HER DEM YENİDEN DOĞMAK: ONLINE SOSYAL AĞLAR VE KİMLİK

To Born Fresh Every Moment: Online Social Networks and Identity

Doç. Dr. Ramazan ACUN*

ÖZ

Kimlik arayışı ve buna paralel olarak kimlik araştırmaları, geçtiğimiz yüzyılın en önemli konularından biri olmuştur. Hatta küreselleşen bir dünyada kimlik arayışının, tarihe yön vermekte tekno-ekonomik değişim kadar önemli olduğu ileri sürülmüştür. Buna karşılık, ülkemizde konunun daha çok sığ bir ideolojik/politik düzlemde ele alındığını söylemek mümkündür. Konunun nesnel olarak ele alınmasına imkân veren ve son 30 yılda önem kazanan ağ (network) yaklaşımı bütünüyle göz ardı edilmiştir. Aynı şekilde, İnternet kullanıcıları için son 5-6 yıldır iletişim ve bilgi paylaşımı açısından son derece önem kazanmış bulunan online sosyal ağlar da kimlik araştırmacılarının dikkatini henüz çekmemiştir. Hâlbuki bu ağlar, tıpkı gerçek dünyadaki sosyal ağlar gibi sosyal katılım yoluyla kimlik inşa etmektedir. Bu yüzden de, folklor, kültürel antropoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji, iletişim, dil ve tarih gibi pek çok alanın araştırmacılarının en yüksek seviyede ilgisini hak etmektedir. Bu makale, işte bu yönde bir başlangıç olarak değerlendirilmelidir. Makalede, bireysel kimlik, grup kimliği ve online sosyal ağlar konusunda temel bilgiler verildikten sonra, araştırma için öne çıkan konular ve bu konuların incelenmesi için kullanılabilecek yöntemler ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Bireysel Kimlik, Grup Kimliği, Sosyal Ağlar, Online Sosyal Ağlar

ABSTRACT

The search for and the research on identity was one of the important topics of the past century. It has been suggested that the search for identity is as powerful as techno-economic change in charting the new history in globalised world. Despite this, the subject of identity in Turkey is usually viewed form an ideological/political perspective and in a rather superficial fashion. The network approach which provides concepts and tools to study the subject in an objective and comprehensive manner seems to have been totally ignored. Similarly, online social networks, which have gained importance during the last several years, with hundreds of millions of users around the world have not yet gotten the attention they deserve from the researchers of identity. But these networks, just as in real world social networks help construct identities through social participation. They thus deserve high attention of folklore scholars, cultural anthropologists, sociologists, social psychologists, linguists and even the historians. This work aims to serve this purpose. It gives first the basic concepts regarding individual identity, group identity, social networks and online social networks. It then lists the questions that are relevant for identity research and that can be studied using data from online social networks together with methods and techniques to study them.

Key Words

Identity, Group Identity, Social Networks, Online Social Networks.

Giriş

Modern toplumda birey olma ve kimlik konusu geçtiğimiz yüzyılda hem politik hem de akademik çevrelerce en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Öyle ki, kimlik arayışının tarihe yön vermekte tekno-ekonomik değişim kadar önemli olduğu ileri sürülmüştür (Castells 2004).

Diğer yandan, İnternet hayatın hemen her yönünü geri dönülmez bir biçimde şekillendirdi ve şekillendirmeye de devam ediyor. Buna çeşitli seviyede kimlikler de dâhildir. Bu sürecin nasıl işlediğini anlamak önemli bir keşif alanı olarak önümüzde durmaktadır. Bu bakımdan son yıllardaki belki de en kapsamlı çalışma Castells'in *The Rise of the Network Society* (Ağ Toplumunun Yükselişi) adlı eseridir. Bu çalışmada Castells şöyle diyor:

"Ağlar bizim toplumlarımızın yeni

* Hacettepe Üniv., Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü Öğretim Üyesi; acun@hacettepe.edu.tr

sosyal morfolojisini oluşturur ve ağ mantığının yayılması, üretim, tecrübe, güç ve kültür süreçlerinde yer alan işlem ve çıktıları kökten değiştirmektedir. Sosyal organizasyonlardaki ağ oluşumu diğer zaman ve mekânlarda da olmuş olmasına rağmen, yeni bilgi teknolojisi paradigması, onun bütün sosyal yapıya yayılması için gerekli maddi temeli oluşturmaktadır" (2000:500).

İnternet'in sosyal ağ oluşumuna yaptığı etkiyi, en belirgin olarak, online sosyal ağlarda görmek mümkündür. Gerçekten de, online sosyal ağlar kişiler arası etkileşimin dramatik olarak artış gösterdiği "mekan"lardan biridir. İnsanların bir araya gelip fikirlerini paylaşabilecekleri, etkileşimde bulunabilecekleri her yer kişiler için anlamlıdır. Bu yüzden de mekân, ister gerçek olsun isterse "sanal", yeni kurumlar ve kişisel kimliklerin oluşumunda son derece güçlü bir etkiye sahiptir. İnternet üzerinden kurulan sosyal ağlar da, insanların birbirlerine arkadaşlık teklifi yaptığı, arkadaşların birbirlerinin "duvarına" yazdığı, posta kutularına mesaj bıraktığı ve etkinliklere katılım için davetiye gönderdiği mekânlardır.

İnternet üzerinde şimdiye kadar yapılan çalışmalarda, onun daha çok bir iletişim aracı olarak hız ve kapasitesini anlamak öne çıkmıştır. Kişiler arası ilişki kurmak, diğer bir ifadeyle de ağ oluşturmak için nasıl kullanıldığını anlamaya aynı ölçüde çaba sarf edildiği söylenemez. Ağ oluşumu üzerinde yapılan göreli olarak az sayıdaki çalışma da daha çok kent sosyolojisi kapsamında yapılmıştır. Hâlbuki son yıllarda geniş bant teknolojisi ve mobil teknolojilerin hızla yayılması ve bunlar üzerine geliştirilen güçlü uygulama yazılımları ile birlikte, geleneksel kültürün temsilcisi sayılan kırsal kesim de büyük bir hızla İnternet'te yerini almaya başlamıştır.

Kimlik tartışmaları her toplumda yapılagelmiştir. Türkiye gibi modernleşmesini henüz tamamlayamamış, hızlı toplumsal değişim ve dönüşümün yaşandığı toplumlarda bu tartışmalar daha da yaygındır. Ancak, Türkiye'deki tartışmaların daha çok derinliği olmayan siyasi/ideolojik bir düzlemde yapıldığını söylemek mümkündür. Bunun başlıca sebebi olarak, geleneksel yollarla sosyal ağlar üzerinde araştırma yapmanın zorluğu gösterilebilir. Online sosyal ağlar bu açıdan büyük bir fırsat yaratmıştır. Buralardan hareketle, modern metotlar kullanılarak göreli olarak kolayca yapılacak kimlik araştırmalarının, yeni bir "kendini bilme" ye yol açma potansiyeli bulunmaktadır.

Bu makalenin temel amacı, bu potansiyelin açığa çıkarılması için gerekli kavram, kaynak ve yöntemlere bir giriş yapmaktır. Bunun için ilk bölümde kimlik ve kimlik oluşumu ile ilgili temel kavramlar literatüre dayalı olarak verilmektedir. İkinci, bölümde sosyal ağlarla ilgili temel kavramlar açıklanmaktadır. Üçüncü bölümde, online sosyal ağlar ve kimlik konusu ele alınmaktadır. Burada, kimlik oluşumu açısından araştırılması gereken önemli soru ve problemlere yer verilmektedir. Dördüncü bölümde bir önceki bölümde yer verilen soru ve problemlerin araştırılmasında kullanılabilecek metot ve teknikler üzerinde durulmaktadır. Sonuç bölümde ise sosyal ağ araştırmalarının geleceği konusunda bazı öngörülere yer verilmektedir.

Ben Kimim? Kimlik Oluşumu İle İlgili Temel Kavramlar

Kimlik, kısaca, "ben kimim, biz kimiz" sorusuna verilen cevaptır (Güvenç 1996). Bu cevap, belli bir tarihi ve sosyal süreç içinde dünyayı anlamlandırma çabamızın ürünüdür (Yediyıldız 2005). Anlamlandırma için beynimiz tarafından kullanılan veriler çevre ile etkileşimimiz yoluyla toplanır. Oluşan bu anlam, her

ne ise, davranışlarımıza rehberlik eder. Ancak, bu rehberlik doğrudan değil, yaratıcılık, hayal gücü ve sonuçta da sosyal değişime yol açan *sürekli bir öğrenme ve yeniden yorumlama* ile beraber gerçekleşir (Blumer 1969).

Kimlik teorisyenlerine göre, kimlik tekil değil, çoğuldur (Stryker & Burke 2000; Marks 1977). Çünkü sadece kısmi sürekliliğe sahiptir ve çok yönlüdür. Kimlik inşası açısından önemli olan davranışlar bireyin sosyal yapı içinde yer aldığı konum ve rollerle alakalıdır. Sosyal yapı içindeki konum ve buna bağlı olarak bireyden beklenen davranışlar, sadece "ben kimim?" algısı ile değil, aynı zamanda "kim olmalıyım" beklentisi, başka bir ifade ile bireyin diğer insanların kendisini hangi sosyal konuma yakıştırdığını düşündüğü ile de alakalıdır. Birey, kendisini konumsal düzenleme içinde bir yere oturtuyor ve diğer insanlarla bu konuma uygun rol ilişkilerine giriyorsa, bir takım kimlikleri benimsiyor demektir (Thoits 1992).

Bireyler, çocuklukta aile içindeki rol ve rol hiyerarşilerini öğrenmek suretiyle yetişkin rolleri hakkında beklentiler oluştururlar. Bu rol beklentilerinin bireyin kendi kimlik duygusunun bir parçası olması ihtimali, gencin kendi beklentileri ile aile ve/veya toplumun beklentileri arasında bir uyum olması durumunda daha yüksektir (Erikson 1968). Tam tersine, bireyin kendi rol beklentileri ile toplumun rol beklentileri arasında bir uyuşmazlık durumu ortaya çıkarsa, birey içsel bir gerilim yaşamaya başlar (Erikson 1968). Eğer yaşanan gerilimler yeteri kadar yoğunsa, birey kendi kimliğine olan sadakatini gözden geçirebilir. Bu yeniden değerlendirme ve dengesizlik durumu sonucu kişi önce bir çeşit askıda kimlik dönemine, sonra bir geçiş dönemine, arkasından da kimliğe bağlılık ve istikrar dönemine girer. Bu kimlik oluşum ve bütünleşme süreci erişkinlikte de devam eder; içselleştirilmiş rol beklentileri davranışa dönüştürüldükçe, rol bağlantılı kimlikler de yaşanan tecrübeler ışığında gözden geçirilip değiştirilirler (Waterman, 1999).

Çok rol sahibi olmak sağlıklı bir ruh haline götürür, çünkü kişisel enerji boldur ve genişleyebilir. Bununla birlikte, çoklu kimlik ve öz güven arasındaki ilişki basit değildir ve cinsiyet ve rol kalitesine de bağlıdır. Birey sahip olduğu kimlikleri değişik şekillerde organize edebilir. Hiyerarşik veya belli bir dengede tutulan çoklu kimlikler buna örnektir. Rol dengesi yaklaşımına göre, roller eşit derece bağlılık içerecek şekilde dengeli olarak düzenlenebilir. Sahip oldukları farklı rollerin birbirleri ile çatışma içine girmesini önleyecek şekilde denge kuran bireyler rol çatışmasın önleyerek daha sağlıklı bir ruh halini ve mutluluğu yakalamaktadırlar (Graham 2000). Eşit derecede bağlı olunan ve dengelenemeyip birbiriyle çatışan rol sahibi olmak ise gerilime yol açabilmektedir (Desrochers, Andreassi & Thompson 2004; Stryker & Burke 2000).

Hiyerarşik organizasyonda, bazı kimlikler diğerlerinden daha belirgindir. Buna çıkkın kimlik adı verilir. Belli bir kimliğin çıkkınlığını belirleyen şey ise bireyin ona bağlılığı, yani çeşitli durumlarda harekete geçirilme ihtimalidir (Thoits 1992). Kimliğe bağlılığın göstergesi ise o kimliğe bağlı olarak kurulan sosyal ilişki sayısı ve o ilişkilere atfedilen önemdir. Birincisine, yani belirli kimliğe dayalı ilişki sayısına etkileşimsel sadakat (sadakatin kapsamı); ikincisine, yani o kimliğe dayalı ilişiklerin önemine duygusal sadakat (sadakatin yoğunluğu) adı verilmektedir (Stryker & Burke 2000). Birey, hayatına anlam ve amaç kazandıran ilişkilere daha çok önem atfeder. Bu açıdan bu türden rol ilişkilerinin

devamının sağlanması bireyin ruhsal sağlığının iyi olması açısından önemlidir (Thoits 1992).

Kimliklerimiz, çevremizi anlamlandırma çabamız sonucu oluştuğu gibi, anlamadaki eksiklerimiz soncunda da oluşur. Anlayamadığımız durumlarda başkalarının söylediklerine inanma duygusu devreye girer. Öyle görünüyor ki, hayatı anlamlandırma ve amaç arayışı yoluyla hayatta kalma güdüsü benliğin çekirdeğinde vardır. Gerçekten de, hayatı anlamlandırma ve sosyal gerçeklik arayışı mevcut değilse, başka bir ifadeyle, rol pozisyonu ya da kimlik oluşumu için bir zemin yoksa kişi intihara bile teşebbüs edebilmektedir (Ryemers 2002).

Bir kimliğe bağlılık, kimliğin dayalı olduğu sosyal konumun değeri ya da önemi ile bağlantılı olarak değişir (Thoits 1992). Bir sosyal konumun önemini de temelde o konumun sahibi olduğu finansal, bilgi ve beceri gibi ekonomik üretim için gerekli kaynaklar belirler. Sahip olunan kaynak farklılıklarından dolayı kimliği tehdit altında bırakan tecrübeler düşük sosyal statüye sahip bireylerde daha fazla, tersi durum yani kimlik zenginleştirici tecrübeler ise yüksek sosyal statüye sahip bireylerde daha fazladır. Günümüzde en değerli kaynaklar, yeni bilgi ve teknoloji üretimi için gerekli bilgi ve becerilerdir. Bunlar da eninde sonunda bilgisayarlara dayanmaktadır.

Kısaca özetlemek gerekirse, kimlik oluşumu ve değişmesi başkaları *ile etkileşimle gerçekleşir. Role dayalı kimlik bir anlamda bu etkileşimler sonucu öğrenilen* ortak "anlam ve beklentiler" standardıdır. Başka bir ifadeyle, kimlik standardı, kişinin o role yüklediği ve toplumun beklentilerine uygun olduğunu düşündüğü anlamdır. Yaşanan tecrübeler ile kimlik standardı arasında bir çelişki ortaya çıktığı zaman, bu çelişkinin ortadan kaldırılması gerekir. Bunun için kişi önce davranışını değiştirerek tepki verir. Ancak uzun vadede, o role yüklediği anlam yani kimlik standardı da değişir (Burke 2006).

Kimliklerde değişme yaratan ikinci mekanizma, ortak anlamı paylaşan çoklu kimliklerden kaynaklanır. Ortak bir anlamı paylaşan kimlikler, bu paylaşmayı sürdürebilmek için bir birlerinin standardını etkiler. Değişen kimlik standardı, kişinin kim olduğunu yeniden tanımlar (Burke 2006).

Bu noktada, bir mekânda bir araya gelerek grupları, cemaatleri ve nihayetinde toplumu oluşturan bireyler arasındaki ilişkilere odaklanmak yerinde olacaktır. Bireyin etkileştiği grup ve cemaatlerin varlığı veya yokluğu benliğin oluşumu açısından hayati öneme sahiptir.

Biz kimiz? Grup Kimliği ya da Sosyal Ağlar

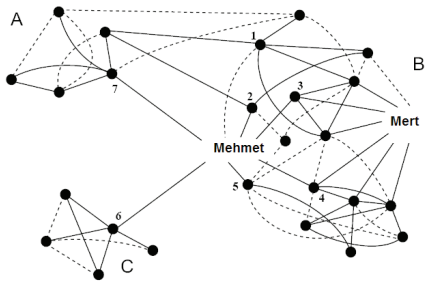
Bireysel kimlik, kişinin hayat akışının belli bir safhasında sahip olduğu *organize sosyal ilişkiler* bütünüdür şeklinde kısaca özetlenebilir. Kavramayı kolaylaştırmak açısından bu ilişkiler bir ağ şeklinde düşünülebilir. Bunlara sosyal ağlar adı verilir. Kişinin belli bir zamandaki kimliğini işte bu sosyal ağlar içindeki konumu belirlemektedir. Ağdaki konumlar, apriori varlığa sahip olmayıp, sosyalleşmenin gerekleri yerine getirilirken, kişiler arası etkileşimle inşa edilir. Bu inşa, bir iletişim aracının kullanımını gerektirir. İletişim teknolojisinin değişmesiyle birlikte toplumsal konumların inşası da değişmektedir.

Sosyal ağlarda düğümler bireyler veya gruplardır. Ağdaki ilişkiler, kümelenme (clustering), sıklık (density), yoğunluk (intensity) ve çoklanma (multiplexity) gibi bilgisayar ağlarından ödünç alınmış kavramlar kullanılarak nitelenip tanımlanabilir. Sıklık, düğümler arasındaki bağlantı sayısıdır. Genellikle mevcut bağlantı sayısının potansiyel bağlantı

sayısına oranı olarak ifade edilir. Kümelenme, bütün ağın tanınabilir gruplara ayrılmasıdır. Bu iki kavram ağı bir bütün olarak tanımlar. Diğer iki kavram ise ağ içinde yer alan iki düğüm arasındaki ilişkileri ele alır. Çoklanma, belli bir bağlantıdaki ilişki sayısıdır (mesela, iki kişinin birbirini tanımasının yolları). Yoğunluk, bir bağlantıdaki ilişkinin samimiyetidir ve bağlantının gücünü gösterir.

Sosyal gruplar, ağ içindeki ilişkilerin gruplanması ile elde edilir. Grupların kendileri de gruplanarak daha geniş (soyut) gruplar elde edilebilir: Aşiret, cemaat ve millet gibi. Düğümler arasındaki ilişkiler, değerler, ülküler, fikirler, arkadaşlık, akrabalık, iş ve ticaret gibi bir ya da birden çok konuda olabilir. İlişkiler pozitif (arkadaşlık gibi) ya da negatif (düşmanlık gibi) olabilir. Sosyal ağlara düğümler arasındaki ilişkilerin niteliğine göre değişik adlar verilmektedir. Mesela, ilişkilerin ortak iş yapmaktan ibaret olduğu ağlara **işbirliği ağları** adı verilmektedir. Bir filmin oyuncuları veya ortak bir makale yazan araştırmacılar bu ağlara örnektir. Çok meşhur oyuncular veya yazarlar, farklı grupları birbirlerine bağlayan düğüm görevi yaparlar. Sonuçta küçük ağlar daha büyük bir ağa dönüşür. Sosyal ağlar, düğümlerin noktalar ve ilişkilerin de düz çizgiler olarak temsil edildiği bir diyagram üzerinde gösterilebilir, bkz. Şekil 1.

Sosyal ağlardaki ilişkiler, sosyal problemlerin nasıl çözüldüğünden tutun, kurumların nasıl yönetildiğine ve bireylerin ve grupların hedeflerine ulaşmada ne derece başarılı olduklarına kadar pek çok konuda belirleyici role sahiptir. Bu yüzden, ağ içindeki ilişkiler **sosyal kapital** olarak da adlandırılır (Burt 2001). Sosyal ağlar genellikle çok dinamiktir. Zaman içinde ağa yeni düğümler ve ilişkiler eklenir ve çıkar. Belli bir düğümle olan ilişkilerin sayısı **ilişkinin derecesi** olarak ifade edilir.



Şekil 1: Bir sosyal ağ örneği. Burada noktalar (düğümler) bireyleri, düz çizgi ile gösterilen bağlantılar karşılıklı güçlü bağlantıları (ilişkileri), noktalı çizgiler zayıf bağlantıları A, B, C ise arkadaş grubu veya cemaat gibi sosyal grupları temsil etmektedir. Ağdaki kişiler, şekilde olduğu gibi numaralar yoluyla da tanımlanabilir: Burt (2001:207)'den uyarlanmıştır.

Çok değişik disiplinlere mensup bilim insanları tarafından yapılan araştırmalar sosyal ağların ilginç ortak özelliklerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu özellikler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Üstel kanunu (power-law). Bu kanun, iki nicelik arasındaki özel bir matematiksel ilişkiyi ifade eder. Örnek olarak, niceliklerden biri olayın sıklığı diğeri de olayın büyüklüğü ise ilişki üstel dağılımıdır. Buna göre, olayın büyüklüğü artarken sıklığı giderek azalır. Bir ağda az sayıdaki düğüm çok sayıda bağlantıya sahipken, diğer düğümlerin ilişki derecesi daha azdır. İlişki derecesi yüksek düğümler gelecekte daha çok bağlantı çekecektir.[1]

Küçük dünya fenomeni. Kişilerin birbirlerinden en fazla altı bağlantı uzakta olduğunu ifade eder. İki kişi arasında bir ilişki (mesela, arkadaşlık) varsa, bunlar doğrudan bağlıdırlar. Bu durumda, bunlar arasındaki uzaklık bir bağlantı kadardır. Daha uzak ilişkiler, ağ üzerindeki yol olarak modellenir; bir arkadaşın arkadaşı iki bağlantı uzaktadır. Bu ağlar üzerindeki çalışmalar göstermiştir ki, çoğu kişi birbirlerinden ancak birkaç bağlantı uzaktadır.

Yapısal boşluk, iki grup arasın-

daki sosyal uçurumdur. Bu uçurumun kapatılması bir yandan grup içi dâhili kaynakların harekete geçirilmesini, diğer yandan da harici kaynaklara erişim imkânı sağlar (Burt 2001). Merkez-kenar ilişkisini güçlendirir (kenardakiler zamanla tecrübe kazandıkça merkeze doğru hareket eder). Aralarında yapısal boşluk bulunan iki grubu birbirine bağlayan noktada bulunan bireylerin sosyal kapitali yüksektir. Mesela, Şekil 1'deki ağda, "Mehmet" üç ayrı grubu birbirine bağladığı için sosyal kapitali en yüksek kişidir.

Ağ içinde bağlantıların zayıf ya da güçlü olmasının farklı anlamları vardır. Grup içinde ve gruplar arası zayıf bağlantılar bilgi paylaşımında daha verimlidir. Çünkü bu bağlantılar yeni bilgi kaynaklarına erişim sağlarlar; gereksiz ve tekrarlayan bilgi azdır ve kaynak çeşitliliğini artırırlar. Bu yüzden buna *zayıf bağlantıların gücü* adı verilmiştir (Granovetter 1982; Levin and Cross 2004).

*Güçlü bağlantıla*rın bunduğu bir ağda ise güven en yüksek düzeydedir. Bu tür ağlarda imece usulü problem çözme, bilgi yayılımı, gayri resmi yönetişim ve en üst seviyede üye katkısı vardır (Levin and Cross 2004).

Online Sosyal Ağlar ve Kimlik

Özellikle 2000'li yıllardan itibaren İnternet'e hızlı erişim imkânı sağlayan geniş bant teknolojisinin yaygınlaşması sonucunda, radyo, televizyon, cep telefonu ve bilişim teknolojilerinde bir yakınsama gerçekleşmiştir. Cep telefonlarından e-posta okumak, web sayfalarına erişmek veya bilgisayar ve internet üzerinden telefon görüşmesi yapmak, televizyon izlemek bu gelişmenin sonucudur.

Benzeri bir eğilim İnternet uygulamalarında da görülmektedir. Daha önce ayrı uygulamalar olarak çalışan web, e-posta, haber grupları, blog, sohbet (chat) ve oyun gibi servisler yakınsamıştır. Bunun sonucunda, bu servislerin bir kısmını veya hepsini bünyesinde barındıran yepyeni uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bunların başında, sosyal ağlaşma (social networking) servisleri (siteleri) gelmektedir. Bu uygulamaları kullanarak kişiler online sosyal ağlar oluşturabilmekte ve/veya mevcut ağlara katılabilmektedir. Üye sayısı onlarca milyonu bulan sosyal ağlaşma servisleri bulunmaktadır.[2] Amerika'dan *facebook* ve *twitter*, Avrupa'dan *netlog* ve Türkiye'den *hocam* en çok bilinen servislerdir. Bu servisler üzerinden kurulan ağlara online sosyal ağlar adı veriliyor. Araştırmalar, bu ağların, temel özellikler bakımından bir önceki bölümde anlatılan "gerçek dünya" sosyal ağları ile benzerlikleri olduğunu göstermektedir. Ancak, bazı önemli farklar da bulunmaktadır. Bir kere, bu ağlar çok daha belirgin sınırlara sahiptir. Bununla birlikte bu sınırlar kolay nüfuz edilebilir niteliktedir. O yüzden, online sosyal ağlar daha dinamiktir. Küresel ölçekte online sosyal ağlar kurabilmek için tek engel olarak kalmış görünen "dil" de yeni gelişen otomatik dil araçları sayesinde ortadan kalkmak üzeredir. Sonuç olarak buralarda diğer ortamlara göre daha fazla kişi ile daha kolay etkileşim imkânı vardır.

Kişilerin sosyal etkileşim imkânlarının sınırlı olmasının ilişkilerin yoğun olduğu kapalı cemaat yapılarına yol açtığı öteden beri bilinmektedir. Buna karşılık, ilişkilerdeki çoklanma ve sıklık bilgi teknolojisi kullananlarda, kullanmayanlara göre daha yüksektir (Wellman & Wortley 1990). Yukarıda da belirtildiği gibi**,** sosyal ağlaşma siteleri ile birlikte kişilere küresel ölçekte neredeyse sınırsız sosyal ilişki imkânı doğmuştur. Ancak, ilk tespitler uzak arkadaşlarla iletişimin mesafe olarak yakında bulunanlara göre daha düşük ol-

duğu yönündedir. Bu durum, İnternet'in kapalı cemaat yapılarının dağılmasına yol açacağı öngörüsünün en azından şimdilik gerçekleşmediğini göstermektedir. Tam tersine, bu gruplar online sosyal ağları mevcut yapılarını güçlendirmek ve etkinliklerini daha da artırmak için kullanmaktadır (Wellman, Boase & Chen 2002).

Ancak, rol beklentileri henüz tam olarak gerçekleşmemiş 14-28 yaş grubu gençlerin bu açıdan ayrı bir çalışma konusu yapılması gerekli görünmektedir. Çünkü bu yaş grubundaki kişiler, bütün dünyada İnternet kullanıcılarının sayıca daha büyük bölümünü oluşturdukları gibi, ev, iş, eş değiştirmek ve hatta başka bir ülkeye göç etmek gibi kimlikle ilgili yeni tecrübelere en fazla açık olanlardır (Lewin 2008).

Sosyal ağlaşma sitelerinde, 14-28 yaş grubu gençlerin üye oldukları çok büyük online sosyal ağlar kurulduğu görülmektedir. Ortak ilgiye sahip olan bu kişilerin genellikle arkadaşının arkadaşı veya arkadaşının arkadaşının arkadaşı şeklinde dolaylı bağlantıları bulunmaktadır (küçük dünya fenomeni). Sosyal ağlaşma uygulamaları, ortak arkadaş veya ilgiye sahip kişilerin birbirlerini bulmalarını, grup oluşturmalarını (ağ kurmalarımı) ve iletişime geçmelerini çeşitli otomatik mekanizmalarla kolaylaştırmakta ve hatta teşvik etmektedir.

Kişilerin birbirlerini bu şekilde ancak dolaylı olarak tanıdığı sosyal ağlar çok dinamiktirler ve ortak üyeler aracılığıyla iç içe geçmişlerdir. Bu ağların üyeleri birbirlerini dolaylı olarak tanıdıkları için aralarındaki bağlantılar zayıftır. Böyle ağlarda, bir kişi için ağdaki diğer bir kişi, grubun tamamından daha önemli olabilmektedir. Buna *ağlaşmış bireysellik* adı verilmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi, yeni bilgi kaynaklarına erişim bakımından zayıf bağlantılar daha önemlidir. İşte tam burası, kimlikle ilgili sorular sormanın yeridir.

Yukarıda, kimlik inşasının başkaları *ile etkileşim yoluyla gerçekleştiği ve kimliğin bir anlamda bu etkileşimler sonucu öğrenilen* ortak "anlam ve beklentiler" standardı olduğu belirtilmişti. Online sosyal ağların kimlik oluşumu ve değişmesine yaptığı etkiyi anlayabilmek için bu ağları makro ve mikro düzeyde incelemek gerekir. Mevcut ağların türleri (arkadaşlık, işbirliği vs), üye sayıları, yapısal boşluk makro düzeyde incelenebilecek konulardır. Grup sadakati, ilişki yoğunluğu (grup katkısı), ilişki sıklığı, ilişki konusu, yeni rol sahipliği, merkez kenar ilişkisi ve bireysel sosyal kapital ise mikro düzeyde inceleme için kullanılabilecek ağ kavramlarıdır**.** Bu bağlamda ele alınması gereken temel sorular şunlardır:

Kimlikle ilgili tecrübeler yaşanması muhtemel online sosyal ağlar (gruplar) hangileridir ve bunların gerçek hayattaki sosyal ağlarla örtüşme durumu nedir? Bu soruların cevabı, konu ile ilgili öncü niteliğindeki çalışmaların ortaya koyduğu, online sosyal ağların, gerçek dünyadaki sosyal ağların bir yansımasından ibaret olduğu yönündeki bulguların şimdiki durumda ne derece geçerli olduğunu ortaya koyacaktır.

Bu ağlarda, grup sadakati ve ilişki yoğunluğu (grup katkısı) ne düzeydedir? Kişiler, ağa katıldıktan sonra, yine öncü çalışmaların ortaya koyduğu şekilde, göreceğini görüp, alacağını aldıktan sonra hemen ayrılıyorlar mı, yoksa üyeliğe devam edip ağa sadık mı kalıyorlar? Eğer sadık kalıyorlarsa, en çok kimler yaptığı katkıyla kenardan merkeze doğru ilerliyor? Ağ analizlerinde konum, daha doğrusu konumsal yakınlık önemlidir. Yukarıda belirtildiği da gibi, konumlar apriori varlığa sahip olmayıp, kişiler arası etkileşimle inşa edilmektedir. İletişim teknolojisi değiştiği için toplumsal

konumların inşası da değişebilir. Bu konuda en iyi öncü çalışmalardan birini Correll (1995) yapmıştır. "Bir Elektronik Bar Entografisi" başlıklı çalışmasında Correll, katılım yoluyla gözlemlediği elektronik kafenin lezbiyen kimliği inşa etmede oynadığı rolü incelemiştir. "Kafe" üyelerinin örtülü bir anlaşma ile yarattığı "sanal" mekânın, kültürel bakımdan aşağılanan bir konumu yapısal olarak nasıl güçlendirdiğini ortaya koymuştur.

Hem gündelik hayatta eğlence vs için hem de iş hayatının çeşitli alanları için geliştirilen güçlü web tabanlı uygulama yazılımları ki sosyal ağlaşma servisleri bunların başında gelmektedir, yeni mantıki (sanal) roller ortaya çıkarmıştır. Acaba, geçek hayattaki role dayalı kimlikler gibi, mantıki rollere dayalı kimliklerden de söz edilebilir mi? Bu sorunun cevabı evetse, bu mantıki rollere dayalı çoklu kimlikler arasında nasıl bir ilişki vardır? Bu roller arasında denge kolay kurulabiliyor mu, yoksa çatışma kaçınılmaz mı olmaktadır? Benzeri sorular mantıki rollere dayalı kimliklerle, gerçek hayat rollerine dayalı kimlikler arasındaki ilişki için de sorulabilir. Mantıki roller kişilerin psikolojik durumuna ve dolayısıyla iş verimliliğine nasıl bir etki yapmaktadır? Mesela, bir sosyal ağlaşma servisi sunan bir sitede üye sayısı kısa sürede bir milyonu aşan bir ağ (grup) kurmak ki kişi bu durumda o grubun yöneticisi veya sahibi (owner) rolündedir, kişinin duygu dünyasına nasıl bir etki yapmaktadır? Böyle kişilerin iş verimliliği nasıldır?

Kimlikle ilgili tecrübelerin kişilerin psikolojik sağlığı üzerinde derin etkileri olduğu yukarıda belirtilmişti. Online sosyal ağlarda kurulan ilişkiler ve bunlardan kaynaklanan kimlikle ilgili tecrübelerin kişilerin ruh sağlığı üzerinde yaptığı etki araştırılması gereken diğer önemli bir konudur. Sosyal ağlaşma servislerine üye olurken takma adlar (nickname) kullanmak ve gerçek kimliğinden farklı bir kimliğe bürünerek etkileşimde bulunmak, kimlikle ilgili stres kaynağından kaçış yolu mudur, yoksa bu olgunun arkasında, hırsızlık, sahtecilik gibi polisiye nedenler mi vardır?

Geleneksel kültür temsilcileri de giderek artan bir oranda İnternet'te yer almaktadır. Yani bir anlamda İnternet ve "gerçek dünya" folklorunun yanyanalığı söz konusudur. Bu durum, her iki kültür temsilcileri üzerinde nasıl bir etki yapmaktadır? Şehir olguları ile kırsal kesim olguları arasında bir örtüşme var mıdır? Mesela, yazılım geliştirmede son 20 yıldır "özgür yazılım" adı verilen bir model doğmuştur. Bu modelde bilgisayar program kodu yazmak ağ ortamında ve bir tür *imece* usulüyle gerçekleşmektedir. Bu model sonradan diğer alanlara da yaygınlaşmıştır. Ansiklopedik bilgi geliştirme ve paylaşım sitesi *Wikipedia* ve video paylaşım sitesi *YouTube* böyle doğmuştur. Geleneksel kültür temsilcilerin İnternet'te daha çok yer olması bu türden online işbirliği ağlarının yaygınlaşmasına yol açmakta mıdır?

Daha önce, e-posta yoluyla ve anonim iletişimin gerçekleştiği online forumlar aracılığıyla yayılan, dedikodular asılsız bilgiler (hoax) ve şehir efsaneleri[3], şimdilerde sosyal ağlaşma servislerinde bir gruptan diğerine hızla yayılmaktadır. E-posta ve anonim forumlar yoluyla yayılanlara karşılık (örnek bir çalışma için bkz. Köse ve Yılmaz 2010), sosyal ağlaşma servislerinde yayılan, dedikodu, asılsız bilgi ve şehir efsanelerini takip etmek ve daha da önemlisi yapılan yorumlardan hareketle, bunların kişiler üzerinde bıraktığı etkileri anlamak daha kolaydır. Yani, online sosyal ağlar bu bakımdan da büyük fırsat yaratmıştır.

Metot Konusu

Sosyal ağlar üzerindeki araştırmalar 1934'e kadar gider. Ama bu alanda

asıl gelişme bilgisayar ağlarının yaygınlaştığı son 30 yılda olmuştur. Gerçekten de 1978'de bu araştırmalara odaklık yapan "Social Networks" adlı çok disiplinli bir dergi çıkarılmaya başlanmıştır. Sosyal ağlar üzerindeki araştırmalar, istatistikî ve kültürel/etnografik çalışmalar olarak iki gurupta toplanabilir.

İstatistiki çalışmalar içinde anket yoluyla veri toplamak ve veri analizi için regresyon modelleri gibi standart istatistiki teknikleri kullananlar olduğu gibi, ağ içindeki grupları keşfetme ve daha ileri giderek ağın gelecekte alacağı şekli öngörmeye çalışan kompleks bilgisayar modellerine dayananlar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar özel olarak geliştirilmiş bilgisayar programları kullanırlar. Bu ikinci gruptaki çalışmalar pozitivist bir yaklaşımla, sosyal süreçlerin matematik kurallarını keşfetmeyi amaçlarlar (Galaskiewicz & Wasserman 1993). Ancak, her iki durumda da temel kavram ağdır. Daha doğrusu bireylerin ağ içindeki ilişkileri, başka bir ifadeyle de bireyin diğer bireylerle etkileşimidir.

Sosyal ağların kültürel analizine gelince… Bu çalışmalar, istatistikî çalışmalara kıyasla daha az olup tasviridir ve ağ modeliyle bağlantısı daha zayıftır. Kavramlaştırma ve tarihi gelişimle ilgilenir. Odak, sıklıkla, kendileri de ağ modeli etrafında organize olmuş kültürel ve ekonomik kurumlardadır. Bu tür çalışmaların kökeni de eskiye dayanır. Ancak, son 20-30 yıldır bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bu türden çalışmalara olan ilgiyi artmıştır. Bu teknolojiler sayesinde giderek daha yoğun biçimde bağlantılı hale gelen toplumda kimlik oluşumu ile kurumsal makro süreçler arasındaki ilişkinin anlamı bu tür kültürel analizlerle daha iyi açıklanabilmektedir.

Online sosyal ağlarının kültürel analizi için sosyal ağlaşma sitelerinde yer alan kişiler arası etkileşim soncu oluşan verileri (log) inceleme, alan araştırması yöntemlerine göre metodolojik bakımdan daha az problemlidir. Geçmişte sosyometrik alan araştırma teknikleri kullanılarak yapılan çalışmaların önemli bir açmazı, bu yolla sadece güçlü bağlantıların incelenmesinin mümkün olmasıydı. Hâlbuki, bu tür araştırmalarda bir o kadar önemli olan zayıf bağlantıların durumudur (Levin & Cross 2004). Ayrıca grup üyeleri arasındaki mesajların kayıtları kullanılarak, ilişkilerin yoğunluğu ve derecesi alan araştırmalarına göre daha net ortaya konabilir.

Geçmiş araştırmalarda temel bir problem olan, "bir ağın sınırları nedir?" sorusu, online sosyal ağların ortaya çıkmasıyla büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Buralarda, grupların adları ve üyeleri çok açık şekilde bellidir. Ancak, ortak üyeler aracılığıyla gruplar iç içe geçmiş durumdadır. Tipik bir sosyal ağlaşma servisinde yer alan binlerce grup, bu gruplar içinde de üye sayısı birkaç milyonu bulanlar olabilir[4]. Ayrıca bu gruplar çok dinamiktir. Kişiler bunlardan bir ya da daha fazlasına değişik zamanlarda üye olmuş olabilir. Sınır nasıl çizilecektir? Başka bir ifadeyle, kullanıcının tüm sosyal ağını ve bu ağın bulunduğu siber uzaydaki yerini tam olarak ortaya çıkarmak için nasıl bir yol izlenmelidir? Başlangıç olarak, "online sosyal ağ dinleme," yani katılarak gözlem denenebilir. Bunun için yapılması gereken şey seçilen sosyal ağlaşma servisine önce üye olmak ve devamında da bu servis bünyesinde kurulmuş bulunan ağlara katılmak ve/veya sitenin ağladığı araçları kullanarak kendi ağını kurmaktır. Bu bakımdan İngiliz Channel 4 televizyonunun desteklediği ve gençlerin marka ve medya kullanımını ve bu çerçevede oluşan gençlik gruplarını ortaya çıkarmayı amaçlayan *UK Tribes and Crowd DNA* projeleri model alınabilir.[5]

Bu çalışmaları yaparken dikkat edilmesi gereken konulardan biri kişisel bilgilerin gizliliğidir. Çoğu elektronik arşiv açıktır. Yani, herkes tarafından kullanılabilir. Ancak, çalışmalarda isim belirtmek gerekiyorsa mesajın sahibinden mutlaka izin alınmalıdır. İnternet kullanıcılarının kimliğini anlamak zordur, birçok sosyal faktör bilgisayar ekranının arakasında gizlenmiştir. Bununla birlikte, kişilerin yazdıklarından kimliği hakkından çıkarımlar yapılabilir.

Yukarıda bahsedildiği gibi, bu analizler için geliştirilmiş yazılımlar bulunmaktadır. Bunlar, sosyal ağ yazılımları ve içerik analizi yazılımları diye iki grupta toplanabilir. Sosyal ağ analiz yazılımları girdi olarak aldıkları veri içindeki düğüm ve ilişkileri ortaya çıkarmak, temsil etmek, analiz etmek ve görselleştirmek veya simule etmek için kullanılmaktadır. Çıktılar harici dosyalarda saklanabilmektedir. Çeşitli girdi ve çıktı formatları mevcuttur. Ağ analiz araçları çok küçükten (mesela, aile, proje ekibi) büyüğe (İnternet, salgın hastalık yayılımı) çeşitli boyutlardaki ağların analizine imkân vermektedir. Ağ verisini anlayabilmek ve anlatabilmek için sosyal ağların görsel temsili önemlidir. Görselleştirme eklentileri de yine bu araçlarda bulunmaktadır.[6]

Muhteva analizi yazılımlarına gelince… Muhteva analizi bir veya bir dizi metin içerisinde belli kelimelerin ve kavramların varlığının belirlemeye ve bunların bağlam ilişkilerini incelemeye yarayan bir araştırma metodudur. Bu metotla kelimeler, kavramlar veya ibarelerin metin içerisindeki varlıkları veya yoklukları, anlamları ve aralarındaki ilişkiler tahlil edilebilir ve sayıya dökülebilir. Bu yolla, metnin vermek istediği mesaj, metnin yazarı ve hatta metnin yazıldığı dönem hakkında bilgi edinilebilir. Her tür metin ve yazıya geçirilmesi kaydıyla, iletişimin gerçekleştiği sözlü ortamlar muhteva analizine tabi tutulabilir (Acun 2005).

Sosyal ağlarda alınıp verilen mesajların içeriklerinin muhteva analizi metodu kullanılarak analiz edilmesi, ilişkilerin kalitesi (sıklığı, yoğunluğu, negatif ve pozitif oluşu, derecesi, rol bağlamları) incelenebilir. Kişiler sosyal ağlar içinde rahatlıkla gezinebilir, gruplara kolayca üye olabilir veya ayrılabilir. Katılımcı gözlem yoluyla toplanacak mesaj içeriklerinin zaman boyutu göz önüne alınarak analiz edilmesi ile kimliklerdeki değişimler niteliksel olarak ortaya konabilir.

Sondaj teknikleri yerine bu tür veri analiz tekniklerini kullanmanın bazı avantajları vardır. Her şeyden önce, gerekli veriyi toplamak anket yönteminden daha az masraflı ve kolaydır. İkincisi, yanlılık riski daha azdır. Üçüncüsü, aynı kişilerin devam eden karşılıklı oturumlarından, istenilen aralıkta zaman serisi elde etmek mümkündür.

Sonuç

Son 5-6 yıldır gelişmekte olan sosyal ağlaşma siteleri ve bunlar üzerine kurulu online sosyal ağlar, kişiler arası iletişimde ve bilgi paylaşımında tarihte benzeri, olmayan bir imkan yaratmış bulunmaktadır. Bu imkân, özelikle 14-28 yaş gurubundaki gençler tarafından en geniş ölçüde kullanılmaktadır. Buna göre, arkadaşlardan öğrenme, fikri haklara karşı değişen tutum, kültürel ifadelerin çeşitlenmesi, modern iş ortamlarında değeri olan bilgi ve becerilerin kazanılması ve daha güçlü bir vatandaşlık algısı bu faydalar arasında bulunmaktadır. Online sosyal ağlar yoluyla gerçekleşen katılım kültürüne erişim, okulda veya işte kimin başarılı, kimin başarısız olacağını belirleyen bir çeşit gizli müfredat işlevi görmektedir. Bu sayede çocuk ve gençler, modern okul ve iş yerlerinde gerekli olan temel beceri ve yetkinlikle-

ri kendi kendilerine kazanmaktadırlar (Acun 2009). Kısaca söylemek gerekirse, değişen teknoloji, iletişim ve etkileşim imkânlarıyla birlikte, sosyal konumlar ve dolayısıyla kimlikler sürekli yeniden inşa edilmektedir. Denebilir ki, 13. yüzyılın büyük şairi Yunus Emre "her dem yeniden doğarız, bizden kim usanası" dizesini bugünler için söylemiş.

Buna rağmen, Ülkemizde online sosyal ağları, kimlik oluşumu açısından ele alan çalışmalar henüz ortaya çıkmamıştır. Türkiye'de daha çok ideolojik/politik düzlemde ele alınan kimlik konusuna ağ kavramları ile yaklaşmak daha nesnel bir analiz için gereklidir. Böyle bir inceleme için göreli olarak kolay erişilebilir zengin veri kaynakları da online sosyal ağlar sayesinde oluşmuş durumdadır. Bu verilerin analizi için gerekli metot ve araçlar da mevcuttur. Kompleks matematik modeller yanında kültürel analiz metotları ve bu metotlara destek olarak kullanılabilecek yazılım araçları uluslar arası düzeyde giderek daha çok kullanılır olmuştur.

Kültürel açıdan bakılınca, online sosyal ağlarını yarattığı iletişim ve paylaşma ortamı 13. ve 14. yüzyıl Kuzey İtalya şehir devletlerinin, bilim insanı, sanatçı ve zengin tüccarlar için yarattığı iletişim ve paylaşım ortamına benzetilebilir. Bilindiği gibi, 13. ve 14. yüzyıl Kuzey İtalya şehir devletlerinde, Antik Yunan ve Helenistik dönem eserleri başta olmak üzere, paylaşılan her türlü bilimsel bilgi ve kültür ürünü sonuçta Rönesans'ı ortaya çıkarmıştı. Online sosyal ağların iletişim ve bilgi paylaşımı bakımından önemini kavrayan hükümetler, İnternete zengin içerik sağlayabilmek için gerekli politika ve stratejiler oluşturmuş ve uzun soluklu çalışmalara başlamış bulunmaktadır. Mesela, Avrupa Birliği *Europeana* adlı sayısal kütüphane projesiyle daha şimdiden 10 milyon civarındaki kültür ürününe, çok dilli bir ara yüzden erişim sağlamaktadır.[7] Diğer pek çok gelişmiş ülke de benzeri projeler yürütmektedir (OECD 2006). Türkiye bu bakımdan bir istisna değildir. Nitekim "e-Dönüşüm Türkiye Projesi" kapsamında sürdürülen çalışmalardan biri de Türkiye Kültür Portalıdır (DPT 2006). Beş yıldır devam eden bu çalışmanın bir an önce sonuçlandırılması, kimlikle ilgili tecrübelere en fazla açık 14-28 yaş grubu gençler başta olmak üzere, herkes için yararlı olacaktır.

NOTLAR

1 Bkz. "Power Law", *WikiPedia*. 14.12. 2009 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Power_law adresinden alınmıştır.

2 Wikipedia'da sosyal ağlaşma servislerinin adları ve kısa tanımlarının yer aldığı bir madde bulunmaktadır: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites 14.12.2009 tarihinde erişilmiştir.

3 Örnekler için bkz: http://www.postapaylas.com/bilisim-teknoloji/hoax-aldatmaci-kandirmaci-mailler-a-dikkat.html 06.07.2010 tarihinde erişildi.

4 Mesela, ortak ilgi alan "bilim" olan "Six Degrees of Facebook Separation - 6 Degrees of Separation Experiment" adlı grubun 14.07. 2010 tarihinde üye sayısı 116.722 idi. Aynı tarihte ortak ilgi alanı tarih ve Atatürk olan 500'ün üzerinde değişik sayılarda üyeye sahip grup bulunmaktaydı.

5 UK Tribes: http://www.uktribes.com/ 9.10.2010 tarihinde erişilmiştir.

6 Wikepedia ansiklopedisinde bu yazılımların bir listesi bulunmaktadır: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network_analysis_software. 9.10.2010 tarihinde erişilmiştir.

7 Bkz. www.europeana.eu. 11.07.2010 tarihinde erişilmiştir.

KAYNAKÇA

Acun, F. "Muhteva Analizi Metodu ve Yakın Dönem Tarihi Araştırmalarında Kullanımı", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt 22, Sayı 1 (2005), 27-50. 15.07.2009 tarihinde http://www.edebiyatdergisi.hacettepe.edu.tr/2005221FatmaAcun.pdf adresinden erişilmiştir.

Acun, R. "Sosyal Ağlar Yoluyla Katılım Kültürü Oluşturma: kaynakca.info Örneği", *I. Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu*, 27-30 Haziran 2009, Uşak Üniversitesi, Uşak.

14.07.2010 tarihinde http://www.kaynakca.info/eser_dosya/4_katilimkulturu.pdf adresinden erişilmiştir.

Blumer, H. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press, 1969.

Burke, P. J. "Identity Change" *Social Psychology Quarterly*, 69, 2006, 81-96 14.07.2010 tarihinde http://wat2146.ucr.edu/papers/06a.pdf adresinden erişilmiştir.

Burt, R. S. "The Social Capital of Structural Holes" in *New Directions in Economic Sociology*. Edited by M. F. Guillien, R. Collins, P. England and M. Meyer, New York: Russel Foundation, 2001. 14.11.2008 tarihinde http://faculty.chicagogsb.edu/ronald.burt/research/SCSH.pdf adresinden erişilmiştir.

Castells, M**.** *The Power of Identity***,** Malden, Mass.: Blackwell Publishers, 2004

Castells, M. *The Rise of the Network Society.* Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

Correll, S. "The Ethnography of an Electronic Bar." *Journal of Contemporary Ethnography*, 24/3, 1995, 270-298.

Desrochers, S., Andreassi, J. and Thompson, C. "Identity Theory." *Organization Management Journal,* 2004, 1/1, 61-69. 8.07.2010 tarihinde http://assets.wnec.edu/55/bib-identitytheoryfin.pdf adresinden erişilmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). *Bilgi Toplumu Stratejisi Eylem Planı*, 2006. 14.07.2010 tarihinde http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/2227/Eylem_Plani.pdf adresinden erişilmiştir.

Erikson, E. H. *Identity, Youth and Crisis.* New York: W. W. Norton & Company, 1968.

Galaskiewicz, J. and Wasserman, S. "Social Network Analysis: Concepts, Methodology and Directions for the 1990s." *Sociological Methods and Research,* 22/1, 1993. 3-22.

Graham, C. W. *Role Identity and Role Conflict Among Dual-Career, Non-Career Employed, and Stay-At-Home Wives.* Doctoral Dissertation, Texas Tech University, 2000. 14.07.2010 tarihinde http://etd.lib.ttu.edu/theses/available/etd-07312008-31295015734428/unrestricted/31295015734428.pdf adresinden erişilmiştir.

Granovetter, M. "The Strength of Weak Ties: a Network Theory Revisited." In: Marsden P, Lin N. eds. *Social Structure and Network Analysis*. Beverley Hills: Sage, 1982.

Güvenç, B. *Türk Kimliği. Kültür Tarihinin Kaynakları*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1996.

Köse, A. ve Yılmaz, M. "Fısıltı Gazetesi İçin Yeni Bir Mecra: Söylentilerin İletim Mekânı Olarak Çevrimiçi Forumlar." *Millî Folklor*, 22/85, 2010, 183-192. 01.01.2011 tarihinde http://millifolklor.com/tr/sayfalar/85/20_.pdf adresinden erişilmiştir.

Levin, D. Z. and Cross, R. "The strength of weak ties you can trust: the mediating role of trust in effective knowledge transfer." *Management Science*, 2004, 1477-1490. 27.12.2009 tarihinde http://goliath.ecnext.com/coms2/summary_0199-4859128_ITM adresinden erişilmiştir.

Lewin, T. "Teenagers' Internet Socializing Not a Bad Thing." *The New York Times*, November 19, 2008. 27.07.2009 tarihinde http://www.nytimes.com/2008/11/20/us/20internet.html?_r=2 adresinden erişilmiştir.

Marks, S. R. "Multiple Roles and Role Strain: Some Notes on Human Energy, Time and Commitment." *American Sociological Review*, 42/6, 1977, 921-936.

OECD (2006). *Digital Broadband Content. Digital content strategies and policies,* Working Party on the Information Economy, 2006. 01.01.2009 tarihinde http://www.oecd.org/dataoecd/54/36/36854975.pdf adresinden erişilmiştir.

Ryemers, K.. "Identity and the Internet: A symbolic interactionist perspective on computer-mediated social Networks." 13.07.2009 tarihinde http://people.morrisville.edu/~reymers/infospace/identity.html adresinden erişilmiştir.

Stryker, S. and Burke, P. J.. "The past, present, and future of an identity theory." *Social Psychology Quarterly*, 63, 2000, 284-297. 14.11.2008 tarihinde http://wat2146.ucr.edu/papers/00c.pdf adresinden erişilmiştir.

Thoits, P. A. (1992). "Identity structures and psychological well-being: Gender and marital status comparisons." *Social Psychology Quartely*. 55, 1992, 236-256.

Waterman, A. S. "Identity, the Identity Statuses, and Identity Status Development: A Contemporary Statement." *Developmental Review,* 19, 1999. 591-621.

Wellman, B. and Wortley, S. "Different Strokes from Different Folks: Community Ties and Social Support." *American Journal of Sociology,* 96, 1990, 558-88.

Wellman, B., Boase, J., & Chen, W. "The Networked Nature of Community: Online and Offline." *IT & Society*, 1/1, 2002, 151-165.

Yediyıldız, Bahaeddin. "Kimlik." *Orta Karadeniz Kültürü*, Yayına Hazırlayanlar, B. Yediyıldız, H. Kaynar, S. Küçük, Ankara, 2005, 181-186.