan ayrışma olması beklense de üst kimliğin etkisi (ulusal kimlik, milli duygular ve aynı dine mensubiyet) sayesinde bir bütünleşme olur ve kolektif kimliğin inşası gerçekleşir (Bilgin, 1999; Smith, 2009; Özdil, 2017). Kolektif kimliğin inşa edildiği gruplara mensup olanlar, toplumsal ilişkiler ağı sayesinde kolektif bir özdeşleşme sürecinden geçerler ve bu süreç toplumsal ve bireysel dönüşüm için bir çeşit katalizör görevi üstlenir (Hollenback ve Zinkhan, 2006). Burada birey ve toplumun dönüşümünden kast edilen kimliğin değişimidir. Kimlik, süreç içerisinde tüketilmekte, değişmekte, hatta kimi zaman yeniden üretilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM:

SANAL EYLEM TOPLULUKLARINDA KATILIM GÖSTERME DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Poster (1995) tarafından içinde bulunduğumuz dönem “*ikinci medya çağı*”, bu çağı başlatan kitle iletişim araçları ise yeni medya olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu dönem beraberinde getirdiği yenilikler ile toplumsal yaşamın yapısının değişmesine ve dönüşmesine aracılık etmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının yerini yeni iletişim araçları alırken, etkileşimli medyanın (yani internet ve ona bağlı diğer dijital teknolojilerin) ortaya çıkması, yaygınlaşması, eski teknolojiler ile entegrasyonu, yeni iş alanlarının oluşması ve eski iş alanlarının yenilenmesi ikinci medya çağını başlatmıştır (Poster, 1995). Yeni medyanın analitik yapısını, bireyler ve kitleler üzerindeki etkisini anlama ihtiyacı giderek daha da fazla önem kazanmaktadır. Çünkü yeni medya, sadece var olan ihtiyaçlara cevap vermekle kalmayıp; neyin, ne şekilde, ne zaman tüketileceğini gösteren kimlikler ve yaşam tarzlarını üreterek var olmayan ihtiyaçların türetilmesini ve yönlendirilmesini de gerçekleştirmektedir. Bireyselleştirilmiş tüketime dayalı üretilen yeni kimlikler ve yaşam tarzları, küreselleşme ve internet vasıtası ile yaygınlaşmaktadır (Saimer, 2014).

Yeni medyanın ortaya çıkmasının bir ürünü olarak meydana gelen bilgi akışı tüm dünyada insanların bağlantılı ve bir hâle gelmesi ile yaygınlaşmış ve nihayet sonucunda enformasyon toplumu oluşmuştur (Castells, 1996). Yeni medya, artan bir hızla toplumun maddi temelini yeniden biçimlendirmektedir. Enformasyon teknolojisi devrimi; yazılı, sözlü, görsel ve işitsel iletişim biçimlerini interaktif bir ağ içerisinde bir araya getirerek yeni bir teknolojik dönüşüm ortaya koymaktadır. İnternet ile ilişkili iletişim ağlarının oluşumu ve yaygınlaşması; internetin yapısını, ağın mimarisini, ağa bağlı olanların kültürü ile yaşam ve tüketim biçimini değiştirmiştir. Ayrıca, Poster tarafından “*sanal dünyanın kamusal alanı*” olarak nitelendirilen sosyal ağlarda, gerçek veya anonim kimlikler ile kendilerine yer edinen üyeler, ağın interaktif olma özelliği sayesinde, edilgen olmaktan çıkıp aktif birer içerik üreticisi ve tüketicisi olmuşlardır (Poster, 1995).

Üyeler, sosyal ağlar içerisinde, özellikle çevrimiçi öğrenme gerçekleştirdikleri ve sosyalleştikleri sanal eylem topluluklarında, ilgi duydukları alanlarda yeni bilgiler edinmekte, var olan bilgilerini ve tecrübelerini paylaşmakta, benzer ilgi alanına sahip oldukları insanlar ile ilişki kurmaktadır. Süreç içerisinde gerçekleşen paylaşımlardan memnun olduklarında diğerleri ile gerçek hayatta da bir araya gelmekte, benzer alışkanlıklar edinmekte ve ürünler satın almakta, memnun olmadıklarında ise üyeliklerini feshederek kolaylıkla topluluktan ayrılmaktadırlar. Sosyal etkileşimler sırasında alınan ve verilen tüm bu değer unsurları ile içerisinde bulunulan süreç “katılım gösterme” olarak ifade edilmektedir (Wang ve Fesenmaier, 2004).

Sanal eylem topluluklarında “*katılım gösterme davranışı*”ndan yani “*eylemde yer alma*”dan bahsederken sadece bilgi paylaşma davranışı ele alınmamaktadır. Katılımın (eylemde yer almanın) içeriğinde bilgi paylaşımının yanı sıra; paylaşılan bilgilerin takibi, merak edilen konular hakkında sorular sorma, sorulan sorulara cevap verme, öğrenme, grup üyeleri ile birlikte ortak sorunlara çözüm bulma, çeşitli konularda fikir alışverişinde bulunma, kişisel deneyimleri paylaşma, yeni alışkanlıklar geliştirme, sanal ortamda gerçekleşen paylaşımları gerçek hayata yansıtacak ilişkiler kurma, organizasyonlar planlama, organize etme, müşteri, yönlendirici veya satıcı olarak ticari faaliyetlere dâhil olma ve yeni kimlikler geliştirme yer almaktadır (Wenger vd., 2002).

Wenger’in Eylem-Kimlik Kuramı her ne kadar eylem ve kimlikten oluşan iki temel sacayağına oturtulmuş olsa da kuramın ele aldığı toplulukları diğer toplulukların önüne çıkaran temel özellik sanal ortamda gerçekleşen paylaşımların gerçek hayatta da devam etmesidir. Sanal topluluklarda bilgi paylaşımını teşvik etmek bile tek başına yeterince zor iken, edinilen bilgilerin üyeleri belirli davranışlara yönlendirmesini sağlamak daha da büyük bir zorluk olarak ortaya çıkmaktadır (Preece, 2000, 2001). Bu nedenle üyeleri, katılım sağlamaya iten temel faktörlerin araştırılması önem kazanmaktadır. Bireylerin, katılım gösterip göstermemeyi seçmelerinin nedenlerini açıklamak, toplulukların amaçlarını ve potansiyellerini tam olarak gerçekleştirebilmeleri için önemlidir. Sanal eylem topluluklarının nasıl teşvik

edilebilecekleri hakkında akademisyenlerin ve uygulayıcıların bilgi edinmeleri, sanal eylem topluluklarının geliştirilmesine ve sürdürülmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışmada, sanal eylem topluluklarındaki üyelerin katılım gösterme davranışlarına; katılım motivasyonlarının ve kişisel özelliklerinin (kişilik tipleri ve yaşam tarzları) etkileri ele alınacaktır.

2.1. KATILIM MOTİVASYONLARININ ETKİSİ

Sanal eylem toplulukları hakkında yapılan çalışmaların büyük bir kısmı üyeleri katılıma teşvik eden faktörleri açıklamak amaçlıdır. Bu konuda yapılan çalışmalarda, farklı bilim insanları farklı kuramlara başvurmuşlardır. Wang ve Noe (2010), bilgi paylaşımının teşvik edilmesini sağlayan unsurları; motivasyon faktörleri, grup özellikleri, kişilerarası, bireysel ve kültürel özellikler olmak üzere 5 temel başlıkta incelemişlerdir. Guo vd. (2008), konuyu daha ayrıntılı bir şekilde ele almışlardır. Elde ettikleri bulgulara göre kullanıcıların katılım motivasyonları şu şekilde sıralanmaktadır: eşzamanlılık, geri bildirim alma, tanıdıklık ilişkisi, erişilebilirlik (coğrafi mesafelerin ortadan kalkması ve her yere taşınabilirlik), maliyet, ayrıntılı bilgi, sözlü iletişim, bilgi paylaşımı, konuları açıklayabilme imkânı sunması, bir veya birden çok kişi ile iletişimi sağlayabilmesi, iletişimin resmiyeti, kullanım kolaylığı, büyük miktarda bilginin alınması ve verilmesini sağlaması, çoklu ortam olma özelliği (ses, metin, video, dosya paylaşımı gibi birden fazla iletişim aracının eşanlı olarak kullanılabilmesi), etkileşimin bireyselliği, farklı kaynaklardan ve çok çeşitli bilgi elde etme imkânı sağlaması, sosyalleşme, hız, bilginin güvenilirliği, dosya yönetimi (ortam dosyaları ve iletişim geçmişini depolama ve yönetmeyi sağlaması), karmaşık sorunları çözme becerisi, iletişime daha az müdahale edilebilir olması, sosyal etki (ortamda iletişimi kullanma amacının benzerliği) ve ileti garantisi.

Medyanın kullanım amaçları ile izleyici kitlenin ihtiyaçları ve beklentilerinin kitle iletişim davranışındaki rolünü inceleyen Rubin (1983) ve çağdaşları (Katz vd., 1974; Rosengren vd., 1985; McGuire, 1974) Kullanım ve Doyumlar Kuramı'nı geleneksel kitle iletişim araçları üzerinde geliştirmişlerdir. Rubin (1983), medya kullanımını

teşvik etmek için altı temel faktör belirlemiştir. Bunlar; bilgi (öğrenme), zaman geçirme/alışkanlık, arkadaşlık, kaçış, uyarılma ve rahatlamadır. Rubin, ilerleyen yıllarda Kullanım ve Doyumlar Kuramı üzerine araştırmalarına devam etmiş, kendi çalışmalarını geliştirerek eğlence ve sosyal etkileşimi de medya kullanımının nedenlerine dâhil etmiştir. Zamanla internetin ortaya çıkması ve yaygınlaşması ile birlikte bireyin medya kullanımına aktif katılımının artmasının bir sonucu olarak kuram, yeni medya üzerine yapılan çalışmalarda da tercih edilir olmuştur.

Korgaonkar ve Wolin (1999) tarafından ölçüm aracı geliştirmek için önceki çalışmalarda (Rubin, 1983; Greenberg, 1973) geçen ifadelerden faydalanarak sekiz temel yapıyı ölçmek amaçlanmıştır; arkadaşlık, eğlence, iletişim, bilgilenme, alışveriş ve zaman geçirmenin yanı sıra mahremiyet ve güvenlik ile ilgili endişeler. Üyeye daha aktif rol veren; ama yine de genel internet kullanımı ve geleneksel kitle iletişim araçlarının doğasına daha uygun olan bu araştırmalar, katılımı teşvik etmek için ihtiyaç duyulan rehberliği sağlamamaktadırlar. Bu araştırmalar, genel anlamda internet kullanımı ve internette bilgi paylaşım davranışını yansıtmaktadırlar. Sanal toplulukların sürdürülebilir olmasını sağlayan iletişimin doğası gereği bu ağların kendine has özellikleri, üyelerin bilgi paylaşmasına ve bu davranışın sürdürülebilmesine yardımcı olmaktadır. Sanal topluluklar ile ilgili araştırmalar ağırlıklı olarak kişisel biliş ve sosyal ağ odaklıdır. Bu nedenle bilgisayar ve internet kullanım davranışlarına odaklanan araştırmalardan farklı şekilde ele alınmaktadırlar (McDermott, 1999; Thompson ve Walsham, 2004).

Bagozzi ve Dholakia (2002) literatürün kapsamlı bir incelemesini yaptıklarında, önceki çalışmaların çoğunda incelenen davranışın kullanıcı arayüz etkileşimi olarak basite indirildiğini ve sanal toplulukların sosyal yönünün ihmal edildiğini görmüşlerdir (Bagozzi ve Dholakia, 2002). Buradan yola çıkarak sanal topluluklarda katılımcı davranışlarını Sosyal Sermaye Kuramı (SCT) çerçevesinde ele almaktadırlar. Sosyal Sermaye Kuramı, bir sosyal ağ içinde yer alan bileşenleri ve bunların bir bireyin davranışlarını nasıl etkilediğini ele almaktadır. Ayrıca kuram, sosyal sermayenin, bir bireyin, topluluğun veya ağın, sahip olduğu ilişkilerden kaynaklanan bağlantıların veya ağda gömülü olan kaynak kümesinin sanal

toplulukların repertuvarını beslemek için diğer üyeler ile bilgi paylaşımını büyük ölçüde etkilediğini öne sürmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Tsai ve Ghoshal, 2017; Wasko ve Faraj, 2005).

Sanal topluluklardaki ilişkiler ağı, üyeler arasında bilgi paylaşımını kolaylaştıran kaynakları sağlayabileceğinden sosyal sermayenin, bu topluluklara uygulanarak geliştirilmesi amaçlanmıştır. Sosyal sermaye; bireyler, topluluklar ve toplumlar arasındaki ilişki ağlarındaki gömülü bilgilerin veya kaynakların toplamı olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu konuda yapılan öncül çalışmalara göre sosyal sermayenin iki boyutu vardır: ilişkisel boyut ve bilişsel boyut. Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu, bir topluluktaki bireyler arasındaki bağlantıların doğası (güven, normlar, karşılıklılık, sosyal etkileşim, özdeşleşme ve kimlik) ile bilişsel boyutu ise bir sosyal ağdaki insanların ortak bir bakış açısı veya hayat görüşüne sahip olma düzeyi (paylaşılan dil ve kodlar, paylaşılan vizyon) ile ilgilidir (Dickey vd., 2006). Nahapiet ve Ghoshal (1998) ise farklı bir yaklaşım ile sosyal sermayeyi üç boyuta ayırmış; yapısal boyutta sosyal etkileşim bağlarını, ilişkisel boyutta güven, karşılıklılık ve özdeşleşmeyi, bilişsel boyutta ise paylaşılan dil ve vizyonu ele almışlardır.

Bireylerin sanal topluluklarda bilgi paylaşımı, Sosyal Sermaye Kuramı'na göre sosyal sermaye ile ilgili sonuç beklentilerinden (toplulukla ilgili sonuç beklentileri ve bireysel sonuç beklentilerinden) etkilenmektedir (Chiu vd., 2006). Üyeleri analize dâhil ederek süreç içerisindeki rollerini daha iyi anlamak için Sosyal Sermaye Kuramı'nı bireysel motivasyon ile destekleyen bir başka çalışmada, sonuç beklentilerine itibar ve fedakârlık dâhil edilmiş, ardından bu faktörlerin bilgi paylaşma davranışı üzerinde pozitif ve önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir (Chang ve Chuang, 2011). Üyelerin sanal topluluklara katılımlarını etkileyen faktörleri inceleyen birçok çalışma, etkileyici faktörleri bu çerçevede ele alarak oluşturulan yapıyı teyit etmekte ve desteklemektedir. Literatürde sosyal sermayenin altı boyutu ile sonuç beklentilerinin her birinin etkisini ayrı ayrı veya bir arada araştıran çok sayıda çalışma mevcuttur.

Bu çalışmalardan Nahapiet ve Ghoshal (1998)'ın araştırmasında, topluluktaki üyeler arasında karşılıklı güven olması durumunda; işbirliğine dayalı olarak artan etkileşim sayesinde, üyeler arasında gerçekleşen entelektüel sermaye değişiminin, organizasyonel değer ve grup performansının artacağı ileri sürülmüştür. Davenport ve Prusak (1998), güveni, bilgi paylaşımını arttıran kilit bir unsur olarak tanımlamışlardır. Güven, bilgi paylaşımını arttırdığı gibi paylaşımın yoğunluğunu ve düzenini de etkilemektedir (Gefen, 2000). Güvenilir insanların topluluk içerisinde kredileri yüksek olmakta ve sayıları arttıkça örgütsel karmaşa azalmaktadır.

Elde edilen diğer bulgulara göre, sosyal ilişkiler ile kurulan güçlü bağlantılar (sosyal etkileşim), üyeler arasında bilgi paylaşımını kolaylaştırıp sürdürülebilir hâle getirdiğinden bilgi toplamak için daha az zaman ve çaba harcanmasını sağlamaktadır. Sanal topluluklardaki üyeler arasında gelişen sosyal etkileşim bağları arttıkça paylaşılan bilginin sıklığı ve miktarı da artmaktadır. Öte yandan sosyal etkileşim bilgi paylaşımında gereken zaman ve maliyeti azaltan bir unsur olarak görülmektedir (Chiu vd., 2006).

Sosyal etkileşim, sanal topluluklarda katılımcılar arasındaki ilişkinin yoğunluğu ve niteliğini ifade etmektedir. Sosyal sermayenin duygusal bileşeni olan sosyal etkileşim gönüllü katılımı teşvik eden unsurlar arasındadır (Wasko ve Faraj, 2000). Nahapiet ve Ghoshal (1998)'ın geliştirdikleri kuramsal modele göre sosyal sermayenin yapısal boyutunu oluşturan en önemli aktör; sosyal etkileşim bağlarının varlığıdır. Söz konusu modele göre kurgulanan araştırmada kurulan bağların bilgi paylaşımı ve bu paylaşımdan kaynaklanan değer beklentisini etkilediği ileri sürülmüştür. Sosyal etkileşimler vasıtası ile kurulan ilişkiler sayesinde topluluğun kuruluş amacı ile ilgili bilgi ve deneyimler kolektif bir kaynak yaratmakta ve üyelerin uzmanlıkları gelişmektedir. Ancak üyelerin sosyal etkileşime geçme nedenleri yalnızca ortak amaçlarını gerçekleştirmek değildir (Preece, 2000, 2001; Bouman vd., 2007; akt. Phang vd., 2009).

Sanal eylem toplulukları, aynı zamanda birer ilişki topluluğu da olduklarından, ortak ilgi alanı etrafında iletişim kurup daha fazla sosyal etkileşime girerek arkadaşlıklar

kurulabilir. Sosyal etkileşimin etkisi araştırılırken üyeler arasında kurulan aktif ve yoğun bağlantıların, bireyin üzerindeki ağ etkisini ve kurulan ilişkilerin kalitesini etkilediği anlaşılmıştır (Chang ve Chuang, 2011). Sosyal etkileşim arttıkça üyeler, kişisel bilgilerini daha çok ifşa etmekte, birbirini daha yakından tanımakta ve daha kolay güven duygusu geliştirmektedirler (Rovai, 2001; Preece, 2000). Bu nedenle sanal eylem topluluklarında sürdürülebilirliğin anahtarı, sosyal etkileşimin başarılı bir şekilde kurgulanmasıdır.

Bireylerin kendilerini topluluktaki diğer üyeler ile yahut topluluğun amacı ve felsefesi ile birlikte tanımladığı sürece özdeşleşme adı verilmektedir. Özdeşleşme, bireyin sanal topluluklarda diğer üyeler ile etkileşimlerini sürdürmesini sağlamakta ve bilgi paylaşma isteğini arttırmaktadır (Dholakia vd., 2004). Bireyin doğasındaki bilgi biriktirme eğiliminin varlığı, kendini içinde olduğu gruba dâhil hissetmediği takdirde bir anlam ifade etmez. Çünkü birey, kendisini diğer üyelerle benzer tanımlamazsa ve dışarıda hissederse grup ile bilgi paylaşma niyetinde olmamaktadır. Bir grup ile özdeşleşmek temelde o grubun ihtiyaçlarını karşılayabilme yetisinden kaynaklanır. Fayda sağlayabilme yetisi grup içerisinde öz saygı gelişimini de olumlu yönde etkilemektedir (Hogg ve Abrams, 1988).

Birey dâhil olduğu topluluğa kendisini ait ve yakın hissediyorsa, topluluğa karşı olumlu duygular besliyorsa ve topluluğun parçası olmaktan gurur duyuyorsa diğer üyeler ve topluluk ile daha fazla özdeşleştiğini düşünüp topluluğun genel yapısına uygun bir kimlik geliştirir. Kendisini topluluk ile bir ve beraber algılayan bireyin, topluluğa katılımı daha sık, katkısı daha yoğun olmaktadır (Chiu vd., 2006). Başkaları ile bir arada olma hissi (Biocca vd., 2001) pekiştirildiğinde özdeşleşmenin sonucu olarak bilgi katkısı iradi bir davranış olarak ortaya çıkmaktadır (Bagozzi ve Dholakia, 2002). Sosyal Kimlik Kuramcıları (Hogg ve Abrams, 1988; Hogg ve Reid, 2006; Ellemers vd., 2004), bu davranışın temelinde yatan güdüsel öncüller göz önüne alındığında sosyal etkileşime aktif katkı sağlayan üyelerin toplumsal kimlik aracılığı ile grup amaçları ve beklentileri doğrultusunda motive olduklarını iddia etmektedirler (Dholakia vd., 2004). Ortak amaçlar doğrultusunda gerçekleşen eylemlerde, sosyal etkileşim sayesinde birey diğerleri ile kendini kıyaslama imkânı

bularak öz benliğini keşfeder, yeniden tanımlar ve kimliğini ifade eder. Bagozzi ve Dholakia (2002), topluluğun ürettiği kimliğin, ortak bir eyleme katılmak için bireysel taahhüt geliştirme ve katılım sağlamada kritik öneme sahip olduğunu belirtir.

Nahapiet ve Ghoshal (1998), topluluk kimliğinin, bilgi birikimini saklama eğilimine sahip bireylerin bilgi paylaşma isteğinin artmasına yardımcı olduğunu; ancak birbirinden farklı ve çelişen kimliklerin varlığı söz konusu olduğunda bilgi paylaşımı için önemli bir engel doğduğunu öne sürmektedirler (Shen vd., 2007).

Bandura (1982, 1986), algılanan öz yeterliliği, grup içerisinde hangi davranışların üstlenileceği, engeller ortaya çıktığında nasıl ve ne kadar çaba sarf edileceği ile davranışın gösterdiği uzmanlık düzeyi gibi karar mekanizmalarını etkileyen bir öz değerlendirme şekli olarak tanımlamıştır. Genellikle algılanan öz yeterlilik, bireylerin motivasyon ve davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Kankanhalli vd., 2005; Bock ve Kim, 2002; Hsu vd., 2007). Bireylerin yeterli teşvik olmadan bilgi paylaşmaya gönüllü olmadıkları göz önüne alındığında, bilgi paylaşma davranışının temelinde yatan motivasyonların daha iyi anlaşılması için topluluğa katkı sağlamayı engelleyen öz yeterlilik gibi unsurların gözden geçirilmesi gerekliliği doğmaktadır (Hsu vd., 2007).

Bandura (1986)'ya göre; bireyler bilgi paylaşma kabiliyetlerine güvenmediklerinde, topluluğa katkı sağlama çabaları çok daha az olmaktadır. Bireylerin, grup içerisinde eleştirilmek ve yargılanmaktan korkmaları, yetersiz olarak algılanmaktan duydukları endişe veya başkalarını yanıltmama isteği daha az katılım göstermelerine sebep olmaktadır (Ardichvili vd., 2003).

Karşılıklılık, topluluktaki üyeler arasında gerçekleşen karşılıklı ve adil bilgi alışverişini ifade etmektedir (Chiu vd., 2006). Karşılıklı fayda sağlama esasına dayanan karşılıklılık normunun temelinde, diğer üyelerden sağlanan faydanın karşılığının verilmesi, yani borçluluk duygusu yatmaktadır (Lin vd., 2009). Karşılıklılık normu güçlü olduğunda üyeler kendilerini katılıma mecbur hissederler. Bu düşünceye göre, üyeler sahip oldukları değerleri kendileri de paylaşırlarsa ancak

ihtiyaç duyduklarında diğerleri de onlara yardımcı olmaktadır (Davenport ve Prusak, 1998; Wasko ve Faraj, 2000; Kankanhalli vd., 2005). Katılımlarının karşılığını adil bir şekilde aldığını düşünen topluluk üyeleri, daha fazla paylaşır ve katkı sağlarlar (Chang ve Chuang, 2011; Bock ve Kim, 2002). Topluluk normları güçlü bir şekilde geliştirilmişse etkileşimlerdeki karşılıklılık dengeli bir şekilde gerçekleşir. Sanal eylem toplulukları her ne kadar belirli bir ilgi ve uzmanlık alanı hakkında oluşturulmuş olsalar da oluşan kolektif bilgi birikimine erişim için uzman olmak gerekmez. Bu topluluklar, aynı zamanda sanal öğrenme toplulukları olduklarından amatörleri ve dışarıdan takip edenleri de katılıma dâhil ederler (Wasko ve Faraj, 2000).

Nahapiet ve Ghoshal (1998), bilgi üretme yolu ile gerçekleşen bireysel edinimlerin karşılıklı olarak bilginin birleştirilmesi ile oluştuğunu ve böylece öğrenimin gerçekleştiğini savunmaktadırlar. Özellikle; üyeler düşüncelerini özgürce dile getirip kendilerini ifade etme imkânı bulduklarından, açık sistem sanal topluluklar, karşılıklı öğrenme için ideal ortamlardır (Lave ve Wenger, 1991). Bu topluluklarda üyeler kaçınılmaz bir şekilde bilgiye ulaşabildiklerinden daha adil bir paylaşım söz konusu olmaktadır.

Yapılan bazı araştırmalarda, sanal topluluk normlarının topluluklara katılım motivasyonu üzerinde güçlü bir etkisi olduğu saptanmıştır (Kankanhalli vd., 2005; Bock ve Kim, 2002; Dholakia vd., 2004; Chiu vd., 2006). Topluluk normları, grup içerisinde bir üyenin diğer üyeler ile birlikte benimsediği değer, inanç ve geleneklerdir (Dholakia vd., 2004). Kavramın içeriğinde aynı zamanda topluluk politikaları, kuralları, sınırları ve üyelerin nasıl iletişim kuracakları da yer almaktadır. Topluluk kural ve sınırlarını çoğunlukla yöneticiler belirlemektedir (Preece, 2000, 2001; Lazar ve Preece, 2002). Üyeler, topluluğa girmeden grup normlarını araştırıp topluluğa dâhil olabilecekleri gibi üye olup sosyal etkileşim ve katılım yoluyla normların kendileri ile uyumlu olduğunu fark ettikten sonra da toplulukları benimseyebilirler.

Sanal eylem topluluklarında zaman geçtikçe üyeler arasında ortak bir dil gelişir. Bu ortak dil literatürde paylaşılan dil olarak ifade edilmektedir. Paylaşılan dil; ortak bir simge sistemini, kelime dağarcığını, jargonu ve tüm üyeler için anlamlı olan kısaltmaları, kodları, ritüelleri kısacası ortak bir anlayışı anlatmaktadır (Chang ve Chuang, 2011; Bagozzi ve Dholakia, 2002; McMillan ve Chavis, 1986). Bireyler arasında anlaşılabilirliği sağlayan paylaşılan dil; ilişkilerin kurulmasını, bilgiye erişimi, daha fazla fayda elde edilmesini ve iletişimin niteliğini arttırmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

Paylaşılan vizyon, bir topluluğun üyelerinin sahip olduğu ortak istekler, amaçlar ve ilgi alanları, özetle ortak bir vizyon olarak tanımlanmaktadır. Paylaşılan vizyonun katılıma etkisini araştıran çalışmaların sonucunda, ortak bir vizyona sahip olmanın bilgi birikiminin hem niceliğini hem de niteliğini arttırdığı görülmüştür (Tsai ve Ghoshal, 2017; Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

Sosyal sermayenin altı unsurunun yanı sıra bilgi paylaşımını teşvik eden faktörler arasında sonuç beklentileri de yer almaktadır. Sonuç beklentileri; bireysel sonuç beklentileri ve topluluk ile ilgili sonuç beklentileri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Chiu vd., 2006). Bireysel sonuç beklentilerinden kasıt; topluluğa çeşitli yollarla katkıda bulunacak olan üyenin, sağladığı katkının karşılığında kendisi için doğacak sonuçlara ilişkin düşünceleridir. Topluluk ile ilgili sonuç beklentilerinden kasıt ise; üyenin sağladığı katkının karşılığında, topluluk için doğacak sonuçlara ilişkin düşünceleridir. Topluluğa sağlanan katkıların sonucunda üye veya topluluk için katma değer yaratan sonuçlar ortaya çıktığında birey daha fazla katkıda bulunmak için motive olmaktadır.

Bireysel sonuç beklentileri üzerine yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak Bock ve Kim (2002), Coleman (1988, 1990), Bandura (1997), Davenport ve Prusak (1998), Hendriks (1999), Wasko ve Faraj (2000), Kankanhalli vd. (2005)'nin araştırmalarına dayandırılarak ölçülmüştür. Bock ve Kim (2005)'e göre, rasyonel davranan bireylerin bekledikleri faydalar (elde ettikleri kazanımlar), maliyetleri (harcanan kaynakları) aşmadıkça katılıma dâhil olmayacaklardır. Bu nedenle bireylerin katılımı

teşvik edilmeli ve süreçler kolaylaştırılmalıdır. Literatür taramaları, bu teşvikleri açıklayan bireysel sonuç beklentilerine ilişkin iki anahtar unsurun varlığını göstermiştir; içsel ve dışsal (Compeau ve Higgins, 1995; Bandura, 1997; Nahapiet ve Ghoshal 1998; Davenport ve Prusak, 1998; Hsu vd., 2007).

Bireyler; güçlü olduğunu hissetme, daha iyi bir imaja sahip olma, yeni arkadaşlıklar edinme, işbirlikleri kurma (Hsu vd., 2007), bilgi edinme, öğrenme, başkaları ile kendini kıyaslama, öz yeterliliğini değerlendirme, kendini geliştirme (Wasko ve Faraj, 2000; Kankahalli vd., 2005; Bandura, 2007), sorularına cevap alma, problemlerine çözüm bulma, başkalarının bilgeliğinden ve deneyimlerinden faydalanma, diğerleriyle birlikte yeni fikirler üretme, yenilikleri takip etme (Davenport ve Prusak, 1998; Wasko ve Faraj, 2000) gibi içsel faydalar elde edebilecekleri inancını taşıdıklarında daha motive bir şekilde sahip oldukları kaynakları paylaşmaktadırlar.

Altruizm (özgecilik) üzerine yapılan çalışmalar ise göstermektedir ki; özgecil davranışlar sergileyerek, maddi veya manevi, hiçbir geri dönüş beklemeden sadece paylaşmaktan ve başkalarına yardım etmekten duydukları mutluluk nedeni ile topluluktaki kaynak birikimine katkıda bulunan üyeler, sonuç beklentileri ile hareket etmeseler de bu durumun kişiye verdiği tatmin hissi içsel motivasyonlar arasında yer almaktadır (Davenport ve Prusak, 1998; He ve Wei, 2009; Ma ve Chan, 2014). İçsel motivasyonlardan en çok öne çıkanı fedakârlıktır. Sanal topluluklarda hiçbir karşılık beklemeden; sadece diğer üyelere yardım etmek için gönüllülük esaslı kaynakların paylaşılması olarak tanımlanan fedakârlık aynı zamanda özgecil bir davranıştır (Fehr ve Gächter, 2000; akt. Hung vd., 2011).

Literatür taramaları; ekonomik ödüller (parasal ödüller, maaş artışı, prim, terfi, iş güvencesi, mesleki kazanç, iş sahibi olma), eğitsel olanaklar (Bock ve Kim, 2002; Hung vd., 2011; Bock ve Kim, 2002; He ve Wei, 2008; Kankanhalli vd., 2005; Wasko ve Faraj, 2005), yaşam standartlarında iyileşme (Kankanhalli vd., 2005), takdir edilme ve itibar kazanma (sosyal açıdan tanınma, saygı kazanma, güç ve statü elde etme) (Wasko ve Faraj, 2005; Jeppesen ve Frederiksen, 2006; Bandura, 2007)

gibi dışsal sonuç beklentilerinin bireylerin kaynak paylaşımında etkili olduğunu göstermiştir.

Bireyler için dışsal sonuç beklentileri arasında itibar ne çıkmaktadır. Topluluk içerisinde yeterli uzmanlığa sahip, düzenli bir şekilde ihtiyaç duyulan ve güvenilir kaynakları paylaşan, kurulan ilişkilerde nazik, iyi niyetli, sorumluluk sahibi ve fedakr bireyler, diğerleri tarafından takdir edilmekte ve sayėı görmektedir (Chang ve Chuang, 2011; Davenport ve Prusak, 1998; Wasko ve Faraj, 2005; Hung, vd., 2011). Nihayetinde, bireyler takdir, teşekkür ve övgüyle karşılanacakları insanlar arasında itibarlarını arttıracakları inancında oldukları zaman kaynaklarını paylaşmaya daha gönüllü olmaktadır.

Bireyleri, kişisel sonuç beklentilerinden ziyade topluluk ile ilgili sonuç beklentileri motive etmektedir (Wasko ve Faraj, 2000). Topluluk ile ilgili sonuç beklentileri; sanal toplulukların bilgi birikimini arttırmak, amaçlarına ulaşması için çaba harcamak (Hsu vd., 2007), organizasyonlarını sürdürmesine ve sosyal etkileşim bağları geliştirmesine yardımcı olmak (Chiu vd., 2006; Bock ve Kim, 2002; Lesser, 2000) gibi topluluğa karşı duyulan ahlaki yükümlülüklerden oluşmaktadır. Ayrıca bilginin kamusallığından ötürü yarar sağlama isteğinin altında kendi topluluğu için adil olma ve gelecek kaygısı ile örgütsel vatandaşlık duygusu yer almaktadır (Schwartz, 1970; Yu ve Chu, 2007).

Bireylerin sanal eylem topluluklarına katılım gösterme davranışlarına sadece fayda beklentileri veya bilgisayar temelli teknolojiler ile ilgili temel motivasyonların etkisinin olduğunu söylemek eylem topluluklarının sosyal yapısının, üyelerin eylemleri üzerindeki etkisi düşünüldüğünde yetersiz kalmaktadır. Bahsi geçen etkenlerin yanı sıra insan davranışlarına; demografik, durumsal, psikolojik, sosyal ve kültürel pek çok faktör de etkide bulunmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2011).

Wenger'in kuramında sanal eylem topluluklarının sosyal yapısını ne çıkarması nedeni ile çalışmanın bundan sonraki kısmında sosyal varlıklar olan bireylerin, yani

sanal eylem topluluklarındaki katılımcıların, kişilik tipleri ve yaşam tarzı gibi kendilerine dair karakteristik özelliklerinin ele alınması faydalı bulunmaktadır.

2.2. KİŞİLİĞİN ETKİSİ

Genel olarak kişilik; insanların diğer insanlarla benzer veya farklı olan özelliklerini ve bu özelliklerden kaynaklanan tutarlı davranışlar bütününe üç temel açıdan ifade etmektedir; fiziksel, toplumsal ve ruhsal özellikler (Zencirkıran, 2017). Fiziksel açıdan kişilik; insanların yaş, cinsiyet ve fiziksel özellikleri ile ilgili iken toplumsal açıdan kişilik; bireye içinde yaşadığı toplumun doğduğu andan itibaren öğrettiği davranışlar ile ilgilidir. Ruhsal açıdan kişilik ise bireyin psikolojik ve ruhsal yapısını yansıtır (Eroğlu, 2011). Kişiliğin görünürlüğü en fazla olan kısmı; somut unsurlardan oluşması nedeni ile fiziksel özelliklerdir. Ardından bireyin dâhil olduğu sosyal ortamın kurallarına uyma düzeyi, topluluk içerisinde benimsediği ilkeler, otoriteye duyduğu saygı, iletişim kurma biçimi vb. gelmektedir. En son bireyin en derininde sakladığı duygu ve düşünceler, inançlar, olumlu ve olumsuz ruhsal özellikler ile erdemler gelmektedir (Cüceloğlu, 2012).

Özellikler itibarı ile insanlar her ne kadar benzerlikler taşısa da kişilik kavramı farklılıklar temeline dayandığından ve her bireyin farklı ve bağımsız bir kişiliği olduğundan yeryüzündeki insan sayısı kadar özgün kişilik bulunmaktadır.

Kişilik, bireylerin farklı durumlarda farklı kararlar vermesine neden olan özellikler bütünüdür. İnsanlar benzer durumlarda farklı bakış açılarına sahip olduklarından birbirlerinden farklı davranışlar sergileme eğiliminde olmaktadır. Kişiliği anlamak için çeşitli modeller mevcut olmakla birlikte bu konuda çalışan uzmanlar, kişiliği kapsamlı bir şekilde ele alan Büyük 5 Faktör Kişilik Modeli (Big 5) üzerinde genel bir uzlaşa sağlamışlardır (McCrae ve Costa, 1987; McCrae ve John, 1992; John ve Srivastava, 1999; John vd., 2008). Kişiliğin, sosyal medya kullanımı üzerindeki etkileri çeşitli bilim insanlarıca araştırılmış ve bunun sonucunda kişilik özelliklerine

dair yapılan 5’li ayrıma göre insanların yer yer birbirleri ile benzeştikleri yer yer farklılaştıkları görülmüştür (Gosling vd., 2003).

Goldberg (1992) tarafından geliştirilen model 5 büyük kişilik faktöründen oluşmaktadır: (1) Dışa dönüklük, (2) Uyumluluk, (3) Sorumluluk, (4) Duygusal denge/Nevrotizm, (5) Akılcılık/Yeniliklere açıklık.

Tablo 2.1: Beş Faktör Kişilik Modeli Boyutlarının Belirleyicileri

Boyutlar	Derece	Belirleyiciler
Dışa Dönüklük	Yüksek	Konuşkan, Dürüst, Açık, Maceraperest, Sosyal, Kendine Güvenen, Enerjik, Sakin, Neşeli, İyimser
	Düşük	Sessiz, Ketum, Tedbirli, İçine Kapanık, Nazik, Geleneksel, Durgun, Bağımsız, Çekingen
Uyumluluk	Yüksek	İyi Huylu, Zarif, Yardımsever, Güvenilir, Uyumlu, Kibar, Başkalarını Önemseyen, Sempatik
	Düşük	Sinirli, Kıskanç, İnatçı, Negatif Düşünen, Konuşkan, Benmerkezci, Şüpheli, Rekabetçi, Eleştirel Düşünen
Sorumluluk	Yüksek	Titiz, Düzenli, Sorumluluk Sahibi, Vicdanlı, Azimli, Amaç Odaklı, Geleneksel, Kararlı, Dakik, Dürüst
	Düşük	Dikkatsiz, Güvenilmez, Vicdansız, Vefasız, Hayalperest, Hazcı
Duygusal Denge/Nevrotizm	Yüksek	Endişeli, Gergin, Asabi, Telaşlı, Hastalık Hastası, Bağımlı, Dengesiz
	Düşük	Sabit, Kendine Yeten, Uysal, Dengeli, Soğukkanlı, Rahat
Akılcılık/Yeniliklere Açıklık	Yüksek	Geniş İlgi Alanına Sahip, Yaratıcı, Meraklı, Entelektüel, Sanatsal, Sosyal, Kültürlü, Duygusal
	Düşük	Sanata İlgisi Düşük, Dar Görüşlü, Dar İlgi Alanına Sahip, Kaba, Sosyal ve Politik Olarak Muhafazakâr

Kaynak: Hammond, Marie S., "The Use of The Five-Factor Model of Personality as A Therapeutic Tool in Career Counseling", *Journal of Career Development*, Vol.27 2001, pp.157-158.

Big 5’da yapılan sınıflandırmaya göre bireyler, farklı kişilik özelliklerini içeren 5 ayrı gruptan bir veya daha fazlasına dâhil olabilirler. Dışa dönük bireyler; aktif, girişken, dost canlısı, enerjik, neşeli ve samimi olma gibi sosyalliğe içkin özelliklere sahiptir. Uyumlu bireyler; barışçıl, başkalarına güvenen, diğerleri ile ilişkilerinde uyumlu, işbirlikçi, yardımsever ve fedakârdırlar. Sorumlu bireyler; vicdan sahibi,

güvenilir, sorumluluk sahibi, çalışkan, azimlidirler. Nevrotikler; depresif, endişeli, gergin, kırılğan, karamsardırlar. Akılcı/Yeniliklere açık olanlar; meraklı, yaratıcı, akıllı, yeni deneyimlere açık ve sanat ile sofistike zevklere eğilimlidirler (Golbeck vd., 2011).

Dışa dönüklük; sosyal açıdan aktif ve girişken olmak, konuşkan olmak (Costa ve McCrae, 1992) ve sosyal ilgi arayışı ile bağlantılıdır (Ashton vd., 2002). Dışa dönük bireyler ödül arayışında ve sosyal keşifte olduklarından sosyal medyada daha fazla vakit geçirmekte ve daha fazla arkadaş edinmektedirler (Wilson vd., 2010; Ong vd., 2011; Ross vd., 2009). Çeşitli çalışmalarda, dışa dönüklük ile bir kullanıcının sosyal ağının büyüklüğünün ilişkili olduğu görülmüştür (Acar ve Polonsky, 2008; Schrammel vd., 2009; Selfhout vd., 2010). Ross vd. (2009), dışa dönüklük ile sosyal ağlara ait olmak arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu; ancak üyelerin sosyal ağlarda nasıl iletişim kurdukları ile ilgili anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Dışa dönük bireyler sahip oldukları özelliklerden ötürü sosyal ağların merkezinde yer almaktadırlar. Dışa dönüklük ile sosyal medya web sitelerinin kullanımı üzerine yapılan çeşitli çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalardan birine göre dışa dönüklük ile algılanan kullanım kolaylığı arasında pozitif korelasyon vardır. Ayrıca; dışa dönüklük ile sosyal medyanın algılanan yararlılığı arasında da pozitif korelasyon söz konusudur (Rosen ve Kluemper, 2008).

Uyumluluk; bireyin nezaket, güven, affedicilik gibi kişilerarası iletişimde diğerlerine karşı yaklaşımını yansıtır (Costa ve McCrae, 1992). Uyumluluk puanı yüksek olan bireyler, pozitif duyguları ve onları ifade eden resimleri daha sık paylaşma eğilimindedir (Schwartz vd., 2013; Liu vd., 2016). Uyumluluk puanı düşük olan bireyler, sosyal medyada daha rahat arkadaşlıklar kurmakta fakat yardım için sosyal ağlara başvurmaya çekinceli yaklaşmaktadırlar (Ross vd., 2009). Selfhout vd. (2010)'nin araştırmasında uyumluluk puanı yüksek bireylerin arkadaş olarak daha sık seçildiği ve bu bireylerin de kendileri ile benzer uyumluluk, dışa dönüklük ve akılcılık/yeniliklere açıklık puanlarına sahip olanları arkadaş olarak seçme eğiliminde olduğu görülmüştür.

Sorumluluk; kurallara uyma, çalışkan ve saygılı olma eğilimi olarak tanımlanabilir. Uzun vadeli hedefleri kısa vadeli hedeflere karşı korumakla ilgilidir (DeYoung, 2015). Sorumluluğu yüksek bireyler sosyal medya profillerini yönetirken daha tedbirli davranmaktadırlar. Aynı zamanda daha az resim yayınlama (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010) ve daha az grup etkinliğine katılma eğilimindedirler (Kosinski vd., 2014). Ek olarak, sorumlu olmak, sosyal medya web sitelerinin algılanan kullanım kolaylığı ile pozitif korelasyon göstermektedir (Rosen ve Kluemper, 2008).

Duygusal denge puanı yüksek olan kişilerin anlık mesajlaşma kullanımı daha fazladır (Ehrenberg vd., 2008). Çünkü sosyal medya anlık mesajlaşma yanıtlarını düşünmek için daha fazla zaman tanıyarak bu bireylerin başkalarıyla iletişim kurmasını kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda bu bireyler, gönderilerinde daha fazla olumsuz kelime veya durum güncellemesi kullanmaktadırlar (Schwartz vd., 2012). Sosyal medya kullanımı yalnızlık duygusunu azaltmak (Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi, 2003), bireyin gizli yönlerini ifşa etmek ve başkaları hakkında bilgi almak için pasif bir yol olarak da kullanılmaktadır (Seidman, 2013).

Akılcılık/Yeniliklere açıklık; merak ve yenilik arayışı ile ilgilidir (DeYoung, 2015). Yeniliklere açık bireyler daha büyük ağlar içerisinde (Quercia vd., 2012) daha fazla içeriğe (Bachrach vd., 2012) ulaşma çabasında olmaktadır. Bu durum, beraberinde geleneksel olana ve yerleşmiş kalıplara daha düşük seviyede eğilimli olmayı getirmektedir (John ve Srivastava, 1999). Ek olarak yeniliklere açıklık düzeyi yüksek olan bireylerin, düşük olanlara göre sosyal medyadaki aktiviteleri deneyimleme isteği ve çabası da daha fazla olmaktadır.

İnternetin anonim olma özelliğinin iletişim kurmakta zorlanan insanlar için çekici olduğu varsayımı, yeni çalışmalar ile birlikte genellenebilirliğini yitirmiştir (Azucar vd., 2018). Bunun nedeni bazı sosyal ağ siteleri ve sanal uygulamalarda anonimlik üzerinde kısıtlamalar olmasıdır. Bu siteler, çoğunlukla, daha önceden tanınan kişiler ile etkileşim kurmak için tercih edilirler (Lampe vd., 2006). Bu nedenle, bu sitelerin dışı dönüklere hitap etme olasılığı daha yüksek olabilir.

Bireyler, sanal eylem topluluklarında sergiledikleri kişilik özelliklerine göre farklı davranışlar sergileyebilmektedirler. Örneğin; dışa dönük bireyler, toplulukta, çoğunlukla aktif üye veya yönetici olarak bulunmakta ve girişken üslupları sayesinde kolaylıkla yeni ilişkiler kurup fayda sağlamaktadırlar (Ong vd., 2011; Ross vd., 2009; Feiler ve Kleinbaum, 2015). Uyumlu bireyler, daha çok sorulan sorulara cevap vermek, diğerleri ile tecrübelerini paylaşmak veya ortak organizasyonlarda aktif rol oynamak eğiliminde olmaktadır. Sorumlu bireyler, ortak organizasyonlarda üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmektedirler ve topluluk yöneticileri genellikle sorumlu bireyler arasından çıkmaktadır (DeYoung, 2015). Nevrotikler, sosyal medyayı başkaları hakkında bilgi edinmek için pasif bir yol olarak görmekte, dışarıdan üyelerin paylaşımlarını takip edip; ancak kendileri yardıma ihtiyaç duyduklarında diğerleri ile temas kurmaktadır (Seidman, 2013). Akılcı/Yeniliklere açık olanlar ise diğer üyeler ile yaptıkları tartışmalar sonucunda var olan sorunlara yaratıcı çözümler bulup yeni fikirler geliştirmektedirler (Moore ve McElroy, 2012).

2.3. YAŞAM TARZININ ETKİSİ

Bireysel değerler, bireylerin, toplumların ve kültürel grupların yapısının, zamanla geçirdikleri değişimin, tutum ve davranışların temelinde yatan motivasyonların anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Schwartz, 2012). Bireyler, sahip oldukları değerlere uygun olacak şekilde yaşarlar. Ayrıca; değerleri ve kişiliklerine göre alışkanlıklar geliştirip geçmiş hakkında değerlendirmelerde bulunur, gelecek ile ilgili beklentilere sahip olur ve tüketim biçimlerini düzenlerler.

Bireysel değerler; standart, birbirleri arasında önem seviyelerine göre sıralı ve bağlantılı olan, bireyleri istenen hedeflere ulaşmaya ve davranışlarda bulunmaya yönlendirirken aynı zamanda elde edilen çıktılarını gerekçelendirip değerlendirilmeye aracılık eden kavram ve inançlardır (Schwartz, 1994).

Bireysel değerler; toplumda ortaklık duygusunu oluşturan kültürel yapı, gelenek, görenek vb.'den etkilenir. Diğer yandan uyum sağlama motivisi bireyi genelin

benimsediği değerleri kabul etmeye ve onlara göre yaşamaya iter (Thøgersen ve Ölander, 2002). Değerlerin kazanımı diğer insanlarla gerçekleşen sosyal etkileşimler ve öğrenmenin sonucunda gerçekleşir (Schwartz, 1994). Bu nedenle sosyal etkileşim ve öğrenmenin gerçekleştiği platformlar olan sanal eylem topluluklarında gerçekleştirilen davranışlar ile değerler arasındaki ilgi açıklanmalıdır.

Bireysel değerleri ölçmek için; Veroff vd. (1981) ile Kahle (1983) tarafından, aidiyet hissetme, heyecan duyma, eğlenceli bir hayata sahip olma, sıcak ilişkiler kurma, bireysel potansiyelin gerçekleştirilmesi, saygı görme, başarıma, güven duyma ve öz saygı gibi 9 temel değerden oluşan Değerler Listesi (LOV) geliştirilmiştir. Araştırmacılar, yaptıkları çalışmalar ışığında; başarı, öz saygı, eğlenceli bir yaşam gibi içsel değerlere, harici değerlerden daha yüksek puan veren bireylerin sıklıkla doğal gıdalar satın aldığı ve bu gıdalar için daha fazla harcama yaptıkları çıkarımında bulunmuşlardır. Ayrıca aidiyet hissi gibi harici değerleri seçen bireylerin ise baskın kültürün bir parçası gibi hissedebilmek için bu gıdalardan uzak durduğu, eğlenceye önem veren bireylerin doğal gıda tercihinde önceliğinin doğallık değil lezzet olduğu görülmüştür (Homer ve Kahle, 1987).

Rokeach (1973), 18 araç, 18 amaç değerden oluşan değerler listesi ile bireysel değerleri açıklamıştır. Bir araç değer ile bir veya birden fazla amaç değere ulaşmak mümkündür. Örneğin; sosyal statü ve saygınlık kazanmak için nazik olmak gerekirken güzel bir dünyada yaşamak için temiz olmak gerekir. Barış içinde bir dünya için içsel anlamda huzurlu ve neşeli olmak, heyecan verici bir hayat için yeniliklere açık olmak, konforlu bir hayat için hırslı ve tutkulu olmak gerekir. Ancak her ne kadar bu değerler birbirleri ile ilintili olsa da birebir örtüşmezler.

Schwartz (1992, 1994, 2012), kendisinden önce bu konuda çalışmalar yürüten birçok bilim insanı tarafından ortaya konan değerler ve alanlardan faydalanarak on bir farklı güdüsel alanı temsil eden 56 değer unsurunu yerleştirdiği bir kuramsal çerçeve oluşturmuştur. Söz konusu kuramsal yapıda yer alan güdüsel alan ve değerler Tablo 2.2'de verilmektedir:

Tablo 2.2: Değerlerin GÜdüsel Alanları

Güdüsel Alan	Odak	Bireysel Değerler	Referans
Öz Yönetim (SDI)	Bireyci Alan	Yaratıcılık, Özgürlük, Merak, Bağımsızlık, Zekâ, Özsaygı, Mahremiyet	Bandura, 1977; Deci, 1975; Kluckhohn, 1951; Kohn ve Schooler, 1983, White, 1959; Morris, 1956
Uyarım (STI)	Bireyci Alan	Heyecan, Yenilikçilik, Özgünlük, Cesaret, Zorluk, Cüretkârlık, Değişim Arzusu	Berlyne, 1960; Deci, 1975; Houston ve Mednick, 1963; Maddi, 1961; Farley, 1986
Hedonizm (HED)	Bireyci Alan	Zevk ve duygusal haz almak, Yaşamdan keyif almak, Rahatına düşkünlük	Freud, 1933; Williams, 1968; Bentham, 1938/1948; Morris, 1956
Başarı (ACH)	Bireyci Alan	Sosyal standartlara göre yeterliğini kanıtlayarak kişisel başarıya ulaşmak, Yetenekli ve hırslı olmak, Nüfuz sahibi olmak, Zekâ, Özsaygı, Şöhret	Schwartz, 1992, 1994, 2012
Güç (POW)	Bireyci Alan	İnsanlar ve kaynaklar üzerinde hâkimiyet kurmak, Otorite, Sosyal statü, Refah, Prestij	Parsons, 1951; Lonner, 1980; Allport, Durkheim, 1893/1964; Korman, 1974; Schultz, 1958
Uydumculuk (CON)	Kolektivist Alan	Başkalarına zarar verme veya sosyal beklenti ve normları ihlal etme potansiyeli taşıyan eylemler, yönelimler ve dürtülerden kaçınmak, Öz disiplin, Nezaket, İtaatkârlık, Büyüklere karşı saygılı olmak, Sadakat, Sorumluluk	Schwartz, 1992, 1994, 2012
Gelenek (TRA)	Kolektivist Alan	Kültür veya din tarafından belirlenen alışkanlık ve fikirleri benimsemek, onlara saygı ve bağlılık duymak, Hayattaki yerini kabul etmek, Alçakgönüllü ve dindar olmak	Durkheim, 1912/1954; Parsons, 1951; Sumner, 1906
Maneviyat (SPI)	Kolektivist Alan	Hayatın anlamını aramak ve iç huzura sahip olmak, Manevi yaşama duyulan ilgi	Heschel, 1955; Kaplan, 1961; King, 1954
Yardımsverlik (BEN)	Kolektivist Alan	Sıklıkla iletişim kurulan insanların refahını korumak ve arttırmak, Yardım etmek, Affetmek, Dürüst olmak, Sorumluluk, Sadakat, Gerçek dostluk, Olgun sevgi, Manevi yaşama duyulan ilgi, Hayatın anlamı	Kluckhohn, 1951; Maslow, 1965
Güvenlik (SEC)	Bireyci ve Kolektivist Alan	Toplumun, ilişkilerin ve bireyin güvenli, uyumlu ve istikrarlı olması, Milli güvenlik, Sosyal düzen, Aile güvenliği (Grup çıkarları), Temizlik, Sağlık (Bireysel güven)	Kluckhohn, 1951; Maslow, 1965; Williams, 1968

Tablo 2.2'nin devamı

Güdüsel Alan	Odak	Bireysel Değerler	Referans
Evrenselcilik (UNI)	Bireyci ve Kolektivist Alan	İnsanlığın ve doğanın refahı hakkında kaygı duymak, Açık fikirli olmak, Sosyal adalet ve eşitlik duygusuna sahip olmak, Çevreyi korumak, Dünya barışı, Bilgelik, İç huzur, Manevi yaşama ilgi duymak, Doğayla bütünlük, Güzel bir dünya	Schwartz, 1992, 1994, 2012

Kaynak: Schwartz, Shalom H., "Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries", *Advances in Experimental Social Psychology*, (Ed.) Zanna M.P., USA, Academic Press, 1992, pp.5-11; Schwartz, Shalom H., "Are There Universal Aspects in The Content and Structure of Values?", *Journal of Social Issues*, Vol.50, 1994, p.22; Schwartz, Shalom H., "An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values", *Online Readings in Psychology and Culture*, Vol.2, No:1, 2012, pp.5-7.

Schwartz (2012), ilk çalışmalarında; evrensel değerlere yakın olan maneviyatın, bağımsız bir güdüsel alan olarak kabul edilebileceğini öne sürmüş olsa da ilerleyen yıllarda maneviyatın öneminin ve manevi yaşama atfedilen anlamın her toplumda aynı olmadığını görmüştür. Bu nedenle zamanla Değerler Kuramını 10 güdüsel alanı içerecek şekilde revize etmiştir.

Değerler Kuramı, güdüsel alan ve değerleri belirlemenin yanı sıra bu değerlerin birbirleri ile uyum ve çatışma içeren ilişkilerini gösteren yapısını da açıklamaktadır (Schwartz, 2012). Örneğin; güç ve başarı değerleri birlikte değerlendirildiğinde ikisinin de sosyal saygınlık odaklı olduğu görülmektedir. Başarılı olmak isteyen bireyler aynı zamanda güç elde etmek için de çabalamaktadırlar. Ancak başarı girişken olmak ve yüksek performans sergilemek ile ilgili iken güç, bireyin yükselip hâkim konuma gelmesi ile ilgilidir. Diğer bir yandan bireysel başarıya odaklanıldığında başkalarının refahını arttırmak için yardımsever davranışlar sergilemek daha arka planda kalmaktadır. Yani başarı değeri, güç değeri ile uyumlu ve fakat yardımseverlik değeri ile çatışma içerisindedir.

Schwartz (1994), güdüsel alanları dört ana kategoride sınıflandırmıştır: öz aşkınlık, öz gelişim, değişime açıklık, muhafazakârlık. Her bir kategorinin kapsamına belirlenen güdüsel alanları dâhil etmiştir. Öz aşkınlık kategorisinin kapsamında evrenselcilik ve yardımseverlik/cömertlik, öz gelişim kategorisinin kapsamında güç

ve başarı yer almaktadır. Değişime açıklık öz yönetim/yönlendirme, uyarım/dürtü ve hedonizmi kapsarken, muhafazakârlık; uydumculuk/riayet, gelenek ve güvenliği kapsamaktadır (Shultz ve Zelezny, 1998).

Şekil 2.1: Güdüsel Alanlar ve Aralarındaki Yapısal İlişki



Kaynak: Schwartz, Shalom H., "An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values", *Online Readings in Psychology and Culture*, Vol.2, No:1, 2012, pp.9.

Şekil 2.1'de yapılan kategorizasyon değerlerin uyum ve çatışma ilişkilerini birebir yansıtmak için de uygun bir araçtır. Dairesel yapı üzerinde merkez noktasından çıkıp ters yönde birbirinden en uzak konumda yer alan iki değer yoğun çatışma içerisindedir. Gelenek ve uydumculuk/riayet uyumlu iki değişken olarak aynı kesit içerisinde yer alırlar. Uydumculuğun (riayet) merkeze daha yakın olması karşıt değerler ile mesafesinin gelenek kadar uzak olmamasından kaynaklanmaktadır. Gelenek ile karşıt değerler arasında daha doğrudan bir çatışma vardır. Diğer yandan değişime açıklık ve muhafazakârlık birbirine karşıt iki kategoriyi temsil etmektedir. Geleceğe ilişkin değişim arzusu ve var olanı koruma kaygısı bu iki kategoride karşı karşıya gelmektedir. Yine karşıt kategorilerde (öz aşkınlık ve öz gelişim) yer alan evrenselcilik ve yardımseverlik (cömertlik) birbiri ile çatışma içerisinde iki değerdir. Öz aşkınlık kategorisinde sınıflandırılan değerler bireyleri çevre dostu olmaya (kolektif eylemlere) yönlendirmektedir (Kahle, 1983). Bu kategoride yer alan

evrenselcilik değeri, bütün insanlığın ve doğanın refahının sağlanması ile ilgilidir. Öte yandan yardımseverlik (cömertlik) sadece bireyin yakın çevresine odaklı olup daha dar kapsamlıdır. Birey ve dâhil olduğu toplumsal yapı, doğal kaynaklar tükenip sosyal adalet açısından kendileri ile eşit olmayanlar ile mecburen bir araya geldiklerinde yahut pandemi gibi tüm insanlığın refahını etkileyen ortak bir tehlike ile karşılaştıklarında varlıklarını sürdürme kaygısı ile doğaya saygılı olma, farklı insanları kabul etme ve ortak sorunlar ile birlikte mücadele etme gibi evrenselcilik değerlerine yaklaşırlar (Schwartz, 2012).

Literatürde kuramsal yazımda ve ilgili konuda ölçüm araçları geliştirilmesinde bireysel değerler ve yaşam tarzları genel olarak bir arada ele alınmış ve çoğunlukla aynı araştırmacılar (Schwartz 1992; Mitchell, 1983; Grunert ve Juhl, 1995; Kahle, 1996; Arnold ve Reynolds, 2003; Fraj ve Martinez, 2006; Thøgersen ve Ölander, 2002) tarafından çalışılmıştır.

Rokeach'a (1973) göre bireysel değerler, bireyin yaşamına yön verir ve davranışlarının belirleyicileridir. Örneğin; başarılı mevkilere gelmiş bir kişinin günlük alışkanlıkları arasında okumak ve araştırmak, öğrenmeye meraklı olmak vardır. Yahut benzer bir şekilde çevresel duyarlılığa sahip bireylerin, günlük yaşamı yine değerleri ve hassasiyetleri doğrultusunda belirlenmektedir. Örneğin; günlük tüketiminde ekolojik, geri dönüşümlü veya ikinci el gibi tüketim odaklı olmayan ürünleri kullanan ve doğa ile iç içe yaşayan bireyler, diğer canlılara ve çevreye daha saygılı olma gibi davranışlar sergilemektedirler.

Yaşam tarzı genel anlamda bireyin sosyo-demografik özellikleri, çevresi ve kendisi hakkındaki değerlendirmeleri, alışkanlıkları, fikirleri, inançları, davranış ve tutumları ile ifade edilmektedir (Lin, 2003). Schwartz'ın Değerler Listesi (1992, 1994)'nden faydalanılarak temel değerlerden oluşan yaşam tarzları üzerine Değerler ve Yaşam Tarzı Ölçeği (VALS) geliştirilmiştir. İlerleyen yıllarda, VALS Ölçeği Stanford Research Institute (SRI) tarafından revize edilmiş ve VALS2 olarak adlandırılmıştır. Geliştirilen ölçek ile yaşam tarzları genel bir bakış açısı ile ele alınmaktadır.

Literatürde yaşam tarzı üzerine yapılan çalışmalarda, değerlerin, bu genel bakış açısının ötesinde daha özellikli tutum ve davranışlar üzerine etkileri de ele alınabilir (Vining ve Ebreo, 1990; Batson vd., 1986; Granzin ve Olsen, 1991; Ramanaiah vd., 2000; Brunsø vd. 2004). Örneğin; Brunsø vd. (2004)'nin, beslenme ile ilgili yaşam tarzı ölçümünü kullanarak değerler ve yaşam tarzının çevre ile dost davranışları açıkladığı çalışmalarında değerler ile davranışlar arasında yaşam tarzının aracı değişken olduğu bir model geliştirilmiştir.

Literatürde, Rokeach'ın Değerler Listesi (1973) ile Schwartz'ın Değerler Listesi (1992,1994)'ni (SVI) kullanarak değerler ve yaşam tarzı ile çevresel davranışlar arasındaki ilişkiyi açıklamaya yoğunlaşan ölçüm araçları genel anlamda çevre dostu davranışlar, sürdürülebilir yaşam tarzı ve tüketim gibi konular üzerinde sıklıkla kullanılmaktadır (Stern vd., 1995; Thøgersen ve Grunert-Beckmann, 1997; Maloney vd., 1975; Kotchen ve Reiling, 2000; Fraj ve Martínez, 2003).

Bireysel değerlerden öz aşkınlık değerleri daha toplumsal bir bakış açısı gerektirdiğinden tüm insanlığın refahı için çevre dostu davranışlar geliştirilmesi ile pozitif, öz gelişim değerleri daha bireyci olduğu için çevre dostu davranışlar ile negatif ilişki içerisindedir (Schwartz, 1992, 1994). Özellikle güç değeri, insanlar ve kaynaklar üzerinde tahakküm kurmaya dayandığından doğal kaynakların ve doğanın sürdürülebilirliği ile çelişmektedir. Bu nedenle güç değerinin çevre dostu davranışlar ile negatif ilişki içerisinde olduğu sonucuna varılmıştır (Thøgersen ve Ölander, 2002; Dietz vd., 1998).

Fraj ve Martinez (2006), çevre dostu davranışları belirleyen değerler ve yaşam tarzlarını açıklamak için kapsamlı bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu çalışmadan yola çıkarak, Sanchez ve Petra (1996), yaşam tarzını çevre ile dost davranışlara yönelik algılar, tercihler ve tutumlar çerçevesinde açıklamak için üç faktörlü bir yapı ortaya koymuştur: ekolojik yapı, dengeli yaşam ve sağlıklı beslenme.

Bilimsel literatür gözden geçirildiğinde bazı araştırmalarda; çevre dostu değerler ve yaşam tarzı ile geri dönüşüme katkıda bulunmak (Dunlap vd., 1983; Corraliza ve

Berenguer, 2000; Thøgersen ve Noblet, 2012; Thøgersen ve Grunert-Beckmann, 1997), kişisel araç kullanımını azaltmak (Garvill, 1999; Nordlund ve Garvill, 2003), yeşil ürünler satın almak (Grunert ve Juhl, 1995), çevreci kurumlara bağış yapmak veya bu kurumlarda gönüllü olarak çalışmak (Stern vd., 1999) yahut çevreci yasalar için lobicilik yapmak (Stern vd., 1999) gibi davranışlar arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür (Biel ve Thøgersen, 2007). Ayrıca değerler ile organik gıda satın alma, toplu taşıma araçlarını tercih etme, uçak yerine tren ile seyahat etme, özel araçları paylaşımlı kullanma, çatılarda güneş panellerinden faydalanma, su israfından kaçınma, enerji tasarruflu/eko-etiketli ürünler kullanma (Thøgersen ve Noblet, 2012) ve atıkları yeniden değerlendirme (Thøgersen ve Grunert-Beckmann, 1997) bu kapsamda araştırmalara dâhil edilmiş ve yine benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Ekolojik bilgi ve farkındalığa sahip bireyler, sınırsız büyümenin doğa ve insanlık için ne gibi sorunlar ortaya çıkaracağını ve gelecek hakkında bilim insanlarınca yapılan öngörülerini* bildiklerinden farkındalıkları yüksek olmakta ve bu doğrultuda yeşil yaşam tarzını benimsemektedirler. Bütün yaşamlarını bu kaygı ile tasarlamakta ve yeşil ürünler kullanıp tüketmektedirler (Fraj ve Martinez, 2006; Kanchanapibul vd., 2014). Yani, ekolojik bilgi, çevre dostu davranışları etkilemektedir (Florenthal ve Arling, 2011; Kaiser vd., 1999).

Doğanın ve insanlığın karşı karşıya geldiği tehditler, yani; çevresel sorunlar ve çevre ile ilgili diğer konular hakkında bireylerin sahip olduğu ekolojik bilgi birikimi çerçevesinde tüketici davranışlarının ele alındığı çok sayıda çalışma mevcuttur (Arbuthnot ve Lingg, 1975; Ramsey ve Rickson, 1976; Chrysochou vd., 2010). Farklı deneyimler ve tatminler elde etmek için sanal topluluk üyelerinin çoğu, ortak ilgi alanı hakkında ortaya çıkan kolektif bilgi kümesine katkıda bulunurlar (Ding vd., 2005). Bilgi paylaşımı sağlayarak mal ve hizmetler için yeni bir pazar alanı oluşturan sanal topluluklar, tüketicileri mal ve hizmetleri (örneğin; doğal ürünleri) denemek,

* Bkz.: Ekonomik Büyümenin Sınırları (Limits to Growth), Meadows, Donella H., Meadows, Dennis L., Randers , Jorgen, Behrens III, Williams W. ; Çev. Kemal Tosun, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1978.

satın almak, kullanmak gibi konularda teşvik edebilirler (Sicilia ve Palazon, 2008). Jepsen (2006)'e göre sanal topluluklar, gerçek hayatta bir araya gelmemekten kaynaklanan iletişimsel eksiklik nedeniyle her ne kadar bir referans grubu olma özelliğini taşıyalar da etkileri kısıtlı olmaktadır (Jepsen, 2006). Ancak sanal eylem toplulukları gerçek hayatta da iletişim ve paylaşımlarını devam ettirdiklerinden referans grubu olma özelliğini tam olarak taşıyabilmektedirler.

Çevre dostu davranışları etkileyen demografik değişkenler de bireysel değerler ve yaşam tarzı ile uyumludur. Yaş, eğitim durumu, benimsenen ideolojik görüş gibi değişkenlerin çevre dostu davranışları etkilediğini kanıtlayan Liere ve Dunlap (1980), çevre dostu davranışları etkileyen faktörleri incelemiş ve sonucunda daha genç, iyi eğitilmiş ve liberal insanların çevre konusunda daha duyarlı olduklarını bulmuşlardır.

Erkeklerle göre kadınlar hem genel ekolojik yaşam tarzına hem de sağlıklı ve pratik besinler tüketmeye daha eğilimlidirler (Divine ve Lepisto, 2005). Gelir durumu söz konusu olduğunda ise yüksek gelire sahip bireyler düşük gelire sahip olanlara göre daha sağlıklı gıda tüketmektedirler (Florenthal ve Arling, 2011).

Stern ve Dietz (1994) ile Merchant (1992), çevre dostu davranışlar ile tutumların bireysel değerlerden etkilendiğini ve çevre dostu davranışlara olan eğilimin üç kaynağının olduğunu belirtmişlerdir. Bunlardan ilki benmerkezci çevre tutumudur ve birey odaklıdır. Bu yaklaşıma göre; çevresel kirlilik ve tahribat, kirli hava, kirli su, genetiğiyle oynanmış gıdalar vb. doğrudan bireyin şahsına zarar verdiği için çevre dostu davranışlar benimsenmektedir. İkincisi sosyal-özgecil çevre tutumudur ve tüm insanlık ile toplumun yararına odaklıdır. Bu yaklaşıma göre; çevresel zararların kısa veya uzun vadeli etkisi, tüm insanlar için tehdit oluşturduğundan çevre dostu davranışlar benimsenmektedir. Bu yaklaşıma göre grubun ihtiyaçları ve amaçları bireyinkilerden daha değerlidir. Schultz ve Zelezny (1999), Kim ve Choi (2005) toplum odaklı olan ve diğer insanların refahı için kaygı duyan insanların, bireyci özellikler gösteren insanlara göre geri dönüşüme daha fazla önem verdiklerini bulmuşlardır. Üçüncüsü biyomerkezci çevre tutumudur ve insanların doğada yol

açtığı tahribatın; bitkilerin, hayvanların, toprağın ve hatta doğanın bir parçası olduklarından yine insanların üzerinde olumsuz etkilerini yansıtmaktadır.

Stern vd. (1995), Schwartz (1992)'dan destek aldıkları çalışmalarında; benmerkezciliği öz gelişim boyutu, sosyal-özgecilik ve biyomerkezciliği ise öz aşkınlık boyutu dâhilinde değerlendirmişlerdir. Yürüttükleri çalışmaya ayrıca, değişime açıklık ve muhafazakârlık değerlerini de eklemişlerdir. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, biyomerkezci çevre tutumunun bir faktör olarak oluşturulan yapıdan ayrılmadığı, sosyal-özgecilik tutumu ile aynı faktör altında birleştiği görülmüştür.

Ebreo, Hershey ve Vining (1999), ürünlerin çevreyle dost olması ile yakından ilgili olan çevreye duyarlı tüketicilerin; çevre dostu özellikleri gözetme eğilimleri ile gönüllü sade bir yaşam tarzını benimseme eğilimlerinin ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Gönüllü sadelik, bireylerin kendi istekleri doğrultusunda tüketim odaklı yaşam tarzından vazgeçip çevreye daha duyarlı bir yaşam tarzı geliştirmeleri sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır. Leonard-Barton (1981), gönüllü sadeliğin bireyin günlük yaşamı üzerindeki kontrolünü en üst düzeye çıkardığını savunur. Gündelik hayatında tüketim biçimini değiştirmeye, tüketim davranışlarını azaltıp basitleştirmeye odaklı olarak yaşayan tüketici, her kararını iyice düşünerek verir. Her zaman kişisel tercihlerden değil, bazen ekonomik koşullardan kaynaklanıyor olsa da bu yaşam tarzı daha ziyade gönüllü ve iradi olarak benimsenir (Leonard-Barton, 1981). Yani gönüllü sadelik özünde ona tabi olanların yaşam tarzını yeniden tasarlayan bir felsefeyi içermektedir.

Bisiklet kullanma, hizmetler ve sahip olunan ürünler açısından kendine yetebilirlik, kaynakların ve ürünlerin geri dönüşümü ve doğaya yakın hissetme gönüllü sadeliğe içkin davranışlar olarak kabul edilmektedir (Leonard-Barton, 1981). Ayrıca tutumlu olma, israftan kaçınma ve tedbirli satın alma davranışları da tüketimin azalmasını sağladıklarından sade yaşamın gerekleri arasında yer almaktadır.

Shama ve Wisenblit (1984), gönüllü sadeliğin 5 boyutunu tespit etmişlerdir: maddi sadelik, insan ölçekli yaşam (küçük güzeldir), kendi geleceğini belirleme, ekolojik sorumluluk ve kişisel gelişim. Bu tespitleri değerlendiren Iwata (1997), kendi geleceğini belirleme ve kişisel gelişim değerlerinin gönüllü sadeliğin mantığına aykırı olduğunu düşünse de Shama, ilerleyen yıllarda, önceki çalışması ile tutarlı olacak şekilde elde edilen faktör yapısını doğrulayıcı bulgular elde etmiştir (Shama, 1985). Bu çalışmalar sırasında diğer faktörlere ek olarak uygun teknoloji boyutu da ortaya çıkmıştır. Araştırmacı, pazarlamacılara, gönüllü sadeliğin ölçümünde bu yapıyı kullanmalarını telkin ederek ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma ile ilgili karar ve süreçleri yeniden tasarlamalarını önermektedir.

Maddi sadelik; daha küçük, basit, işlevsel, kaliteli, pratik faydaya yönelik ve el yapımı ürünlerin tüketimini gerektirir. İnsan ölçekli yaşam; kişinin yaşam ve çalışma ortamının küçültülüp güzelleştirilmesine ek olarak kişisel satış yerlerinin tercihi ile de ilgilidir. Kendi geleceğini belirleme; kendi kendine yetebilirliği ve diğerlerine daha az bağımlı olmayı ifade etmektedir (Shama ve Wisenblit, 1984). Aynı zamanda bireyin kendi hayatı üzerindeki kontrol gücüne de vurgu yapmaktadır. Ekolojik sorumluluk; bireyin eylemlerinin çevre için yaratacağı sonuçları öngörebilmesi ve buna uygun olarak yaşamasını gerektirir. Bu kapsamda ekolojik sorumluluk gereği çevre dostu ürünlerin tercihi de oldukça önemli kabul edilmektedir. Kişisel gelişim; bireyin tükettiği ürünlerin, sadece tüketim değil üretim süreçlerine de katılımını arttırması ile ruhsal ve psikolojik olarak gelişmesini içerir. Uygun teknoloji ise ileri teknoloji yerine daha makbul olan (sade, işlevsel, verimli ve enerji tasarruflu) teknolojilerin tercih edilmesini gerektirir (Shama, 1985).

Cowles ve Crosby (1986) ise bu boyutları; maddi sadelik, kişinin kendi kendine yetebilmesi ve ekolojik sorumluluk olarak belirlemiştir. Nihayetinde Iwata (1997, 2001, 2006) tarafından, gönüllü sadelik başlı başına bir yaşam tarzı olarak kabul etmiştir. Bu özellikli yaşam tarzı; alışverişe karşı tedbirli tutum, gelir ve harcama yönünden kendine yetebilirlik, gönüllü olarak basit yaşama arzusu ve gönüllü sadelik olmak üzere dört boyutta ele alınmıştır. Ayrıca Iwata'nın araştırmalarına göre,

alışverişe karşı tedbirli tutumlar ile sağlığa ve çevreye dair davranış bilinci arasında pozitif korelasyon vardır ve çevreye karşı sorumlu tüketim ile yaşam tarzı ilişkilidir.

Gönüllü Sade Yaşam Tarzı (LOVOS), genellikle yüksek gelir ve iyi eğitime sahip, sağlığı ve sürdürülebilir yaşam tarzını öncülleyen bireylerin (LOHAS) yeni bir pazar alanı oluşturması ile birlikte daha da yaygınlaşmıştır. Sanal eylem toplulukları, bahsi geçen demografik grubun (LOHAS), ortak talepler doğrultusunda tüketimlerini sınırlandırmak ve hayatlarını nasıl basitleştireceklerini öğrenmek için başvurdukları platformlardır. Bu topluluklara mensup olanlar; ilişkiler geliştirmekte, ortak amaçlar doğrultusunda birbirlerini eğitmekte, yönlendirmekte ve desteklemektedirler. Bu yolla basitleştirilmiş bir yaşam tarzı için bir araya gelen bireyler, kişisel hedeflerini elde etmek için motive olmaktadır (Hollenbeck ve Zinkhan, 2006).

Sonuç olarak, sanal eylem topluluklarında üyelerin kimliklerinin gelişimi ve eylemlere katılımı hususları çok boyutlu şekilde ele alınması gereken karmaşık bir yapı olarak değerlendirilmekte ve birçok faktörden etkilenmektedir. Bu topluluklarda ilgili olunan konularda faaliyetler gerçekleştirilirken; bilginin yönetimi, ilişkilerin geliştirilmesi, eylemlerin organize edilmesi gibi süreçlerin yönetiminde motivasyon, kişilik, bireysel değerler ve yaşam tarzı önemli role sahiptir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:
SANAL EYLEM TOPLULUKLARINA KATILIM GÖSTERME
DAVRANIŞINA KULLANICILARIN KİŞİSEL ÖZELLİKLERİ
VE KATILIM MOTİVASYONLARININ ETKİLERİNİN
BELİRLENMESİ ÜZERİNE PİLOT BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın giriş bölümünde tezin problemleri açıklanmış, bu doğrultuda birinci ve ikinci bölümde gerekli kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu bölümde ise belirlenen problemlerden yola çıkılarak araştırmanın amaçları belirtilmiş, kapsam ve karşılaşılan kısıtlardan söz edilip amaçlara ulaşmak için tercih edilen yöntemlere yer verilmiştir.

Kuramsal çerçeve ele alınırken bireylerin karar alma mekanizmalarını etkileyen grup etkisinden yola çıkılarak sosyal medyada yer alan sanal eylem toplulukları ele alınmıştır. Bireyler, sosyal medyada katılım gösterip göstermeyecekleri veya ne düzeyde katılım gösterecekleri kararlarını birtakım değişkenlere bağlı olarak verirler. Burada sanal eylem topluluklarında katılım göstermekten (eylemden) kasıt salt toplulukta bilgi paylaşma veya içeriğe katkıda bulunma davranışı değil; aynı zamanda gerçek hayatta da devam eden paylaşımlara dâhil olmaktır. Kuramsal çerçevede ayrıntılı şekilde ele alındığı gibi sanal eylem toplulukları içerisinde, bireyin kendi kimliğinin dışında, topluluğun bir parçası olarak “biz” olmaktan kaynaklanan kimliğinin de (topluluk kimliğinin) kararlar üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır (Wenger, 1992, 1998).

Eylem-Kimlik Kuramı referans alınarak hazırlanan bu tez çalışmasının konusu “bireylerin sanal eylem topluluklarında katılım gösterme, yani eylemde yer alma kararlarında; *sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişisel özelliklerinden olan yaşam tarzı ve kişilik tiplerinin yanı sıra katılım motivasyonları ve topluluk kimliğinin etkisinin varlığını ve rolünü açıklamaktır.*

3.1. ARAŞTIRMANIN AMAÇ ve ÖNEMİ

Topluluk kavramının bilgisayar ve internet teknolojileri sayesinde evrim geçirmesi sosyal medyada çeşitli amaçlarla kurulan toplulukların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Sanal eylem toplulukları ise varlıkları ve gerçekleştirdikleri eylemler ile gerçek ve sanal dünya arasında köprü vazifesi görerek ilgi çekmeye başlamıştır. İnternetin mobil hâle gelmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile alternatif sosyal mekânlar hâline gelen bu topluluklar yeni yeni gelişmektedirler. Haklarında henüz yeterince çalışma yapılmayan bu toplulukların yapısı, organize olma biçimi ve yaşam döngüsü içerisinde meydana gelen gelişmelerin açıklanması -yeni sosyalleşme biçimlerinin ortaya çıktığı- bu organizasyonların yönetilebilmesi ve yönlendirilebilmesini de anlamaya yardımcı olacaktır. Sanal eylem topluluklarının başta işletmeler ile pazarlamacılar olmak üzere tüketiciler açısından sunduğu fırsatları anlamak; yeni nesil tüketici davranışları ve tüketim pratiklerinin yanı sıra pazarlama stratejileri ve iletişimine dair uygulamaların keşfi açısından da anlamlı hâle gelmiştir. Bu nedenle yapılan çalışma, sanal eylem topluluklarının yapısına mercek tutup, bu yapıyı oluşturan ve etkileyen dinamikler ışığında katılımı detaylı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

“Sanal eylem toplulukları hakkında çok sayıda çalışma yapılmış olmasına rağmen (örneğin; Baym, 2000; Robey vd., 2000; Saint-Onge ve Wallace, 2002; Schlager vd., 2002; DeSanctis vd., 2003; Lee ve Cole, 2003; Dubé vd., 2005); bu çalışmaların çoğu eylem toplulukları için geliştirilmiş bir alternatif sunmamakta, Wenger'in (1998) ortaya koyduğu kuramsal çerçevenin resmi bir modelinden veya yan adımlarından oluşan daha odaklı çalışmalar olmanın dışına çıkmamaktadırlar. Bunun yanı sıra henüz hiçbir araştırma sanal eylem topluluklarında Wenger'in kuramındaki tüm yapıları tespit etmeye çalışmamıştır” (Murillo, 2008; s.2). Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı birçok araştırmacıya göre (Gajda ve Koliba, 2008; Saint-Onge ve Wallace, 2002; Dholakia vd., 2004; Bagozzi ve Dholakia, 2002) bugüne kadar geliştirilen en gelişmiş yapısal çerçeve olarak kabul edilmektedir. “Aynı zamanda sayısı sürekli artan eleştirilenlerce de (örneğin; Contu ve Willmot, 2000; Schwen ve

Hara, 2003; Cox, 2005; Roberts, 2006) bu konunun üzerinde durulmaktadır” (Murillo, 2008; s.2). Bu araştırmada amaçlanan, Wenger'in orijinal kuramını temel olarak sanal eylem topluluklarının yapısını sistematik bir şekilde açıklamaktır.

Eylem toplulukları ile ilgili yapılan çalışmalar yabancı literatürde artan bir şekilde yaygınlaşmakta iken bilindiği kadarıyla Türkiye'de eğitim ve sağlık bilimleri alanlarında sıklıkla ele alınmış; lâkin sosyal bilimler alanında yeterince dikkate alınmamıştır. Yapılan alışma ile literatürde yer alan bu boşluğun doldurulması ümit edilmek ile beraber bu tez çalışmasının amacı; Wenger (1998) 'in Eylem-Kimlik Kuramı referans alınarak sanal eylem topluluklarında katılım gösterme davranışını etkileyen faktörleri açıklamaktır. Bu doğrultuda “*sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tiplerinin, yaşam tarzlarının ve katılım motivasyonlarının ortaya çıkan topluluk kimliğine ve katılıma etkisinin yanı sıra üyelik bilgilerine ve sosyo-demografik özelliklere göre bu kullanıcıların birbiri ile farklılık gösterip göstermediğinin araştırılması*” amaçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında geliştirilen model önerisinde, sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonlarının ve kişisel özelliklerinin (kişilik tipi, yaşam tarzı); topluluk kimliği ile eylemde yer alma (katılım) üzerindeki etkisi alt boyutları ile birlikte ele alınmıştır.

Yapılan açıklamalardan yola çıkarak, özetle, bu tez çalışmasının temel ve alt amaçları aşağıdaki şekilde listelenmiştir:

- Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonları ile topluluk kimliği arasındaki ilişkinin incelenmesi,
- Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonları ile eylemde yer alma (katılım gösterme) arasındaki ilişkinin incelenmesi,
- Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ile eylemde yer alma (katılım gösterme) arasındaki ilişkinin incelenmesi,

- Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarının topluluk kimliğine etkisinin incelenmesi,
- Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarının eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) etkisinin incelenmesi,
- Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliğinin eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) etkisinin incelenmesi,
- Sanal eylem topluluklarında kullanıcıların kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarına göre kendi aralarında farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Çalışma kapsamında sürdürülebilirlik ve gönüllü sade yaşama odaklanılarak bu çerçevede özellikle Facebook'ta yer alan sanal eylem topluluklarına üye olan kullanıcıların belirlenen değişkenler açısından araştırılması amaçlanmıştır. Facebook'ta yer alan sanal eylem topluluklarının tercih edilmesinin temel nedeni ise Türkiye'de kurulan ilk ve en eski sanal eylem topluluklarının bu platformda yer alması ve bu toplulukların çok sayıda üyeye sahip olmasıdır. Örneğin; sürdürülebilirlik ile ilgili konularda öncü konumda faaliyet gösteren ve 2002 yılında kurumsallaşan Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği sosyal medya platformlarında ilk paylaşımını Facebook'ta 2011 yılında yapmış olmasına rağmen Instagram'da 2015'te yapmıştır. Ayrıca Facebook'ta 250.000'den fazla takipçi sayısına sahip olan topluluğun, Instagram'da 175.000 takipçisi vardır. Bir başka örnekte de; UTTM'nin Facebook hesabında duyurulan ilk etkinliğinin 2013 yılında, Instagram'da yapılan ilk paylaşımının ise 2017 yılında olduğu görülmektedir. Ayrıca Facebook'ta 75.000 kişi tarafından aktif olarak takip edilen bu topluluğun Instagram hesabını sadece 4600 kişi takip etmektedir (Çevrimiçi erişim tarihi: 06.09.2020). Araştırmada, Facebook'ta yer alan sanal eylem topluluklarına yer verilmesinin bir diğer nedeni; bu toplulukların birçoğunun yaşam evreleri düşünüldüğünde yapısal olarak olgunlaşma evresinin özelliklerini göstermesidir. Ek olarak bu toplulukların

üyeleri, çoğunlukla aktif bir şekilde, uzun süredir topluluğun ilgi alanı doğrultusunda bireysel değerlerini ve yaşam tarzını benimsenen ortak amaca uyarlamış bireylerden oluşmaktadır.

Çalışmanın temel varsayımları; sanal eylem topluluklarında kullanıcıların yaşam tarzı ve kişilik tipleri gibi özelliklerin katılım için belirleyici temel değişkenlerden olduğu, bu değişkenlere bağlı olarak da üye kimliklerinden bağımsız bir topluluk kimliğinin şekillendiğidir.

Katılım motivasyonları ve kişisel özelliklerin (kullanıcıların kişilik tipleri ve yaşam tarzının), eylem (katılım gösterme) ve kimlik (topluluk kimliği) ile ilişkisini incelemeye yönelik yapılan bu çalışmada; ilgi alanı sürdürülebilirlik olan sanal eylem topluluklarına odaklanıldığından, araştırma, sürdürülebilirliği yaşam felsefesi hâline getirmiş ve yaşamını buna göre düzenlemiş insanlara yönelik olarak yapılmıştır. Büyük şehirlerde bilinçli bir şekilde tüketimlerini yeniden tasarlayan insanların giderek artması ve bu insanların yaşamak için özellikle batı ve kıyı illerini tercih etmesi katılımcıların ağırlıklı olarak bu şehirlerden olmasının temel nedenidir. Ancak sürdürülebilirliği yaşamının merkezine alan insanlar diğer pek çok ilde de ikamet etmektedir. Araştırma, zaman ve kaynak kısıtlarından dolayı en yoğun katılımcı sayısına ulaşılabilecek etkinliklerde yapıldığından, katılımcılar, batı ve kıyı illeri ile büyükşehirlerde ikamet edenler ile sınırlı kalmıştır. Yine de araştırmanın hedefinde yer alan kitlenin büyük bir kısmı bu illerde ikamet ettiğinden bulgulardan elde edilen sonuçların tüm ülkede ikamet eden sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem topluluklarını takip eden bireylere genellenebileceği varsayılmaktadır. Öte yandan hazırlanan anket formunun bilgisayarlı yüz yüze anket yöntemi ile katılımcılara sunulması ve ifadelere verilen cevapların bu yöntemle kaydedilmesi internete erişimin sınırlı olduğu yerlerde çeşitli zorluklarla karşılaşılmasına sebep olmuştur.

Katılımcılar, araştırmanın başında sanal eylem toplulukları arasında sürdürülebilirlik ile ilgili en çok ilgi duydukları konuya göre bir seçim yapmakta ve araştırmadaki ifadeleri bu ilgi alanındaki topluluğa uygun olacak şekilde yanıtlamaktadırlar. Öte yandan gönüllü sade yaşam tarzı; bireyin tüketimini asgari düzeye indirgelediği, daha

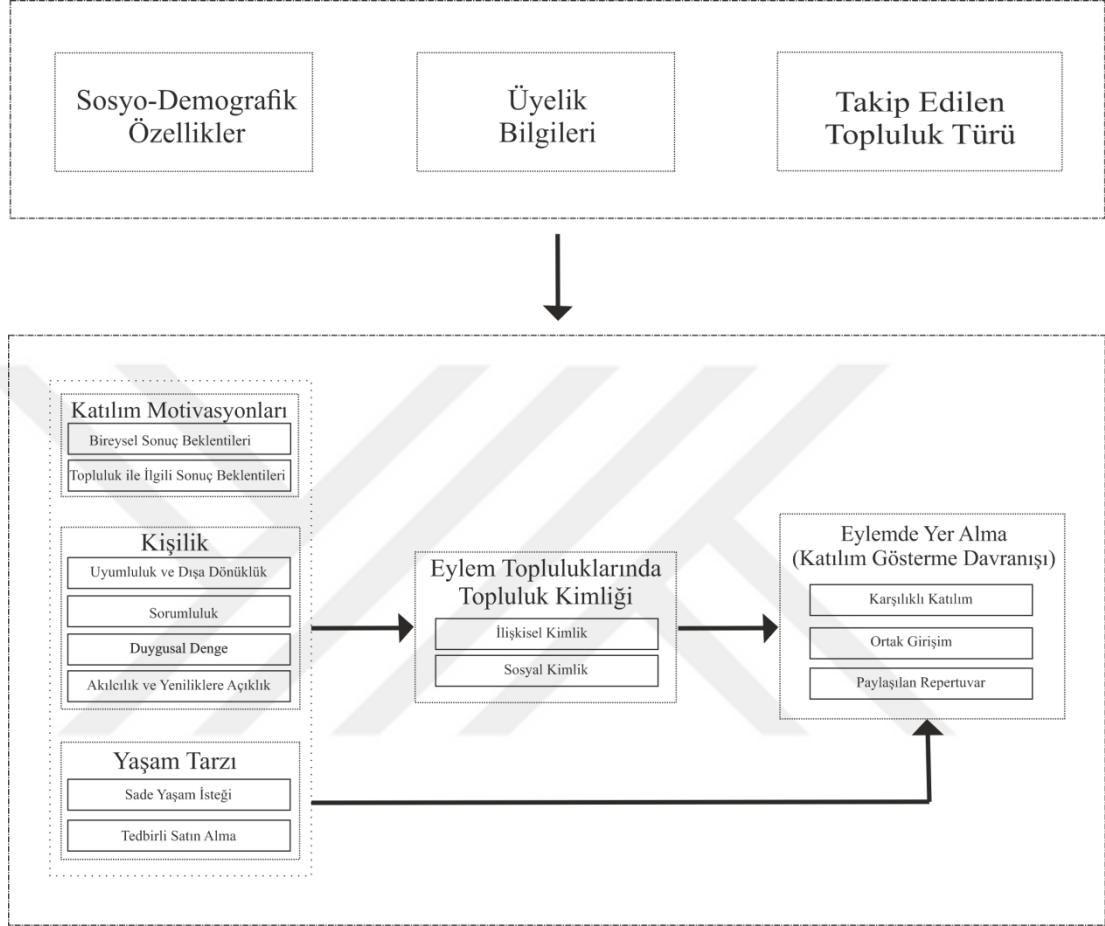
kontrollü ve maddiyattan ziyade maneviyat odaklı tüketim yaptığı bir yaşam biçimidir. Bu nedenle sürdürülebilirlik ile ilgilenenlerin ele alındığı bu araştırmada, tüketimin sürdürülebilirliğine odaklanıldığından, katılımcıların yaşam tarzına ilişkin ölçümler yapılırken genel yaşam tarzı değil, özelde gönüllü sade yaşam tarzının araştırılması uygun görülmüştür (Özgül, 2010).

Yapılan literatür incelemesi sonucu, sanal eylem topluluklarına katılım gösterme davranışına kullanıcıların kişilik tiplerinin, yaşam tarzlarının ve katılım motivasyonlarının etkisini bir arada araştıran bir çalışmanın daha önce ülkemizde yapılmamış olduğu, yurt dışında ise kısmen ve sınırlı şekilde ele alınarak yapıldığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışma, genelleme amacı gütmek ile birlikte literatürdeki varlığı ile tespit edilen boşluğun doldurulabilmesini amaçlayan tez çerçevesinde pilot bir araştırma olarak yapılmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada belirlenen amaç ve yapılan literatür taraması doğrultusunda Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı'na göre sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzları ve katılım motivasyonlarının topluluk kimliği ile eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) etkisinin araştırılmasına ilişkin geliştirilen araştırma modeli Şekil 3.1'de yer almaktadır:

Şekil 3. 1: Araştırma Modeli



Bu çalışmada, sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarının eylem topluluklarında topluluk kimliği ve eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) etkisi incelenirken; kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonları bağımsız değişken, eylem topluluklarında oluşan topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır. Aynı zamanda geliştirilen model çerçevesinde eylem topluluklarında topluluk kimliğinin eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) etkisi de incelenmektedir. Bu süreçte topluluk kimliği bağımsız değişken, eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) ise bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır. Araştırma modelinde yaşam tarzı değişkeni, genel yaşam tarzı olarak değil; bireylerin gönüllü sade yaşama eğilimlerini ölçecek bir yapı olarak ele alınmıştır. Öte yandan “Kullanıcılar kişilik tipleri, yaşam tarzları ve katılım

motivasyonlarına göre kendi aralarında farklılaşmakta mıdır?” sorusuna da cevap aranmaktadır. Bu doğrultuda, oluşturulan model çerçevesinde aralarında farklılık olduğu tespit edilen sanal eylem topluluk kullanıcılarının; topluluktaki üyeliklerine dair bilgileri, sosyo-demografik özellikleri ve takip ettikleri toplulukların türlerine göre kimlerden oluştuğu ve nasıl bir profile sahip olduğu araştırılmaktadır. Bu nedenle söz konusu değişkenler grafiksel modelde bir arada gösterilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE ÖLÇEKLERİ

Çalışmanın modelinde yer alan değişkenler ve bu değişkenlerin içerikleri literatürdeki kaynaklara dayandırılarak bu kısımda açıklanmaktadır. Çalışmada modelleme yapılırken sekiz farklı değişkene yer verilmiştir. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, belirlenen problemler ve yapılan literatür taramasına bağlı olarak; “*sanal eylem topluluk kullanıcılarının sosyo-demografik özellikleri, üyelik bilgileri, takip ettikleri topluluk türü, katılım motivasyonları, kişilik tipleri, yaşam tarzları ve sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ile eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı)*” bu çalışma kapsamında incelenecek araştırma değişkenleri olarak belirlenmiştir.

Araştırmada değişkenler ölçülürken çeşitli ölçeklerden faydalanılmıştır. Literatürdeki geçmiş çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan ölçeklerin birçoğu küçük değişiklikler ile uyarlamalar yapılarak orijinali korunacak şekilde uygulanmıştır. Ölçeklerde bir takım uyarlamalar yapıldığından uygulamaya başlamadan geçerlik ve güvenilirliğin kontrolüne ilişkin gerekli ön araştırma ve analizler yapılmıştır.

3.4.1. TOPLULUK TÜRLERİ

Sanal eylem topluluklarında kullanıcıların takip ettikleri topluluğun türü sürdürülebilirlik hakkındaki ilgi odağına göre belirlenmiştir. Sürdürülebilirliğin, yaşamın bütününe kapsayan bir düşünce ve değerler sistemi olduğu göz önünde bulundurulduğunda; insanların, yaşamın pek çok alanında sürdürülebilirlik ile ilgili

kaygılarının ve hassasiyetlerinin olduğu görülmektedir. Ön araştırma sürecinde alınan “Permakültüre Giriş Eğitimleri”nde, eğitimi veren sürdürülebilirlik ile ilgili yaşam tasarımcılarına göre bu konu çeşitli başlıklar altında ve birbirinden bağımsız olamayacak şekilde bütüncül bir yaklaşımla tüm hayatın yeniden dönüştürülmesi ile ilgili olarak ifade edilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Aromaterapi, homeopati, agro-homeopati (sağlık ve temizlik ile ilgili sürdürülebilirlik)
- Organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık (tarım, su ve beslenmenin sürdürülebilirliği)
- Sürdürülebilir yapılar (barınmanın sağlıklı ve yerel şekilde sürdürülebilirliği)
- Geleneksel sanatlar (giyinme, el emeği ile yapılan ve plastik ambalajın olmadığı ürünler, bakırcılık, dokumacılık gibi yerel üretim tarzının sürdürülebilirliği)
- Doğa, nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı (sağlık açısından, ruhsal ve mental anlamda doğa ile bir ve bir arada olmayı sağlayan yaşam pratikleri)
- Alternatif eğitim kampları (çocuklar için eğitim kampları yahut çömlek yapımı, bitkisel boya yapımı atölyeleri gibi)
- Takas, ikinci el organizasyonları (ikinci el festivalleri, geri dönüşüm, tohum, fide, toprak ve eşya takasları gibi)
- Hasat turizmi, eko-turizm (öğrenme, gelişim, tatil, dinlence, doğa ile bütünleşme, kültürün sürdürülebilirliği, yerel değerlerin korunması, sosyal açıdan farklı insanlarla ilişki kurma)

Araştırmaya başlamadan önce, katılımcılardan, bu konuların birden fazlasına ilgi duyuyor olsalar dahi; araştırma kapsamında *öncelikli olarak önem verdikleri ve en sık takip edip aktif oldukları topluluk türünü* seçmeleri ve ifadeleri bu seçim doğrultusunda yanıtlandırmaları istenmiştir.

3.4.2. ÜYELİK BİLGİLERİ

Araştırmanın örnekleminde yer almanın ön koşulu; Facebook'ta ilgi alanı sürdürülebilirlik olan herhangi bir sanal eylem topluluğuna üye olmak olarak belirlenmiştir. Bu topluluklara üye olma şekli ve topluluklardaki üyeliğin süresi sanal eylem topluluklarında kullanıcıların üyeliklerine ilişkin çoktan seçmeli sorular olarak bu kısımda ele alınmaktadır. Toplulukta üye olarak geçirilen süre katılımcılara aralıklandırılarak sunulmuştur.

3.4.3. SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Araştırma kapsamında; hakkında bilgi edinilen sanal eylem topluluk üyelerinin; cinsiyet, yaş, medeni hâl, gelir, eğitim, sağlık ve çocuk sahipliği durumları ile meslekleri çoktan seçmeli, yaşadıkları iller ise açık uçlu sorular ile araştırılmıştır. Araştırmaya katılan üyelerin yaş ve gelirleri aralıklandırılarak sınıflandırılmıştır.

3.4.4. KATILIM MOTİVASYONLARI

Araştırma kapsamında sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları beş aralıklı likert tipi ölçek ile ölçülmüştür. Çalışmada kullanılan katılım motivasyonu ölçeği, Sosyal Sermaye Kuramı çerçevesinde yapılan çalışmalarda yer alan ölçüm araçlarına dayandırılarak diğer ölçeklere göre daha ayrıntılı bir ön çalışma ile belirlenmiştir. Öncelikli olarak sosyal sermayenin ilişkisel boyutunu yansıtan; güven, normlar, karşılıklılık, sosyal etkileşim, özdeşleşme ve kimliği ölçen ifadeler (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Dickey vd., 2006) ile bilişsel boyutunu yansıtan paylaşılan dil ve vizyonu (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Tsai ve Ghoshal, 2017) araştırılan ifadeler değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında, daha önce katılım motivasyonu üzerine literatürde yapılan çalışmalarda alt boyutlar olarak tespit edilen özdeşleşme ve kimlik boyutları, topluluk kimliği ölçeği dâhilinde ele alınacağından katılım motivasyonu ölçeğinde bu iki boyuta dair ifadelere yer verilmemiştir. Aynı zamanda paylaşılan dil ve vizyon

boyutları ise eylemde yer alma ölçeğinin paylaşılan repertuar boyutu kapsamında araştırıldığından katılım motivasyonu ölçeğinde bu boyutlara dair ifadelere de yer verilmemiştir.

Literatürde, bahsi geçen genel kullanıma, bilgi paylaşım davranışını ilâve eden çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışma kapsamında, katılım motivasyonları ölçülürken, özelden bilgiye erişimi ölçen Davenport ve Prusak (1998)'in çalışmasındaki ifadelerden de faydalanılmıştır.

Ayrıca katılım motivasyonları sonuç beklentilerinden (bireysel ve topluluk ile ilgili) de etkilendiğinden (Chiu vd., 2006; Compeau ve Higgins, 1995; Tsai ve Ghoshal, 2017) bireysel beklentileri ve topluluk ile ilgili sonuç beklentilerini ölçen ifadeler için Compeau vd. (1999), Bock ve Kim (2002) ile Chiu vd. (2006)'nin çalışmalarından faydalanılmıştır.

Araştırma gerçekleştirilmeden yapılan ön test aşamasında; katılımcılardan alınan geri dönüşler yoluyla gerek anlaşılabilirliği artırmak, gerek tekrar eden ifadeler olmasını engellemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini artırmak adına; ölçekte özellikle sosyal etkileşim, güven ve karşılıklılık faktörlerini temsil eden ifadeler sadeleştirilmiş ve benzer ifadeler içerisinde bir araya getirilmiştir. Araştırma sonucunda oluşan faktör dağılımları ve güvenilirlik analizleri, ifadelerin bu şekilde kurgulanmasının uygunluğunu göstermiştir. Ölçekte farklı kaynaklardan elde edilen ifadelerin Türkçe 'ye çevrilmesi ve ön testlerin sonucunda gerekli değişikliklerin yapılması ile birlikte faktör yapılarının uygunluğu görülmüş ve nihâyetinde katılım motivasyonu ölçeği oluşturulmuştur.

3.4.5. KİŞİLİK TIPLERİ

Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri 5 aralıklı likert tipi ölçek ile ölçülmüştür. Geliştirilen ölçüm araçlarında cevaplamamadan ortaya çıkabilecek sistematik hatanın önlenmesi amacıyla ifadelerin makul sayıda olması gerekmektedir. İfade sayısı arttıkça cevaplayıcı sıkılabilir, dikkati dağıldığından

yanlış veya eksik geri dönüşlerde bulunabilir, devam etmek istemeyebilir, devam etse dahi sonraki araştırmalara katılmak istemeyebilir. Bunun gibi pratik kaygılardan ötürü araştırmacılar genellikle kısa ölçüm araçları oluşturmayı tercih etmektedirler (Stanton vd., 2002). Bu nedenle IPIP web sitesinde halka açık olarak yayınlanan ve 50 ifadeden oluşan IPIP-FFM'den (International Personality Item Pool- Five Factor Model/Uluslararası Kişilik İfadeleri Havuzu-Beş Faktör Modeli)* yola çıkılarak hazırlanan 20 ifadeli Mini-IPIP'nin (Mini Big Five Factor Model) kullanımı tercih edilmiştir (Donnellan vd., 2006). Araştırmada, Türkçe'ye çevrildikten ve ön test aşamasından geçtikten sonra; dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge/nevrotizm ve akılcılık/yeniliklere açıklık olmak üzere beş faktör altında sınıflandırılan kişiliği belirleyen ifadelerden yola çıkılarak 20 ifadeden oluşan ölçeğin orijinalinin kullanımı uygun görülmüştür.

3.4.6. YAŞAM TARZI (GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM TARZI)

Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzı 5 aralıklı likert tipi ölçek ile ölçülmüştür. Araştırma kapsamında seçilen örneklem sürdürülebilirlik ile ilgilenen bireylerden oluştuğu için genel anlamda yaşam tarzını ölçmek yerine gönüllü sade yaşam tarzını ölçmenin daha uygun olduğu düşünülmüştür. Araştırmada kullanılan Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği Iwata (2006) tarafından geliştirilmiş ve ifadeler Türkçe'ye çevrildiğinde dilin yapısından kaynaklı olarak birbirine çok benzeyen ifadelerin olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadeler ölçekten çıkarılmış ve ifadelerin temsiliyetini koruyacak şekilde ortak ifadelerde bir araya getirilmişlerdir. Ayrıca sade yaşamın gerekliliğine inancı temsil eden bir ifade de Shama (1985)'dan eklenmiş ve ölçeğe son hâli verilmiştir. 19 ifadeden oluşan ve Iwata (2006) ile Shama (1985) referans alınarak oluşturulan orijinal ölçeğin yapısal olarak altı temel boyutu vardır; maddi sadelik, kendi geleceğini belirleme, insan ölçekli yaşam, ekolojik sorumluluk, kişisel gelişim ve uygun teknoloji.

* International Personality Item Pool: A Scientific Collaboratory for the Development of Advanced Measures of Personality Traits and Other Individual Differences (<http://ipip.ori.org/>). Açık erişim kaynağı: <https://ipip.ori.org/newBigFive5broadKey.htm>., 28.03.2020.

3.4.7. TOPLULUK KİMLİĞİ

Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği, 5 aralıklı likert ölçeği ile ölçülmüştür. Topluluk kimliği; bilişsel, duygusal ve değerlendirici bileşenleri kapsamaktadır (Bergami ve Bagozzi, 2000; Ellemers vd., 1999). Bunlardan **bilişsel bileşen**; bir grup içerisindeki üyelik kapsamında bireyin kendisi hakkındaki değerlendirmelerini, **duygusal bileşen**; grup ile kurulan ilişkilerden kaynaklanan hisleri ve **değerlendirici bileşen**; grup üyeliği hakkındaki değerlendirmeleri içerir. Cameron ve Lalonde (2001) tarafından geliştirilen modelde, oluşturulan üç faktörlü yapıda ise topluluk kimliği; merkezîyet, grup içi etki ve grup içi bağlar açısından temsil edilmektedir. Modelde; merkezîyet, sosyal kimliğin bilişsel yönünü, grup etkisi ve grup içi ilişkiler de değerlendirici ve psikolojik yönlerini yansıtmaktadır. Grup etkisi grubun üyeliği hakkındaki değerlendirmeler ile ilgili iken grup içi ilişkiler diğer grup üyeleri ile benzerlik, bağ ve ortaklıklar ile ilgilidir. Topluluk kimliğinin ölçümünde; temel olarak Bergami ve Bagozzi (2000), Ellemers vd., (1999) ile Cameron ve Lalonde (2001)'un çalışmalarından uyarılan 36 ifadeli ölçek, ön test aşamasından geçirilmiş, nihâyetinde 16 ifadeden oluşan eşit aralıklı bir ölçüm aracı elde edilmiş ve araştırmaya dâhil edilmiştir.

3.4.8. EYLEMDE YER ALMA (KATILIM GÖSTERME)

Sanal eylem topluluklarında eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) 17 ifadeli, 5 aralıklı likert ölçeği ile ölçülmüştür. Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı'na göre Eylem'in yapısı "*karşılıklı bağlılık, ortak girişim, paylaşılan repertuvar*" öğelerinden meydana gelmektedir. Ön test aşamasında 41 maddeden oluşan bir ölçek geliştirme çalışması yapılmış, elde edilen sonuçların Dedeoğlu ve Üstündağlı (2011)'nın Wenger (1998)'i referans alarak geliştirdikleri ölçek ile çok farklı olmadığı görülmüştür. Bunun üzerine ön testte elde edilen bulgular ile geçerlik ve güvenilirliği daha önceden kanıtlanmış bu ölçekten de faydalanılarak ölçüm aracına son hâli verilmiştir. Nihai araştırmada 3 faktörlü bir yapı (karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuvar) elde edilmiştir. Araştırma, kullanıcıların paylaşım ve

tüketim davranışlarına odaklandığından elde edilen bulgular söz konusu yapı ile uyumlu görülmektedir.

3.5.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın amaçlarına ulaşmak adına geliştirilen modelde yer alan değişkenler ile değişkenler arası ilişkilere yönelik geliştirilen hipotezlere aşağıda yer verilmektedir.

Birinci grup araştırma hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

H₁₋₁:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₂:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₃:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzları ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₄:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₅:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₆:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzları ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₋₇:Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

İkinci grup araştırma hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

H1-8:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının bireysel sonuç beklentileri, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.

H1-9:Sanal eylem topluluklarında uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.

H1-10:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının sade yaşam isteği, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.

H1-11:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının sade yaşam isteği, sanal eylem topluluklarında karşılıklı katılımı etkilemektedir.

H1-12:Sanal eylem topluluklarında ilişkisel kimlik, sanal eylem topluluklarında karşılıklı katılımı etkilemektedir.

H1-13:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının bireysel sonuç beklentileri, sanal eylem topluluklarında ortak girişimi etkilemektedir.

H1-14: Sanal eylem topluluklarında uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi, toplulukta paylaşılan repertuarı etkilemektedir.

Üçüncü grupta yer alan araştırma hipotezi aşağıda verilmektedir:

H1-15:Sanal eylem topluluk kullanıcıları, kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarına göre kendi aralarında farklı gruplar oluşturmaktadırlar.

3.6. ÖRNEKLEME SÜRECİ

Araştırmanın ana kütlesi, araştırmacının çalışacağı alanı oluşturan, örneklemini belirlediği ve ortaya çıkan bulgulardan yapacağı çıkarımları genelleyeceği gruptur (Gegez, 2010). Araştırmanın amacı, kapsamı ve kısıtları dikkate alınarak ana kütle;

Facebook'ta yer alan ve sürdürülebilirlik ile ilgili konulara ilgi duyan sanal eylem topluluklarının üyeleri olarak belirlenmiştir.

Ana kütle olarak Facebook'un tercih edilmesinin temel nedeni Türkiye'deki en eski sosyal ağ olmasıdır. Ek olarak diğer sosyal ağlarda çoğunlukla giriş aşamasında olan, henüz kaynaşma ve eylem aşamasına geçmemiş ve aktif üye sayısı yeterli düzeye ulaşmamış yeni topluluklar bulunmaktadır. Türkiye'de sürdürülebilirlik ile ilgili oluşturulan sanal eylem topluluklarının Facebook'taki üye sayısı araştırıldığında, topluluk yöneticileri tarafından bu toplulukların; kimisinin kültür, kimisinin yaşam tarzı, kimisinin kişisel, kimisinin ise hobi amaçlı topluluk olarak kurulduğu ve Facebook verilerinde tek bir grup altında raporlanamadığı görülmüştür. Diğer yandan, bu topluluklarda, üyelerin akışkanlığından dolayı üye sayısı sürekli olarak değişmektedir. Bu nedenle ana kütle sayısına tam olarak ulaşmak mümkün değildir.

Araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklemedir. Araştırma kapsamına giren bireyler, geniş bir coğrafi alana yayılan, sade ve sakin yaşamları içerisinde büyük şehirlerin merkeziliğinin ve sosyalliğinin dışında kalmayı tercih eden çok çeşitli gruplarda yer aldığından ana kütlelerin tamamına ulaşabilmenin zaman, maliyet ve emek gibi kısıtlar nedeniyle zorluklar içerebileceği de değerlendirilmiştir. Bu nedenle araştırmanın ana kütlelerini temsil edebilecek özelliklere sahip bir örneklem belirlenerek elde edilen veriler doğrultusunda yapılacak çıkarımların anakütleye genellenmesi daha verimli ve uygun bulunmuştur.

Anakütlenin varyansının bilinmediği durumlarda, örneklemin asgari büyüklüğü saptanırken aşağıdaki formülden yararlanılmaktadır (Malhotra, 2010):

$$n = \frac{\pi(1 - \pi)z^2}{D^2}$$

Formülde hata marjını temsil eden duyarlılık (D) için %5, araştırmada %95 güvenirlilik düzeyinde çalışılması nedeniyle anlamlılık düzeyi olan $\alpha=0,05$ için $z=1,96$

olarak formülize edilmiştir. π değeri de 0.50 şeklinde alınarak maksimum varyansa ulaşmak amaçlanmıştır. Belirlenen değerlerden yola çıkarak asgari örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Araştırmadan verimli sonuçlar alınabilmesi için örneklem hacminin; her bir alt kategori için (erkek/kadın-yaşanılan iller gibi) en az 30 ve yaklaşık olarak birbiri ile eşit olması şartını sağlayacak şekilde olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca, çok değişkenli analizlerin yapılması öngörüldüğünden çalışmada yer alan değişken sayısından örneklem hacminin en az birkaç kat fazla olması gerekliliği gözetilmiştir (Gegez, 2010). Bu doğrultuda 700 kişiden veri toplanması hedeflenmiştir.

Öncelikle tez çalışmasının konusu sosyal bilimler alanında görece yeni olduğu için konu ile ilgili ön bilgi sağlamak adına ön araştırma gerçekleştirilmiştir. Ön araştırmaya gerek duyulmasının nedeni hem araştırmada incelenecek grubun ilgi alanının çok çeşitli olması hem de daha önce seçilen örneklem üzerinde bu konuda hiç çalışma yapılmamış olmasıdır. Aynı zamanda eylemde yer alma (katılım gösterme) ve topluluk kimliği ölçekleri daha önce böyle bir çalışma kapsamında ele alınmadığından anket uygulamasından önce kapsamlı araştırmalar yapılmış ve ölçek uyarlama amacıyla ön araştırma yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur.

Ön araştırma Pastoral Vadi I. Ekoyoga Festivali'nde yapılmıştır. Pastoral Vadi; Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği'nin yürütücüsü olduğu ve "ekolojik çiftliklerde tarım turizm ve gönüllü bilgi ile tecrübe takasını" amaçlayan TaTuTa Projesi'nde ağa bağlı ekolojik çiftliklerden biridir. İlk defa düzenlenen festival, tatilini eko-turizm kapsamında değerlendirmek isteyen farklı il, gelir grubu, medeni hâl, yaş ve mesleklerden, çocukları ile birlikte yahut yalnız katılım sağlayan kadın veya erkek 88 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. 5 gün süren festival kapsamında sabah 07:30 - akşam 24:00 arasında olacak şekilde çeşitli eğitim ve aktiviteler gerçekleştirilmiştir. Bu aktivitelerin içeriğinde tohum dikimi ve ekimi, kombucha yapımı, arıcılık, geleneksel el işi takı yapımı, hikâye anlatıcılığı ile doğaçlama atölyeleri, ayurvedik, vegan, ekolojik beslenme gibi alternatif beslenme yöntemleri ve sürdürülebilir yapılar ile ilgili düzenlenen eğitimler, birbirinden farklı yoga türleri (yin, yang, hatha, vinyasa, satnam, kundalini, çocuk yogası vb.) ile ilgili eğitim ve

aktiviteler, nefes egzersizleri, reiki ve Tibet çanakları ile şifa çalışmaları yer almaktadır. Festivalin gerçekleştiği Pastoral Vadi’de etkinlikler süresince TaTuTa ağına bağlı olan ekolojik çiftliklerden bazılarında üretilen doğal kozmetik ve sağlık ürünleri ile el yapımı ürünlerin satış stantları kurulmuş buralardan gelen kişiler ile de araştırma için temas kurma fırsatı elde edilmiştir. Festivalde gerçekleşen eğitim ve atölye çalışmalarının her birine katılıp hemen hemen bütün katılımcılar ile iyi ilişkiler kurulmuş ve ön araştırma sürecine dâhil olmaları sağlanmıştır. 88 kişi ile gerçekleşen ön araştırma sürecinde tasarlanan ön anket, ortalama 60-75 dakika kadar süren derinlemesine mülakat çalışması yöntemi ile katılımcılara sunulmuş, verilen cevaplar, anlaşılmayan ifadeler gözden geçirilerek anket yeniden tasarlanmıştır. Örneğin; literatürde yer alan ve daha önce araştırmanın değişkenleri ve ölçekleri başlığı altında bahsi geçen (bkz. s: 83) bilim insanlarınca geliştirilen ölçeklerde yer alan ifadelerden faydalanılarak 41 ifade ile hazırlanan eylemde yer alma ölçeği çalışmanın sonunda sahadaki uzmanların görüşlerinden de faydalanılarak 17 ifadeden oluşan bir ölçek hâline getirilmiştir.

İkinci ön araştırma çalışmasında, örnekleme yer alan pek çok kişi tarafından Ankara’da ODTÜ yerleşkesinde Temürcüler Evi olarak bilinen lokasyonda, Kır Çocukları tarafından her hafta, hafta sonu düzenlenen aromaterapi, homeopati, permakültüre giriş, kompost yapımı gibi çeşitli konularda düzenlenen eğitim ve atölye etkinliklerinde eğitim alıp katılımcılar ile sosyalleştikten sonra, yeniden tasarlanan anket formu, bilgisayarlı yüz yüze anket yöntemi ile 72 katılımcıya uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunun sağlıklı olabilmesi amacıyla elde edilen veriler geçerlik ve güvenilirlik testine tabi tutulmuştur. Cronbach Alpha katsayısı hesaplanılarak değişkenlerin birbiri ile olan uyumu ölçülmüştür. Ön test neticesinde Cronbach Alpha katsayısı 0.843 olarak gerçekleşmiştir. Anket formunda yer alan ifadeler arasındaki ilişki incelendiğinde Cronbach Alpha katsayısı uygun bulunmuş ve anketin en sağlıklı hâlini aldığı düşünüldükten sonra, uygulama aşamasına geçilmiştir. Nihai anket bilgisayar ortamında tasarlanmış ve veri toplama sürecine geçilmiştir.

Veri toplama süreci 1 Haziran-30 Eylül 2019 tarihleri arasında araştırma kapsamına dâhil olan grupların katıldığı eğitim programlarına (doğal sirke, kombucha, kompost, ruj, allık, yapımı gibi), atölye çalışmalarına (homeopati, agro-homeopati, aromaterapi, çanak, sukulent, sabun, kırk yama, çanta yapımı gibi), konferanslara (Ankara Üniversitesi dendroloji, orman ve bozkır ekolojisi okulu), festivallere (yoga, nefes terapisi, ses terapisi gibi), lavanta, gül hasatı, bağ bozumu turlarına (Elazığ, Isparta), TaTuTa ağına bağlı ekolojik çiftliklere (permakültür çiftlikleri ve ekolojik tatil köyleri), organik pazarlara (Yukarı Ayrancı, Tahtacıörencik, Ümitköy, Şişli, Kartal, Bakırköy), tohum, toprak, fide takası ile ekim, dikim, aşılama ve budama eğitimlerine (Urla, Bursa, İzmir, Denizli), ikinci el ve takas şenliklerine (İzmit, Kadıköy) katılarak orada bulunan ilgili konudaki sanal eylem topluluk kullanıcılarına öncelikli ilgi alanının hangisi olduğu sorulup teyit edildikten sonra gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen 728 anketten 700'ünün analiz için anlamlı veri setini içerdiği tespit edildiğinde, araştırma öncesinde anlamlı veri setini içeren 700 anket yapılması planlandığı için saha araştırması süreci sonlandırılmıştır.

3.7. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE SÜRECİ

Araştırmada, veri toplama sürecinde bilgisayar destekli yüz yüze anket yöntemi kullanılarak uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde sanal eylem topluluk üyelerinin takip ettikleri topluluk türü ile birlikte üyelik bilgilerine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde demografik sorular ile topluluk kimliğine, eylemde yer almaya (katılım göstermeye) ve katılımcıların katılım motivasyonlarına ilişkin görüşlerine başvurulmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların kişilik tipleri ve yaşam tarzlarına ilişkin daha kişisel konulara ilişkin görüşlerine başvurulmaktadır.

Örnekleme yer almaya uygun özellikleri taşıyan ve sürdürülebilirlik ile ilgili çeşitli konulardaki paylaşımlar sonucu planlamalar yapıp bir araya gelen sanal eylem

topluluk kullanıcılarının katıldığı organizasyonlarda, katılımcıların rızaları dâhilinde, 40-45 dakika süresince bilgisayar destekli yüz yüze anket yöntemi ile araştırma uygulanmıştır.

Bu yöntemin tercih edilmesi ile birlikte aynı katılımcının birden fazla anket doldurması ve ifadeler ile ilgili yanlış anlaşılmaların olması olasılıkları bertaraf edilmiştir. Yüz yüze anket yönteminin uygulanması sayesinde ifadelere eksik cevap verilmesinden kaynaklanan veri kaybının da önüne geçilmiştir. Veri toplama sürecinde ankette yer alan ifadeler bilgisayar ekranından araştırmanın katılımcılarına okunmuş, katılımcılar ifadeleri anlamadığı veya yorulduğu zaman uygulamaya ara verilmiş, böylece oluşabilecek hata payı minimum düzeye indirgenmiştir.

3.8. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 25.0 ve AMOS 22.0 programları kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma için öngörülen analizlerin uygulanabilirliğini görmek için öncelikle kullanılan veri setinin incelenmesi ve gerekli varsayımları sağlayıp sağlamadığının denetlenmesi gerekmektedir. Yapılan ön analizler sonucunda veri setinde uç değerlerin yer almadığı tespit edilmiş ve normallik varsayımı kontrol edilmiştir. Kullanılan verilerin normal dağılım göstermesi çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olmasına bağlıdır (Shao, 2003). Normallik varsayımı test edilirken skewness (0.258) ve kurtosis (-0.278) katsayılarının, çarpıklık ve basıklık değerleri için aranan aralıkta yer alması normallik varsayımını doğrulamaktadır.

Araştırmada yer alan ölçeklerin analize uygun güvenilirlik derecesine sahip olup olmadığı test edilirken *Cronbach Alpha değerleri*, yapısal geçerliği test edilirken *Keşfedici Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis)* kullanılmıştır.

Araştırmanın temelinde 3 grup hipotez bulunmaktadır. Hipotezler test edilirken; değişkenler arasındaki ilişkiler Kanonik Korelasyon Analizi ile birinci grup araştırma hipotezleri kapsamında test edilmiştir. İkinci grup araştırma hipotezlerinde Kanonik Korelasyon Analizinde tespit edilen, ilişkilerde en önemli rolü olan değişkenlerin arasındaki etki Yol Analizi ile test edilmiştir. Üçüncü grup araştırma hipotezlerinde ise katılımcıların birbirlerinden farklı gruplarda yer alıp almadığının belirlenmesi için Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analizi (K-Means) uygulanmıştır. Kümeleme Analizinin sonucunda ortaya çıkan gruplardaki farklılıkların daha detaylı olarak değerlendirilmesi için Çoklu Ayırma Analizi (Diskriminant Analizi) ve ANOVA Analizi uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulgular 4.bölümde ayrıntıları ile yer almaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM:

ANALİZLER VE BULGULAR

Bu çalışmada belirlenen amaçlar doğrultusunda uygulanan analizlere ve analizlerin sonucunda elde edilen bulgulara, ilerleyen başlıklarda ayrıntılı bir şekilde yer verilmektedir.

4.1. KATILIMCILARA İLİŞKİN VERİLERİN FREKANS DAĞILIMLARI

Tablo 4.1’de de görüleceği üzere; araştırmaya katılanların %62’si kadın, %38’i erkektir. Yaşlarına göre, katılımcıların %0.3’ü 18-24, %24’ü 25-34, %45.1’i 35-44, %18’i 45-54, %10.6’sı 55-64 yaş aralığında ve %2’si 65 yaş ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların %33.7’si bekâr, %66.3’ü evlidir. Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların çoğunun cinsiyetinin kadın, medeni hâlinin evli, yaşının ise 35-44 aralığında olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %58.7’si çocuk sahibi iken %41.3’ü çocuk sahibi değildir. Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların çoğunun çocuk sahibi olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem toplulukları organik tarım, doğal ürünlerin kullanımı, doğa ile iç içe yaşam gibi sağlığa dair pek çok hususu içinde barındırmaktadır. Sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem topluluklarını takip eden kullanıcılardan herhangi bir sağlık problemine sahip olanların tüm katılımcılar içerisindeki oranının, bu topluluklara duyulan ilginin kaynağına ışık tutabileceği düşüncesinden hareketle anket çalışmasında araştırmaya katılan katılımcıların herhangi bir sağlık probleminin olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; katılımcıların %61.6’sının kendisinde veya bir yakınında sağlık problemi varken, %38.4’ünün kendisinde veya bir yakınında sağlık problemi olmadığı tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak katılımcıların kendilerinin yahut bir yakınlarının sağlık durumu söz konusu olduğunda çoğunun bir sağlık probleminin olduğu görülmektedir.

Araştırma örnekleminde yer alan sanal eylem topluluk kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımları Tablo 4.1’de yer almaktadır:

Tablo 4. 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Verilerin Frekans Dağılımları

Özellikler		
Sağlık Probleminin Varlığı	n=700	%100
Evet	431	61.6
Hayır	269	38.4
Cinsiyet	n=700	%100
Kadın	434	62.0
Erkek	266	38.0
Yaş	n=700	%100
18-24	2	0.3
25-34	168	24.0
35-44	316	45.1
45-54	126	18.0
55-64	74	10.6
65 ve üstü	14	2.0
Medeni Hâl	n=700	%100
Evli	464	66.3
Bekâr	236	33.7
Çocuk Sahipliği Durumu	n=700	%100
Evet	411	58.7
Hayır	289	41.3
Eğitim Durumu	n=700	%100
İlkokul/Ortaokul/İlköğretim	42	6.0
Lise	103	14.7
Ön Lisans	40	5.7
Lisans	383	54.7
Yüksek Lisans	80	11.4
Doktora	52	7.4
Meslek	n=700	%100
Özel Sektör Çalışanı	170	24.3
Serbest Meslek	143	20.4
Kamu Kurumu Çalışanı	108	15.4
Esnaf/Sanatkâr	90	12.9
Çiftçi	58	8.3
Ev Hanımı	54	7.7
Emekli	52	7.4
Öğrenci	24	3.4
Çalışmıyor/İşsiz	1	0.1
Aylık Hane Geliri	n=700	%100
1500TL ve altı	11	1.6
1501-3000TL	8	1.1
3001-4500TL	68	9.7
4501-6000TL	209	29.9
6001-7500TL	146	20.9
7501-9000TL	127	18.1
9001-10500TL	59	8.4
10501TL ve üzeri	72	10.3

Tablo 4.1'e göre; katılımcıların %6'sı ilkokul/ortaokul/ortaöğretim, %14.7'si lise, %5.7'si ön lisans, %54.7'si lisans, %11.4'ü yüksek lisans ve %7.4'ü doktora düzeyinde eğitim almıştır. **Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.**

Katılımcıların %1.6'sı 1500 TL ve altı, %1.1'i 1501-3000 TL arasında, %9.7'si 3001-4500 TL arasında, %29.9'u 4501-6000 TL arasında, %20.9'u 6001-7500 TL arasında, %18.1'i 7501-9000 TL arasında, %8.4'ü 9001-10500 TL arasında ve %10.3'ü 10501 TL ve üzeri aylık hane gelirine sahiptir. **Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, %50.8'inin, (%29.9'unun 4501-6000 TL arasında, %20.9'unun 6001-7500 TL arasında) 4501-7500 TL arasında aylık hane gelirine sahip olduğu görülmektedir.**

Araştırma örnekleminde yer alan sanal eylem topluluk kullanıcılarının üyelik bilgilerine göre dağılımları Tablo 4.2'de yer almaktadır:

Tablo 4. 2: Katılımcıların Üyelik Bilgilerine İlişkin Verilerin Frekans Dağılımları

Özellikler		
Sürdürülebilirlik ile İlgili Faaliyet Gösteren Sanal Eylem Toplulukları Arasında En Sık Takip Edilen Topluluk Türü	n=700	%100
Aromaterapi, Homeopati, Agro-homeopati	93	13.3
Organik Tarım, Bahçecilik, Hayvancılık, Arıcılık	90	12.9
Doğa-Nefes Terapisi, Yoga, Reiki, Hikâye Anlatıcılığı gibi Yaşam Pratikleri	88	12.6
Hasat Turizmi, Eko-turizm	88	12.6
Sürdürülebilir Yapılar	87	12.4
Takas, İkinci El Organizasyonları	87	12.4
Geleneksel Sanatlar	86	12.3
Alternatif Eğitim Kampları	81	11.6
Üye Olma Şekli	n=700	%100
İnternette gezinirken	231	33.0
Tanıdık tavsiyesi ile	180	25.7
Grubun bir etkinliğine katılarak	152	21.7
Dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile	137	19.6
Üyelik Süresi	n=700	%100
6 aydan az	141	20.1
6 ay-1 yıl arası	261	37.3
2-3 yıl arası	208	29.7
4 yıl ve üzeri	90	12.9

Katılımcıların sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal topluluklar arasında en sık takip ettikleri topluluk türüne göre dağılımlarına bakıldığında; araştırmaya katılanların %13.3'ünün "Aromaterapi, Homeopati, Agro-homeopati", %12.9'unun "Organik Tarım, Bahçecilik, Hayvancılık, Arıcılık", %12.4'ünün "Sürdürülebilir Yapılar", %12.3'ünün "Geleneksel Sanatlar", %12.6'sının "Doğa-Nefes Terapisi, Yoga, Reiki, Hikâye Anlatıcılığı gibi Yaşam Pratikleri", %11.6'sının "Alternatif Eğitim Kampları", %12.4'ünün "Takas, İkinci El Organizasyonları" ve %12.6'sının "Hasat Turizmi, Eko-turizm" odaklı faaliyet gösteren toplulukları takip ettikleri görülmektedir. **Yani; sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem topluluk türlerinin her birini öncelikli olarak takip eden katılımcıların sayıları birbirine oldukça yakındır.**

Üye olma şekillerine göre; katılımcıların %33'ü internette gezinirken, %25.7'si tanıdık tavsiyesiyle, %21.7'si grubun bir etkinliğine katılarak ve %19.6'sı herhangi bir dernek, vakıf veya kuruluş vasıtası ile bu topluluklara üye olduklarını beyan etmektedir.

Üyelik sürelerine göre; katılımcıların %20.1'i 6 aydan az, %37.3'ü 6 ay-1 yıl arası, %29.7'si 2-3 yıl arası ve %12.9'u 4 yıl veya daha fazla süredir üye olduğu topluluğu takip ettiğini beyan etmektedir. **Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların önemli bir kısmının 6 ay ile 1 yıl aralığında toplulukta üye oldukları görülmektedir.**

4.2. ÖLÇEKLERİN GÜVENİRLİK ve GEÇERLİK ANALİZİ

Hipotezlerin test edilmesine geçilmeden önce araştırmada kullanılan ölçekler, güvenilirlik ve geçerlik açısından değerlendirilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlikleri değerlendirilirken Cronbach Alpha katsayısı dikkate alınırken geçerlikleri değerlendirilirken Keşfedici Faktör Analizlerinden faydalanılmıştır.

4.2.1.Güvenirlik Analizi Sonuçları

Güvenirlik, bir ölçeğin tekrar eden tüm ölçümlerinde tutarlı sonuçlar ortaya çıkacak şekilde ölçüm yapabilmesidir. Güvenirlik analizinde ölçekte yer alan ifadelerin korelasyon ve kovaryansları üzerinden yapılan işlemler ile güvenilirlik modelleri oluşturulmuştur. Bunlar arasında sık kullanılanlar; Cronbach Alpha Değeri, İkiye Bölünmüş Model (Split Half Model), Guttman Modeli, Paralel Model (Parallel Model) ve Kesin Paralel Model'dir (Strict Parallel Model) (Karagöz, 2017).

Bu yöntemlerden Cronbach Alpha Modeli, güvenilirlik testlerinde sıklıkla kullanılmakla birlikte bir ölçekte yer alan ifadelerin birbiri ile yüksek düzeyde ilişkili ve aynı yapıyı ölçer özellikte olduğunu göstermektedir. Cronbach Alpha katsayısı 0.00 ile +1.00 aralığında bir değere karşılık gelmektedir. Cronbach Alpha katsayısı 0.60 ve üzeri olan bir ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Malhotra, 2010). Cronbach Alpha katsayısı değerlendirilirken; $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise iyi derecede güvenilirliğe sahip, $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise mükemmel derecede güvenilirliğe sahip olarak nitelendirilmektedir (Karagöz, 2017). Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik testleri sonucunda elde edilen Cronbach Alpha katsayıları Tablo 4.3'te yer almaktadır:

Tablo 4. 3: Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin Cronbach Alpha Katsayıları

Ölçek	İfade Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı
Katılım Motivasyonu	6	0.841
Bireysel Sonuç Beklentileri	4	0.873
Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri	2	0.872
Kişilik	11	0.760
Uyumluluk ve Dışa dönüklük	3	0.821
Sorumluluk	3	0.823
Duygusal Denge	3	0.830
Akılcılık ve Yeniliklere Açıklık	2	0.587
Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	8	0.893
Sade Yaşam İsteği	5	0.896
Tedbirli Satın Alma	3	0.737
Topluluk Kimliği	8	0.842
İlişkisel Kimlik	5	0.913
Sosyal Kimlik	3	0.685
Eylemde Yer Alma (Katılım Gösterme Dav.)	9	0.777
Karşılıklı Katılım	4	0.831
Ortak Girişim	3	0.728
Paylaşılan Repertuar	2	0.814

Katılım motivasyonu ölçeği için uygulanan güvenirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha katsayısı 0.841 olarak elde edilmiştir. Katılımı etkileyen motivasyon faktörleri açısından katılım motivasyonu ölçeğine dair Cronbach Alpha katsayıları ise; 0.872 ve 0.873 gibi birbirine çok yakın iki değere sahiptir. Bu değerler bir arada değerlendirildiğinde ölçeğin mükemmel güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedirler. Kişilik ölçeğinde yer alan uyumlu ve dışa dönük, sorumlu ve duygusal dengeli kişilik tiplerinin Cronbach Alpha katsayıları 0.821 ile 0.830 aralığında yer aldığından güvenirlikleri mükemmel derecededir. Öte yandan akılcı ve yeniliklere açık kişilik tipinin Cronbach Alpha katsayısı 0.587 olduğundan düşük güvenirliğe sahip olmaktadır. Bu nedenle kişilik ölçeği, Cronbach Alpha katsayısı 0.760 ile mükemmel değil, iyi derecede güvenirliğe sahip olmaktadır. Akılcı ve yeniliklere açık kişilik tipini yansıtan ifadeler ölçekten çıkarıldığında açıklanan varyans oranı düştüğünden bu ifadelerin ölçekten çıkarılmaması uygun görülmüştür. Yapılan testlerin sonucunda gönüllü sade yaşam tarzı (Cronbach Alpha katsayısı:0.893) ve topluluk kimliği (Cronbach Alpha katsayısı:0.842) ölçeklerinin de mükemmel derecede güvenirliğe sahip olduğu bulunmuştur. Eylemde yer alma ölçeği ise Cronbach Alpha katsayısı 0.777 olduğundan kişilik ölçeği gibi iyi derecede güvenirliğe sahip olmaktadır. Eylemde yer almayı yansıtan davranışların (karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan repertuar) Cronbach Alpha katsayıları ise 0.728 ile 0.831 aralığında değiştiğinden iyi ve/veya mükemmel derecede güvenirliğe sahiptirler.

4.2.2. Geçerlik Analizi Sonuçları

Geçerlik; ölçeğin istenilen özellikte, ölçümün kurallara göre ve kullanılan verilerin gerçek manada ölçülmek isteneni tam/doğru şekilde gösterme kabiliyetine sahip olmasını ifade etmektedir (Hair vd., 2010). Geçerliğin tespiti için yüzey geçerliği (görünüm, mantıksal geçerlik), kriter geçerliği (ölçüt), kapsam geçerliği, içerik geçerliği (content validity), yapısal geçerlik (kavramsal, kuramsal-construct validity), ayırt edici (discriminant validity) ve yakınsak geçerlik (birleşme-convergent validity) gibi farklı geçerlik testleri bulunmaktadır. Bu araştırmada yapısal geçerlik testi uygulanmıştır. Yapısal geçerlik testi kavramsal yapıya ilişkin değerlendirme

yapabilme imkânı sunar. İçerik analizi ve iç tutarlılık analizi ile yapısal geçerlik test edilebilir. Yapısal geçerliğin varlığının tespitinde açımlayıcı (keşfedici) ve doğrulayıcı faktör analizleri kullanılabilir (Karagöz, 2017).

Keşfedici Faktör Analizi uygulamasından önce, örneklem büyüklüğünün (n=700), faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını test etmek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluk Testi ve Bartlett Küresellik Testi uygulanmıştır. Bartlett Küresellik Testinin sınır değeri $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinin altında ise Keşfedici Faktör Analizi yapılabilmektedir (Hair vd., 2010). KMO değeri için 0,5-1,0 arası değerler ‘kabul edilebilir’ olarak değerlendirilirken, 0,5’in altındaki değerler Keşfedici Faktör Analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstergesidir (Altunışık vd., 2010).

Keşfedici Faktör Analizlerinden önce tüm ölçekler için KMO değeri test edilmiş ve katılım motivasyonu ölçeği için 0.751, kişilik ölçeği için 0.721, gönüllü sade yaşam tarzı ölçeği için 0.864, topluluk kimliği ölçeği için 0.833 ve eylemde yer alma (katılım gösterme dav.) ölçeği için 0.702 olarak bulunmuştur. **Bu sonuç doğrultusunda, örneklem Keşfedici Faktör Analizi yapmak için “yeterli” bulunmuştur.**

Tablo 4. 4: Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin KMO Değerleri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Ölçek	KMO Değeri	Bartlett Küresellik Testi Sonucu
Katılım Motivasyonu	0.751	0.000
Kişilik	0.721	0.000
Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	0.864	0.000
Topluluk Kimliği	0.833	0.000
Eylemde Yer Alma (Katılım Gösterme Davranışı)	0.702	0.000

Ayrıca tüm ölçekler için Bartlett Küresellik Testi yapılmış ve sonuçlar incelendiğinde, elde edilen ki-kare değerleri katılım motivasyonları ölçeği için [$\chi^2(15)=2416.575$; $p<0,05$], kişilik ölçeği için [$\chi^2(55)=3591.155$; $p<0,05$], gönüllü

sade yaşam tarzı ölçeği için [$\chi^2(28) = 3234.176$; $p < 0,05$], topluluk kimliği ölçeği için [$\chi^2(28) = 3619.100$; $p < 0,05$] ve eylemde yer alma (katılım gösterme dav.) ölçeği için [$\chi^2(36) = 3129.522$; $p < 0,05$] olarak bulunmuştur. **Bu değerler ise Bartlett Küresellik Testinin sınır değeri olan $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinin altında kaldığından kabul edilebilir değerler olmaktadır.**

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluk Testi ve Bartlett Küresellik Testi uygulandıktan sonra ölçeklerin yapı geçerliğini değerlendirmek için Keşfedici Faktör Analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin faktör desenini ortaya koymak amacıyla faktörleştirme yöntemi olarak “temel bileşenler analizi (principal component analysis)” kullanılmıştır. Varimax yöntemi ile daha az değişkenle faktör varyansları maksimum olacak şekilde döndürme yapılabilmektedir. Bu nedenle ölçeklerin rotasyon işlemlerinde dik rotasyon yöntemlerinden “varimax” yönteminden faydalanılmıştır (Kline, 1994). Çok faktörlü desenlerde, faktörleştirme sonrasında, faktörlerin, toplam açıklanan varyansın %60’tan fazlasını açıklama kabiliyetine sahip olması ölçek yapısı için kabul edilebilir bulunmaktadır (Hair vd., 2010). Bu nedenle faktörleştirme ve döndürme işlemlerinin ardından ifadelerin faktör yük değerlerinin 0,60’tan fazla olması gözetilmiştir.

4.2.2.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerliğine İlişkin Gerçekleştirilen Keşfedici Faktör Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçekler için yapılan değişken çıkarma ve faktörleştirme işlemleri sonrasında, ölçeklere ilişkin elde edilen nihai faktör yapıları Tablo 4.6’da yer almaktadır:

Tablo 4. 5: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Yapıları

KATILIM MOTİVASYONU ÖLÇEĞİNİN FAKTÖR YAPISI (Total Explained Varyans=%78.906, Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)=0.841)		
Kod	İfade	Faktör Yükleri
Faktör 1: Bireysel Sonuç Beklentileri (Açıklanan varyans: %47.154, Cronbach's Alpha: 0.873)		
KM8	Bu toplulukta paylaşımda bulunmam sayesinde aradığım bilgilere daha sonra da ulaşabilirim.	0.900
KM9	Bu toplulukta paylaşımda bulunmam sayesinde ortak ilgilere sahip olduğum insanlarla arkadaş olabilirim.	0.870
KM4	Bu toplulukta paylaşımda bulunmam topluluktaki saygınlığımı artırır.	0.799
KM10	Bu toplulukta paylaşımda bulunmam daha iyi bir işbirliği kurarak daha fazla yarar sağlamama yardımcı olur.	0.750
Faktör 2: Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri (Açıklanan varyans: %31.752, Cronbach's Alpha: 0.872)		
KM12	Bu toplulukta paylaşımda bulunuyor olmam topluluğun amacını gerçekleştirmesine yardımcı olur.	0.932
KM11	Bu toplulukta paylaşımda bulunuyor olmam topluluğun çalışmalarını gelecekte de sürdürmesine yardımcı olur.	0.914
KİŞİLİK ÖLÇEĞİNİN FAKTÖR YAPISI (Total Explained Variance= %75.684, Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)= 0.760)		
Kod	İfade	Faktör Yükleri
Faktör 1: Uyumluluk ve Dışa dönüklük (Açıklanan varyans: %21.050, Cronbach's Alpha: 0.821)		
KİŞ1	Etrafa neşe saçan biriyimdir.	0.870
KİŞ2	Başkalarının duygularını anlayıp, paylaşıyorum.	0.866
KİŞ12	Başkalarının duygularını hissedirim.	0.707
Faktör 2: Sorumluluk (Açıklanan varyans: %20.684, Cronbach's Alpha: 0.823)		
KİŞ13	Düzeni, düzenli olmayı severim.	0.894
KİŞ3	Gündelik ev işlerimi beklemezsizin/zamanında hallederim.	0.847
KİŞ8	Kullandığım eşyaları sağda solda bırakırım.	0.815
Faktör 3: Duygusal Denge (Açıklanan varyans: %20.220, Cronbach's Alpha: 0.830)		
KİŞ5	Zengin bir hayal gücüm vardır.	0.851
KİŞ4	Sık sık ruh halimde ani değişiklikler olur.	0.821
KİŞ20	Zengin bir hayal gücüm yoktur.	0.791
Faktör 4: Akılcılık ve Yeniliklere Açıklık (Açıklanan varyans: %13.730, Cronbach's Alpha: 0.587)		
KİŞ15	Soyut fikirleri anlamakta zorlanırım.	0.850
KİŞ10	Soyut fikirler ile ilgilenmem.	0.801

Tablo 4.5'in devamı

GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM TARZI ÖLÇEĞİNİN FAKTÖR YAPISI (Total Explained Variance= %70.459, Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)=0.893)		
Kod	İfade	Faktör Yükları
Faktör 1: Sade Yaşam İsteği (Açıklanan varyans: %40.961, Cronbach's Alpha: 0.896)		
GSYT18	Az ve öz tüketirim.	0.846
GSYT9	Kullanımı basit olan ürünleri komplike ürünlere tercih ederim.	0.823
GSYT13	Gelecekte, mümkün olduğunca kendi kendime yeteceğim bir yaşam süreceğim.	0.803
GSYT19	Mümkünse komplike fonksiyonlara sahip ürünlerden kaçınırım.	0.715
GSYT11	Satın aldığım ürünleri mümkün olduğunca uzun süre kullanırım.	0.696
Faktör 2: Tedbirli Satın Alma (Açıklanan varyans: %29.499, Cronbach's Alpha: 0.737)		
GSYT6	Param olsa bile, herhangi bir şeyi aniden satın almak prensibim değildir.	0.810
GSYT3	Alışveriş yaparken, uzunca bir süre düşündükten sonra alacağım ürünün benim için gerekli olup olmadığına karar veririm.	0.772
GSYT16	Bir ürüne sahip olsam da piyasaya yeni bir benzeri çıktığında satın alırım.	0.703
TOPLULUK KİMLİĞİ ÖLÇEĞİNİN FAKTÖR YAPISI (Total Explained Variance= %74.725, Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)= 0.842)		
Kod	İfade	Faktör Yükları
Faktör 1: İlişkisel Kimlik (Açıklanan varyans: %48.377, Cronbach's Alpha: 0.913)		
TK5-5	Topluluktakilerin rollerinin imajları ile uyumlu olduğuna inanırım.	0.890
TK5-6	Topluluktakilerin topluluk içerisindeki rollerinin kim oldukları hakkındaki görüşlerinde belirleyici olduğuna inanırım.	0.876
TK6-6	Topluluktakilerin sosyal medya profillerinin, topluluğun faaliyet alanı ile uyumlu olduğuna inanırım.	0.865
TK6-8	Topluluktakilerin ortak ilgi alanına uygun şekilde yaşadıklarına inanırım.	0.826
TK6-5	Topluluktakilerin sorunlara benzer şekilde yaklaştığına inanırım.	0.762
TK5-5	Topluluktakilerin rollerinin imajları ile uyumlu olduğuna inanırım.	0.890
Faktör 2: Sosyal Kimlik (Açıklanan varyans: %26.348, Cronbach's Alpha: 0.685)		
TK5-4	Topluluktakilerin insanlık adına evrensel bir görev üstlendiklerine inanırım.	0.822
TK6-1	Topluluğun özgün bir kimliği olduğuna inanırım.	0.795
TK6-2	Topluluğun toplum içerisinde saygın bir rolü olduğuna inanırım.	0.683

Tablo 4.5'in devamı

EYLEMDE YER ALMA ÖLÇEĞİNİN FAKTÖR YAPISI (Total Explained Variance= %72.050, Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)= 0.777)		
Kod	İfade	Faktör Yüklere
Faktör 1: Karşılıklı Katılım (Açıklanan varyans: %31.171, Cronbach's Alpha: 0.831)		
EYA16	Üyelerin bazıları birbirini şahsen tanır.	0.883
EYA1	Üyeler faaliyetlere sıklıkla katılırlar.	0.789
EYA17	Üyelerin topluluktaki üyelikleri sosyal faaliyetlerini büyük ölçüde şekillendirir.	0.776
EYA2	Üyeler yapılan faaliyetlerde birbirlerinin fikirlerini alırlar.	0.767
Faktör 2: Ortak Girişim (Açıklanan varyans: %21.290, Cronbach's Alpha: 0.728)		
EYA10	Üyeler topluluk sayesinde ihtiyaç duydukları ürünleri temin etme imkânı bulurlar.	0.902
EYA12	Üyeler topluluk ile ilişkili ürünlerin nasıl kullanılacağı ve tüketileceği konusunda topluluktan bilgi alırlar.	0.759
EYA8	Üyeler ilgi alanlarına dair öğrenme çabası içerisindedirler.	0.620
Faktör 3: Paylaşılan Repertuvar (Açıklanan varyans: %19.589, Cronbach's Alpha: 0.814)		
EYA15	Üyelerin paylaştığı bilgiler topluluğun ilgi alanı ile ilgilidir.	0.882
EYA14	Üyelerin paylaştığı bilgileri anlamak kolaydır.	0.866

Faktör desenlerini ortaya koymak amacıyla yapılan Keşfedici Faktör Analizlerinin sonucunda elde edilen ölçekteki ifadeler değerlendirildiğinde katılım motivasyonu ölçeğinin 2 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Sonuç beklentileri odaklı bu faktörler toplam varyansın %78.906'sını açıklamaktadır. Kişilik ölçeğinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan Keşfedici Faktör Analizinin sonucunda elde edilen ölçekteki ifadelerin 4 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Akılcı ve yeniliklere açık kişilik boyutları araştırma kapsamında tek faktör altında ele alınmaktadır. Bu faktörler toplam varyansın %75.684'ünü açıklamaktadır. Gönüllü sade yaşam tarzı ölçeğinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan Keşfedici Faktör Analizinin sonucunda elde edilen ölçekteki ifadelerin daha ziyade tüketimi yansıtan 2 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Bu faktörler toplam varyansın %70.459'unu açıklamaktadır. Topluluk kimliği ölçeğinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan Keşfedici Faktör Analizinin sonucunda elde edilen ölçekteki ifadelerin 2 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Bu faktörler; sosyal bir yapıya ait olmaktan kaynaklanan ilişkisel kimlik ve topluluk kimliği olmak ile

birlikte toplam varyansın %74.725'ini açıklamaktadır. Eylemde yer alma ölçeğinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan Keşfedici Faktör Analizinin sonucunda elde edilen ölçekteki ifadelerin 3 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Bu faktörler; eylemin 3 temel sacayağını oluşturan karşılıklı katılım, ortak girişim ile paylaşılan repertuvardır ve birlikte toplam varyansın %72.050'sini açıklamaktadır. Ölçeklerin toplam açıklanan varyansları %70.459 ile %78.906 arasında değişmekte ve 0.60'tan fazladır. Bu nedenle ölçeklerin toplam açıklama oranları iyi seviyede kabul edilmektedir.

4.3. HİPOTEZ TESTLERİ

Bu tez çalışmasında geliştirilen model çerçevesinde üç grup hipotez ele alınmıştır. Birinci grup araştırma hipotezleriyle; katılım motivasyonu, gönüllü sade yaşam tarzı ve kişilik değişkenleri ile topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenleri arasındaki ilişki test edilmiştir. İkinci grup araştırma hipotezleri ile katılım motivasyonu, gönüllü sade yaşam tarzı ve kişilik değişkenlerinin, topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenleri üzerindeki etkisi test edilmiştir. Üçüncü grup araştırma hipotezleriyle de; katılım motivasyonu, gönüllü sade yaşam tarzı ve kişilik değişkenleri açısından araştırmaya katılan katılımcıların kendi aralarında gruplar oluşturup oluşturmadıkları test edilmiş, akabinde ortaya çıkan birbirinden farklı grupların topluluk kimliği ve eylemde yer alma açısından nasıl ayrıştığı ortaya konulmuştur.

Bu doğrultuda, birinci grup araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla; katılım motivasyonu, gönüllü sade yaşam tarzı ve kişilik değişkenleri ile topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenleri arasındaki ilişkiler Kanonik Korelasyon Analizi uygulanarak test edilmiştir. Kanonik Korelasyon Analizinde elde edilen sonuçlara göre; kanonik fonksiyonlarda değişkenler arası ilişkilerde rolü en fazla olan bağımlı ve bağımsız kanonik değişkenler belirlenmiştir. Bu değişkenler belirlendikten sonra, ikinci grup araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla yol analizi yapılmıştır. Yol analizi yapılırken oluşturulan yol diyagramına araştırmada

kullanılan değişkenlerin tamamı değil; sadece kanonik korelasyon analizi sonucunda ilişkilerde öne çıkan değişkenler dâhil edilmiş ve bu değişkenlerin arasındaki etki test edilmiştir.

Üçüncü grup araştırma hipotezleri ele alınırken; araştırmaya katılan bireylerin katılım motivasyonları, kişilik tipleri ve yaşam tarzlarına göre kendi aralarında farklı gruplar oluşturup oluşturmadıklarının tespit edilmesi amacıyla Kümeleme Analizi yapılmıştır. Kümeleme Analizi sonucunda ortaya çıkan kümelerde yer alan sanal eylem topluluk kullanıcılarının ayırt edici ve tanımlayıcı özelliklerini belirleyerek kümeleri daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirmek amacıyla elde edilen kümeler ile araştırmanın sosyo-demografik değişkenleri ve topluluklara ilişkin üyelik bilgileri arasında ki-kare analizleri uygulanmıştır. Ardından, oluşan kümeleri topluluk kimliğine ve eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) göre birbirinden en iyi ayırtıran değişkenleri ortaya koyup ayrıntılı bir şekilde tanımlayabilmek için Diskriminant Analizi ve ANOVA Testleri yapılmıştır.

4.3.1. BİRİNCİ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ

Araştırmada yer alan birinci grup araştırma hipotezleri; sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları, kişilik, gönüllü sade yaşam tarzı, topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenlerinin birbirleri ile ilişkilerini ve bu ilişkilerin yönünü tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu hipotezlerin tümü sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ve eylemin oluşmasını sağlayan dinamikleri anlamaya yönelik geliştirilmiştir. Araştırmada ele alınan model çerçevesinde oluşturulan bu hipotezlerde; birden fazla bağımsız değişken ve birden fazla bağımlı değişken arasındaki ilişki araştırıldığından, hipotezler kanonik korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Kanonik korelasyonda, -teorik olarak- bağımlı (kriter) ve bağımsız (tahmin) değişken ayrımı söz konusu ise bağımsız değişkenin bağımlı değişkene etkisi, böyle bir ayrım söz konusu değil ise iki değişken setinin ilişkisi incelenmektedir (Karagöz, 2017). İki değişken seti arasındaki korelasyonu belirleyen ve çok değişkenli bir analiz tekniği

olan kanonik korelasyon analizi, araştırmada yer alan her bir bağımlı ve bağımsız değişkenin alt boyutlardan oluşması nedeniyle kolaylık sağlamaktadır. Aynı zamanda bağımlı ve bağımsız değişken setlerinin metrik yapıda olması (aralıklı ölçekle ölçülmüş olması) kanonik korelasyon analizinin kullanımını için uygundur.

Çoklu regresyon analizi bir bağımlı değişken ile birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkinin varlığının ve yönünün belirlenmesinde kullanılmaktadır. Bununla birlikte kanonik korelasyon analizi bağımlı değişkenin de birden fazla olduğu araştırmalarda kullanılabilir. Bu nedenle söz konusu analiz, çoklu regresyon analizine göre daha fonksiyonel bir analiz olma özelliği taşımaktadır. Biri bağımlı, diğeri bağımsız olmak üzere türetilen iki çift bileşene setlerarası bileşen, fonksiyon veya kanonik bileşen denir. Kanonik korelasyon analizinde kanonik değişkenler arasındaki doğrusal ilişkileri maksimize edecek şekilde kanonik fonksiyonlar kullanılmaktadır. Kanonik fonksiyonların her biri, iki kanonik değişken (biri bağımsız değişkenlerden, diğeri bağımlı değişkenlerden olacak şekilde) arasındaki korelasyonu göstermekte ve bu fonksiyonlar en küçük setteki değişken sayısı kadar türetilmektedirler (Hair vd., 1998). Fonksiyonlar, setlerarası yükler olarak adlandırılan katsayılara göre yorumlanmaktadır. Bu katsayılar, fonksiyonların türetilmesinde orijinal değişkenlerin önemini yansıtır. Ayrıca bir değişkenin hangi setlerarası değişken üzerinde önemli rol oynayabileceğini belirlemektedirler. Kanonik korelasyon analizinin anlamlılığı incelenirken artıklık katsayısı ve açıklanan varyans dereceleri dikkate alınmaktadır. Kanonik yüklerin kareleri alınıp değişken sayısına bölünerek paylaşılan varyans derecesi hesaplanmaktadır. Fonksiyonların istatistiksel anlamlılığı denetlendikten sonra kanonik değişkenler yorumlanmaktadır. Kanonik değişkenlerin yorumlanmasında standartlaştırılmış katsayılar kullanılmaktadır. Bir değişkene dair standartlaştırılmış katsayılar, o değişkenin kanonik değişkene yaptığı katkıyı göstermektedir (Sharma, 1996). Bağımsız değişken setinin bağımlı değişken seti üzerindeki olası etkileri standartlaştırılmış katsayılar (kanonik ağırlıklar) veya kanonik yüklere göre değerlendirilmekte; ancak bu değerlendirmede kanonik yükler kanonik ağırlıklardan daha fazla önem taşımaktadır (Hair vd., 1998).

Kanonik korelasyon analizi uygulanırken, ele alınan bir başka unsur kanonik korelasyon katsayısıdır (R_c^2). Kanonik korelasyon katsayısı bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü belirlemektedir. Korelasyon katsayısı yorumlanırken dikkate alınan herhangi bir minimum değer literatürde yer almamaktadır (Hair vd., 1998). Hatta büyük hacimli örnekler ile yapılan araştırmalarda kanonik korelasyon katsayısının düşük değerleri bile anlamlı kabul edilebilmektedir. Kanonik korelasyon katsayısı bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonu maksimize ederken bu değişken setlerinin açıkladığı varyansa etki edememektedir. Değişkenlerin açıkladığı varyans ise artıklık endeksine göre değerlendirilmektedir (Sharma, 1996). Kanonik yüklerin karelerinin toplamının değişken sayısına bölünmesi ile elde edilen ortalama kanonik yük, kanonik korelasyon analizinin paylaşılan varyansını göstermektedir. Artıklık endeksinin bağımlı ve bağımsız değişken setlerinin her ikisi için de hesaplanabilmesi mümkündür. Bununla birlikte bağımlı değişken setine ilişkin artıklık endeksi, analiz sonuçları değerlendirilirken daha önemli kabul edilmektedir. Artıklık endeksinin alacağı değere ilişkin herhangi bir kısıt bulunmadığından elde edilen değer araştırmanın amaçları doğrultusunda yorumlanması gerekmektedir (Hair vd., 1998).

Bu bilgiler ışığında birinci grup hipotezler kapsamında araştırmada kullanılan katılım motivasyonu, gönüllü sade yaşam tarzı ve kişilik değişkenleri ile topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenleri arasındaki ilişkilerin varlığı araştırılmış, ilişki varsa bu ilişkinin anlamlı olup olmadığı belirlenmiştir. Öte yandan bağımlı ve bağımsız setlerde yer alan değişkenlerden değişkenler arası ilişkilerde önemli rolü olanlar tespit edilmiştir.

Sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları (bağımsız değişken seti) ile topluluk kimliği (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H1-1: Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.6'da gösterilmektedir:

Tablo 4. 6: H₁₋₁ Hipotezine İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Katılım Motivasyonları	Topluluk Kimliği
	Bireysel Sonuç Beklentileri (X1)	İlişkisel Kimlik (Y1)
	Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri (X2)	Sosyal Kimlik (Y2)
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R _c ²	

Ölçüm aracında katılım motivasyonlarının da topluluk kimliğinin de faktör yapıları 2 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.7’de yer almaktadır:

Tablo 4. 7: H₁₋₁ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R _c)	R _c ²	Wilks’ Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.285	0.089	0.896	19.650	0.000
2	0.157	0.025	0.975	17.600	0.000
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R _c ²	Artıklık Endeksi
Bağımlı değişkenler					
1			0.406	0.089	0.033
2			0.594	0.025	0.015
Bağımsız değişkenler					
1			0.660	0.089	0.054
2			0.340	0.025	0.008
Değişkenler			Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler					
İlişkisel Kimlik (Y1)			0.478	0.116	0.033
Sosyal Kimlik (Y2)			1.057	0.893	0.255
Bağımsız Değişkenler					
Bireysel Sonuç Beklentileri (X1)			0.844	0.961	0.274
Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri (X2)			0.300	0.629	0.180

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kanonik fonksiyonların her ikisi de anlamlıdır. Bununla birlikte

birinci bağımsız kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.054), paylaşılan varyans derecesi (0.660) ve korelasyon katsayısı (0.285) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için sosyal kimliğin (0.893) ve bağımsız kanonik değişken için bireysel sonuç beklentisinin (0.961) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.7’de elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları ile topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sosyal kimlik ile bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonları arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında kişilik (bağımsız değişken seti) ile topluluk kimliği (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H₁₋₂:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.8’de gösterilmektedir:

Tablo 4. 8: H₁₋₂ Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Kişilik Tipleri	Topluluk Kimliği
	Uyumluluk ve Dışa Dönüklük (X1)	İlişkisel Kimlik (Y1)
	Sorumluluk (X2)	Sosyal Kimlik (Y2)
	Duygusal Denge (X3)	
	Akıcılık ve Yeniliklere Açıklık (X4)	
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında kişilik tiplerinin faktör yapısı 4, topluluk kimliğinin faktör yapısı 2 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.9’da yer almaktadır:

Tablo 4. 9: H₁₋₂ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R _c)	R _c ²	Wilks' Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.275	0.082	0.914	8.009	0.000
2	0.107	0.012	0.989	3.000	0.046
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R _c ²	Artıklık Endeksi
Bağımlı değişkenler					
1			0.626	0.082	0.047
2			0.374	0.012	0.004
Bağımsız değişkenler					
1			0.243	0.082	0.018
2			0.150	0.012	0.002
Değişkenler			Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler					
İlişkisel Kimlik (Y1)			0.251	0.554	0.153
Sosyal Kimlik (Y2)			0.886	0.972	0.267
Bağımsız Değişkenler					
Uyumluluk ve Dışa Dönüklük (X1)			0.750	0.713	0.196
Sorumluluk (X2)			0.149	0.171	0.047
Duygusal Denge (X3)			0.167	0.409	0.112
Akılcılık ve Yeniliklere Açıklık (X4)			0.719	0.518	0.143

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kanonik fonksiyonların her ikisi de anlamlıdır. Bununla birlikte birinci bağımsız kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.047), paylaşılan varyans derecesi (0.626) ve korelasyon katsayısı (0.275) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için sosyal kimliğin (0.972) ve bağımsız kanonik değişken için uyumluluk ve dışa dönüklüğün (0.713) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.9'da elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında kişilik ile topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sosyal kimlik ile uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında yaşam tarzı (bağımsız değişken seti) ile topluluk kimliği (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H₁₋₃:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzı ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki

vardır.) *testi* için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.10’da yer almaktadır:

Tablo 4. 10: H₁₋₃ Hipotezine İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	Topluluk Kimliği
	Sade Yaşam İsteği (X1)	İlişkisel Kimlik (Y1)
	Tedbirli Satın Alma (X2)	Sosyal Kimlik (Y2)
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında gönüllü sade yaşam tarzının da topluluk kimliğinin de faktör yapısı 2 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.11’de yer almaktadır:

Tablo 4. 11: H₁₋₃ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçütleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R_c)	R_c^2	Wilks' Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.699	0.957	0.482	153.491	0.000
2	0.240	0.061	0.943	42.441	0.000
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R_c^2	Artıklık Endeksi
Bağımlı değişkenler					
1			0.452	0.957	0.221
2			0.548	0.061	0.031
Bağımsız değişkenler					
1			0.768	0.957	0.376
2			0.232	0.061	0.013
Değişkenler			Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler					
İlişkisel Kimlik (Y1)			0.333	0.032	0.023
Sosyal Kimlik (Y2)			1.064	0.950	0.664
Bağımsız Değişkenler					
Sade Yaşam İsteği (X1)			0.875	0.991	0.693
Tedbirli Satın Alma (X2)			0.179	0.745	0.521

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kanonik fonksiyonların her ikisi de anlamlıdır. Bununla birlikte birinci bağımsız kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.376), paylaşılan

varyans derecesi (0.769) ve korelasyon katsayısı (0.699) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için sosyal kimliğin (0.950) ve bağımsız kanonik değişken için sade yaşam isteğinin (0.991) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.11’de elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında gönüllü sade yaşam tarzı ile topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sosyal kimlik ile sade yaşam isteği arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları (bağımsız değişken seti) ile eylemde yer alma (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H₁₋₄:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının sanal eylem topluluklarına katılım motivasyonları ve eylemde yer almaları ‘katılım gösterme davranışı’ arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.12’de gösterilmektedir:

Tablo 4. 12: H₁₋₄ Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Katılım Motivasyonları	Eylemde Yer Alma
	Bireysel Sonuç Beklentileri (X1)	Karşılıklı Katılım (Y1)
	Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri (X2)	Ortak Girişim (Y2)
		Paylaşılan Repertuvar (Y3)
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında katılım motivasyonlarının faktör yapısı 2, eylemde yer almanın faktör yapısı 3 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.13’te yer almaktadır:

Tablo 4. 13: H₁₋₄ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R _c)	R _c ²	Wilks' Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.678	0.850	0.516	90.757	0.000
2	0.212	0.047	0.955	-	-
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R _c ²	Artıklık Endeksi
Bağımlı değişkenler					
1			0.286	0.850	0.131
2			0.340	0.047	0.015
Bağımsız değişkenler					
1			0.600	0.850	0.275
2			0.400	0.047	0.018
Değişkenler			Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler					
Karşılıklı Katılım (Y1)			0.573	0.191	0.129
Ortak Girişim (Y2)			1.033	0.843	0.571
Paylaşılan Repertuar (Y3)			0.060	0.334	0.226
Bağımsız Değişkenler					
Bireysel Sonuç Beklentileri (X1)			0.969	0.998	0.676
Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri (X2)			0.074	0.451	0.306

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kanonik fonksiyonların sadece birincisi anlamlıdır. Bununla birlikte birinci bağımsız kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.275), paylaşılan varyans derecesi (0.600) ve korelasyon katsayısı (0.678) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için ortak girişimin (0.571) ve bağımsız kanonik değişken için bireysel sonuç beklentilerinin (0.998) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.13'te elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları ile eylemde yer alma arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; ortak girişimin parçası olma ile bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonları arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında kişilik (bağımsız değişken seti) ile eylemde yer alma (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin ($H_{1.5}$: Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilikleri ve eylemde yer almaları ‘katılım gösterme davranışları’ arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişken setleri Tablo 4.14’te yer almaktadır:

Tablo 4. 14: $H_{1.5}$ Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Kişilik Tipleri	Eylemde Yer Alma
	Uyumluluk ve Dışa Dönüklük (X1)	Karşılıklı Katılım (Y1)
	Sorumluluk (X2)	Ortak Girişim (Y2)
	Duygusal Denge (X3)	Paylaşılan Repertuvar (Y3)
	Akılcılık ve Yeniliklere Açıklık (X4)	
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında kişilik tiplerinin faktör yapısı 4, eylemde yer almanın faktör yapısı 3 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.15’te yer almaktadır:

Tablo 4. 15: $H_{1.5}$ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R_c)	R_c^2	Wilks’ Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.185	0.035	0.941	3.555	0.000
2	0.156	0.025	0.974	3.049	0.006
3	0.041	0.002	0.998	-	-
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R_c^2	Artıklık Endeksi
Bağımlı değişkenler					
1			0.334	0.035	0.011
2			0.302	0.025	0.007
3			0.364	0.002	0.001
Bağımsız değişkenler					
1			0.215	0.035	0.007
2			0.326	0.025	0.008
3			0.185	0.002	0.000

Tablo 4.15'in devamı

Değişkenler	Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler			
Karşılıklı Katılım (Y1)	0.736	0.673	0.124
Ortak Girişim (Y2)	0.355	0.156	0.029
Paylaşılan Repertuvar (Y3)	0.772	0.725	0.134
Bağımsız Değişkenler			
Uyumluluk ve Dışa dönüklük (X1)	0.873	0.665	0.123
Sorumluluk (X2)	0.747	0.542	0.100
Duygusal Denge (X3)	0.258	0.220	0.041
Akılcılık ve Yeniliklere Açıklık (X4)	0.258	0.277	0.051

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda üç adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kanonik fonksiyonların her ikisi de anlamlıdır. Bununla birlikte birinci bağımlı kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.275) ve korelasyon katsayısı (0.185) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için paylaşılan repertuvar (0.725) ve bağımsız kanonik değişken için uyumluluk ve dışa dönüklüğün (0.665) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.15'te elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında kullanıcıların kişilik tipleri ile eylemde yer almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sanal eylem topluluğunda paylaşılan repertuvar ile uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında yaşam tarzı (bağımsız değişken seti) ile eylemde yer alma (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H₁₋₆:Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzları ve eylemde yer almaları 'katılım gösterme davranışları' arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.16'da yer almaktadır:

Tablo 4. 16: H₁₋₆ Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	Eylemde Yer Alma
	Sade Yaşam İsteği (X1)	Karşılıklı Katılım (Y1)
	Tedbirli Satın Alma (X2)	Ortak Girişim (Y2)
		Paylaşılan Repertuvar (Y3)
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında gönüllü sade yaşam tarzının faktör yapısı 2, eylemde yer almanın faktör yapısı 3 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.17’de yer almaktadır:

Tablo 4. 17: H₁₋₆ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R_c)	R_c^2	Wilks' Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.417	0.210	0.822	23.888	0.000
2	0.072	0.005	0.995	-	-
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon			Paylaşılan Varyans Derecesi	R_c^2	Artıklık Endeksi
Bağımlı Değişkenler					
1			0.262	0.210	0.046
2			0.371	0.005	0.002
Bağımsız Değişkenler					
1			0.749	0.210	0.130
2			0.251	0.005	0.001
Değişkenler			Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler
Bağımlı Değişkenler					
Karşılıklı Katılım (Y1)			1.004	0.790	0.329
Ortak Girişim (Y2)			-0.530	-0.240	-0.100
Paylaşılan Repertuvar (Y3)			-0.246	-0.325	-0.135
Bağımsız Değişkenler					
Sade Yaşam İsteği (X1)			-0.922	-0.996	-0.415
Tedbirli Satın Alma (X2)			-0.115	-0.711	-0.296

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; kanonik fonksiyonlardan sadece birincisi anlamlıdır. Bununla birlikte

birinci bağımsız kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.130), paylaşılan varyans derecesi (0.749) ve korelasyon katsayısı (0.417) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için karşılıklı katılımın (0.790) ve bağımsız kanonik değişken için sade yaşam isteğinin (-0.996) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.17’de elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında kullanıcıların gönüllü sade yaşam tarzları ile eylemde yer almaları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sanal eylem topluluklarında eyleme karşılıklı katılım sağlama ile sade yaşam isteği arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği (bağımsız değişken seti) ile eylemde yer alma (bağımlı değişken seti) arasındaki ilişkileri ölçen hipotezin (H₁₋₇:Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ve eylemde yer alma ‘katılım gösterme davranışı’ arasında anlamlı bir ilişki vardır.) testi için yapılan analizlerde kullanılan bağımsız ve bağımlı değişken setleri Tablo 4.18’de yer almaktadır:

Tablo 4. 18: H₁₋₇ Hipotezine İlişkin İlişkin Bağımlı/Bağımsız Değişken Setleri

Değişkenler		
Modelde Yer Alan Değişkenler	Topluluk Kimliği	Eylemde Yer Alma
	İlişkisel Kimlik (X1)	Karşılıklı Katılım (Y1)
	Sosyal Kimlik (X2)	Ortak Girişim (Y2)
		Paylaşılan Repertuar (Y3)
Kanonik Korelasyon Elemanları	Bağımsız Değişken Bileşimi	Bağımlı Değişken Bileşimi
	Bağımsız Kanonik Değişken	Bağımlı Kanonik Değişken
	Kanonik Korelasyon	
	R_c^2	

Ölçüm aracında topluluk kimliğinin faktör yapısı 2, eylemde yer almanın faktör yapısı 3 boyutlu olarak ölçülmüştür. Değişkenler arasında gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4.19’da yer almaktadır:

Tablo 4. 19: H₁₋₇ Hipotezine İlişkin Gerçekleştirilen Analiz Sonuçları

Kanonik Korelasyon Analizinin Birleşik Uygunluk Ölçüleri					
Kanonik Fnk.	Kanonik Korelasyon Katsayısı (R _c)	R _c ²	Wilks' Lambda	F-istatistiği	Anlamlılık (p)
1	0.616	0.611	0.599	67.552	0.000
2	0.185	0.036	0.966	-	-
1. Kanonik Fonksiyona İlişkin Analiz Sonuçları					
Kanonik Fonksiyon		Paylaşılan Varyans Derecesi	R _c ²	Artıklık Endeksi	
Bağımlı Değişkenler					
1		0.358	0.611	0.136	
2		0.418	0.036	0.014	
Bağımsız Değişkenler					
1		0.329	0.611	0.125	
2		0.671	0.036	0.023	
Değişkenler		Kanonik Ağırlıklar	Kanonik Yükler	Çapraz Kanonik Yükler	
Bağımlı Değişkenler					
Karşılıklı Katılım (Y1)		1.007	0.988	0.608	
Ortak Girişim (Y2)		0.016	0.305	0.188	
Paylaşılan Repertuvar (Y3)		0.150	0.068	0.042	
Bağımsız Değişkenler					
İlişkisel Kimlik (X1)		0.895	0.604	0.372	
Sosyal Kimlik (X2)		0.848	0.541	0.333	

*p<0.05

Kanonik korelasyon analizi sonucunda iki adet fonksiyon elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; kanonik fonksiyonlardan sadece birincisi anlamlıdır. Bununla birlikte birinci kanonik fonksiyona ilişkin artıklık endeksi (0.130) ve korelasyon katsayısı (0.616) daha yüksek değerlere sahip olduğundan birinci kanonik fonksiyonun kullanılması gerekmektedir. Değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, bağımlı kanonik değişken için karşılıklı katılımın (0.988) ve bağımsız kanonik değişken için ilişkisel kimliğin (0.604) daha yüksek değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.19'da elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ile eylemde yer alma arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin varlığında ise; sanal eylem topluluklarında eyleme karşılıklı katılım sağlama ile ilişkisel kimlik arasındaki ilişkinin rolü, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha öne çıkmaktadır.

Yapılan kanonik korelasyon analizinin sonucunda; sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları, kişilik ve gönüllü sade yaşam tarzı değişkenleri ile topluluk kimliği ve eylemde yer alma değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu ilişkilerin yapısı incelendiğinde ise; **“bireylerin sade yaşama istekleri, topluluktan kendileri adına bekledikleri faydalar ve sahip oldukları uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi” ile topluluğun ortak kimliği arasındaki ilişkinin öne çıktığı belirlenmiştir.** Aynı zamanda **bireylerin kendileri adına bekledikleri faydalar ile sanal eylem topluluklarında ortak girişime dâhil olmaları** arasındaki ilişkinin rolünün, katılım motivasyonları ile eylemde yer alma arasındaki ilişkide öne çıktığı belirlenmiştir. Ayrıca **uyumlu ve dışa dönük kişilik tipine sahip olma ile sanal eylem topluluğunda üretilen çıktı** arasındaki ilişkinin rolünün, kişilik ile eylemde yer alma arasındaki ilişkide öne çıktığı belirlenmiştir. Öte yandan **sade yaşam isteğine sahip olma ile eyleme sanal platformlarda katılım sağlama** arasındaki ilişkinin rolünün, gönüllü sade yaşam tarzı ile eylemde yer alma arasındaki ilişkide öne çıktığı da tespit edilmiştir.

Son olarak, sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ile eylemde yer alma arasında da anlamlı bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir. Bu ilişkinin yapısı incelendiğinde ise; **kişilerarası gelişen ilişkiler ile sanal eylem topluluklarında katılım sağlama davranışı** arasındaki ilişkinin topluluk kimliği ile eylemde yer alma arasındaki ilişkide öne çıktığı görülmüştür.

4.3.2. İKİNCİ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ

Nihai faktör yapıları belirlendikten sonra, araştırmada ele alınan; “katılım motivasyonu, kişilik, yaşam tarzı değişkenlerinin boyutlarının, topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) değişkenlerinin boyutlarına etkisi”nin belirlenmesi için gerçekleştirilen analiz sürecinde öncelikle; kanonik korelasyon analizinde elde edilen kanonik fonksiyonlarda değişkenler arası etkide rolü en fazla olan bağımlı ve bağımsız kanonik değişkenler tespit edilmiştir. Ardından, belirlenen bu değişkenleri içeren bir yol diyagramı oluşturulmuştur. Yol analizinde değişkenler arasındaki etkiler yol katsayılarına göre belirlenmektedir. Yol kat sayıları

incelendiğinde; yol katsayısı 0,10 ve altında ise düşük, 0,10 ile 0,50 arasında ise orta düzeyde, 0,50'den büyük ise güçlü bir etki vardır (Suhr, 2008).

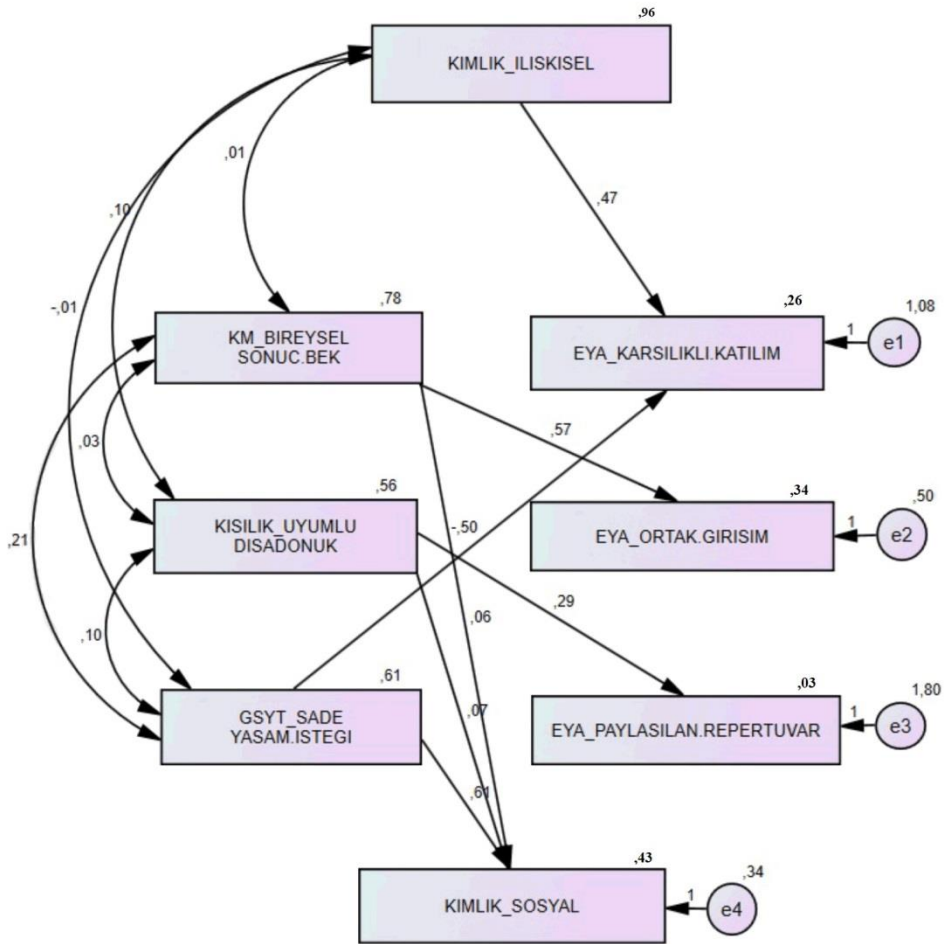
Yol analizi, iki veya daha fazla değişken arasındaki doğrudan ve dolaylı nedensel ilişkilerin test edilmesini sağlayan analizlerdir. Yol analizleri, birden çok etkinin aynı anda kolaylıkla değerlendirilmesine imkân tanımaktadır. Bu üstünlüğünden ötürü birden fazla regresyon analizine ihtiyaç duyulan araştırmalarda tercih edilmektedirler (Schumacker ve Lomax, 2004). Yol analizi ve çoklu regresyon analizi her ne kadar birbiri ile benzeşen istatistiksel teknikler olsalar da yol analizi sahip olduğu birtakım üstünlükler ile çoklu regresyon analizinden ayrılmaktadır. Bu üstünlükler arasında; birden fazla bağımlı değişkenin aynı anda test edilebilmesi, değişkenlerin diğer değişkenler ile durumlarına göre aynı anda hem bağımlı hem de bağımsız değişken olarak tanımlanabilmesi, gözlenen değişkenlerin ölçüm hatalarının gözetilmesi ve yol diyagramları sayesinde görselleştirilebilir olması sıralanabilir (Kline, 2011).

Karmaşık ve çok sayıda, bağımlı ve bağımsız değişkenin bir arada ele alındığı araştırmalarda, problemlerin çözümü için çoklu regresyon analizine kıyasla yol analizi daha etkin, doğru ve kolay bir teknik olarak tercih edilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2004). Bu nedenle araştırma değişkenlerinin, araştırma modelindeki etkilerinin araştırılması ve araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla gözlenen değişkenlerle yol analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz uygulanmadan önce yapılan Keşfedici Faktör Analizleri ile oluşturulan nihai faktör yapılarındaki ifadelerin ortalamaları alınmış ve analizde kullanılacak değişkenler oluşturulmuştur.

Yol analizi uygulanırken öncelikle katılım motivasyonları, kişilik, yaşam tarzı değişkenlerinin tüm alt boyutlarının topluluk kimliği ve eylemde yer alma değişkenlerinin alt boyutları üzerindeki etkisinin varlığı araştırılmış ve söz konusu değişkenlerin her birinin topluluk kimliği ile eylemde yer almayı farklı boyutlar açısından etkiledikleri tespit edilmiştir. Belirlenen kısmi etkilerin niteliği araştırılırken; kanonik korelasyon analizinde değişkenler arası ilişkilerde rol oynayan boyutlardan en çok öne çıkanlar seçilmiş (*Katılım Motivasyonları değişkeni için "Bireysel Sonuç Beklentileri" boyutu, Kişilik değişkeni için "Uyumlu ve Dışa Dönük*

Kişilik” tipi boyutu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı değişkeni için “Sade Yaşam İsteği” boyutu, Topluluk Kimliği değişkeninin tüm boyutları olan “İlişkisel ve Sosyal Kimlik” boyutları ile Eylemde Yer Alma değişkeninin tüm boyutları olan “Karşılıklı Katılım, Ortak Girişim, Paylaşılan Repertuvar” boyutları) ve bu boyutlar ile yol diyagramı oluşturulup değişkenler arasındaki ilişkide öne çıkan boyutların etki düzeyi tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında analiz sürecinde kullanılan yol diyagramı Şekil 4.1’deki gibidir:

Şekil 4.1: Analiz Sonuçlarını İçeren Yol Diyagramı



Yol analizinde; her bir yolun anlamlılığının değerlendirilmesi için t değerleri incelenmektedir. Yollar bağlamında etkiler %95 güvenirlik sınırları içinde değerlendirilmektedir (Kline, 2011). Anlamlı gelen t değerleri ($p < 0,05$) belirtilmektedir. Kanonik korelasyon analizinde öne çıkan değişken boyutlarının ele alındığı yol analizine ilişkin bulgulara Tablo 4.20’de yer verilmiştir:

Tablo 4. 20: Yol Analizinde Hesaplanan Etki Büyüklükleri ve t Değerleri

Bağımsız Değişken		Bağımlı Değişken	β	b	Hata	t	p	Sonuç
Bireysel Sonuç Beklentileri	→	Sosyal Kimlik	,070	,062	,027	2,342	,019	Kabul
Uyumluluk ve Dışa dönüklük	→	Sosyal Kimlik	,070	,072	,030	2,395	,017	Kabul
Sade Yaşam İsteği	→	Sosyal Kimlik	,614	,611	,030	20,090	***	Kabul
Sade Yaşam İsteği	→	Karşılıklı Katılım	-,327	-,504	,050	-10,000	***	Kabul
İlişkisel Kimlik	→	Karşılıklı Katılım	,381	,469	,040	11,676	***	Kabul
Bireysel Sonuç Beklentileri	→	Ortak Girişim	,576	,567	,030	18,650	***	Kabul
Uyumluluk ve Dışa dönüklük	→	Paylaşılan Repertuvar	,162	,294	,068	4,354	***	Kabul

* $p < 0,05$

Tablo 4.20 incelendiğinde, bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonlarının sosyal kimlik üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.070$, $t=2.342$, $p < 0.05$). Uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin sosyal kimlik üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.614$, $t=20.090$, $p < 0.05$). **Daha uyumlu ve dışa dönük bireyler toplulukta gelişen ortak kimliği daha çok benimseyebilmektedirler.** Sade yaşam isteğinin sanal eylem topluluklarında gelişen sosyal kimlik üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.614$, $t=20.090$, $p < 0.05$). **Sade yaşam isteğinde artış meydana geldikçe çevrimiçi platformlar aracılığı ile iletişim kurma talebinin artması sanal eylem topluluklarında sosyal kimliğin gelişmesine neden olabilmektedir.**

Sade yaşam isteğinin karşılıklı katılımı da bulunma davranışı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=-0.327$, $t=-10.000$, $p<0.05$). **Sade yaşam isteği arttıkça kendine yetme düşüncesi öne çıkmakta, bireyler sürdürülebilirlik ile ilgili üye oldukları topluluklar ile daha az işbirliği ve paylaşım yapmaktadırlar.** İlişkisel kimliğin sanal eylem topluluklarında karşılıklı katılımı da bulunma davranışı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.381$, $t=11.676$, $p<0.05$). **İlişkisel kimlikte meydana gelen olumlu değişim sanal eylem topluluklarında bireylerin karşılıklı katılımı da bulunmalarını nispeten arttırabilecektir.**

Yol analizi sonucunda, bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonlarının sanal eylem topluluklarında ortak girişim üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.576$, $t=18.650$, $p<0.05$). **Bireysel sonuç beklentileri arttıkça bireyler ortak girişimde meydana gelen olumlu değişimin sonucu olarak topluluğun faaliyet alanına ilişkin daha fazla fayda elde edebileceklerdir.**

Uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin toplulukta paylaşılan repertuar üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür (Standardize edilmiş $\beta=0.162$, $t=4.354$, $p<0.05$). **Uyumluluk ve dışa dönüklük arttıkça toplulukta paylaşılan repertuar nispeten zenginleşebilmektedir.**

Yapılan yol analizinin sonucunda, katılım motivasyonları (bireysel sonuç beklentileri), kişilik (uyumluluk ve dışa dönüklük) ile gönüllü sade yaşam tarzının (sade yaşam isteği); topluluk kimliği (sosyal kimlik) üzerindeki etkisi ve katılım motivasyonları (bireysel sonuç beklentileri), kişilik (uyumluluk ve dışa dönüklük), gönüllü sade yaşam tarzı (sade yaşam isteği) ile topluluk kimliğinin (ilişkisel kimlik) eylemde yer alma (karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar) üzerindeki etkisi test edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre katılım motivasyonları değişkeninin bireysel sonuç beklentileri, kişilik tipi değişkeninin uyumlu ve dışa dönük kişilik boyutu ve gönüllü

sade yaşam tarzı değişkeninin sade yaşam isteği boyutunun; topluluk kimliği değişkeninin boyutlarından sosyal kimliğe pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Topluluk kimliği değişkeninin boyutlarından ilişkisel kimliğin ise eylemde yer almanın boyutlarından karşılıklı katılıma pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Ayrıca eylemde yer alma değişkeninin karşılıklı katılım boyutuna, gönüllü sade yaşam tarzı değişkeninin sade yaşam isteği boyutunun negatif etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan eylemde yer alma değişkeninin boyutlarından ortak girişime bireysel sonuç beklentilerinin, paylaşılan repertuvara ise uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

4.3.3. ÜÇÜNCÜ GRUP ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ

Araştırma örneğinde yer alan katılımcıların kendi aralarında ortak paydaları olmakla birlikte katılım motivasyonları, kişilikleri ve yaşam tarzları bakımından birbirlerinden ayırabilecekleri öngörülmüştür. Bu düşünceden yola çıkarak; katılımcıların birbirlerinden farklı kümeler oluşturup oluşturmadıklarını görebilmek adına Kümeleme Analizi yapılmıştır.

Çok değişkenli istatistiksel tekniklerden birisi olan Kümeleme Analizi, grup sayısı bilinmeyen ve gruplandırılmamış verilerin benzerliklerine göre sınıflandırılması amacıyla kullanılmaktadır. Belirli bireyler, ürünler ve nesnelere benzerliklerine göre anlamlı alt gruplarda bir araya getirmek için kullanılan bir analitik teknik olan Kümeleme Analizi daha ileri analizler için temel oluşturmaktadır. Kümeleme Analizi verilerin birimlere veya değişkenlere göre birbirlerine benzerlikleri bakımından ayrık kümelerde toplanmasını sağlayan bir tekniktir. Kümeleme Analizinde elde edilen her bir küme kendi içerisinde homojen ve diğer kümeler ile heterojendir. Kümeler içinde yer alan birimler birbirlerine yakın, farklı kümeler birbirlerinden uzaktır. Kümeleme Analizi birbirine benzer olan bireylerin aynı gruplarda toplanmasını amaçlaması bakımından Diskriminant Analizi ile değişkenlerin aynı gruplarda toplanmasını amaçlaması nedeniyle de faktör analizi ile benzerlik göstermekte olup veri indirgeme özelliğine sahiptir (Çakmak, 1999).

Kümeleme Analizi yapılırken öncelikle birimler arasında var olan benzerliklerin tespiti için kullanılacak ölçütler ve değişkenler belirlenir. Ardından belirlenen ölçütler ve değişkenlere göre birimler kendi aralarında kümelenir. Oluşturulan kümelerin uygunluğu test edilir. Kümelerin uygunluğu varsayımı altında elde edilen sonuçların istatistiki geçerlilikleri ortaya konur (Bülbül vd., 2009).

Kümeleme Analizi gerçekleştirilirken kümeleme işlemi iki şekilde yapılır: Hiyerarşik kümeleme ve hiyerarşik olmayan kümeleme. Hiyerarşik kümelemenin en etkin ve yaygın yöntemlerinden hiyerarşik yığılmacı kümeleme yönteminde; tüm gözlemler tek bir kümede toplanıp aykırı gözlemler kümeden ayrılıp başka kümeler oluşturulur. Bu yöntem, gözlemlerin kaç küme altında toplanacağına kendisi karar verebilir. Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemi; okunuşu ve yorumlanışının kolay olması açısından avantajlı ve güvenilirliğinin az olması ve sabit olmayışı açısından dezavantajlıdır. Söz konusu gerekçeler ve küme sayısını belirleme esnekliği tanınması sebebi ile araştırmada; hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri arasında öne çıkan k-ortalamar kümeleme yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. K-ortalamar kümeleme yöntemi (K-means clustering) yapılırken önce küme sayısı belirlenir, kümeler için tipik birer gözlem belirlenip benzer gözlemlerin bu gözlemin etrafında kümelenmesi sağlanır. Bu esnada yapılan ANOVA türevi testler ise kümeleri oluşturan gözlemlerin araştırma değişkenlerine göre ortalamalarına bakar ve değişkenlerin kümeler açısından farklılıklarına ilişkin tanımlayıcı özellikleri sunar. Bununla birlikte, analiz gerçekleştirilirken işlemlerin minimum 10 defa tekrarlanması, yakınsama kriterinin 0-1 arasında olması, kümelerdeki birim sayılarının eşit yahut makul denebilecek ölçüde birbirine yakın sayıda olması beklenmektedir (Nakip, 2013).

Araştırmaya katılan katılımcıların katılım motivasyonu, kişilik ve yaşam tarzı puanlarına göre hiyerarşik olmayan kümeleme analizi yöntemi (K-Means yöntemi) kullanılmıştır. İstatistiksel olarak anlamlılık test edildikten sonra kümelerin ayırt edici ve tanımlayıcı özelliklerini belirlemek amacıyla, elde edilen kümeler ile araştırmanın sosyo-demografik değişkenleri ve üyelik bilgileri arasında ki-kare

analizleri uygulanmıştır (Nakip, 2013). Ardından kümelerin topluluk kimliğine ve eylemde yer almaya (katılım gösterme davranışına) göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin karşılaştırma yapılmıştır.

K-ortalamar kümelemesi yöntemi uygulanırken uygun küme sayısını belirlemek için ikili, üçlü, dördü ve beşli küme grupları uygulanmış, değerlendirilmiş ve sonuçları karşılaştırılmıştır. Kümelerin birbirlerinden uzaklıkları, kümeler içerisinde yer alan birim sayıları ve kümeleri ayırıştırıcı belirleyici özellikler gözetilerek en uygun küme sayısının üç olduğu belirlenmiştir. Kümeleme Analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.21’de yer almaktadır:

Tablo 4. 21: Kümeleme Analizi Sonuçları

Ölçek ve Boyutları		Küme Merkezleri			F	p
		Küme 1	Küme 2	Küme 3		
Katılım Motivasyonu	Bireysel Sonuç Beklentileri	3.95	2.81	4.03	249.333	0.000
	Topluluk ile İlgili Sonuç Beklentileri	4.26	3.66	4.44	89.412	0.000
Kişilik	Uyumluluk ve Dışa Dönüklük	3.44	3.94	4.56	194.948	0.000
	Sorumluluk	3.68	3.51	4.05	23.831	0.000
	Duygusal Denge	2.29	3.12	3.89	219.057	0.000
	Akıcılık ve Yeniliklere Açıklık	3.25	3.88	4.11	60.062	0.000
Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	Sade Yaşam İsteği	4.47	3.73	4.64	127.845	0.000
	Tedbirlili Satın Alma	4.43	3.73	4.53	186.697	0.000
Küme Sayısı (n)		206	253	241		
Katılımcılara Oranı (%)		29.4	36.1	34.4		

*p<0.05

Elde edilen üçlü küme yapısına göre, Küme 1’in 206 (29.4%), Küme 2’nin 253 (36.1%) ve Küme 3’ün 241 (34.4%) kişiden oluştuğu bulunmuştur. Üçlü küme yapısı üzerinden yapılan değerlendirilmelerde dendrogram grafikleri ve çoklu varyans F testi sonuçları da gözetilmiş ve küme yapılarının geçerlikleri sınanmıştır. Analiz kapsamında ele alınan değişkenlere göre belirlenen kümelerin birbirinden farklılık gösterip göstermediğine ilişkin hesaplanan F istatistiklerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (p<0.05). Tabloda yer alan bulgulara göre; kümelerin bireyler arasındaki maksimum farklılıklar temelinde oluştuğu, yani kümelerin kendi

içlerinde homojen, diğer kümeler ile heterojen bir yapıda oldukları belirlenmiştir. Bu doğrultuda ele alınan değişkenler için Kümeleme Analizinin yapılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin oluşturdukları kümeler belirlendikten sonra bu kümelerin ayırt edici ve tanımlayıcı özelliklerini belirlemek amacıyla elde edilen kümeler ile üyelerin topluluklara ilişkin üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özellikleri arasında ki-kare analizleri uygulanmış, elde edilen farklılaştırıcı değişkenler Tablo 4.22’de raporlanmıştır:

Tablo 4. 22: Üyelik Bilgilerine ve Sosyo-Demografik Özelliklere İlişkin Detaylı Ki-Kare Analizi Sonuçları

	Küme 1	Küme 2	Küme 3	X ²	p
	n=206	n=253	n=241		
Sürdürülebilirlik İle İlgili Faaliyet Gösteren Sanal Eylem Toplulukları Arasında En Sık Takip Edilen Topluluk Türü				344.145	0.000*
Aromaterapi, Homeopati, Agro-homeopati	11	60	22		
Organik Tarım, Bahçecilik, Hayvancılık, Arıcılık	47	4	39		
Sürdürülebilir Yapılar	15	67	5		
Geleneksel Sanatlar	29	22	35		
Doğa-Nefes Terapisi, Yoga, Reiki, Hikâye Anlatıcılığı gibi Yaşam Pratikleri	29	3	56		
Alternatif Eğitim Kampları	26	21	34		
Takas, İkinci El Organizasyonları	42	0	45		
Hasat Turizmi, Eko-turizm	7	76	5		
Üye Olma Şekli				19.221	0.004*
İnternette gezinirken	59	80	92		
Tanıdık tavsiyesi ile	51	69	60		
Grubun bir etkinliğine katılarak	58	40	54		
Dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile	38	64	35		
Üyelik Süresi				57.492	0.000*
6 aydan az	34	65	42		
6 ay-1 yıl arası	63	127	71		
2-3 yıl arası	72	42	94		
4 yıl ve üzeri	37	19	34		

Tablo 4.22'nin devamı

	Küme 1	Küme 2	Küme 3	X ²	p
	n=206	n=253	n=241		
Sağlık Probleminin Varlığı				3.742	0.154
Evet	134	144	153		
Hayır	72	109	88		
Cinsiyet				14.935	0.001*
Kadın	117	144	173		
Erkek	89	109	68		
Yaş				31.161	0.000*
34 ve altı	33	71	66		
35-44	86	118	112		
45-54	45	48	33		
55 ve üstü	42	16	30		
Medeni Hal				4.037	0.133
Bekâr	58	91	87		
Evli	148	162	154		
Çocuk Sahipliği Durumu				3.913	0.141
Evet	131	149	131		
Hayır	75	104	110		
Eğitim Durumu				77.957	0.000*
İlkokul/Ortaokul/İlköğretim	22	1	19		
Lise	44	10	49		
Ön Lisans	12	11	17		
Lisans	103	165	115		
Yüksek Lisans	13	38	29		
Doktora	12	28	12		
Meslek				95.660	0.000*
Özel sektör çalışanı	42	93	35		
Kamu kurumu çalışanı	21	52	35		
Serbest meslek	37	57	49		
Esnaf/Sanatkâr	29	18	43		
Emekli	27	11	14		
Öğrenci/işsiz	5	6	14		
Ev hanımı	27	8	19		
Çiftçi	18	8	32		
Aylık Hane Geliri				31.613	0.002*
3000TL ve altı	7	3	9		
3001-4500TL	19	20	29		
4501-6000TL	73	54	82		
6001-7500TL	30	69	47		
7501-9000TL	39	47	41		
9001-10500TL	17	26	16		
10501TL ve üzeri	21	34	17		

Elde edilen bulgulara göre, kümelerin, özellikle *sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem toplulukları arasında en sık takip edilen topluluk türü, üye olma şekli, üyelik süresi, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek ve aylık hane geliri* değişkenleri açısından ayrıştığı ve tanımlayıcı özelliklere sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 4. 23: Ki-Kare Analizi Sonuçlarına Göre Üyelik Bilgileri ve Sosyodemografik Özelliklere İlişkin Anlamlı Farklılıklar

	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	Takipçiler
N	206 29.4%	253 36.1%	241 34.4%
Sürdürülebilirlik İle İlgili Faaliyet Gösteren Sanal Eylem Toplulukları Arasında En Sık Takip Edilen Topluluk Türü	Organik Tarım, Bahçecilik, Hayvancılık, Arıcılık	Aromaterapi, Homeopati, Agro-homeopati, Sürdürülebilir Yapılar, Hasat Turizmi, Ekoturizm	Geleneksel Sanatlar, Doğa-Nefes Terapisi, Yoga, Reiki, Hikâye Anlatıcılığı gibi Yaşam Pratikleri, Alternatif Eğitim Kampları
Üye Olma Şekli	Grubun bir etkinliğine katılarak	Tanıdık tavsiyesi ile, Dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile	İnternette gezinirken
Üyelik Süresi	4 yıl ve üzeri	6 aydan az, 6 ay-1 yıl arası	2-3 yıl arası
Cinsiyet	Kadın	Kadın, Erkek	Kadın
Yaş	35-44, 45-54	34 ve altı, 35-44	34 ve altı, 35-44
Eğitim Durumu	Lisans, Lise	Lisans, Yüksek Lisans	Lisans, Lise
Meslek	Özel sektör çalışanı, Serbest meslek	Özel sektör çalışanı, Kamu kurumu çalışanı, Serbest meslek	Serbest meslek, Esnaf/Sanatkâr
Aylık Hane Geliri	4501-6000TL	6001-7500TL	4501-6000TL

*p<0.05, **Ki-kare analizi

Tablo 4.23'e göre üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özelliklerine göre Küme 1'de yer alan katılımcılar yani "Çekirdekte Yer Alanlar" daha çok; *organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık ile ilgili sanal eylem topluluklarını takip eden, grubun bir etkinliğine katılarak sanal eylem topluluğuna üye olan, 4 yıl ve üzeri süredir topluluktaki üyeliği devam eden, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, serbest meslek sahibi, lise veya lisans mezunu olan, 35-54*

yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Çekirdekte Yer Alanlar'ın özellikleri bir arada değerlendirildiğinde; tarımın (doğası gereği) yıl boyunca sürekli bir şekilde ilgi ve çaba gerektiren bir faaliyet konusu olması nedeni ile sürekli paylaşımda bulunmayı gerektirmesinin yanı sıra organik tarım odaklı bir araya gelen bu bireylerin uzun süredir topluluğa üye olmaları ve aktif bir şekilde etkinliklere katılım sağlamaları gibi özelliklerinden dolayı sanal eylem topluluklarına katılım düzeylerinden çekirdek grubun özelliklerini taşıdıkları söylenebilir. Çekirdekte Yer Alanlar çoğunlukla kendileri ve ailelerinden öte toplumun, doğanın, yaşamın sürdürülebilirliği ile ilgili kaygı duyan, çevre konusunda daha hassas ve idealist bireylerden oluşmaktadır.

Sanal eylem topluluklarına katılım düzeylerinden aktif üyelerin katılım düzeyleri her ne kadar çekirdek grupta yer alan üyeler gibi yoğun olsa da bu grupta yer alan üyeler sıklıkla paylaşımda bulunan ancak henüz müdavim hâline gelmemiş üyelerden oluşmaktadır. Buradan yola çıkarak; Küme 2'de yer alanların katılım düzeylerinden aktif grupta yer alan üyelerin özelliklerini sergiledikleri görülmektedir. "Etkinlikçiler" olarak adlandırılan Küme 2; daha çok; aromaterapi, homeopati, agro-homeopati, sürdürülebilir yapılar, hasat turizmi, eko-turizm ile ilgilenen, tanıdık tavsiyesi veya bir dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile topluluğa üye olan, üyeliği 6 aydan az veya 6 ay-1 yıl arasında olan, 6001-7500TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, kamu kurumu çalışanı veya serbest meslek sahibi olan, lisans veya yüksek lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan erkek ve kadınlardan oluşmaktadır. Bu grupta diğer gruplara göre gelir durumu ve eğitim düzeyi diğer gruplara göre daha iyi bireyler yer almaktadır. Aynı zamanda "Etkinlikçiler" olarak adlandırılan Küme 2'de yer alanlar daha çok bireyci tutuma sahip, bu doğrultuda belirli konularda eğitimler alıp aldıkları eğitimler doğrultusunda kendi kullandıkları ürünleri üreten ve faaliyet gösterenlerden oluşmaktadır.

Son olarak "Takipçiler" olarak adlandırılan Küme 3'ün daha çok; geleneksel sanatlar, doğa-nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı gibi yaşam pratikleri, alternatif eğitim kampları ile ilgilenen, internette gezinirken topluluğa üye olan, üyeliği 2-3 yıl arası olan, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, serbest

meslek sahibi veya esnaf/sanatkâr olan, lise veya lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan kadınlardan oluştuğu düşünüldüğünde; bu grupta yer alanların çevresel grupta yer alan üyelerin özelliklerini sergiledikleri görülmektedir. Takipçiler, “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’de yer alanlara göre; topluluklarında daha uzun süredir üye olsalar da ilgi alanları Etkinlikçilere nazaran daha az paylaşım yapılmasını gerektirdiğinden katılım düzeyleri daha yüzeyseldir ve etkinliklere daha az katılıp daha az paylaşım yapmaktadırlar.

Araştırmada, ilerleyen süreçte, Kümeleme Analizlerinde elde edilen kümelere göre farklı katılım motivasyonu, kişilik ve yaşam tarzı düzeyine sahip olan bireyleri topluluk kimliği ve eylemde yer alma açısından birbirinden ayıran önemli değişkenleri belirlemek amacıyla Diskriminant Analizi yapılmıştır.

Çoklu ayırma analizi, önceden sınıflandırılmış iki veya ikiden fazla kümeyi birbirinden ayırıştırarak unsurları belirlemek için yapılan bir analiz yöntemidir. Analizde kullanılan değişkenler; bağımlı (kriter) ve bağımsız (tahmin edici) değişkenler olarak ikiye ayrılır. Önceden sınıflandırılmış olan kümeleri (bağımlı değişkenler-kategorik, metrik olmayan-en az üç şıklı) birbirinden en iyi ayıran değişkenlerin (bağımsız değişkenler-metrik, oranlı veya aralıklı) ayırma fonksiyonlarının belirlendiği çoklu ayırma analizinde, bağımsız değişkenler açısından kümeler arasında farklılık olup olmadığı test edilir. Kümeler arasındaki farklılığı en iyi belirleyen bağımsız değişken belirlenir.

Kümeleme Analizi ile elde edilen üçlü küme yapısı değerlendirildikten sonra; ortaya çıkan kümeleri ayırt etmede kullanılan değişkenlerin topluluk kimliği ve eylemde yer alma açısından belirlenmesi amacı ile çoklu ayırma analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda, elde edilen kümeler bağımlı değişken, kümeleme yapılırken analize dâhil edilen değişkenler ise bağımsız değişken olarak tanımlanmış ve çoklu ayırma analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. 24: Diskriminant Fonksiyonu, Wilks' Lambda ve Eigenvalue Değerleri

Fonk.	Özdeğer	Varyansın Yüzdesi	Küm. %	Kanonik Korelasyon	Wilks' Lambda	Ki-Kare	sd	p
1	0.470	97.1	97.1	0.566	0.671	277.474	10	0.000
2	0.014	2.9	100.0	0.117	0.986	9.531	4	0.049

*p<0.05

Anlamlılık test edilerek, bağımsız değişkenlerin her birinin kümeleri ayırt ederken kullanılmasının istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($p<0.05$). Ardından, bu değişkenlerin, iki ayırma fonksiyonu ile tahmin denklemi oluşturduğu belirlenmiştir. Elde edilen ayırma fonksiyonlarının özdeğerleri 0.470 ve 0.014 olarak hesaplanmıştır. Diskriminant Analizi sonucunda elde edilen kanonik diskriminant fonksiyonu Tablo 4.24'te yer almaktadır. Tablo 4.24'e göre toplam varyansın %97.1'i kanonik diskriminant fonksiyon 1 tarafından açıklanmaktadır. Wilk's Lambda değeri ile diskriminant fonksiyonunun ayırıcı gücünün istatistiksel olarak anlamlılığı test edilmektedir. Buna göre Tablo 4.24' te yer alan kanonik diskriminant fonksiyonu istatistiksel olarak anlamlıdır. Farklı kümelere yer alan bireyler için topluluk kimliği ve eylemde yer alma fonksiyonlarına ilişkin farklılıklar tespit edilmiştir. Birinci ve ikinci özdeğerin ayırma gücü önemli düzeyde yüksektir. Bu bağlamda farklılığa hangi değişkenlerin sebep olduğunu ve bu değişkenlerin bireyleri ayırtırmadaki istatistiksel önemini tespit etmek amacıyla; topluluk kimliği ve eylemde yer almanın boyutlarının Wilk's Lambda değerleri ve F testi değerleri incelenmiştir. Söz konusu değerler Tablo 4.25'te yer almaktadır:

Tablo 4. 25: Diskriminant Analizindeki Değişkenlerin Test Sonuçları

Değişkenler	Wilks' Lambda	F	p
Karşılıklı Katılım	0.968	11.402	0.000
Ortak Girişim	0.890	43.092	0.000
Paylaşılan Repertuvar	0.979	7.512	0.001
İlişkisel Kimlik	0.988	4.401	0.013
Sosyal Kimlik	0.820	76.366	0.000

*p<0.05

Tablo 4.25’te her bir değişkenin Wilks’ Lambda değeri ve F testi ile istatistiksel anlamlılık düzeyi yer almaktadır. Buna göre farklı küme düzeyine sahip bireyleri ayırıştırımda karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuvar, ilişkişel kimlik ve sosyal kimlik değişkenleri etkili olmaktadır ve karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuvar, ilişkişel kimlik ve sosyal kimlik boyutları bakımından katılımcıların topluluk kimliği ve eylemde yer almaları farklılık göstermektedir.

Çoklu ayırma analizi sonucunda elde edilen ayırma fonksiyonlarına ilişkin yapı matrisi değerleri Tablo 4.26’da yer almaktadır:

Tablo 4. 26: Çoklu Ayırma Analizi Sonucunda Elde Edilen Yapı Matrisi

Değişkenler	Fonksiyon	
	1	2
Sosyal Kimlik (Topluluk Kimliği)	0.682*	0.164
Ortak Girişim (Eylemde Yer Alma)	0.511*	0.276
İlişkişel Kimlik (Topluluk Kimliği)	0.102	0.747*
Paylaşılan Repertuvar (Eylemde Yer Alma)	0.179	0.682*
Karşılıklı Katılım (Eylemde Yer Alma)	-0.254	0.415*

Tablo 4.26’da yer alan değerler, ayırma analizinde kullanılan değişkenlerin ayırma fonksiyonları ile ilişki değerlerini (yük değeri) içermektedir. Tablo 4.26’da yer alan yapı matrisine göre, birinci fonksiyonun en önemli değişkeni sosyal kimlik; ikinci fonksiyonun en önemli değişkeni ise ilişkişel kimliktir. Birinci fonksiyonun içeriğindeki değişkenlerin; topluluğun kendisine dair sosyal paylaşıma, ikinci fonksiyonun içeriğindeki değişkenlerin ise daha çok topluluğun ilgi alanına odaklı olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 4. 27: Kümelerin Topluluk Kimliği ve Eylemde Yer Almaya Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Çekirdekte Yer Alanlar		Etkinlikçiler		Takipçiler	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
Karşılıklı Katılım	2.59	1.25	3.09	0.98	2.71	1.33
Ortak Girişim	3.47	0.87	2.92	0.76	3.56	0.84
Paylaşılan Repertuvar	3.03	1.40	2.85	1.33	3.32	1.33
İlişkisel Kimlik	3.55	1.03	3.54	0.92	3.77	0.99
Sosyal Kimlik	3.83	0.65	3.18	0.87	3.90	0.54

Tablo 4.27'ye göre eylemde yer almanın boyutları olan karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan repertuvar ile topluluk kimliğinin boyutları olan ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik oluşan kümelere göre farklılaşmaktadır.

Tablo 4. 28: Diskriminant Analizi Sonucu Elde Edilen Fonksiyonların Grup Merkezleri

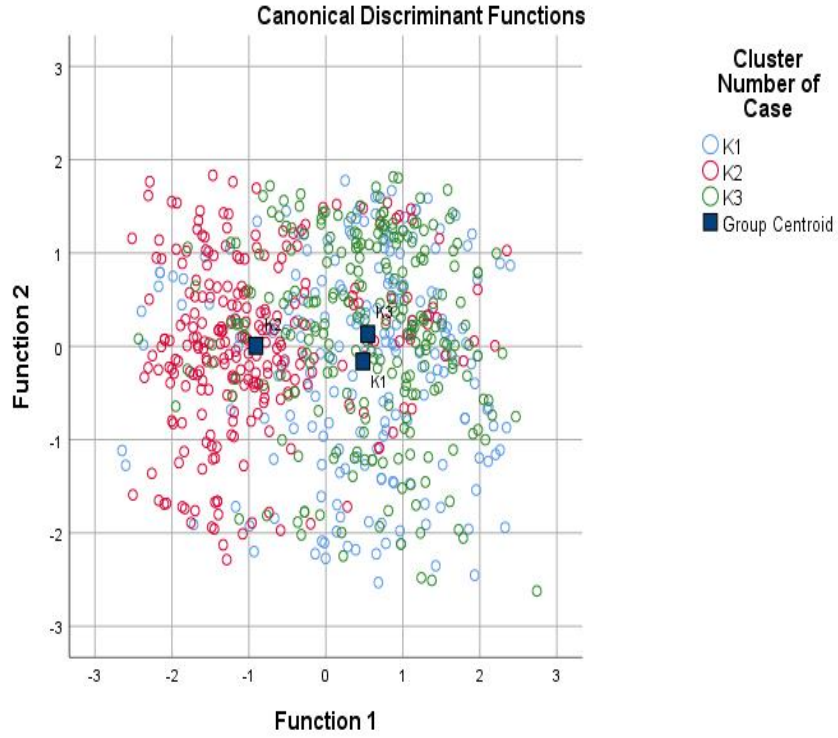
			Tahmini Grup Üyeligi			Toplam
			Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	Takipçiler	
Orjinal Grup Üyeligi	Sayı	Küme 1	63	43	100	206
		Küme 2	11	204	38	253
		Küme 3	50	48	143	241
	%	Küme 1	30.6	20.9	48.5	100.0
		Küme 2	4.3	80.9	15.0	100.0
		Küme 3	20.7	19.9	59.3	100.0
Toplam		124	295	281	700	

*Doğru Sınıflandırma Oranı: %58.6

Diskriminant Analizi sonucu elde edilen diskriminant fonksiyonu doğrultusunda “Çekirdekte Yer Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1’de olan 206 kişiden %30.6’sı, “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’de olan 253 kişiden %80.9’u ve “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3’te olan 241 kişiden %59.3’ü doğru sınıflandırılmıştır. Yani doğru sınıflandırma oranı %58.6’dır. Dolayısıyla elde edilen diskriminant fonksiyonu ile herhangi bir kişi %58.6 ihtimalle kümelerdeki kişilerin oluşturduğu gruplara doğru olarak atanmaktadır.

Ek olarak, analizde belirlenen ayırma fonksiyonları ile bu fonksiyonlar açısından küme merkezlerinin kümeleri ayrıştırma seviyesini gösteren grafik Şekil 4.2’de yer almaktadır:

Şekil 4.2: Ayırma Fonksiyonlarının Kümeleri Ayrıştırma Seviyesi



Şekil 4.2 değerlendirildiğinde, özellikle birinci ayırma fonksiyonunun “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2 ile diğer kümeleri önemli derecede ayırt ettiği; ikinci ayırma fonksiyonunun ise “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3 ile “Çekirdekte Yer Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1’i ayırt ettiği görülmüştür. Buna göre “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2 ile diğer kümeler arasındaki önemli ayrımın topluluğa ilişkin sosyal paylaşım üzerine olduğu; “Çekirdekte Yer Alanlar” ile “Takipçiler” arasındaki ayrımın ise topluluğun ilgi alanı hakkında olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem topluluklarında, kullanıcıların kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarına göre oluşan grupların; topluluk kimliği ve eylemde yer alma açısından karşılaştırılmasında F (ANOVA) Testi uygulanmıştır. Yapılan analizi desteklemek amacıyla Scheffe Testi yapılarak topluluk kimliği ve eylemde yer almanın kümeler özelinde nasıl farklılaştıkları incelenmiştir.

Tablo 4. 29: Kümelere Göre Topluluk Kimliği ve Eylemde Yer Almaya İlişkin ANOVA Tablosu

		SS	sd.	MS	F	p
Karşılıklı Katılım	Gruplar arası	32.241	2	16.121	11.402	0.000
	Gruplar içi	985.430	697	1.414		
	Total	1017.671	699			
Ortak Girişim	Gruplar arası	57.915	2	28.957	43.092	0.000
	Gruplar içi	468.373	697	0.672		
	Total	526.287	699			
Paylaşılan Repertuvar	Gruplar arası	27.309	2	13.654	7.512	0.001
	Gruplar içi	1266.852	697	1.818		
	Total	1294.161	699			
İlişkisel Kimlik	Gruplar arası	8.395	2	4.197	4.401	0.013
	Gruplar içi	664.741	697	0.954		
	Total	673.136	699			
Sosyal Kimlik	Gruplar arası	75.947	2	37.974	76.366	0.000
	Gruplar içi	346.590	697	0.497		
	Total	422.537	699			

*p<0.05

Tablo 4.29’ da her bir değişkenin kümelere göre ANOVA sonuçlarının istatistiksel anlamlılık düzeyi görülmektedir. Buna göre farklı küme düzeylerine sahip bireylere göre karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuvar, ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik değerleri farklılık göstermektedir. Karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuvar, ilişkisel kimlik ve sosyal kimliğin hangi kümelere nasıl farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe Testine ilişkin bulgular Tablo 4.30’da yer almaktadır:

Tablo 4. 30: Kümelere İlişkin Scheffe Testi

	(I) Küme	(J) Küme	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	p
Karşılıklı Katılım	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	-0,502(*)	0.112	0.000
		Takipçiler	-0.126	0.113	0.536
	Etkinlikçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	0.502(*)	0.112	0.000
		Takipçiler	0.376(*)	0.107	0.002
	Takipçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	0.126	0.113	0.536
		Etkinlikçiler	-0.376(*)	0.107	0.002
Ortak Girişim	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	0.544(*)	0.077	0.000
		Takipçiler	-0.093	0.078	0.491
	Etkinlikçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	-0.544(*)	0.077	0.000
		Takipçiler	-0.637(*)	0.074	0.000
	Takipçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	-0.093	0.078	0.491
		Etkinlikçiler	0.637(*)	0.074	0.000
Paylaşılan Repertuar	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	0.182	0.127	0.355
		Takipçiler	-0.286	0.128	0.084
	Etkinlikçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	-0.182	0.127	0.355
		Takipçiler	-0.468(*)	0.121	0.001
	Takipçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	0.286	0.128	0.084
		Etkinlikçiler	0.468(*)	0.121	0.001
İlişkisel Kimlik	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	0.017	0.092	0.984
		Takipçiler	-0.221	0.093	0.059
	Etkinlikçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	-0.017	0.092	0.984
		Takipçiler	-0.238(*)	0.088	0.026
	Takipçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	0.221	0.093	0.059
		Etkinlikçiler	0.238(*)	0.088	0.026
Sosyal Kimlik	Çekirdekte Yer Alanlar	Etkinlikçiler	0.645(*)	0.066	0.00
		Takipçiler	-0.064	0.067	0.630
	Etkinlikçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	-0.645(*)	0.066	0.000
		Takipçiler	-0.713(*)	0.063	0.000
	Takipçiler	Çekirdekte Yer Alanlar	0.064	0.067	0.630
		Etkinlikçiler	0.713(*)	0.063	0.000

*p<0.05

Tablo 4.30’da yer alan bulgulara göre; “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’deki bireylerin karşılıklı katılım düzeyleri “Çekirdekte Yer Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1 ve “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3’tekilerden yüksektir. Aslında Çekirdek Grupta Yer Alan üyelerin katılım sıklıkları da Etkinlikçiler de olduğu gibi yoğundur. Burada iki grup arasında Etkinlikçilerin paylaşımlarının daha yoğun olması ilgi alanından dolayı katılımın niteliğinin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Çekirdekte yer alanlar, diğer gruplara göre ilgi duydukları konuda (*organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık*) daha bilgilidirler ve topluluktaki paylaşımları da rutin hâle gelmiştir. Diğer bir yandan Etkinlikçiler, henüz müdavim hâline gelmemişlerdir ve topluluğun ilgi alanına merak duymaktadırlar. Bu grupta yer alanlar, daha ziyade, gündelik hayatın yeniden biçimlendirilmesini gerektirecek şekilde tüketim ürün ve biçimlerinin değişmesini sağlayacak “*aromaterapi, homeopati, agro-homeopati, sürdürülebilir yapılar, hasat turizmi, eko-turizm*” ile ilgilenenlerden oluşurlar. Bu nedenle öncelikli olarak öğrenme, daha sonrasında ise ticari ilişki temelinde gerçekleşen ilişkiler kurmaktadır.

Çekirdekte Yer Alanlar ve Takipçiler’in ortak girişim düzeyleri Etkinlikçiler’den yüksektir. “*Organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık*” ile ilgili bireysel ve toplumsal çabalar zaman zaman büyük uluslararası şirketlerin tahakkümündeki tohum, zirai ilaç ve kimyasal gübre gibi büyük pazarlar ile ilgili olduğundan çoğunlukla hükümet temsilcileri yahut söz konusu şirketlerin yetkilileri tarafından takip edilip denetlenmektedir. Bu nedenle Çekirdekte Yer Alanların, ilgi alanları gereği diğer üyelere karşı daha fazla güven beklentisi vardır. Aynı zamanda bu grupta yer alanlar için karşılıklı hesap verebilirlik önemlidir.

Scheffe Testi’nden elde edilen bulgulara göre; Takipçiler’in paylaşılan repertuar düzeyleri Etkinlikçiler’den yüksektir. Bu bulgular, daha önce yapılan Ki-kare analizinden elde edilen bulgular ile çelişmektedir. Takipçiler’in ilişkisel kimlik düzeyleri Etkinlikçiler’den daha yüksektir. Etkinlikçiler çoğunlukla ilgi alanına dair merak duyup öğrenme çabası içerisinde olanlardan oluştuğu için bu grupta yer alanlar daha çok eğitimlerde bir araya gelirler. Takipçiler ise “*geleneksel sanatlar,*

doğa-nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı gibi yaşam pratikleri, alternatif eğitim kampları” ile ilgilenenlerden oluştuklarından daha çok sosyal etkinlikler ve festivallerde bir araya gelirler ve aynı ilgi alanına merak duyan diğer bireyler ile tanışıp deneyimlerini paylaşırlar. Bu nedenle ilişki kurma ve bu ilişkileri sürdürme eğilimleri Etkinlikçiler’e nazaran daha fazla olmaktadır. Bu durumu destekler şekilde Takipçiler’in sosyal kimlik düzeyleri de Etkinlikçiler’den yüksektir. Çekirdekte Yer Alanlar ise tohum takası, ekim ve dikim etkinlikleri gibi ortak organizasyonlara katılıp uzun süredir birbirini tanıyan ve birbirine güvenen müdavimlerden olmaktadır. Bu nedenle Çekirdekte Yer Alanlar’ın da sosyal kimlik düzeyleri Etkinlikçiler’den yüksek olmaktadır.

Tablo 4. 31: Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Özet Tablo

Hipotezler		Desteklenme Durumu
H ₁₋₁	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₂	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₃	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzları ve topluluk kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₄	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₅	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının kişilik tipleri ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₆	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının yaşam tarzları ve eylemde yer almaları (katılım gösterme davranışları) arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₇	Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H ₁₋₈	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının bireysel sonuç beklentileri, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₉	Sanal eylem topluluklarında uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₀	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının sade yaşam isteği, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliği etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₁	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının sade yaşam isteği, sanal eylem topluluklarında karşılıklı katılımı etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₂	Sanal eylem topluluklarında ilişkisel kimlik, sanal eylem topluluklarında karşılıklı katılımı etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₃	Sanal eylem topluluk kullanıcılarının bireysel sonuç beklentileri, sanal eylem topluluklarında ortak girişimi etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₄	Sanal eylem topluluklarında uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi, toplulukta paylaşılan repertuarı etkilemektedir.	Desteklendi
H ₁₋₁₅	Sanal eylem topluluk kullanıcıları, katılım motivasyonları, kişilik ve yaşam tarzlarına göre farklı gruplar oluşturmaktadırlar.	Desteklendi

Tablo 4.31’de yer alan ve katılım motivasyonları, kişilik tipleri, gönüllü sade yaşam tarzı ile topluluk kimliği ve eylemde yer alma (katılım gösterme) arasındaki ilişki, etki ve farklılıkları test eden hipotezlerin tamamı, yapılan analizlerin sonucunda desteklenmiştir. Araştırmanın analizlerinden elde edilen bulgular ve hipotez testi sonuçları “Sonuç” bölümünde yorumlanmıştır.

SONUÇ

Sosyal ağlarda, topluluk kullanıcılarının, çevrimiçi platformlarda gerçekleştirdikleri paylaşımları gerçek hayatta da uygulayıp eyleme dönüştürmeleri ile ortaya çıkan sürdürülebilirlik ile ilgili tüm alanlarda faaliyet gösteren sanal eylem topluluklarının; yapısını, işleyişini ve onu belirleyen dinamikleri anlayıp açıklamak önemlidir. Bunun için eylem ve kimlik kavramları ile bu kavramların ilişkide oldukları ve onları önemli ölçüde etkileyebileceği düşünülen değişkenleri incelemek gerekmektedir. Araştırma kapsamında belirlenen örneklemin niteliksel yapısı da düşünülerek sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları, kişilikleri ve gönüllü sade yaşam tarzlarının eylem ve kimliğe etki edebilecek değişkenler arasında önem düzeyleri yüksek olabilecektir. Bu nedenle; çalışma kapsamında bahsi geçen değişkenler arasındaki etkileşimlere göre, sanal eylem topluluk kullanıcılarının eylemde yer almalarında (sanal eylem topluluğunda ve gerçek dünyada katılım göstermelerine) ve topluluk kimliğinin oluşmasında (üyelerin paylaşımları ve grup etkisi sonucu oluşan ortak kimlik) kullanıcılara dair kişisel özellikler olan kişilik tipleri ve yaşam tarzları ile katılım motivasyonlarının rolünü açıklamak amaçlanmıştır.

Araştırmanın modelinde ele alınan ana değişkenler; Wenger'in Eylem Kimlik Kuramı bağlamında ileri sürdüğü şekilde temelde bir sanal eylem topluluğunu oluşturan eylem ve kimliktir. Wenger, Eylem Kimlik Kuramı'nı ileri sürerken Eylem Kimlik Kuramı'na göre eylem (practice); karşılıklı katılım (engagement), ortak girişim (joint enterprise) ve paylaşılan repertuar (shared repertoire) alt başlıkları kapsamında ele alınmıştır. Kimlik ise; topluluk kimliği (community identity) ve üye kimliği (member identity) alt başlıkları kapsamında ele alınmıştır (Wenger, 1998a). Bu çalışma kapsamında, eylem; Wenger'in kuramını destekleyecek şekilde karşılıklı katılım, ortak girişim ve paylaşılan repertuar boyutları ile araştırmada yer almıştır. Aynı zamanda kimlik; sosyal kimlik ve ilişkisel kimlik boyutları ile gruplanmış ve ikili bir yapı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya dâhil edilen katılım motivasyonlarının yapısı ile pazarlama alanında ve araştırma örnekleminde daha önce ele alınmayan “eylem ve kimlik” kavramlarının yapısını ölçüp tanımlanmak için ölçeklerin uyarlanması amacı ile çeşitli ön çalışmalar yapılmıştır. Eylem ve kimlik ile ilgili yapılan ön çalışmalar sonucu ortaya çıkan yapılardan bahsedilmiştir. Katılım motivasyonları ile ilgili ortaya çıkan yeni yapı ise literatürde yer alan Kullanım ve Doyumlar Kuramı başta olmak üzere pek çok kuramda öngörülen yapıları ortaya koyan ifadelerin tekrar ve tekrar test edilmesi ile araştırmaya dâhil edilen örneklemin cevapları doğrultusunda sadeleştirilmiştir. Ardından ortaya çıkan bu yeni yapının iki boyutlu olduğuna karar verilmiştir; bireysel sonuç beklentileri ve topluluk ile ilgili sonuç beklentileri. Eylem, kimlik ve katılım motivasyonlarının yapısal unsurlarının belirlenmesinde ön çalışmalardan elde edilen verilerden faydalanılmıştır. Kişilik tipleri ve yaşam tarzının yapısı belirlenirken kullanılan ölçüm araçları ise literatüre dayanılarak hazırlanmış ve analiz sonuçları literatürü destekler nitelikte olmuştur. Sadece kişilik ölçeğinde; “uyumlu ve dışa dönük, sorumlu, duygusal dengeli (nevrotik) ve akılcı ve yeniliklere açık” olmak üzere 4 farklı kişilik tipi araştırmanın kapsamına dâhil edilmiş, iki boyut tek boyut altında ele alınarak 5 boyut 4 boyuta indirgenmiştir.

Araştırmanın anakütlesi, Facebook’ta ilgi alanı sürdürülebilirlik olan sanal eylem topluluklarının üyeleri olarak belirlenmiştir. Facebook’ta yer alan sanal eylem topluluklarının tercih edilmesinin temel nedeni Türkiye’de kurulan ilk ve en eski sanal eylem topluluklarının bu platformda yer alması ve bu toplulukların çok sayıda üyeye sahip olmasıdır. Araştırmada, Facebook’ta yer alan sanal eylem topluluklarına yer verilmesinin bir diğer nedeni; bu toplulukların birçoğunun yaşam evreleri düşünüldüğünde yapısal olarak olgunlaşma evresinin özelliklerini göstermesidir. Ayrıca bu toplulukların üyeleri, çoğunlukla aktif bir şekilde, uzun süredir topluluğun ilgi alanı doğrultusunda bireysel değerleri ve yaşam tarzını benimsenen ortak amaca uyarlanmış bireylerden oluşmaktadır.

Sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren toplulukların tercih edilmesinin nedeni ise bu toplulukların her türlü paylaşım odaklı olmasıdır. Bu topluluklar pek çok konuda sürdürülebilirlik merkezli çalışmalar yürütmektedir; aromaterapi, homeopati, agro-

homeopati (sağlık ve temizlik ile ilgili sürdürülebilirlik), organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık (tarım, su ve beslenmenin sürdürülebilirliği), sürdürülebilir yapılar (barınmanın sağlıklı ve yerel şekilde sürdürülebilirliği), geleneksel sanatlar (giyinme, el emeği ile yapılan ve plastik ambalajın olmadığı ürünler, bakırcılık, dokumacılık gibi yerel üretim tarzının sürdürülebilirliği), doğa, nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı (sağlık açısından, ruhsal ve mental anlamda doğa ile bir ve bir arada olmayı sağlayan yaşam pratikleri), alternatif eğitim kampları (çocuklar için eğitim kampları yahut çömlek yapımı, bitkisel boya yapımı atölyeleri gibi), takas, ikinci el organizasyonları (ikinci el festivalleri, geri dönüşüm, tohum, fide, toprak ve eşya takasları gibi), hasat turizmi, eko-turizm (öğrenme, gelişim, tatil, dinlenme, doğa ile bütünleşme, kültürün sürdürülebilirliği, yerel değerlerin korunması, sosyal açıdan farklı insanlarla ilişki kurma). Katılımcılar, araştırmanın başında sanal eylem toplulukları arasında sürdürülebilirlik ile ilgili en çok ilgi duydukları konuya göre bir seçim yapmakta ve araştırmadaki ifadeleri bu ilgi alanındaki topluluğa uygun olacak şekilde yanıtlamaktadırlar.

Veri toplama sürecinde ise 40-45 dakika süresince bilgisayar destekli yüz yüze anket yöntemi ile araştırma uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde sanal eylem topluluk üyelerinin takip ettikleri topluluk türü ile birlikte üyelik bilgilerine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde ise demografik sorular ile katılımcıların topluluk kimliğine, eylemde yer almaya (katılım göstermeye) ve katılım motivasyonlarına ilişkin görüşlerine başvurulmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların kişilik tipleri ve yaşam tarzlarına ilişkin daha kişisel konulara ilişkin görüşlerine başvurulmaktadır.

Veri toplama sürecinde 1 Haziran-30 Eylül 2019 tarihleri arasında araştırma kapsamına dâhil olan grupların katıldığı; eğitim programlarına (doğal sirke, kombucha, kompost, ruj, allık, yapımı gibi), atölye çalışmalarına (homeopati, agro-homeopati, aromaterapi, çanak, sukulent, sabun, kırk yama, çanta yapımı gibi), konferanslara (Ankara Üniversitesi dendroloji, orman ve bozkır ekolojisi okulu), festivallere (yoga, nefes terapisi, ses terapisi gibi), lavanta, gül hasatı, bağ bozumu turlarına (Elazığ, Isparta), TaTuTa ağına bağlı ekolojik çiftliklere (permakültür

çiftlikleri ve ekolojik tatil köyleri), organik pazarlara (Yukarı Ayrancı, Tahtacıörencik, Ümitköy, Şişli, Kartal, Bakırköy), tohum, toprak, fide takası ile ekim, dikim, aşılama ve budama eğitimlerine (Urla, Bursa, İzmir, Denizli), ikinci el ve takas şenliklerine (İzmit, Kadıköy) katılarak orada bulunan ilgili konudaki sanal eylem topluluk kullanıcılarına öncelikli ilgi alanının hangisi olduğu sorulup teyit edildikten sonra uygulama yapılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen 700 anketin analiz için anlamlı veri setini içerdiği tespit edildiğinde saha araştırması süreci sonlandırılmıştır. Veri toplama sürecinde katılımcıların topluluklara ilişkin üyelik bilgileri ile sosyo-demografik değişkenler açısından yaklaşık olarak eşit dağılım gösterdiği, her bir değişkenin istatistiki açıdan yeterli sayıda katılımcı ile temsil edildiği ve toplulukların ana karakterlerini yansıtacak nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Araştırmanın değişkenleri ölçülürken daha önce literatürde yer almış olan ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda beşli eşit aralık tipinde çok ifadeli ölçeklerden faydalanılmıştır. Analizler yapılmadan önce geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmış ve yer yer ölçeklerde sadeleştirme yapılarak ölçeklerin nihai hâli oluşturulmuştur. Sonrasında ölçeklerin faktör desenini ortaya koymak amacıyla analizler yapılmıştır. Nihayetinde, faktörel yapıları ile birlikte araştırma modeli üzerinde temsil edilen değişkenler ile çalışmanın amaçları ve hipotezlerine yönelik çeşitli analizler gerçekleştirilmiştir.

Tüm bu açıklamalar ışığında, gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulardan, ilk olarak araştırma değişkenlerinin eylem ve kimlik ile ilişkisinin varlığı, eğer değişkenler arası ilişkiler belirlendi ise bu ilişkilerin yönünün tespiti değerlendirilmiştir. Bu amaçla yapılan Kanonik Korelasyon Analizinde elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları, kişilik tipleri ve gönüllü sade yaşam tarzları ile bu topluluklarda oluşan topluluk kimliği arasında anlamlı ilişkiler vardır. Aynı şekilde sanal eylem topluluk kullanıcılarının katılım motivasyonları, kişilik tipleri ve gönüllü sade yaşam tarzları ile eylemde yer alma yani topluluklarda katılım gösterme davranışı arasında da anlamlı ilişkiler

vardır. Topluluk kimliği ile eylemde yer alma arasındaki ilişkinin varlığı araştırıldığında ise yine anlamlı bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır.

Değişkenler arasında tespit edilen ilişkiler daha ayrıntılı değerlendirildiğinde elde edilen bulgulara göre; sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları ile topluluk kimliği arasındaki ilişkinin varlığında; sosyal kimlik ile bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonları arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Shen ve Khalifa (2007)'ya göre sosyal kimlik; katılımcılar ve sanal eylem topluluğu arasında bir arayüz olarak görev yapar ve temsil edilen sosyal ortamın fizyolojik ve psikolojik olarak algılanmasını sağlar. Bunun yanı sıra Shen ve Khalifa, sosyal kimlik ve bireysel davranış arasında doğrudan bir bağlantı olduğu düşüncesindedirler. Viegas ve Donath (1999) toplulukta oluşan sosyal kimliğin sürekli olarak bilgi katkısını dayattığını ileri sürmektedirler. Miranda ve Saunders (2003) ise çalışmalarında duygusal ve bilişsel sosyal kimliğin topluluk içi iletişimi teşvik ettiğini ve bilgi paylaşımını artırdığını ortaya koymaktadırlar. Bu doğrultuda topluluğu ilgi duyduğu alanda bilgi almak veya başkalarına yardım etmek için takip eden kullanıcılar, söz konusu motivasyonlarını karşılamak için sosyal kimliği destekleyeceklerinden bahsi geçen çalışmalar araştırma sonuçlarını destekler nitelikte olmaktadır.

Shen ve Khalifa (2007)'ya göre; sanal eylem topluluklarının sosyal yönü ihmal edilmiştir. Başka bir deyişle, teknolojik açıdan bilgisayar aracılığıyla iletişim ortamının sağladığı samimiyet ve yakınlığın derecesinin yüksek olması toplumsal kimliğin oluşumunu kolaylaştırdığından bireylerin toplulukta aktif ilişkiler kurmasının bilgi katkısını artırması beklenmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre de; sanal eylem topluluklarında kişilik ile topluluk kimliği arasındaki ilişkinin varlığında; sosyal kimlik ile uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Yani uyumlu ve dışa dönük kişilik tipine sahip bireyler, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliğin oluşmasında daha aktif rol almaktadırlar.

Sanal eylem topluluklarında gönüllü sade yaşam tarzı ile topluluk kimliği arasındaki ilişkinin varlığında ise; sosyal kimlik ile sade yaşam isteği arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Buradan yola çıkarak sade yaşam isteğine sahip bireylerin, sanal eylem topluluklarında sosyal kimlik ile daha uyumlu bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Gönüllü sade yaşam tarzı, sahip olduğu felsefe gereği kendine yeterlik ve sosyal alanlardan izole olmayı beraberinde getirmektedir. İnternet tabanlı platformlarda gerçekleşen iletişim, sosyal alanlardan mekânsal olarak izole olan bireylerin toplumsal ilişkilerini kolaylaştırabilmektedir. Sürdürülebilirlik hakkında kaygısı olan ve özellikle kentten kırsala yerleşen bireyler iletişimlerini üyesi oldukları sanal eylem toplulukları üzerinden sürdürmekte ve kırsalda ürettiklerini yine bu topluluklardaki üyelere satmaktadırlar. Dolayısıyla sade yaşam isteğine sahip bireylerin sosyal kimlik ile ilişkisi öne çıkmaktadır. Aynı zamanda topluluklardaki bireylerin yaşamlarını sürdürülebilirlik çerçevesinde yeniden tasarladıkları düşünüldüğünde; “bilgi arayışının bu bireyler açısından önemli bir referans grubu olan sanal eylem topluluklarına dâhil olma motivasyonunu artırdığı kabul edilmektedir” (Bagozzi ve Dholakia, 2002).

Sanal eylem topluluklarında katılım motivasyonları ile eylemde yer alma arasındaki ilişkinin varlığında; ortak girişimin parçası olma ile bireysel sonuç beklentilerine ilişkin katılım motivasyonları arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bireysel sonuç beklentileri sanal eylem topluluklarında bilgi arama, yorum yapma ve kurulan ilişkilerin yapısını belirleyebildiğinden ortak girişim ile ilgisi yakındır. Chang ve Chuang (2011)’e göre; topluluklardan bol miktarda enformasyon ve bilgi edinebilseler de insanların, bir geri dönüş beklemeden bilgilerini paylaşacaklarının garantisi yoktur. Bireyler, yalnızca beklenen faydaları maliyetlere göre ağır bastığında bilgi birikimine katkıda bulunurlar. Bu doğrultuda, Bock vd. (2005)’nin, bireysel beklentilerin bilgi paylaşımı davranışı üzerindeki etkilerini analiz etmek için katılımı etkileyen faktörleri incelemek adına yaptıkları çalışma fedakârlık ve karşılıklılık faktörlerinin bilgi paylaşımı üzerinde pozitif ve önemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Söz konusu

çalışmalarda elde edilen sonuçlar yapılan bu araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Sanal eylem topluluklarında kullanıcıların kişilik tipleri ile eylemde yer almaları arasındaki ilişkinin varlığında; sanal eylem topluluğunda paylaşılan repertuvar ile uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Sanal eylem topluluğunda üretilen ses, metin, görüntü vb. şeklinde her tür içerik paylaşılan repertuvarı oluşturmaktadır. Uyumlu ve dışa dönük bireyler zamanında, tam ve doğru şekilde kendilerine sorulan soruları cevaplayıp diğerlerine yardım etme eğiliminde oldukları için daha aktif şekilde içerik üretimine katkıda bulunarak eylemde yer alırlar.

Sanal eylem topluluklarında kullanıcıların gönüllü sade yaşam tarzları ile eylemde yer almaları arasındaki ilişkinin varlığında; eyleme karşılıklı katılım sağlama ile sade yaşam işteği arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arasındaki ilişkilere göre daha fazla ve kendi aralarında ters yönlü olduğu belirlenmiştir. Sade yaşam işteği toplumsal ilişkiler kurarken özellikle mekânsal izolasyonu beraber getirebildiğinden bireyler etkinliklere katılmak konusunda isteksiz olabilmektedirler. Bu nedenle sade yaşam işteği arttıça karşılıklı sanal katılım düzeyi artsa da fiziksel katılım sağlama düzeyi düşebilmektedir.

Sanal eylem topluluklarında topluluk kimliği ile eylemde yer alma (katılım gösterme davranışı) arasındaki ilişkinin varlığında ise; eyleme karşılıklı katılım sağlama ile ilişkisel kimlik arasındaki ilişkinin rolünün, diğer değişkenler arası ilişkilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Karşılıklı etkileşime açık bireylerin etkinliklere katılım sağlarken temas kurdukları bireyler ile geliştirdikleri ilişkilerin varlığı toplumsal kimliğin oluşmasına daha çok katkı sağlamaktadır.

Söz konusu analiz sonuçları değerlendirildiğinde araştırmada test edilmek istenen bağımsız değişkenlerin (katılım motivasyonları, kişilik ve yaşam tarzı) eylem ve kimliğin her ikisiyle, ayrıca topluluk kimliğinin de eylemde yer alma ile anlamlı ilişkilere sahip olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda var olan ilişkilerin niteliğinin

araştırılması için ilişkilerin nedenselliğini ortaya koymak amacı ile Yol Analizi uygulanmıştır. Yol analizi uygulanırken öncelikle katılım motivasyonları, kişilik, yaşam tarzı değişkenlerinin tüm alt boyutlarının topluluk kimliği ve eylemde yer alma değişkenlerinin tüm alt boyutları üzerindeki etkisinin varlığı araştırılmış ve söz konusu değişkenlerin her birinin topluluk kimliği ile eylemde yer almayı farklı boyutlar açısından etkiledikleri tespit edilmiştir. Ancak değişkenler arası belirlenen kısmi etkilerin niteliği araştırılırken; tüm değişkenler analize dâhil edilmemiş sadece kanonik korelasyon analizinde elde edilen bulgulara göre değişkenler arası ilişkilerde rol oynayan boyutlardan en çok öne çıkanlar seçilmiştir [(Katılım Motivasyonları değişkeni için “Bireysel Sonuç Beklentileri” boyutu, Kişilik değişkeni için “Uyumlu ve Dışa Dönük Kişilik” tipi boyutu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı değişkeni için “Sade Yaşam İsteği” boyutu, Topluluk Kimliği değişkeninin tüm boyutları olan “İlişkisel ve Sosyal Kimlik” boyutları ile Eylemde Yer Alma değişkeninin tüm boyutları olan “Karşılıklı Katılım, Ortak Girişim, Paylaşılan Repertuvar” boyutları)]. Bu boyutlar ile yol diyagramı oluşturulduktan sonra değişkenler arasındaki ilişkide en çok öne çıkan boyutlar arasındaki etkinin düzeyi incelenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre katılım motivasyonlarından bireysel sonuç beklentilerinin, kişilik tiplerinden uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin, gönüllü sade yaşam tarzı açısından sade yaşam isteğinin, topluluk kimliği değişkeninin boyutlarından sosyal kimliğe pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Yani katılımcıların uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi geliştikçe, sade yaşam istekleri ve bireysel sonuç beklentileri ile sanal eylem topluluklarına katılım gösterme eğilimleri arttıkça toplulukta oluşan sosyal kimlik gelişmektedir. Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal kimliğin, kişinin bilgi paylaşma motivasyonunu beslediğini, buna karşılık toplulukların bünyesindeki farklı ve çelişen kimliklerin bilgi paylaşımı için engeller oluşturduklarını öne sürmektedir. İnsanların doğalarında bilgi biriktirme eğilimleri vardır. Dolayısıyla insanlar kendilerini sanal eylem topluluklarının topluluk dokusunun bir parçası olarak görüp, aktif bir şekilde iletişim kurmadıkça ve sağlanan katkıların kendi refahlarını artırmayacağını düşündükleri sürece bilgi paylaşmazlar.

Öte yandan topluluk kimliği değişkeninin boyutlarından ilişkisel kimliğin, eylemde yer almanın boyutlarından karşılıklı katılıma pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Yani ilişkisel kimlik gelişip sanal eylem topluluğunda kişiler arası kurulan ilişkilerin mesafesi daraldıkça topluluk tarafından planlanıp organize edilen etkinliklere katılımcılar daha çok ilgi göstermektedirler. Sanal eylem topluluklarında duygusal bir bağlılığa işaret eden ilişkisel kimlik, topluluk ile özdeşleşmeyi sağlar. Bu tür bir özdeşleşme, bireylerin diğer üyelerle olumlu yönde bir öz-tanımlama ilişkisi kurmalarını ve aktif olarak bilgi katkısında bulunma motivasyonlarını artırır (Hogg ve Abrams 1988).

Eylemde yer alma değişkeninin karşılıklı katılım boyutuna, gönüllü sade yaşam tarzı değişkeninin sade yaşam isteği boyutunun negatif etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak bireylerin sade yaşam isteği arttıkça etkinliklere daha az katılım gösterme eğiliminde olacakları sonucu çıkarılabilmektedir. Diğer yandan eylemde yer alma değişkeninin ortak girişim boyutuna katılım motivasyonlarından bireysel sonuç beklentilerinin ve eylemde yer alma değişkeninin paylaşılan repertuar boyutuna uyumlu ve dışa dönük kişilik tipinin pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buradan çıkan sonuç da kanonik korelasyon analizinin sonuçlarını teyit eder niteliktedir ve uyumlu ve dışa dönük bireyler paylaşımına daha çok katkı sağlarken bireysel sonuç beklentilerinin artması daha fazla yorum yapma, topluluğa karşı daha fazla sorumluluk hissetme gibi sonuçlar doğurmaktadır.

Yol analizinde elde edilen bulgulara göre özetle; daha uyumlu ve dışa dönük bireyler toplulukta gelişen ortak kimliği daha çok benimseyebilmektedirler. Uyumluluk ve dışa dönüklük arttıkça toplulukta paylaşılan repertuar nispeten zenginleşebilmektedir. İlişkisel kimlikte meydana gelen olumlu değişimler sanal eylem topluluklarında bireylerin karşılıklı katılımında bulunmalarını nispeten artırabilmektedir. Bireysel sonuç beklentileri arttıkça sanal eylem topluluk kullanıcıları ortak girişimde meydana gelen olumlu değişimin sonucu olarak topluluğun faaliyet alanına ilişkin daha fazla fayda elde edebileceklerdir. Diğer bir yandan, sade yaşam isteği arttıkça sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem topluluklarında aidiyet hissi gelişmekte ve sosyal kimlik gelişmektedir. Buna

rağmen, kendine yetme düşüncesi öne çıktığından bireyler sürdürülebilirlik ile ilgili üye oldukları topluluklar ile gerçek hayatta daha az işbirliği ve paylaşım yapmaktadırlar.

Araştırma kapsamında, değişkenler arasında belirlenen ilişkilerin nedenselliği ortaya konulduktan sonra; topluluk üyelerinin katılım motivasyonları, kişilik ve yaşam tarzı açısından birbirleri ile benzeşip belirli kümeler altında toplanıp toplanmadıkları Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analizi (K-Means Yöntemi) ile test edilmiştir. Kümeleme Analizinin sonucunda araştırma değişkenleri doğrultusunda katılımcıların kendi aralarında üç farklı kümeye ayrıştıkları belirlenmiştir. Küme 1'in 206 (29.4%), Küme 2'nin 253 (36.1%) ve Küme 3'ün 241 (34.4%) kişiden oluştuğu bulunmuştur. Analiz kapsamında ele alınan değişkenlere göre belirlenen kümelerin birbirinden farklılık gösterip göstermediğine ilişkin hesaplanan F istatistiklerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve kümelerin kendi içlerinde homojen, diğer kümeler ile heterojen bir yapıda oldukları tespit edilmiştir. Belirlenen Küme 1 (Çekirdekte Yer Alanlar), Küme 2 (Etkinlikçiler) ve Küme 3 (Takipçiler) için yapılan ki-kare analizleri ile kümelerin topluluklara ilişkin üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özellikler bakımından ayırt edici özelliklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Sonuç olarak, elde edilen kümelerin özellikle sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem toplulukları arasında en sık takip edilen topluluk türü, üye olma şekli, üyelik süresi, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek ve aylık hane geliri değişkenleri açısından ayrıştığı ve tanımlayıcı özelliklere sahip oldukları belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular ayrıntılı olarak değerlendirildiğinde üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özelliklerine göre Küme 1'de yer alan katılımcılar yani "Çekirdekte Yer Alanlar" daha çok organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık ile ilgili sanal eylem topluluklarını takip eden, grubun bir etkinliğine katılarak sanal eylem topluluğuna üye olan, 4 yıl ve üzeri süredir topluluktaki üyeliği devam eden, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, serbest meslek sahibi, lise veya lisans mezunu olan, 35-54 yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Çekirdekte Yer Alanlar'ın özellikleri bir arada değerlendirildiğinde; tarımın (doğası gereği) yıl boyunca sürekli bir şekilde ilgi ve çaba gerektiren bir faaliyet konusu

olması nedeni ile sürekli paylaşımda bulunmayı gerektirmesinin yanı sıra organik tarım odaklı bir araya gelen bu bireylerin uzun süredir topluluğa üye olmaları ve aktif bir şekilde etkinliklere katılım sağlamaları gibi özelliklerinden dolayı sanal eylem topluluklarına katılım düzeylerinden çekirdek grubun özelliklerini taşıdıkları söylenebilir. Çekirdekte Yer Alanlar çoğunlukla kendileri ve ailelerinden öte toplumun, doğanın, yaşamın sürdürülebilirliği ile ilgili kaygı duyan, çevre konusunda daha hassas ve idealist bireylerden oluşmaktadır.

Sanal eylem topluluklarına katılım düzeylerinden aktif üyelerin katılım düzeyleri her ne kadar çekirdek grupta yer alan üyeler gibi yoğun olsa da bu grupta yer alan üyeler sıklıkla paylaşımda bulunan ancak henüz müdavim hâline gelmemiş üyelerden oluşmaktadır. Buradan yola çıkarak; Küme 2’de yer alanların katılım düzeylerinden aktif grupta yer alan üyelerin özelliklerini sergiledikleri görülmektedir. “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2; daha çok aromaterapi, homeopati, agro-homeopati, sürdürülebilir yapılar, hasat turizmi, eko-turizm ile ilgilenen, tanıdık tavsiyesi veya bir dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile topluluğa üye olan, üyeliği 6 aydan az veya 6 ay-1 yıl arasında olan, 6001-7500TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, kamu kurumu çalışanı veya serbest meslek sahibi olan, lisans veya yüksek lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan erkek ve kadınlardan oluşmaktadır. Bu grupta diğer gruplara göre gelir durumu ve eğitim düzeyi diğer gruplara göre daha iyi bireyler yer almaktadır. Aynı zamanda “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’de yer alanlar daha çok bireyci tutuma sahip, bu doğrultuda belirli konularda eğitimler alıp aldıkları eğitimler doğrultusunda kendi kullandıkları ürünleri üretenlerden ve faaliyet gösterenlerden oluşmaktadır.

Son olarak “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3’ün daha çok geleneksel sanatlar, doğa-nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı gibi yaşam pratikleri, alternatif eğitim kampları ile ilgilenen, internette gezinirken topluluğa üye olan, üyeliği 2-3 yıl arası olan, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, serbest meslek sahibi veya esnaf/sanatkâr olan, lise veya lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan kadınlardan oluştuğu düşünüldüğünde; bu grupta yer alanların çevresel grupta yer alan üyelerin özelliklerini sergiledikleri görülmektedir. Bu grupta

yer alanlar “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’de yer alanlara göre topluluklarında daha uzun süredir üye olsalar da ilgi alanları bu grupta yer alanlara nazaran daha az paylaşım yapılmasını gerektirdiğinden katılım düzeyleri daha yüzeysel olmakta ve etkinliklere daha az katılıp daha az paylaşım yapmaktadırlar.

Kümeleme Analizi ile katılımcıların kendi aralarında kümelere ayrıldıkları tespit edildikten sonra elde edilen üçlü küme yapısı değerlendirilirken, ortaya çıkan kümeleri ayırt etmede kullanılan değişkenlerin önem düzeylerinin belirlenmesi amacı ile Diskriminant Analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda, elde edilen kümeler bağımlı değişken, kümeleme yapılırken analize dâhil edilen değişkenler (topluluk kimliği ve eylemde yer alma) ise bağımsız değişken olarak tanımlanmış ve çoklu ayırma analizi gerçekleştirilmiştir. Anlamlılık test edildikten sonra, bu değişkenlerin, iki ayırma fonksiyonu ile tahmin denklemi oluşturduğu belirlenmiştir. Araştırmada ele alınan kanonik diskriminant fonksiyon 1’in toplam varyansın %97.1’i tarafından açıklandığı görülmüştür. Farklı küme düzeyine sahip bireyleri ayırtmada eylemde yer alma (karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar) ve topluluk kimliği (ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik) değişkenlerinin tüm faktörleri etkili olmaktadır. Karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar, ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik bakımından katılımcılar, topluluk kimliği ve eylemde yer alma açısından farklılık göstermektedirler.

Diskriminant Analizi sonucunda elde edilen yapı matrisi incelendiğinde, birinci fonksiyonun en önemli değişkeninin sosyal kimlik olduğu; ikinci fonksiyonun ise en önemli değişkeninin ilişkisel kimlik olduğu görülmüştür. Birinci fonksiyonun içeriğindeki değişkenlerin katılımcılar arasındaki topluluğun kendisine dair sosyal paylaşım odaklı davranışlar ile ilgili olduğu, ikinci fonksiyonun ise daha çok topluluğun ilgi alanına odaklı olduğu değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, topluluk kimliğinin iki bileşeni diskriminant analizinde elde edilen 2 fonksiyonun en önemli değişkenlerini oluşturmaktadır.

Diskriminant Analizi sonucu elde edilen diskriminant fonksiyonu doğrultusunda “Çekirdekte Yer Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1’de olan 206 kişiden %30.6’sı,

“Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’de olan 253 kişiden %80.9’u ve “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3’te olan 241 kişiden %59.3’ü doğru sınıflandırılmıştır. Diskriminant fonksiyonlarının doğru tahmin oranı ise %58.6 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla elde edilen diskriminant fonksiyonuyla herhangi bir kişi %58.6 ihtimalle kümelerdeki kişilerin oluşturduğu gruplara doğru olarak atanmaktadır. Ek olarak, analizde belirlenen ayırma fonksiyonları ile bu fonksiyonlar açısından küme merkezlerinin kümeleri ayırma seviyesini gösteren grafik değerlendirilmiştir. Buna göre; birinci ayırma fonksiyonunun “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2 ile diğer kümeleri önemli derecede ayırt ettiği; ikinci ayırma fonksiyonunun ise “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3 ile “Çekirdekte Yer Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1’i ayırt ettiği görülmüştür. Buna göre “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2 ile diğer kümeler arasındaki önemli ayrımın topluluğa ilişkin sosyal paylaşım üzerine olduğu; “Çekirdekte Yer Alanlar” ile “Takipçiler” arasındaki ayrımın ise topluluğun ilgi alanı hakkında olduğu söylenebilir.

Diskriminant Analizinden sonra “sürdürülebilirlik ile ilgili sanal eylem topluluklarındaki kullanıcıların kişilik tipleri, yaşam tarzı ve katılım motivasyonlarına göre oluşan grupları”, “topluluk kimliği ve eylemde yer alma” açısından karşılaştırmak için ikiden fazla grubun F (ANOVA) Testi ile karşılaştırılması yöntemi uygulanmıştır. Takiben farklılıkların daha ayrıntılı şekilde gözlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar, ilişkisel kimlik ve sosyal kimliğin hangi kümelerde daha fazla farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla Scheffe Testi yapılmıştır. Öncelikle eylemde yer alma (karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar) ve topluluk kimliği (ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik) değişkenlerinin tüm faktörlerinin; kümelere göre ANOVA sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Buna göre farklı küme düzeyine sahip bireylere göre karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar, ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik değerleri farklılık göstermektedir.

Diğer bir yandan, Scheffe testinin sonuçlarına göre; “Etkinlikçiler” olarak adlandırılan Küme 2’deki bireylerin karşılıklı katılım düzeyleri “Çekirdekte Yer

Alanlar” olarak adlandırılan Küme 1 ve “Takipçiler” olarak adlandırılan Küme 3’tekilerden yüksektir. Aslında Çekirdek Grupta Yer Alan üyelerin katılım sıklıkları da Etkinlikçiler de olduğu gibi yoğundur. Burada iki grup arasında Etkinlikçilerin paylaşımlarının daha yoğun olması ilgi alanından dolayı katılımın niteliğinin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Çekirdekte yer alanlar, diğer gruplara göre ilgi duydukları konuda (organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık) daha bilgilidirler ve topluluktaki paylaşımları da rutin hâle gelmiştir. Diğer bir yandan Etkinlikçiler, henüz müdavim hâline gelmemişlerdir ve topluluğun ilgi alanına merak duymaktadırlar. Bu grupta yer alanlar, daha ziyade, gündelik hayatın yeniden biçimlendirilmesini gerektirecek şekilde tüketim ürün ve biçimlerinin değişmesini sağlayacak “aromaterapi, homeopati, agro-homeopati, sürdürülebilir yapılar, hasat turizmi, eko-turizm” ile ilgilenenlerden oluşurlar. Bu nedenle öncelikli olarak öğrenme, daha sonrasında ise ticari ilişki temelinde gerçekleşen ilişkiler kurmaktadır.

Çekirdekte Yer Alanlar ve Takipçiler’in ortak girişim düzeyleri Etkinlikçiler’den yüksektir. “Organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık” ile ilgili bireysel ve toplumsal çabalar zaman zaman büyük uluslararası şirketlerin tahakkümündeki tohum, zirai ilaç ve kimyasal gübre gibi büyük pazarlar ile ilgili olduğundan çoğunlukla hükümet temsilcileri yahut söz konusu şirketlerin yetkilileri tarafından takip edilip denetlenmektedir. Bu nedenle Çekirdekte Yer Alanların, ilgi alanları gereği diğer üyelere karşı daha fazla güven beklentisi vardır. Aynı zamanda bu grupta yer alanlar için karşılıklı hesap verebilirlik önemlidir.

Scheffe Testi’nden elde edilen bulgulara göre; Takipçiler’in paylaşılan repertuvar düzeyleri Etkinlikçiler’den yüksektir. Takipçiler’in ilişkisel kimlik düzeyleri Etkinlikçiler’den daha yüksektir. Etkinlikçiler çoğunlukla ilgi alanına dair merak duyup öğrenme çabası içerisinde olanlardan oluştuğu için bu grupta yer alanlar daha çok eğitimlerde bir araya gelirler. Takipçiler ise “geleneksel sanatlar, doğa-nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı gibi yaşam pratikleri, alternatif eğitim kampları” ile ilgilenenlerden olduklarından daha çok sosyal etkinlikler ve festivallerde bir araya gelirler ve aynı ilgi alanına merak duyan diğer bireyler ile

tanışık deneyimlerini paylaşırlar. Bu nedenle ilişki kurma ve bu ilişkileri sürdürme eğilimleri Etkinlikçiler'e nazaran daha fazla olmaktadır. Bu durumu destekler şekilde Takipçiler'in sosyal kimlik düzeyleri de Etkinlikçiler'den yüksektir. Çekirdekte Yer Alanlar ise tohum takası, ekim ve dikim etkinlikleri gibi ortak organizasyonlara katılıp uzun süredir birbirini tanıyan ve birbirine güvenen müdavimlerden oluşmaktadır. Bu nedenle Çekirdekte Yer Alanlar'ın da sosyal kimlik düzeyleri Etkinlikçiler'den yüksek olmaktadır.

Araştırmanın Katkıları

Yapılan literatür incelemesi sonucu, sanal eylem topluluklarına katılım gösterme davranışına kullanıcıların kişilik tiplerinin, yaşam tarzlarının ve katılım motivasyonlarının etkisini bir arada araştıran bir çalışmanın daha önce ülkemizde yapılmamış olduğu, yurt dışında ise kısmen ve sınırlı şekilde ele alınarak yapıldığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışma, genelleme amacı gütmemek ile birlikte literatürdeki varlığı ile tespit edilen boşluğun doldurulabilmesini amaçlayan tez çerçevesinde pilot bir araştırma olarak yapılmıştır.

Ayrıca Wenger'in Eylem-Kimlik Kuramı, daha öncesinde ülkemizde ve diğer ülkelerde sağlık, eğitim bilimleri, kamu yönetimi ve sosyoloji gibi bilim dallarında çalışılmıştır. Bu nedenle kuram, interdisipliner bir şekilde çoğunlukla yabancı literatürde yer alan kaynaklardan faydalanılarak pazarlama bilim dalı çerçevesinde ele alınmıştır.

Araştırma, sanal eylem toplulukları üzerine yapılan diğer araştırmalara göre örneklem olarak sanal eylem toplulukları arasından sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren toplulukları bütüncül bir şekilde ele alması bakımından ayrılmaktadır. Bu açıdan da çalışma ilk olma özelliği taşımaktadır. Ayrıca söz konusu çalışmada, hipotezlerin test edilmesinde kapsamlı analizler yapılırken örnekleme yer alan bireylere ilişkin detaylı bilgilere de ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları özetlenecek olursa, birinci grup hipotezlere göre; topluluğu ilgi duyduğu alanda bilgi almak veya başkalarına yardım etmek için takip eden kullanıcılar, sosyal kimliğin oluşumunda önemli rol oynamaktadırlar. Diğer bir yandan sanal iletişim ortamının sağladığı özgüven ve anonimlik, kurulan ilişkilerdeki samimiyet düzeyinin yüksek olmasını sağladığından, bireyleri daha aktif ilişkiler kurarak dışa dönük olmaya yönlendirmektedir. Bu da sosyal kimliğin oluşumunu kolaylaştırdığından uyumlu ve dışa dönük kişilik tipine sahip bireyler, sanal eylem topluluklarında sosyal kimliğin oluşmasında daha aktif rol almaktadırlar. Sade yaşam isteğine sahip bireyler de sahip oldukları felsefe gereği kendine yeterlik düşüncesinden hareketle fiziksel sosyal alanlardan izole olduklarından sanal eylem topluluklarında diğer insanlarla iletişim kurarak sanalda sosyal kimliğin bir parçası olmaktadır. Öte yandan sade yaşam isteği ile sanal dünyada topluluklara katılım sağlama düzeyi artsa da fiziksel katılım sağlama düzeyi düşebilmektedir. Yine, sanal eylem topluluklarındaki katılımcıların geri dönüş beklentileri, topluluktaki diğer üyeler ile bilgilerini, emeklerini ve zamanlarını paylaşmalarında önemli rol oynamaktadır. Uyumlu ve dışa dönük bireyler daha fazla paylaşma eğiliminde oldukları için içerik üretiminde daha aktif rol alırlar. Bireylerin karşılıklı etkileşime açık olup yakın ilişkiler kurması ise sosyal kimliğin oluşumunda önemlidir.

İkinci grup araştırma hipotezlerine göre; katılımcıların uyumlu ve dışa dönük kişilik tipi geliştikçe, sade yaşam istekleri ve bireysel sonuç beklentileri ile sanal eylem topluluklarına katılım gösterme eğilimleri arttıkça toplulukta oluşan sosyal kimlik gelişmektedir. İlişkisel kimlik geliştikçe de sanal eylem topluluklarında tesis edilen kişiler arası yakın ilişkiler sayesinde topluluk tarafından düzenlenen etkinliklere katılımcılar daha çok ilgi göstermektedirler. Uyumlu ve dışa dönük bireyler paylaşımına daha çok katkı sağlamaktadırlar. Bireysel sonuç beklentilerinin artması ise daha fazla yorum yapma, topluluğa karşı daha fazla sorumluluk hissetme gibi sonuçlar doğurmaktadır.

Üçüncü grup araştırma hipotezlerine göre; topluluk üyeleri katılım motivasyonları, kişilik tipleri ve yaşam tarzları açısından üç farklı kümeye ayrılmaktadır. Elde edilen kümelerin topluluklara ilişkin üyelik bilgileri ve sosyo-demografik özellikler

bakımından ayırt edici özellikleri belirlendikten sonra; Küme 1 (Çekirdekte Yer Alanlar), Küme 2 (Etkinlikçiler) ve Küme 3 (Takipçiler) olarak adlandırılmıştır. Elde edilen kümelerin özellikle sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem toplulukları arasında en sık takip edilen topluluk türü, üye olma şekli, üyelik süresi, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek ve aylık hane geliri değişkenleri açısından ayrıştığı ve tanımlayıcı özelliklere sahip oldukları belirlenmiştir.

Bu doğrultuda; “Çekirdekte Yer Alanlar” daha çok organik tarım, bahçecilik, hayvancılık, arıcılık ile ilgili sanal eylem topluluklarını takip eden, grubun bir etkinliğine katılarak sanal eylem topluluğuna üye olan, 4 yıl ve üzeri süredir topluluktaki üyeliği devam eden, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, serbest meslek sahibi, lise veya lisans mezunu olan, 35-54 yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Çekirdekte Yer Alanlar ilgi alanları gereği sürekli paylaşımda bulunan, uzun süredir topluluğa üye olan ve aktif bir şekilde etkinliklere katılanlardan oluştuklarından katılım düzeylerinden çekirdek grubun özelliklerini taşımaktadırlar. Ayrıca çekirdekte yer alanlar çevre konusunda daha hassas ve idealist bireylerden oluşmaktadır.

“Etkinlikçiler” katılım düzeylerinden aktif grupta yer alan üyelerin özelliklerini taşımaktadırlar. Aktif üyelerin katılım düzeyleri yoğun olsa da henüz müdavim hâline gelmemiş üyelerdir. “Etkinlikçiler” daha çok aromaterapi, homeopati, agro-homeopati, sürdürülebilir yapılar, hasat turizmi, eko-turizm ile ilgilenen, tanıdık tavsiyesi veya bir dernek, vakıf, kuruluş vasıtası ile topluluğa üye olan, üyeliği 6 aydan az veya 6 ay-1 yıl arasında olan, 6001-7500TL arasında aylık hane geliri olan, özel sektör çalışanı, kamu kurumu çalışanı veya serbest meslek sahibi olan, lisans veya yüksek lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan erkek ve kadınlardan oluşmaktadır. Bu grupta diğer gruplara göre gelir durumu ve eğitim düzeyi diğer gruplara göre daha iyi bireyler yer almaktadır. Aynı zamanda “Etkinlikçiler” daha çok bireycidirler.

“Takipçiler” daha çok geleneksel sanatlar, doğa-nefes terapisi, yoga, reiki, hikâye anlatıcılığı gibi yaşam pratikleri, alternatif eğitim kampları ile ilgilenen, internette

gezinirken topluluğa üye olan, üyeliği 2-3 yıl arası olan, 4501-6000TL arasında aylık hane geliri olan, serbest meslek sahibi veya esnaf/sanatkâr olan, lise veya lisans mezunu olan, 34 yaş ve altı ile 35-44 yaş aralığında olan kadınlardan oluşmaktadır. Bu grupta yer alanlar çevresel grupta yer alan üyelerin özelliklerini sergilemektedirler. Takipçiler, etkinlikçilere göre topluluklarında daha uzun süredir üye olsalar da ilgi alanları bu grupta yer alanlara nazaran daha az paylaşım yapılmasını gerektirdiğinden katılım düzeyleri daha yüzeysel olmaktadır.

Katılımcıların kendi aralarında kümelere ayırdıkları tespit edildikten sonra elde edilen üçlü küme yapısı değerlendirilirken, ortaya çıkan kümeleri ayırt etmede kullanılan değişkenler belirlenmiştir. Bu amaçla farklı kümelerde yer alan bireyleri ayırtırmada eylemde yer alma (karşılıklı katılım, ortak girişim, paylaşılan repertuar) ve topluluk kimliğinin (ilişkisel kimlik ve sosyal kimlik) etkili olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre, topluluk kimliğinin alt boyutları yani; sosyal kimlik ve ilişkisel kimlik katılımcıları ayırt etmede en önemli değişkenlerdir. Ayrıca ayırt edici değişkenlerin genel olarak; topluluğun ilgi alanına ve sosyal paylaşım odaklı davranışlar olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın Kısıtları

Çalışma kapsamında sürdürülebilirlik ve gönüllü sade yaşama odaklanılarak bu çerçevede özellikle Facebook'ta yer alan sanal eylem topluluklarına üye olan kullanıcıların belirlenen değişkenler açısından araştırılması amaçlandığından diğer sosyal ağlarda bu konu ile ilgili faaliyet gösteren sanal eylem toplulukları araştırma kapsamının dışında kalmıştır.

Katılım motivasyonları ve kişisel özelliklerin (kullanıcıların kişilik tipleri ve yaşam tarzının) eylem (katılım gösterme) ve kimlik (topluluk kimliği) ile ilişkisini incelemeye yönelik yapılan bu çalışmada, ilgi alanı sürdürülebilirlik olan sanal eylem topluluklarına odaklanıldığından, araştırma, sürdürülebilirliği yaşam felsefesi hâline

getirmiş ve yaşamını buna göre tasarlayıp biçimlendirmiş insanlara yönelik olarak yapılmıştır. Farklı ilgilere ve hobilere sahip olan veya bir sorunun odağında (sağlık problemlerine ilişkin dayanışma grupları) bir araya gelen sanal eylem toplulukları gibi alternatif gruplar araştırmada kısıtlar nedeniyle ele alınamadığından sonraki çalışmalarda farklı örneklemeler üzerinde araştırmanın test edilmesi önerilmektedir.

Büyük şehirlerde bilinçli bir şekilde tüketimlerini yeniden tasarlayan insanların giderek artması ve bu insanların yaşamak için özellikle batı ve kıyı illerini tercih etmesi katılımcıların ağırlıklı olarak bu şehirlerden olmasının temel nedenidir. Ancak sürdürülebilirliği yaşamının merkezine alan insanlar diğer pek çok ilde de ikamet etmektedir. Araştırma, zaman ve kaynak kısıtlarından dolayı en yoğun katılımcı sayısına ulaşılabilecek etkinliklerde yapıldığından, katılımcılar, batı ve kıyı illeri ile büyükşehirlerde ikamet edenlerden oluşmaktadır.

Hazırlanan anket formunun çok sayıda ifade içermesi zaman bakımından ve bilgisayarlı yüz yüze anket yöntemi kullanılması internete erişimin sınırlı olduğu yerlerde zaman zaman araştırmanın yapılması gerekliliğinden çeşitli zorluklarla karşılaşılmasına sebep olmuştur.

Katılımcılar, araştırmanın başında sanal eylem toplulukları arasında sürdürülebilirlik ile ilgili en çok ilgi duydukları konuya göre bir seçim yapmakta ve araştırmadaki ifadeleri söz konusu ilgi alanındaki topluluğa uygun olacak şekilde yanıtlamaktadırlar. Ancak yaşamını tamamen bu şekilde tasarlayan bireyler eş zamanlı olarak bu konulardan birden fazlasına ilgi duymakta ve ilgi düzeyleri eşit mesafelerle ifade edilememektedir. Öte yandan sürdürülebilirlik ile ilgilenenler kaynakların sürdürülebilirliği sağlamak adına daha az tükettiklerinden yaşam tarzı olarak çoğunlukla gönüllü sade yaşam tarzını benimsemektedirler. Bu nedenle katılımcıların yaşam tarzına ilişkin ölçümler yapılırken genel yaşam tarzı değil, özel olarak gönüllü sade yaşam tarzının araştırılması uygun görülmüştür.

Araştırmanın pek çok kısıt altında gerçekleşmiş olması aynı zamanda bu konuda gelecekte yapılabilecek çalışmalara da ışık tutacaktır. Söz konusu kısıtlar bertaraf

edilerek çalışma geliştirilebilir; sanal eylem toplulukları açısından farklı konularda faaliyet gösteren topluluklar üzerine, daha geniş lokasyonda ve zaman aralığında, derinlemesine mülakat gibi nitel yöntemlere başvurarak farklı analizler gerçekleştirilebilir.



KAYNAKÇA

Abrams, Dominic, Michael A. Hogg:	Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes , London: Routhledge, 1988.
Acar, Adam S., Maxim Polonsky:	“Online Social Networks and Insights into Marketing Communications.” Journal of Internet Commerce , Vol.4, No:6, 2008, pp.55-72.
Alakurt, Turgay, Hafize Keser:	“Bilgi Paylaşma Davranışları Ölçeği: Ölçek Geliştirme Çalışması” Kastamonu Eğitim Dergisi , Cilt.24, Sayı:3, 2016, s.1033-1054.
Allen, Natalie J., John P. Meyer:	“Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity.” Journal of Vocational Behavior , Vol.49, No:3, 1996, pp.253.
Allport, Gordon Willard:	The Nature of Prejudice , Reading, M.A.:Addison-Wesley, 1979.
Altunışık, Remzi Recai Coşkun, Serkan Bayraktaoğlu, Engin Yıldırım:	Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı , 6.bs.,2010 s.266.
Amichai-Hamburger, Yair, E. Ben-Artzi:	“Loneliness and Internet Use.” Computers in Human Behavior , Vol.19, No:1, 2003, pp.71-80.
Amichai-Hamburger, Yair, Gideon Vinitzky:	“Social Network Use and Personality.” Computers in Human Behavior , Vol.26, No:6, 2010, pp.1289-1295.
Aoki, Kumiko:	“Virtual Communities in Japan.” Pacific Telecommunications Council Conference . 1994.
Arbuthnot, Jack, Sandra Lingg:	“A Comparison of French and American Environmental Behaviors, Knowledge and Attitudes.” International Journal of Psychology , Vol.10, No:4, 1975, pp.275-281.
Ardichvili, Alexander, Vaughn Page, Tim Wentling:	“Motivation and Barriers to Participation in Virtual Knowledge Sharing Communities of Practise.” Journal of Knowledge Management , Vol.7, No:1, 2003, pp.64-77.
Arnold, Mark J., Kristy E. Reynolds:	“Hedonic Shopping Motivations.” Journal of Retailing , Vol:79, No:2, 2003, pp.77-95.
Ashforth, Blake E., Fred Mael:	“Social Identity Theorie and The Organization.” Academy of Management Review , Vol.14, No:1, 1989, pp.20-39.
Ashton, Michael C., Kibeom Lee, Sampo V. Paunoen:	“What is The Central Feature of Extraversion? Social Attention Versus Reward Sensitivity.” Journal of Personality and Social Psychology , Vol.83, No:1, 2002, pp.245-252.
Avcıoğlu, Gürcan Şevket:	“Yapısal Kimlikten Seçimlik Kimliğe; Kimliğin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi” Uluslararası İnsan

	Bilimleri Dergisi , Cilt.8, Sayı: 2, 2011.
Aydın, Cem İskender, Arif Cem Gündoğan, Ethemcan Turhan, Mustafa Özgür Berke:	100 Maddede Sürdürülebilirlik Rehberi , SKD Türkiye, Uniprint Basım San. ve Tic. A.Ş., Hadımköy, İstanbul 2017.
Azucar, Danny, Davide Marengo, Michele Settanni:	“Predicting The Big 5 Personality Traits from Digital Footprints on Socialmedia: A Meta-Analysis.” Personality and Individual Differences , Vol.124, 2018, pp.150-159.
Bachrach, Yoram, Michal Kosinski, Thore Graepel, Pushmeet Kohli, David Stillwell:	“Personality and Patterns of Facebook Usage.” Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference , 2012, pp.24-32.
Bagozzi, Richard P., Youjue Yi, Kent D. Nassen:	“Representation of Measurement Error in Marketing Variables: Review of Approaches and Extension to Three-Facet Designs.” Journal Of Econometrics , Vol:89, No:1-2, 1998, pp.393-421.
Bagozzi, Richard P.:	“On the Concept of Intentional Social Action in Consumer Behavior.” Journal of Consumer Research , Vol:27, No:3, 2000, pp.388-396.
Bagozzi, Richard P., Utpal M. Dholakia:	“Intentional Social Action in Virtual Communities.” Journal of Interactive Marketing , Vol.16, No:2, 2002, pp.11-12.
Bandura, Albert:	Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory , New Jersey: Englewood Cliffs, 1986.
Bandura, Albert:	Self-Efficacy: The Exercise of Control , (Ed. by) Freeman, W. H., Henry Holt & Co, 1997.
Bandura, Albert:	“Much Ado Over A Faulty Conception of Perceived Self-Efficacy Grounded in Faulty Experimentation.” Journal of Social and Clinical Psychology , Vol.26, No:6, 2007, pp.641-658.
Bate, S. P., G. Robert:	“Knowledge Management and Communities of Practise in The Private Sector: Lessons for Modernizing The National Health Service in England and Wales.” Public Administration , Vol.80, No:4, 2002, pp.643-663.
Batson, C. Daniel, Michelle H. Bolen, Julie A. Cross, Helen E. Neuringer-Benefiel:	“Where is The Altruism in The Altruistic Personality?” Journal of Personality and Social Psychology , Vol:50 No:1, 1986, pp.212–220.
Bellah, Robert Neelly, Richard Madsen, William M. Sullivan, Ann Swidler, Steven M. Tipton:	Habbits of The Heart: Individualism and Commitment in American Life , New York: Harper & Row, 1985.
Bergami, Massimo, Richard P. Bagozzi:	“Self-Categorization, Affective Commitment and Group Self-Esteem as Distinct Aspects of Social Identity in the Organization.” British Journal and Social Psychology ,

	Vol.39, No:4, 2000, pp.555-577.
Biel, Anders, John Thøgersen:	“Activation of Social Norms in Social Dilemmas: A Review of The Evidence and Rexections on The Implications for Environmental Behaviour.” Journal of Economic Psychology , Vol.28, 2007, pp.103-104.
Bilgin, N.:	Kolektif Kimlik , 2.bs., İstanbul, Sistem Yayıncılık, 1999.
Biocca, Frank, Chad Harms, Jenn Gregg:	“The Networked Minds Measure of Social Presence: Pilot Test of The Factor Structure and Concurrent Validity.” Media Interface & Network Design Labs. , 2001, pp.1-3.
Bock, Gee-Woo, Young-Gul Kim:	“Breaking The Myths of Rewards: An Exploreatory Study of Attitides About Knowledge Sharing.” Information Resource Management Journal , Vol.15, No:2, 2002, pp.14-21.
Boyd, Danah M., Nicole B. Ellison:	“Social Network Sites: Definition, History and Scholarship.” Journal of Computer-Mediated Communication , Vol.13, 2008, pp.211.
Bozkurt, Veysel:	Yıkıcı Gemeinshaft'tan "Öteki"siz Post Modern Kabilelere: Sanal Cemaatler , Medya ve Teknoloji, 1999.
Breu, Karin, Christhoper Hemingway:	“Collaborative Processes and Knowledge Creation in Communities of Practise.” Creativity and Inovation Management , Vol.11, No:3, 2002, pp.147-153.
Brewer, Marilynn, Wendi Gardner:	“Who is This “we”? Levels of Collective Identity and Self-Representations.” Journal of Personality and Social Psychology , Vol.71, No:1, 1996, pp.83-93.
Brown, Rupert, Susan Condor, Audrey Matthews, Gillian Wade, Jennifer Williams:	“Explaining Intergroup Differentiation in An Industrial Organisation.” Journal of Occupational Psychology , Vol.59, 1986, pp.273-286.
Brunso, Karen, Joachim Scholderer, Klaus G. Grunert:	“Closing The Gap Between Values and Behavior-A Means-End Theory of Lifestyle.” Journal of Business Research , Vol.57, No:6, 2004, pp.665–670.
Bushman, Brad J., Roy F. Baumeister:	“Threatened Egotism, Narcissism, Self-Esteem, and Direct and Displaced Aggression: Does Self-Love or Self-Hate Lead to Violence?” Journal of Personality and Social Psychology , Vol:75, No:1, 1998, pp.219-229.
Bülbül, Şahamet, Mustafa Fazıl Güler, Aysen Ş. Kandemir:	“Propensity Skor Uygulamalarında Kümeleme Analizinin Test Amaçlı Kullanımı” 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu , Erzurum, 2009, syf:61
Büyüköztürk, Şener:	Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı , Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2007.
Cameron, James E:	A Three-Factor Model of Social Identity , 2004.
Cameron, James E., Richard N. Lalonde:	“Social Identifcation and Gender-Related Ideology in Woman and Man.” British Journal of Social Psychology , Vol.40, No:1, 2001, pp.59-77.
Cameron, James E., T.Sato,	“A Multidimensional Measure of Ethnic Identification.” Presented at the Meeting of the Canadian Psychological

C. Lay, Richard N. Lalonde:	Association , Toronto, 1997.
Castells, Manuel:	Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi . 3.bs., (Çev.) Ebru Kılıç, C.3, Sayı:1, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013a.
Castells, Manuel:	İşyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler . 36.bs., (Çev.) Ebru Kılıç, Koç Üniversitesi Yayınları, 2013b.
Chang, Hsin Hsin, Shuang-Shii Chuang:	Social Capital and Individual Motivations on Knowledge Sharing: Participant Involvement as A Moderator.” Information & Management , Vol.48, 2011, pp.9-18.
Cheek, Jonathan M.:	“Identity Orientations and Self-Interpretation.” Personality Psychology: Recent Trends and Emerging Directions , (Ed. by) Buss, D. M., Cantor, N., New York Springer-Verlag, 1989, pp.275-285.
Cheek, Jonathan M., Linda R. Tropp, L.C. Chen, M.K. Underwood:	“Identity Orientations and Self-Interpretation: Personal Social and Collective Aspects of Identity.” 102nd Annual Convention of The American Psychological Association , Los Angeles, 1994.
Cheek, Jonathan M., Shannon Smith, Linda R. Tropp:	“Relational Identity Orientation: A Forts Cale for The AIQ.” Society For Personality and Social Psychology Annual Meeting , Boston: Wellesley College, 2002, pp.1.
Cheek, Jonathan M., Stephen R. Briggs:	“Self-Consciousness and Aspects of Identity.” Journal of Research in Personality , Vol.16, No:4, 1982, pp.401-408.
Chiu, Chao-Min, Meng-Hsiang Hsu, Eric T.G. Wang:	“Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories.” Decision Support Systems , Vol.42, No:3, 2006, pp.1877.
Chrysochou, Polymeros, Søren Askegaard, Klaus G Grunert, Dorthe Kristensen:	“Social Discourses of Healthy Eating. A Market Segmentation Approach” Appetite , Vol:55, No:2, 2010, pp.288-297.
Coleman, James S.:	“Social Capital in The Creation of Human Capital.” American Journal of Sociology , Vol.94, 1988, pp.95-120.
Coleman, James S.:	The Foundations of Social Theory , Cambridge MA: Harward University Press, 1990.
Compeau, Deborah R., Christopher A. Higgins:	Computer Self-Efficiency: Development of A Major and Initial Test.” MIS Quarterly , Vol.2, No:19, 1995, pp.189-211.
Compeau, Deborah R., Christopher A. Higgins Sid Huff:	“Social Cognitive Theory and Individual Reactions to Computing Technology: A Longitudinal Study”, MIS Quarterly , Vol.23, No.2, 1999, pp. 145-158.
Corraliza, José A., Jaime Berenguer:	“Environmental Values, Beliefs and Actions: A Situational Approach.” Environment and Behavior , Vol.32, No:6, 2000, pp.832–848.

Costa, Paul. T., Robert. R., McCrae:	“Normal Personality Assessment in Clinical Practice: The NEO Personality Inventory.” Psychological Assessment , Vol.4, No:1, 1992, pp.5-13.
Cowles, Deborah, Lawrence A. Crosby:	“Measure Validation in Consumer Research: A Confirmatory Factor Analysis of the Voluntary Simplicity Lifestyle Scale.” Advances in Consumer Research , Vol.13, No:1, 1986, pp.392-397.
Cüceloğlu, Doğan:	İnsan ve Davranışı , İstanbul, Remzi Kitabevi, 2012, s.406-409.
Çakmak, Zeki:	“Kümeleme Analizinde Geçerlilik Problemi ve Kümeleme Sonuçlarının Değerlendirilmesi” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , s.3, 1999, syf: 187-205.
Davenport, Thomas H., Laurence Prusak:	Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know , Boston: Harward Business School Press, 1998.
Dedeoğlu Özhan, Ayla, Elif Üstündağlı:	“Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi” Business and Economics Research Journal , Vol.2, No.2, 2011, pp.23-40.
DeValck, Kristine:	“Virtual Communities of Consumption: Networks of Consumer Knowledge and Companionship.” Research in Management , Vol.50, Rotterdam: Erasmus University, 2005, pp.29.
DeYoung, Colin G:	“Cybernetic Big Five Theory.” Journal of Research in Personality , Vol.56, 2015, pp.33-58.
Dholakia, Utpal M., Richard P. Bagozzi, Lisa Klein Pearo:	“A Social Influence Model of Consumer Participation in Network and Small-Group-Based Virtual Communities.” International Journal of Research in Marketing , Vol.21, No:3, 2004, pp.245.
Dickey, Michael H., Molli McLure Wasko, Katherine M. Chudoba, Jason Bennett Thatcher:	“Do You Know What I Know? A Shared Understanding Perspective on Text-Based Communication.” Journal of Computer-Mediated Communication , Vol.12, No:1, 2006, pp.66-87.
Dietz, Thomas, Paul C. Stern, Gregory A. Guagnano:	“Social Structural and Social Psychological Bases of Environmental Concern.” Environment and Behavior , Vol.30, No:4, 1998, pp.450-471.
Ding, Li, Pan Rong, Finin Tim, Joshi Anupam, Peng Yun, Kolari Pranam:	“Finding and Ranking Knowledge on The Semantic Web” International Semantic Web Conference , Galway IE, 2005.
Divine, Richard L., Lawrence Lepisto:	“Analysis of the Healthy Lifestyle Consumer.” Journal of Consumer Marketing , Vol.22, 2005, pp.275-283.
Donath, Judith, Karrie Karahalios, Fernanda Viégas:	“Visualizing Conversation”, Journal of Computer-Mediated Communication , Vol.4, No:4, 1999.
DooLittle, Robert J.,	“Communicaton and A Sense of in A Metropolitan

Donald MacDonald:	Neighbourhood: A Factor Analytic Examination.” Communicaton Quarterly , Vol.26, No:3, 1978, pp.2-7.
Donnellan, M. Brent, Frederick L.Oswald, Brendan M. Baird, Richard E.Lucas:	“The Mini-IPIP Scales: Tiny-Yet-Effective Measures of the Big Five Factors of Personality” Psychological Assessment , Vol.18, No.2, 2006, pp.192-203.
Dube, Line, Anne Bourhis, Real Jacob:	“Towards A Typhology of Virtual Communities of Practise.” Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management , Vol.1, 2006, pp.78.
Dunlap, R.E., J.K. Grieneeks, M. Rokeach:	"Human Values and Pro-Environmental." Energy and Material Resources: Attitudes, Values and Public Policy , Westview, Boulder.
Ebreo, Angela James, Joanne Hershey:	“Reducing Solid Waste: Linking Recycling to Environmentally Responsible Consumerism.” Environment and Behavior , Vol.31, No:1, 1999, pp.107-135.
Ehrenberg, Alexandra, Susanna Juckes, Katherine M. White, Shari P. Walsh:	“Personality and Self-Esteem as Predictors of Young People's Technology Use.” CyberPsychology and Behavior , Vol.11, No:6, 2008.
Ellemers, Naomi, Dick De Gilder, S. Alexander Haslam:	“Motivating Individuals and Groups at Work: A Social Identity Pespective on Leadership and Group Performance.” Academy of Management Review , Vol.29, No:3, 2004.
Ellemers, Naomi, Paulien Kortekaas, Jaab W. Ouwerkerk:	“Self Categorization, Commitment to The Group and Groupself as Team as Related But Distinct Aspects of Social Identity.” European Journal of Social Psychology , Vol.29, 1999, pp.371-389.
Eroğlu, Feyzullah:	Davranış Bilimleri . 11.bs., İstanbul, Beta Yayınları, 2011.
Fehr, Ernst, Simon Gächter:	“Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments.” American Economic Review , Vol:90, No:4, 2000, pp.980-994.
Feiler, Daniel C., Adam M. Kleinbaum:	“Popularity, Similarity, and the Network Extraversion Bias.” Psychological Science , Vol:26, No:5, 2015.
Florenthal, Bela, Priscilla Arling:	“Green Lifestyle Consumers Appreciate Low Involvement Green Products?” Scholarship and Professional Work-Business , w.date, pp.222.
Fraj, Elena, Eva Martinez:	“The Effects of Personality on Echological Consumer Behavior.” International Association for Research in Economic Psychology , New Zeland, 2003.
Fraj, Elena, Eva Martinez:	“Influence of Personality on Ecological Consumer Behaviour.” Journal of Consumer Behaviour , Vol.5, 2006, pp.167-181.
Gajda, Rebecca, Christopher J. Koliba:	“Communities in Practice as An Analitical Construct: Implications for Theorie and Practise.” International Journal of Public Administration , Vol.32, No:2, 1997, pp.99-100.

Gajda, Rebecca, Christopher J. Koliba:	“Discerning The Decision Architecture of Complex Environments: A Community of Practise Perspective.” Paper Presented at the American Society of Public Administration Annual Conference , Washington, DC, 2007, pp.106-110.
Gajda, Rebecca, Christopher J. Koliba:	“Evaulating and Improving The Quality of Teacher Collaboration: A Field-Tested Framework for Secondary School Leaders.” Nassp Bulletin , Vol.92, No:2, 2008, pp.133-153.
Gane, Nicholas, David Beer:	New Media: The Key Concepts , Berg Publishers, 2008, pp.15-20.
Garvill, Jörgen:	"Choice of Transportation Mode: Factors Influencing Drivers' Willingness to Reduce Personal Car Use and Support Car Regulations." in Resolving Social Dilemmas: Dynamic, Structural, and Intergroup Aspects , (Ed. by) Foddy, M., Smithson, M., Schneide, S., Hogg, M., Philadelphia: Psychology Press, 1999, pp.263–279.
Gefen, David:	“E-Commerce: The Role of Familiarity and Trust.” Omega 6, Vol.28, 2000, pp.725-737.
Gegez, A. Ercan:	Pazarlama Araştırmaları , 3.bs., İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2010, s.230-233.
Goffman, Erving:	The Presentation Self in Everyday Life, USA , New York: Doubleday, 1959.
Gongla, Patricia, Christine R. Rizzuto:	"Evolving Communities of Practice: IBM Global Services Experience." IBM Systems Journal , Vol.40, No:4, 2001, pp.845-856.
Golbeck, Jennifer, Cristina Robles, Michon Edmontson, Karenn Turner:	“Predicting Personality from Twitter.” 2011 IEEE Third International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust and 2011 IEEE Third International Conference on Social Computing , Boston MA, 2011, pp.149-156.
Goldberg, Lewis R.:	“The Development of Markers For The Big-Five Factor Structure.” Psychological Assessment , Vol.4, No:1, 1992, pp.26-42.
Gosling, Samuel D., Peter J. Rentfrow, William B. Swann Jr.:	“A Very Brief Measure of The Big-Five Personality Domains.” Journal of Research in Personality , Vol.37, No:6, 2003, pp.504-528.
Gray, Betty:	“Informal Learning in An Online Community of Practise.” Journal of Distance Education , Vol.19, No:1, 2004, pp.20-35.
Greenberg, Bradley S.:	"Viewing and Listenig Parameters Among British Youngsters." Journal of Broadcasting , Vol.17, No:2, 1973, pp.173-188.
Grunert, Suzanne, Hans Jørn Juhl:	“Values, Environmental Attitudes, and Buying of Organic Foods.” Journal of Economic Psychology , Vol.16, No:1, 1995, pp.39–62.

Granzin, Kent L., Janeen E. Olsen:	"Characterizing Participants in Activities Protecting the Environment: A Focus on Donating, Recycling, and Conservation Behaviors." Journal of Public Policy & Marketing , Vol.10, No:2, 1991, pp.1-27.
Guo, Zixiu, Kenneth Cheung, Felix B. Tan:	"Motivations for Using CMC and None-CMC Media in Learning Contexts: A Uses and Gratifications Approach." International Conference on Information Systems Proceedings , 2008, pp.71.
Gurin, Patricia, Hazel Markus:	"Cognitive Consequences of Gender Identity." The Social Identity of Woman , 1989, pp.152-172.
Hagel, John, Arthur G. Armstrong:	Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities , Boston MA: Harward Business School Press, 1997.
Hair, Neil, Moira Clark, Melanie Shapiro:	"Toward a Classification System of Relational Activity in Consumer Electronic Communities: The Moderators Tale." Journal of Relationship Marketing , Vol.9, No:1, 2010.
Hair, Joseph F. Jr., William Cormack Black IV, Barry Babin, Rolph Anderson:	Multivariate Data Analysis , 5.press, New Jersey, Prentice Hall, 1998.
Hammond, Marie S.:	The Use of The Five-Factor Model of Personality as A Therapeutic Tool in Career Counseling." Journal of Career Development , Vol.27, 2001, pp.157-158.
He, Wei, Kwok-Kee Wei:	"What Drives Continued Knowledge Sharing? An Investigation of Knowledge-Contribution and Seeking Beliefs." Decision Support Systems , Vol.46, No:4, 2009, pp.826-838.
Hendriks, Paul:	"Why Share Knowledge? The Influence of ICT on The Motivation for Knowledge Sharing." Knowledge and Process Management , Vol.6, No:2, 1999, pp.91-100.
Herb, Guntram Hendrick, David H. Kaplan:	Nested Identities: Nationalism, Territory and Scale , Boston, Rowman & Littlefield Publishers INC, 1999.
Hildret, Paul, Chris Kimble, Peter Right:	"Communities of Practise in The Distributed International Environment." Journal of Knowledge Management , Vol.4, No:1, 2000, pp.27-38.
Hinkle, Steve, Laurie A. Taylor, D. Lee Fox-Cardamone, Kimberly F. Crook:	"Intragroup Identification and Intergroup Differentiaton: A Multicomponent Approach." British Journal of Social Psychology , Vol.28, 1989, pp.305-317.
Hogan, Robert, Jonathan M. Cheek:	"Identity Authenticity and Maturity." Studies in Social Identity , (Ed. by) Sarbin, T. R., Scheibe, K. E., New York: Praager, 1983, pp.339-357.
Hogg, Michael A.:	The Social Psychology of Group Cohesiveness: From Attraction To Social Identity , New York, NYU Press, 1992.

Hogg, Micheal A., Scott A. Reid:	“Social Identity, Self-Categorisation, and The Communication of Group Norms.” Communication Theory , Vol.16, No:1, 2006, pp.7-30.
Hollenbeck, Candice R., George M. Zinkhan:	“Consumer Activism on The Internet: The Role of Anti-Brand Communities.” Advances in Consumer Research , Vol.33, 2006, pp.479-485.
Homer, Pamela M., Lynn R. Kahle:	“A Structural Equation Test of The Value-Attitude-Behavior Hierarchy.” Journal of Personality and Social Psychology , Vol.54, No:4, 1988, pp.638–646.
Hsu, Meng-Hsiang, Theresa L. Ju, Chia-Hui Yen, Chun-Ming Chang:	“Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-Efficacy, and Outcome Expectations.” International Journal Human-Computer Studies , Vol.67, 2007, pp.153-169.
Hung, Shin-Yuan, Alexandra Durcikova, Hui-Min Laia, Wan-Mei Lin:	“The Influence of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Individual’s Knowledge Sharing Behavior.” International Journal of Human Computer Studies , Vol.69, 2011, pp.415-427.
Iwata, Osamu:	Attitudinal and Behavioral Correlates of Voluntary Simplicity.” Social Behavior and Personality , Vol.25, No:3, 1997, pp.233-240.
Iwata, Osamu:	“Attitudinal Determinants of Environmentally Responsible Behavior.” Social Behavior and Personality , Vol.29, No:2, 2001, pp.183-190.
Iwata, Osamu:	“An Evaluation of Consumerism and Lifestyle as Correlates of A Voluntary Simplicity Lifestyle.” Social Behavior and Personality , Vol.34, No:5, 2006, pp.557-568.
Jepsen, Anna Lund:	“Information Search in Virtual Communities: Is it Replacing Use of Off-Line Communication?” Journal of Marketing Communications , Vol:12, No:4, 2006.
Jeppesen, Lars Bo, Lars Frederiksen:	“Why the Users Contribute to Firm-Hosted User Communities? The Case of Computer-Controlled Music Instruments.” Organisation Science , Vol.17, No:1, 2006, pp.45-63.
John, Oliver P., Sanjay Srivastava:	“The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives.” Handbook of Personality: Theory and Research , (Ed. by) Pervin, Lawrence A., John, Oliver P., New York: Guilford Press, 1999, pp.102-138.
John, Oliver P., Laura P. Naumann, Christopher J. Soto:	“Paradigm Shift to The Integrative Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Conceptual Issues.” Handbook of Personality: Theory and Research , (Ed. by) Oliver P., John, Pervin, Lawrence A., Richard W., Robins, The Guilford Press, pp.114-158.
Johnson, David W., Roger T. Johnson:	Learning Together and Alone: Co-Operative, Competitive, and Individualistic Learning , Prentice-Hall, 1987.

Jones, Quentin, Sheizaf Rafaeli:	“Time to Split, Virtually: "Discourse Architecture" and "Community Building" Create Vibrant Virtual Publics.” Electronic Markets , Vol.10, No:4, 2000, pp.215.
Kahle, Lynn R.:	Social Values and Social Change: Adaptation to Life in America , New York: Praeger, Vol.1, 1983.
Kahle, Lynn R.:	“Social Values and Consumer Behavior: Research from The List of Values.” The Psychology of Values: The Ontario Symposium , Vol:8, 1996, pp.135-151.
Kaiser, Florian G., Sybille Wolfing, Urs Fuhrer:	“Environmental Attitude and Ecological Behaviour.” Journal of Environmental Psychology , Vol.19, No:1, 1999.
Kalaycı, Şeref	Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri , 5.bs., Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti., Ankara, 2010.
Kanchanapibul, Matusos, Ewelina Lacka, Xiaojun Wang, Hing Kai Chan:	“An Empirical Investigation of Green Purchase Behaviour Among the Young Generation.” Journal of Cleaner Production , Vol.66, 2014.
Kankanhalli, Atreyi, Bernard CY. Tan, Kwok-Kee Wei:	“Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation.” MIS Quarterly , Vol.29, No:1, 2005, pp.113-143.
Karagöz. Yalçın:	Spss ve Amos Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği , Sivas, Nobel, 2017.
Kashima, Emiko S., Elizabeth A. Hardie:	“The Development and Validation of The Relational, Individual and Collective Self-Aspect (RIC) Scale.” Asian Journal of Social Psychology , Vol.3, No:1, 2000, pp.19-48.
Katz, Elihu, Jay G. Blumler, Michael Curevtch:	“Uses and Gratifications Research.” The Uses of Mass Communications , (Ed. by) Katz, Elihu, Blumler, Jay G., Curevtch, Michael, Beverly Hills CA: Sage Publications, 1974.
Kim, Yeonshin, Sejung Marina Choi:	“Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism Environmental Concern, and PCE.” Advances in Consumer Research , Vol.32, 2005.
Kimball, Lisa, Howard Rheingold:	How Online Social Networks Benefit Organizations, (Çevrimiçi) http://www.rheingold.com/Associates/onlinenetworks.html , 2020.
Kleine, Susan Schultz, III Robert E. Kleine, Chris T. Allen:	“How is A Possession "Me" or "Not Me"? Characterizing Types and An Antecedent of Material Possession Attachment.” Journal of Consumer Research , Vol.22, No:3, 1995, pp.327-343.
Kline, Rex B.	Principles and Practice of Structural Equation Modeling , Third Edition, The Guilford Press, 2011.
Korgaonkar, Pradeep K., Lori D. Wolin:	“A Multivariate Analysis of Web Usage.” Journal of Advertising Research , Vol.39, No:2, 1999, pp.53-68.
Kosinski, Michal, Yoram Bachrach,	“Of User Personality in Website Choice and Behaviour on Online Social Networks.” Machine Learning , Vol.95,

Pushmeet Kohli, David Stillwell, Thore Graepel:	No:3, 2014, pp.357-380.
Kotchen, Matthew, Stephen Reiling:	“Environmental Attitudes, Motivations, and Contingent Valuation of Non Use Values: A Case Study Involving Endangered Species” Ecological Economics , Vol:32, 2000, pp.93-107.
Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan:	Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital , New Jersey, Hoboken, John Wiley & Sons, Inc., 2017.
Kozinets, Robert V.:	“E-Tribalized Marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption.” European Management Journal , Vol.17, No:3, 1999, pp.252-264.
Lampe, Cliff, Nicole Ellison, Charles Steinfeld:	“A Face(book) in The Crowd: Social Searching vs. Social Browsing.” Proceedings of The 2006 20th Anniversary Conference on Computer-Supported Cooperative Work (CSCW 2006) , New York: ACM Press, 2006, pp.167-170.
Lave, Jeanne, Etiene Wenger:	Stiuated Learning: Legitimate Peripheral Participation , Cambridge, Cambridge University Press, 1991.
Lazar, Jonathan, Jenny Preece:	“Classification Scheme for Online Communities.” Proceedings of The Forth Americas Conference on Information Systems , Baltimore, MD, 1998, pp.84.
Lazar, Jonathan, Jenny Preece:	“Social Considerations in Online Communities: Usability, Sociability and Success Factors.” Cognition in The Digital World , (Ed. by) Oostendorp, H. Van, NJ: Lawrence Earlbaum Associates INC., 2002, pp.25-29.
Leonard-Barton, Dorothy:	“Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation.” Journal of Consumer Research , Vol.8, No:3, 1981, pp.243-252.
Lesser, Eric L.:	“Leveraging Social Capital in Organizations .” Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications , (Ed. by) Lesser, Eric L., Boston, Elsevier Inc., 2003, pp.16.
Lesser, Eric L., Larry Prusak:	“Communities of Practice, Social Capital and Organizational Knowledge.” Knowledge and Communities , (Ed. by) Lesser, Eric, Fontaine, Michael, Slusher, Jason, Boston: Butterworth Heinemann, 2000, pp.124.
Levina, Marina:	Keywords for Media Studies , (Ed. by) Ouellette, Laurie, Gray, Jonathan, New York: NYU Press, 2017.
Liere, Kent D. Van, Riley E. Dunlap:	“The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Empirical Evidence.” Public Opinion Quarterly , Vol.44, No:2, 1980.
Lin, Chia Chi:	“A Critical Appraisal of Customer Satisfaction and E-Commerce.” Managerial Auditing Journal , 2003.
Lin, Ming-Ji James, Shiu-Wan Hung, Chih-Jou Chen:	“Fostering The Determinants of Knowledge Sharing in Professional Virtual Communities.” Computer In Human Behavior , Vol.25, 2009, pp.929-939.

Liu, Leqi, Daniel Preotiuc-Pietro, Zahra Riahi Samani, Mohsen E. Moghaddam, Lyle Ungar:	“Analyzing Personality Through Social Media Profile Picture Choice.” Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media , 2016, pp.211-220.
Luhtanen, Riia, Jennifer Crocker:	“A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity.” Personality and Social Psychology Bulletin , Vol.18, 1992, pp.302-318.
Ma, Will W. K., Albert Chan:	“Knowledge Sharing and Social Media: Altruism, Perceived Online Attachment Motivation, and Perceived Onlie Relationship Commitment.” Computers in Human Behavior , Vol.39, 2014, pp.51-58.
Malhotra, Naresh K.:	Marketing Research : An Applied Orietation , 6.ed., Pearson Education INC., New Jersey, USA, 2010.
Maloney, Michael P., Michael P. Ward, G. Nicholas Braucht,:	“A Revised Scale for The Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge.” American Psychologist , Vol.30, No:7, 1975, pp.787–790.
Marshall, Gordon:	Sosyoloji Sözlüğü , (Çev.) Akınhay, Osman, Kömürcü, Derya, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, Vol.8, 1999.
McCrae, Robert R., Oliver. P. John:	“An Introduction to The Five-Factor Model and Its Applications.” Journal of Personality and Social Psychology , Vol.60, No:2, 1992, pp.175-215.
McCrae, Robert. R., Paul T. Costa:	“Validation of The Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers.” Journal of Personality and Social Psychology , Vol.52, No:1, 1987, pp.81-90.
McDermott, Richard:	“Why Information Technology Inspired But Can Not Deliver Knowledge Management” California Review Management , Vol.41, No:4, 1999, pp.103-117.
McDermott, Richard:	“Knowing in Community: 10 Critical Success Factors in Building Communities of Practise.” IHRIM Journal , 2000.
McDermott, Richard:	“Community Development as A Natural Step: Five Stages of Community Development” KM Review , Vol.3, No:5, 2000.
McGuire, William J.:	“Psychological Motives and Communication Gratifications.” in The Uses of Mass Communications , (Ed. by) Blumler, Jay G., Katz, Elihu, Beverly Hills CA, Sage Publications, 1974.
McLuhan, Marshall:	Global Köy , (Çev.) Öcal Düzgören, Bahar, Scala Yayıncılık, İstanbul, 2001.
McMillan, David W., David M. Chavis:	“Sense of Community: A Definition and Theory.” Journal of Community Psychology , Vol.14, No:1, 1986, pp.9.
Merchant, Carolyne:	Radical Ecology: The Search for A Livable World , New York, Routledge, 1992.
Miranda, Shaila M., Carol S. Saunders:	“The Social Construction of Meaning: An Alternative Perspective on Information Sharing”, Information

	Systems Research , Vol.14, No:1, pp.87-106.
Mitchell, Arnold:	The Nine American Lifestyles: Who We Are and Where We're Going , 1983.
Moore, Kelly, James C. McElroy:	"The Influence of Personality on Facebook Usage, Wall Postings, and Regret." Computers in Human Behavior , Vol.28, No:1, 2012, pp.267-274.
Murillo, Enrique:	"Searching Usenet for Virtual Communities of Practise: Using Mixed Methods to Identify The Constructs of Wenger's Theory." Information Research , Vol.13, No:4, 2008, pp.6.
Nahapiet, Janine, Sumantra Ghoshal:	"Social Capital of Intellectual Capital and The Organisational Advantage." Academy of Management Review , Vol.23, No:2, 1998.
Nakip, Mahir:	Pazarlamada Araştırma Teknikleri , Seçkin Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara, 2013, s.527-556.
Nordlund, Annika M., Jörgen Garvill:	"Effects of Values, Problem Awareness, and Personal Norm on Willingness to Reduce Personal Car Use." Journal of Environmental Psychology , Vol.23, No:4, 2003, pp.339-347.
Obst, Patricia, Lucy Zinkiewicz, Sandy G. Smith:	"Sense of Community in Science Fiction Fandom, Part1: Understanding Sense of Community in An Intenrnational Community of Interest." Journal of Community Psychology , Vol.30, No:1, 2002, pp.87-103.
Odabaşı, Yavuz, Gülfidan Barış:	Tüketici Davranışı , İstanbul, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., 2011.
Ong, Eileen Y.L., Rebecca P. Ang, Jim C. M. Ho, Joylynn C.Y. Lim, Dion H. Gor, Chei Siyan Lee, Alton Y.K. Chua:	"Narcissism, Extraversion and Adolescents' Self-Presentation on Facebook." Personality and Individual Differences , Vol.50, No:2, 2011, pp.180-185.
Perreault, Stephanie, Richard Y. Bourhis:	"Ethnocentrism Social Identification and Discrimination." Personality and Social Psychology Bulletin , Vol.25, 1999, pp.92-103.
Phang, Chee Wei, Atreyi Kankanhalli, Rajiv Sabherwal:	"Usability and Sociability in Online Communities: A Comparative Study of Knowledge Seeking and Contribution" Journal of The Association for Information Systems , Vol.10, No:10, 2009, pp.721-747.
Plant, R.:	"Online Communities." Technology in Society , Vol.26, 2004, pp.51-65.
Porter, Constance Elise:	"A Typhology of Virtual Communities: A Multi-Diciplinary Foundation for Future Research." Journal of Computer-Mediated Communication , Vol.10, No:1, 2004.
Poster, Mark:	The Second Media Age , Cambridge, Polity Press, 1995.
Preece, Jennifer:	Online Communities: Designing Usability and

	Supporting Sociability , New York, John Wiley&Sons, Inc., 2000.
Preece, Jennifer:	“Sociability and Usability in Online Communities: Determining and Measuring Success.” Behavior&Information Technology , Vol.20, No:5, 2001, pp.347-356.
Preece, Jenny:	“Etiquette, Empathy and Trust in Communities of Practice: Stepping-Stones To Social Capital.” Journal of Universal Computing Science , Vol.10, No:3, 2004, pp.294-302.
Presi, Caterina, Paul Michell, Andrew R. Lock:	“Reading Consumer’s Identity in Virtual Communities of Consumption: Exploring The Influence of Motive and Focus of Attention.” Association for Consumer Research, AP-Asia-Pacific Advances in Consumer Research , (Ed. by) Craiglees, Margaret, Davis, Teresa Gregory, Gary, Vol.7, 2006, pp.330-338.
Putnam, Robert D.:	“Tuning, In Tuning, Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America.” PS: Political Science and Politics , Vol.28, 1995, pp.664-683.
Quercia, Daniele, Renaud Lambiotte, David Stillwell, Michal Kosinski, Jon Crowcroft:	“The Personality of Popular Facebook Users.” Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work , 2012, pp.955-964.
Ramanaiah, N. V., M. Clump, J. P.Sharpe:	“Personality Profiles of Environmentally Responsible Groups.” Psychological Reports , Vol.87, No:1, 2000, pp.176–178.
Ramsey, Charles E., Roy E. Rickson:	“Environmental Knowledge and Attitudes” Journal of Environmental Education , Vol.8, No:1, 1976, pp.10-18.
Rheingold, Howard:	A Slice of Life in My Virtual Community , (Ed. by) Harasin, L. M., Cambridge: Global Networks&Cambridge, MA: MIT Press, 1991.
Rheingold, Howard:	The Virtual Community: Homestading on The Electronic Frontier , US, Addison-Wesley Longman Publishing Co., 1993.
Roberts, Joanne:	“Limit to Communities of Practice.” Journal of Management , Vol.43, No:3, 2006, pp.623-639.
Rokeach, Milton:	The Nature of Human Values , New York: Free Press, 1973.
Rosen, Peter A., Donald H. Kluemper:	“The Impact of The Big Five Personality Traits on The Acceptance of Social Networking Website.” AMCIS 2008 Proceedings , 2008, pp.274.
Rosengren, Karl Erik, A. Winner Lawrence, Philip PalmGreen:	Media Gratifications Research: Current Perspectives , CA: Sage Publications, 1985.
Ross, Craig, Emily S. Orr, Mia Sisic, Jaime M.	“Personality and Motivations Associated with Facebook Use.” Computers in Human Behavior , Vol.25, No:2 2009, pp.578-586.

Arseneault, Mary G. Simmering, R. Robert Orr:	
Rovai, Alfred P.:	"Building Classroom Community at A Distance: A Key Study." Educational Technology Research and Development , Vol.49, No:33, 2001.
Rubin, Alan M.:	"Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations." Journal of Broadcasting , Vol.27, No:1, 1983.
Saimer, İdil:	Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar , İstanbul, Literatürk Akademia, 2014, s.283-294.
Saint-Onge, Hubert, Debra Wallace:	Leveraging Communities of Practice for Strategic Advantage , Butterworth-Heinemann, Routhledge, 2012.
Sanchez, Juan I., Petra Brock:	"Outcomes of Perceived Discrimination Among Hispanic Employees: Is Diversity Management A Luxury or A Necessity?" Academy of Management Journal , Vol.39, No:3, 1996, pp.704-719.
Schlenker, Barry R.:	"Attitudes as Actions: Social Identity Theory and Consumer Research." (Ed. by) Hunt, Kent, I, Am, Association For Consumer Research Ann Abor. Advances in Consumer Research , No:5, 1978, pp.352-359.
Schrammel, Johann, Christina Köffel, Manfred Tscheligi:	"Personality Traits, Usage Patterns and Information Disclosure in Online Communities." People and Computers XXIII Celebrating People and Technology HCI , Swinton, United Kingdom, British Computer Society, 2009, pp.169-174.
Schumacker, Randall E., Richard. G. Lomax:	A beginner's guide to structural equation modeling , Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
Schultz, P. Wesley, Lynnette Zelezny:	"Values as Predictors of Environmental Attitudes: Evidence for Consistency Across 14 Countries." Journal of Environmental Psychology , Vol.19, 1999, pp.255-265.
Schultz, Susan E., Robert E. Kleine, Jerome B. Kernan:	"These are A Few of My Favourite Things: Toward An Explication of Attachment as A Consumer Behavior Construct." Advances to Consumer Research , Vol.1, No:6, 1989, pp.359-366.
Schultz, Wesley P., Lynnette C. Zelezny:	"Values and Proenvironmental Behavior: A Five-Country Survey." Journal of Cross-Cultural Psychology , Vol.29, 1998, pp.540-558.
Schwartz, H. Andrew, Johannes C. Eichstaedt, Margaret L. Kern, Lukasz Dziurzynski, Stephanie M.	"Personality, Gender, and Age in The Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach." PLoS One , Vol.8, No:9, 2013.

Ramones, Megha Agrawal, Achal Shah, Michal Kosinski, David Stillwell, Martin E.P. Seligman, Lyle H. Ungar:	
Schwartz, Shalom H.:	“Moral Decision Making and Behavior.” Altruism and Helping Behavior , (Ed. by) Macauley, J, Berkovitz, W. L., New York, Academic Press, 1970, pp.127-141.
Schwartz, Shalom H.:	“Universals in The Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries.” Advances in Experimental Social Psychology (Ed. by) Zanna, M.P., USA, Academic Press, 1992, pp.1-65.
Schwartz, Shalom H.:	“Are There Universal Aspects in The Content and Structure of Values?” Journal of Social Issues , Vol.50, 1994, pp.19-45.
Schwartz, Shalom H.:	“An Overview of The Schwartz Theory of Basic Values.” Online Readings in Psychology and Culture , Vol.2, No:1, 2012.
	Second Life Nedir?, (Çevrimiçi) http://secondlife.gen.tr/second-life-nedir/ (03 Kasım 2019).
Seidman, Gwendolyn:	“Self-Presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media Use and Motivations.” Personality and Individual Differences , Vol.54, No:3, 2013, pp.402-407.
Selfhout, Maarten, William Burk, Susan Branje, Jaab Denissen, Marcel Van Aken, Wim Meeus:	“Emerging Late Adolescent Friendship Networks and Big Five Personality Traits: A Social Network Approach.” Journal of Personality , Vol.78, No:2, 2010, pp.509-538.
Shama, Avraham, Joseph Wisenblit:	“Values of Voluntary Simplicity: Lifestyle and Motivation.” Psychological Reports , Vol.55, No:1, 1984, pp.231-240.
Shama, Avraham:	“The Voluntary Simplicity Consumer.” Journal of Consumer Marketing , Vol.4, No:2, 1985, pp.57-63.
Shao, Jun	Mathematical Statistics , 2nd ed., New York, Springer-Verlag, 2003.
Sharma, Subhash:	Applied Multivariate Techniques , New York, John Wiley&Sons, 1996.
Shen, Kathy Ning, Angela Yan Yu,	“Knowledge Contribution in Virtual Communities Accounting for Multiple Dimensions of Social Presence

Mohamed Khalifa:	Through Social Identity.” Association For Information Systems , 2007.
Sheng, Wang, Raymond A. Noe:	“Knowledge Sharing: A Review and Directions for Future Research.” Human Resource Management Review , Vol.20, No:2, 2010, pp.115-131.
Sicilia, Maria, Mariola Palazon:	“Brand Communities on The Internet: A Key Study of Coca-Cola’s Spanish Virtual Community” Corporate Communications: An International Journal , Vol.13, No:3, 2008, pp.257.
Smith, Eliot R., Susan Henry:	“An In-Group Becomes Part of The Self: Response Time Evidence.” Personality and Social Psychology Bulletin , Vol.22, 1996, pp.635-642.
Snyder, William M, Etienne Wenger, Briggs X. de Souza:	“CoP in Gov.: Leveraging Knowledge for Performance; Learn How This Evolving Tool for Cross-Organizational Collaboration Currently is Being Used in A Variete of Pub. Sector Setting An How It Can Help You Cultivate Improved Performance Outcomes in Your Backyard.” The Public Manager , Vol.32, No:4, 2003, pp.17-22.
Spears, R., B. Doosje, Naomi Ellemers:	“Commitment and the Context of Social Perception.” Social Identity: Context, Commitment, Content (Blackwell Signs), 1999, pp.59-83.
Stanoevska-Slabeva, Katerina:	“Toward A Coomunity-Oriented Design of Internet Platforms.” International Journal of Electronic Commerce , Vol.6, No:3, 2002, pp.78-81.
Stanton, Jeffrey M., Evan F. Sinar, William K. Balzer, Patricia C. Smith:	“Issues and Strategies for Reducing The Length of Self-Report Scales” Personnel Psychology , Vol.55, No.1, 2002, pp.167-194.
Stern, Paul C., Thomas Dietz, Gregory A. Guagnano, Linda Kalof:	“Values, Beliefs, and Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent Attitude Objects.” Journal of Applied Social Psychology , Vol.25, 1995, pp.1630.
Stern, Paul C., Thomas Dietz:	“The Value Basis of Environmental Concern.” Journal of Social Issues , Vol.50, No:3, 1994, pp.121-145.
Stern, Paul C., Thomas Dietz, Troy Abel, Gregory A. Guagnano, Linda Kalof:	“A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social.” Human Ecology Review , Vol.6, 1999, pp.81–97.
Storck, John, Patricia A. Hill:	Knowledge Diffusion Througe-Strategic Communities , Boston, Butterworth Heinemann: Sloan Management Review, 2000.
Suhr, Diana:	“Step Your Ways Through Path Analysis”, Western Users Of SAS Software Conference , USA, 2008.
Tajfel, Henry:	Differentiation Between Social Gruops: Studies in The Social Psychology of Intergrup Relations , London, Academic Press, 1978.

Tajfel, Henry, J. Turner:	“The Social Identity Theorie of Intergroup Behavior.” Psychology of Intergroup Reletions (Ed. by) S.Worschel, S., Austin, W. G., Chigago, Nelson Hall, 1986, pp.7-24.
Tavşancıl, Ezel:	Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi , Nobel Akademik Yayıncılık, 6.bs. Ankara, 2019.
Thøgersen, John, Caroline Noblet:	“Does Green Consumerism Increase the Acceptance of Wind Power?” Energy Policy , Vol.51, 2012, pp.854-862.
Thøgersen, John, Folke Ölander:	“Values and The Emergence of A Sustainable Consumption Pattern: A Panel Study.” Journal of Economic Psychology , Vol.23, 2002, pp.605-630.
Thøgersen, John, Suzanne C. Beckmann:	“Values and Attitude Formation Towards Emerging Attitude Objects: From Recycling to General, Waste Minimizing Behavior.” Advances in Consumer Research , Vol.24, 1997, pp.182-189.
Thompson, Mark P.A., Geoff Walsham:	“Placing Knowledge Management in Context” Journal of Management Studies , Vol.41, No:5, 2004, pp.725-747.
Tsai, Wenpin, Shumantra Ghoshal:	“Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks.” Academy of Management Journal , Vol.41, No:4, 2017.
Tsao, Ronald, Jennifer Preece, Jonathan Lazar:	“One Foot in Cyberspace & The Other on The Ground: A Case Study of Analaysis and Design Issues in A Hybrid Virtual and Physical Community”, Applications & Issues WebNet Journal: Internet Technologies , Vol.1, No:3, 1999.
Turner, John C.:	“Towards a Cognitive Redefinition of The Social Group.” Social Identity and InterGroup Relations , (Ed. by) TaJfel, H., Cambridge, Cambridge University Press, 1982, pp.15-40.
Turner, John C.:	“Social Categorization and The Self-Concept: A Social Cognitive Theorie of Group Behavior.” (Ed. by) Lawler, E. J., Advances in Group Processes , JAI Press, 1985, pp.77-122.
Varnalı, Kaan:	Dijital Kabilelerin İzinde: Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar , İstanbul, MediaCat, 2013.
Veroff, Joseph, Elizabeth Douvan, Richard A. Kulka:	The Inner American . New York, Basic Books, 1981.
Vining, Joanne, Angela Ebreo:	“What Makes a Recycler?: A Comparison of Recyclers and Nonrecyclers”. Environment and Behavior , Vol.22, No:1, 1990, pp.55-73.
von Krogh, George:	“The Communal Resource and Information Systems.” The Journal of Strategic Information Systems , Vol.11, No:2, 2002, pp.85-107.
Walther, Joseph B:	“Computer/Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interraction.” Communication Research , Vol.23, No:1, 1996, pp.3-43.

Wang, Youcheng, Daniel R. Fesenmaier:	“Towards Understanding Members General Participation in and Active Contribution to An Online Travel Community.” Tourism Management , Vol.25, No:6, 2004, pp.716.
Wasko, Molly McLure, Samar Faraj:	“Its What One Does: Why People Participate and Help Others in Electronic Communities of Practise.” Journal of Strategic Information Systems , Vol.2-3, No:9, 2000, pp.155-173.
Wasko, Molly McLure, Samar Faraj:	“Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practise.” MIS Quarterly , Vol.29, No:1, 2005, pp.35-57.
Wellman, Barry:	Networks In The Global Village: Life in Contemporary Communities , USA, New York, Routhledge, 2018, pp.1-5.
Wellman, Barry, Milena Gulia:	Net-Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities, Networks In The Global Village: Life in Contemporary Communities , (Ed. by) Wellman, Barry, USA, New York, Routledge, 2018, pp.331-366.
Wellman, Barry, Stephanie Potter:	“The Elements of Personal Communities”, Networks in The Global Village: Life in Contemporary Communities , (Ed. by) Wellman, Barry, USA, New York, Routledge, 2018, pp.1-48.
Wenger, Etienne:	Communities of Practise: Learning, Meaning and Identity , Cambridge, Cambridge University Press, 1998a.
Wenger, Etienne:	“Communities of Practise: Learning as A Social System.”, System Thinker , 1998b.
Wenger, Etienne:	“Communities of Practice: The Key to Knowledge Strategy”, Knowledge and Communities , (Ed. by) Lesser, Eric, Fontaine, Michael, Slusher, Jason, Boston, Butterworld- Heinemann, 2000a, pp.3-20.
Wenger, Etienne:	“Communities of Practise and Social Learning Systems”, How Organizations Learn: Managing The Search for Knowledge , (Ed. by) Starkey, K., Tempes, S., McKinlay, A., London, Thomson, 2004, pp.238-258.
Wenger, Etienne, Richard McDermott, William M. Snyder:	Cultivating Communities of Practise a Guide to Managing Knowledge , Boston, Harward Business School Press, 2002.
Wenger, Etienne, William M. Snyder:	“Communities of Practise: The Structure of Knowledge Stewarding”, Knowledge Horizons: The Present and The Promise of Knowledge Management , (Ed. by) Despres, Charles, Chauvel, Daniele, Boston, Butterworth Heinemann: Routledge, 2000b, pp.140.
Whittaker, Robert H.:	“Classification of Natural Communities”, Botanical Review , Vol.28, No:1, 1962, pp.114-115.
Wilson, Kathryn, Stephanie Fornasier, Katherine M. White:	“Psychological Predictors of Young Adults’ Use of Social Networking Sites.”, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking , Vol.13, No:2, 2010, pp.173-177.

Yu, Chia-Ping, Tsai-Hsin Chu:	“Exploring Knowledge Contribution From An OCB Perspective”, Information & Management , Vol.44, No:3, 2007, pp.321-331.
Zencirkıran, Memet:	“Kültür, Toplumsallaşma ve Kişilik”, Davranış Bilimleri , 2.b.s., Bursa, Dora Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti., 2017, s.29.
Zhou, Tao:	“Understanding Online Community User Participation: A Social Influence Perspective.”, Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy , 2011.



EKLER

EK.1 Anket Formu

ANKET FORMU

Anket No:

Değerli Katılımcı,

Bu bilimsel çalışma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı bünyesinde yürütülen akademik bir çalışma kapsamında yapılmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen veriler sadece akademik amaçlı olarak analiz edilecek ve ticari faaliyet gösteren hiçbir kişi ya da kurumla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Soruları dikkatli ve içten bir şekilde yanıtmanız son derece önemlidir.

İlginiz ve desteğiniz için çok teşekkür ederim.

Öğr.Gör.Züleyha GÖKÇE
zuleyha.gokce@nevsehir.edu.tr

BİLGİLENDİRME YAZISI

Bu çalışmada sürdürülebilirlik ile ilgili dijital ortamda kurulan topluluklardaki katılımcıların davranışları incelenmektedir. Bu topluluklardan kasıt; sürdürülebilir sistemlere, yerel kültür ve alışkanlıklara, yerel kaynakların kullanılmasına, yerel halka ve bölgeye fayda sağlamaya önem veren organik, yerli (atalık) ve yerel tarımı destekleyici faaliyetlere odaklanan bireylerin, bilgi, ikinci el eşya, yöresel ürün ve tohum takaslarının gerçekleştiği, üyelerin birbirleri ile üretim metotları gibi bilgileri paylaştıkları ve bunun yanı sıra gerçek hayatta da toplantı, şenlik, pazar yahut eko-çiftliklerde bir araya geldiği sosyal medyada yer alan dijital topluluklardır. Ankette yer alan soruları sosyal medyada bu topluluklardan en sık takip ettiğiniz topluluğu düşünerek cevaplamamız rica olunur.

1. Sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyet gösteren dijital topluluklar arasında en sık takip ettiğiniz topluluğun öncelikli faaliyet alanı aşağıdakilerden hangisidir?

- (1) Aromaterapi, Homeopati, Agro-Homeopati
- (2) Organik Tarım, Bahçecilik, Hayvancılık, Arıcılık
- (3) Sürdürülebilir Yapılar
- (4) Geleneksel Sanatlar
- (5) Doğa, Nefes Terapisi, Yoga, Reiki, Hikâye Anlatıcılığı gibi Yaşam Pratikleri
- (6) Alternatif Eğitim Kampları
- (7) Takas, İkinci El Organizasyonları
- (8) Hasat Turizmi, Eko-Turizm

BİRİNCİ BÖLÜM

Lütfen aşağıdaki soruları sosyal medyada sürdürülebilirlik ile ilgili en sık takip ettiğiniz topluluğu düşünerek cevaplandırınız.

2. Bu topluluğa nasıl üye oldunuz?

- | | |
|---|-----|
| İnternette gezinirken | (1) |
| Tanıdık tavsiyesi ile | (2) |
| Grubun bir etkinliğine katılarak | (3) |
| Üye olunamayan dernek, vakıf, kuruluş vasıtasıyla | (4) |

3. Bu topluluğa ne kadar süredir üyesiniz?

- | | |
|------------------|-----|
| 6 aydan az | (1) |
| 6 ay-1 yıl arası | (2) |
| 2-3 yıl arası | (3) |
| 4 yıl ve üzeri | (4) |

ANKET FORMU

Anket No:

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu topluluktaki üyeliğim sayesinde;					
16....ilgili olduğum alanın uzmanlarına ulaşabilirim.	1	2	3	4	5
17....toplulukta kilerin bilgi birikimini artırıp zenginleştirebilirim.	1	2	3	4	5
18....gündelik hayatımı kolaylaştıracak bilgiler edinebilirim.	1	2	3	4	5
19....yaptığım işte daha başarılı olabilirim.	1	2	3	4	5

5. Aşağıda sürdürülebilirlik ile ilgili dijital toplulukların katılımçıları hakkında birtakım yargılar, ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu topluluklardan en sık takip ettiğiniz topluluğu düşünerek aşağıdaki yargılara katılma derecenizi uygun kutucuklara işaret (*) koyarak belirtiniz. (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
5-1.Toplulukta kiler için topluluğun bir parçası olmanın gurur verici olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
5-2.Toplulukta kilerin kendilerini değerli hissettiklerine inanırım.	1	2	3	4	5
5-3.Toplulukta kilerin kendileri için benzer hayalleri olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
5-4.Toplulukta kilerin insanlık adına evrensel bir görev üstlendiklerine inanırım.	1	2	3	4	5
5-5.Toplulukta kilerin rollerinin imajları ile uyumlu olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
5-6.Toplulukta kilerin topluluk içerisindeki rollerinin kim oldukları hakkındaki görüşlerinde belirleyici olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5

6. Aşağıda sürdürülebilirlik ile ilgili dijital toplulukların katılımçıları hakkında birtakım yargılar, ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu topluluklardan en sık takip ettiğiniz topluluğu düşünerek aşağıdaki yargılara katılma derecenizi uygun kutucuklara işaret (*) koyarak belirtiniz. (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
6-1.Topluluğun özgün bir kimliği olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
6-2.Topluluğun toplum içerisinde saygın bir rolü olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
6-3.Toplulukta kilerin benzer kişi veya konulara karşı duyarlılık gösterdiğine inanırım.	1	2	3	4	5
6-4.Toplulukta kilerin birbirleri ile çok sayıda ortak noktası olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
6-5.Toplulukta kilerin sorunlara benzer şekilde yaklaştığına inanırım.	1	2	3	4	5
6-6.Toplulukta kilerin sosyal medya profillerinin, topluluğun faaliyet alanı ile uyumlu olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
6-7.Toplulukta kilerin kendilerine ait ortak bir dili vardır.	1	2	3	4	5
6-8.Toplulukta kilerin ortak ilgi alanına uygun şekilde yaşadıklarına inanırım.	1	2	3	4	5
6-9.Toplulukta kilerin ortak bir yaşam felsefesi olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
6-10.Toplulukta kilerin ortak bir amaçları olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5

ANKET FORMU

Anket No:

7. Sız veya yakınlarınızdan biri son dönemde ciddi bir sağlık problemi yaşadınız mı?
Evet (1) Hayır (2)
8. Cinsiyetinizi belirtiniz.
Kadın (1) Erkek (2)
9. Yaşınızı belirtiniz.
18-24 (1) 45-54 (4)
25-34 (2) 55-64 (5)
35-44 (3) 65 ve üstü (6)
10. Medeni durumunuzu belirtiniz.
Bekâr (1) Evli (2)
11. Çocuğunuz var mı?
Evet (1) Hayır (2)
12. Aşağıda bir bireyin sürdürülebilirlik ile ilgili dijital topluluklardaki davranışları hakkında birtakım yargılar, ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu topluluklardan en sık takip ettiğiniz topluluktaki davranışları düşünerek aşağıdaki yargılara katılma derecenizi uygun kutucuklara işaret (x) koyarak belirtiniz. (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Üyeler faaliyetlere sıklıkla katılırlar.	1	2	3	4	5
2.Üyeler yapılan faaliyetlerde birbirlerinin fikirlerini alırlar.	1	2	3	4	5
3.Üyeler sıklıkla yeni tartışma konuları ile ilgili başlıklar açarlar.	1	2	3	4	5
4.Üyeler topluluk vasıtası ile yeni uygulama teknikleri öğrenirler.	1	2	3	4	5
5.Üyeler topluluk vasıtası ile maddi kazanç sağlarlar.	1	2	3	4	5
6.Üyeler gerekli bilgileri zamanında paylaşırlar.	1	2	3	4	5
7.Üyeler, birbirlerinden elde ettikleri bilgileri kötü amaçla kullanmazlar.	1	2	3	4	5
8.Üyeler ilgi alanlarına dair öğrenme çabası içerisinde dirler.	1	2	3	4	5
9.Üyeler diğerlerinin sorunlarını çözmelerine yardımcı olurlar.	1	2	3	4	5
10.Üyeler topluluk sayesinde ihtiyaç duydukları ürünleri temin etme imkânı bulurlar	1	2	3	4	5
11.Üyeler birbirlerine yardım etmenin mutluluk verici olduğu hissini paylaşırlar.	1	2	3	4	5
12. Üyeler topluluk ile ilişkili ürünlerin nasıl kullanılacağı ve tüketileceği konusunda topluluktan bilgi alırlar.	1	2	3	4	5
13.Üyeler katılmayı planladıkları faaliyetler için diğer üyelerin tavsiyelerini alırlar.	1	2	3	4	5
14.Üyelerin paylaştığı bilgileri anlamak kolaydır.	1	2	3	4	5
15.Üyelerin paylaştığı bilgiler topluluğun ilgi alanı ile ilgilidir.	1	2	3	4	5
16.Üyelerin bazıları birbirini şahsen tanırlar.	1	2	3	4	5
17.Üyelerin topluluktaki üyelikleri sosyal faaliyetlerini büyük ölçüde şekillendirir.	1	2	3	4	5

13. En son mezun olduğunuz okulu belirtiniz.
İlkokul / Ortaokul / İlköğretim (1) Lisans (4)
Lise (2) Yüksek Lisans (5)
Ön Lisans (3) Doktora (6)

14. Yaşadığınız ili belirtiniz.

ANKET FORMU

Anket No:

15. Mesleğinizi belirtiniz.

Özel sektör çalışanı	(1)	Öğrenci	(6)
Kamu kurumu çalışanı	(2)	Ev hanımı	(7)
Serbest meslek	(3)	Çalışmıyor / İşsiz	(8)
Esnaf / Sanatkâr	(4)	Çiftçi	(9)
Emekli	(5)		

16. Aylık toplam hane gelirinizi belirtiniz.

1,500 TL ve altı	(1)	6,001 - 7,500 TL	(5)
1,501 - 3,000 TL	(2)	7,501 - 9,000 TL	(6)
3,001 - 4,500 TL	(3)	9,001 - 10,500 TL	(7)
4,501 - 6,000 TL	(4)	10,501 TL ve üzeri	(8)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

17. Sizden kendinizi tanımlamanız istenmektedir. Aşağıda yer alan ifadeler açısından, lütfen kendinizi aynı cinsiyette ve benzer yaştaki emsallerinizle kıyaslayarak değerlendiriniz ve aşağıdaki ifadeleri, sizi ne derece yansıttığını dikkate alarak yanıtlandırınız. (Lütfen kendinizi, gelecekte olmak istediğiniz gibi değil, mevcut durumdaki halinizi düşünerek tanımlayınız.) Lütfen ifadeleri sizin kişisel düşüncelerinizi yansıtmaya seviyesine göre, "Kesinlikle Katılmıyorum" ile "Kesinlikle Katılıyorum" aralığında değerlendiriniz.

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Etrafa neşe saçan biriymişimdir.	1	2	3	4	5
2.Başkalarının duygularını anlayıp, paylaşırım.	1	2	3	4	5
3.Gündelik ev işlerimi belemeksizin/zamanında hallederim.	1	2	3	4	5
4.Sık sık ruh halimde ani değişiklikler olur.	1	2	3	4	5
5.Zengin bir hayal gücüm vardır.	1	2	3	4	5
6.Çok fazla konuşmam.	1	2	3	4	5
7.Başka insanların problemleriyle ilgilenmem.	1	2	3	4	5
8.Kullandığım eşyaları sağda solda bırakırım.	1	2	3	4	5
9.Çoğu zaman rahatımdır.	1	2	3	4	5
10.Soyut fikirler ile ilgilenmem.	1	2	3	4	5
11.Etkinliklerde çok sayıda insanla diyalog kurarım.	1	2	3	4	5
12.Başkalarının duygularını hissederim.	1	2	3	4	5
13.Düzeni, düzenli olmayı severim.	1	2	3	4	5
14.Kolayca üzülürüm.	1	2	3	4	5
15.Soyut fikirleri anlamakta zorlanırım.	1	2	3	4	5
16.Kendimi ön plana çıkarmam.	1	2	3	4	5
17.Başkaları ile gerçekten ilgilenmem.	1	2	3	4	5
18.Bir şeyleri elime yüzüme bulaştırırım.	1	2	3	4	5
19.Nadiren hüzünlü/melankolik hissederim.	1	2	3	4	5
20.Zengin bir hayal gücüm yoktur.	1	2	3	4	5

ANKET FORMU

Anket No:

18. Aşağıdaki cümlelerin sizin genel hissetme ve davranma tarzınızı ifade edip etmediğini belirtiniz. (1- Kesinlikle Katılmıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Sade bir hayat sürerim.	1	2	3	4	5
2.Gerekli olmayan şeyleri satın almam.	1	2	3	4	5
3.Alışveriş yaparken, uzunca bir süre düşündükten sonra alacağım ürünün benim için gerekli olup olmadığına karar veririm.	1	2	3	4	5
4.Maddi zenginliktense ruhsal gelişim ve kendini gerçekleştirme ile yakından ilgililiyimdir.	1	2	3	4	5
5.Bir ürünü uzun süre sıkılmadan kullanıp kullanamayacağımı düşünerek satın alırım.	1	2	3	4	5
6.Param olsa bile, herhangi bir şeyi aniden satın almak prensibim değildir.	1	2	3	4	5
7.Seyahat haricinde, boş zamanlarımı para harcamadan geçirmeyi severim.	1	2	3	4	5
8.Konforlu yaşam benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
9.Kullanımı basit olan ürünleri komplike ürünlere tercih ederim.	1	2	3	4	5
10.Rahatlık ve konforu desteklemek için tasarlanmış ürünler insanı şımartır.	1	2	3	4	5
11.Satın aldığım ürünleri mümkün olduğunca uzun süre kullanırım.	1	2	3	4	5
12.Olabildiğince kendi kendime yetmek isterim.	1	2	3	4	5
13.Gelecekte, mümkün olduğunca kendi kendime yeteceğim bir yaşam süreceğim.	1	2	3	4	5
14.Sade bir yaşam zor olduğu için, bu şekilde yaşamam.	1	2	3	4	5
15.Maddi zenginlik benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
16.Bir ürüne sahip olsam da piyasaya yeni bir benzeri çıktığında satın alırım.	1	2	3	4	5
17.Sık sık ucuz yeni ürünleri almaktansa, pahalı ama uzun süre kullanacağım ürünleri satın alırım.	1	2	3	4	5
18.Az ve öz tüketirim.	1	2	3	4	5
19.Mümkünse komplike fonksiyonlara sahip ürünlerden kaçınırım.	1	2	3	4	5

Anketimiz bitmiştir. İlgî ve yardımlarınız için çok teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

Züleyha GÖKÇE, ilk ve orta öğrenimini Ankara'da tamamladıktan sonra 2005 yılında Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde öğrenimine başlamıştır. Lisans mezuniyetini takiben Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalında tezli yüksek lisans programında öğrenim görmeye başlamıştır. Yüksek lisans eğitimini "Tüketicilerin alt marka tercihleriyle algılanan risk arasındaki ilişkinin incelenmesi" isimli tez çalışması ile 2012 yılında tamamlamıştır. Aynı yıl İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama doktora programında öğrenim görmeye hak kazanmıştır.

2012 yılında Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışmaya başlayan Züleyha GÖKÇE hâlen aynı kurumda çalışmaya devam etmekte ve 2012 yılından bu yana Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Ön Lisans Programının bölüm başkanı olarak görev yapmaktadır.