



## GÜNDELİK YAŞAMDA İNTERNET VE SOSYAL AĞLARI KULLANIM PRATİKLERİ: KUZEY KIBRIS VAKA İNCELEMESİ

### *Internet and Social Network Usage Patterns in Everyday Life Practices: North Cyprus Case Study Review*

Yrd. Doç. Dr. Nuran Öze,

Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,  
Lefkoşa-

**Özet:** İnternet ve sosyal medya son yıllarda sosyal bilimcileri oldukça meşgul eden konular arasındadır. Teknoloji kullanımının gündelik yaşamla iç içe geçmiş olması ve teknolojik aygıtlara ve internete ulaşım olanakları olan bireylerin yaşamlarıyla teknolojiyi her geçen gün artarak içselleştirmesi incelemeye değer konulardır. Çalışmada, Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren insanların gündelik yaşamda internet ve sosyal ağları kullanım pratikleri; sıklığı, amaçları, kullanılan sosyal medya ve ücretsiz haberleşme ağları, sosyal medyada görünürlülük düzeyleri, akış ve olaylar karşısında tepkilerini yansıtırma düzeyleri, haber takibi, Teknoloji kullanımında kuşaklar arası farklılıklar / benzerlikler incelenmesi amaçlanmaktadır. Kuzey Kıbrıs Devlet Planlama Örgütü (DPÖ)'nün bu konularla ilgili araştırmaları olmamasından ve ülkede bulunan birkaç araştırma şirketinin daha çok seçim dönemlerinde kamuoyu yoklaması yapmak üzere faaliyet göstermesinden resmi verilere dayanmak mümkün değildir. İhtiyaç olunan verileri elde etmek için Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren bireylerin internet ve sosyal ağları kullanımı hakkında yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak 118 kişiye anket uyarlanmıştır. Örneklem rasgele seçilmiştir. Veriler SPSS 21 aracılığıyla kodlanmıştır. Sonuçlar nicelik ve nitelik olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren farklı yaş gruplarından bireylerin gündelik yaşamlarında internet, sosyal medya ve yeni medyayı sıklıkla kullandıkları ve bunun gündelik yaşam pratiklerini değiştirdiği, farklı kuşakların sosyal medyayı kullanım amacı ve kullandıkları sosyal medya mecraları değişiklik gösterdiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gündelik yaşam, kuşak, internet, sosyal medya, Kuzey Kıbrıs

**Extended Abstract:** Social scientists are quite busy on the issues of the internet, new media and social media in the recent years and they are working a lot on the topic which is widely spoken. The use of technology is intertwined a lot with the everyday life and intertwined of technological developments by individuals who have access to technological developments and internet is an original and an issue worth examining.

· Bu makale 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi (ICMS International Conferences on Media Studies 2016)'da sunulmuştur.

· Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, Yakın Doğu Bulvarı, Mersin 10 Türkiye, KKTC nuran\_oze@yahoo.com, nuran.oze@neu.edu.tr

If availability and technological infrastructure possibilities of the country is eligible, each new technological change has the potential to affect the socio-cultural structure deeply. Everyday life practices are areas that can be investigated as the sociological reflection of technological change. The spread of personal computers, Internet use, the invention of smart /android phones and tablets and the technological possibilities of being continuously connected to that place and status in your network as soon as possible has become an integral part of everyday life. Different applications through Internet channels are present in different interest areas which is a way of appealing to every areas of life. Nowadays, internet technologies and its' possibilities are seen as the most effective communication tool around the world. This subject should be taken into account within the social process also. Because the internet web 2.0 data base is a system which feeds from its' users and reconstructs itself with the information again and again. Each internet user and each user of social media has the potential to create their own content.

Internet, social media and new media are not only changing the practice of socializing between individuals; They also have effects on consumption habits; leads to change in lifestyle; in ways of getting information; affects over the use of media when compared to traditional media, social media and new media, in the one hand makes the individual feel free; on the other hand it gives boundaries to the individual by observing and by recording each step they have taken in these areas.

Cyprus is an island in the middle of the Mediterranean Sea which has been home to many civilizations for centuries. Cypriots' show multicultural society features in general. This seems as the effects of past centuries. (...) Turkish Republic of Northern Cyprus was declared in 1983. Turkish Republic of Northern Cyprus is not recognized by any country except Turkey. This will result in the isolation of the Northern Cyprus economically and politically all over the world. Each Turkish Cypriot tries to break these isolations individually in the socio-cultural arena however this is not enough. Keeping up with technological improvement is one of the usable key to break societal isolations (2016: 957).

In this study the aim is to investigate the internet and social network usage patterns in everyday lives on the people who live in Northern Cyprus; frequency of use, purpose of usage, usage patterns of social media and usage patterns of free communication networks, the level of visibility in social media, flow and incident response across levels of reflection and level of new media monitoring via social media is studied on Intergenerational differences / similarities will be studied while investigating the technology usage patterns. Neither Northern Cyprus State Planning Organization (DPÖ) nor other research companies have got any researches upon these issues. Private research companies conduct researches only in the election periods; therefore the country is very poor in terms of databases. Because of this, it is unlikely to rely on official data in this study. On the one hand, the lack of database can be regarded as a weakness in terms of work; however on the other hand, this can be made into the study and research on this unique subject. In order to obtain the data which is required is to prepare questionnaires upon the use of internet and social networks regarding individuals who live in Northern Cyprus. This survey has been adapted to 118 people using face to face interviews. The sample was randomly selected. Face-to-face survey results are encoded via SPSS 21. The results were evaluated both quantitatively and qualitatively. Individuals often use social media and new media in everyday life practices, individuals of different age groups have been affected by social media and by the new media in North Cyprus, the study reached to the conclusion that change the practice of everyday life thereof. Also, the usage of social media channels and the purpose of social media usage vary among the different generations in North Cyprus.

The internet and social media's impact on everyday life are growing every day in all communities. Communication practices of Turkish Cypriots living in Northern Cyprus are reshaping through the Internet usage habits and the social media usage patterns. According to the research findings, social media usage purposes and usage of social media sites differentiate among generations. Younger generations are using multiple social media networks frequently. Although, the older generations use social network less frequently and use less number of social networks. According to Prenskys' proposition, people who were born in the digital age is eligible to use technology well and digital immigrants are not eligible as digital natives. According to research findings, it would better to make a distinction of who prefers to use technology and who does not prefer to use technology; who can use multiple applications together and those who cannot; who can have access to the financial resources and who cannot have enough financial power, rather than digital immigrants and digital natives' distinction. The younger generation's internet and social media usage purpose in Northern Cyprus is to communicate free of charge and their shares are seen as being more of a visual structure. The older generation's internet and social media usage purpose in Northern Cyprus are more so to find old acquaintances; to follow the news; socialize; to observe people they already know. Young people can establish interpersonal relationships by means of technology. Technology for the older generation is seen as a tool that allows the continuation of existing established relationships. Most individuals of all generations will not take the risk themselves into sharing exactly what they would like to share because of the social pressure they receive in social media channels.

**Key Words:** *Everyday life, generation, internet, social media, North Cyprus*

### Giriş

Her yeni teknolojik değişim; teknolojinin ulaşılabilirliği ve kullanım olanaklarının mümkün olduğu ülke veya bölgelerde sosyo-kültürel yapıyı derinden etkileme potansiyeline sahiptir. Sosyo-kültürel yapının yansıma alanı olan gündelik yaşam pratikleri de, teknolojik değişimlerin etkisinin sosyolojik olarak izlenebileceği mecralardır. Kişisel bilgisayarların gelişip yaygınlaşması ile internet kullanımının yayılımı, akıllı telefonların icadı, internet ve teknolojik olanakların mümkün olduğu mekan ve durumlarda web ağlarına sürekli bağlı olmayı gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Değişik ilgi alanlarına yönelik uygulamalarla karşımıza çıkan internet mecraları artık hayata dair her alana hitap etme yolundadır. Kullanım kolaylığı, uygun maliyet, kullanım açısından zaman-mekan kavramını önemsiz kılması, internetin göreceli bir özgürlük alanı sağlaması bireylere cazip gelmektedir. Tam da Kranzberg'in (1986) dediği gibi, teknoloji ne iyi ne kötü ne de nötrdür... Teknolojinin toplumsal evrenle öyle bir ilişkisi vardır ki, teknik gelişmeler kendi araç ve etkinliklerinin varoluş amaçlarının çok daha ötesine geçen çevresel, toplumsal ve insani sonuçlara neden olur (sf. 545).

Günümüzde en etkili iletişim aracı olarak görülen interneti toplumsal süreçlerden bağımsız düşünmek olanaksızdır. Çünkü internet web 2.0 tabanlı hale geldiğinden beri kullanıcılarından beslenen ve kendini yeniden yapılandıran bir hal almıştır. Her internet kullanıcısı ve her sosyal medya kullanıcısı kendi içeriğini oluşturma potansiyeline sahiptir. İnternet ortamında oluşturulan her içerik, ziyaret edilen her web sayfası, tıklanan her bağlantı, paylaşılan her fikir/düşünce, paylaşılan her fotoğraf veya yorum, yapılan her beğeni, içeriği çeşitlendiren, zenginleştiren ve besleyen bir unsurdur. Holmes'un da dediği gibi internet, bireyi teknoloji ile tek başına bırakan bir yalnız deneyim ortamı olmaktan ziyade, bir ortaklığın deneyimlendiği dünyadır (Holmes'tan aktaran Timisi, 2005, s. 91). Sanal gerçeklik bir benzeşim ortamı, gerçekliği olmayan bir gerçekken, siber-uzam gerçekliğinin farklı bir tarzda deneyimlendiği toplumsal bir mekan olarak karşımıza çıkmaktadır. Timisi (2005), interneti ekonomi-politik yeniden yapılanmanın kültürel yeniden yapılanma araçlarından biri olarak değerlendirmektedir (s. 91- s. 93).

Subaşı (2005) ise internetin, bir yandan yaşantıyı kolaylaştırmasına ilişkin umutları beslediğini öte yandan da hayatın sönükleşeceğine ilişkin kaygılara yer verdiğine ve gündelik hayatın örgütlenmesinde internet dolayımıyla gerçekleşen toplumsal etkileşim daha ağırlıklı bir yere oturduğuna değinmektedir (s. 107- s. 108). Subaşı (2005), sanal gerçekliği, fiziksel ve toplumsal bağlantılardan yabancılaşmanın postmodern durumuna verilen mükemmelleştirilmiş bir teknolojik tepki olarak görmektedir (s. 110). Timisi (2005) ise internetin yaygınlığı ve sınır tanımazlığı üzerine; verili fiziksel coğrafyaların zorunlu aidiyetlerinin yerine internet bireylerin kendilerinin seçtikleri topluluklara ilişkin gönüllü bağlarını yansıttığını vurgular. Bu yolla bireyin bir topluluğa ait olmaktan çıkıp topluluğu kendisine ait kıldığını dile getirir (s. 101). Maria Bakardjieva'nın deyişiyle, bu toplumsallaşma biçimi *hareketsiz toplumsallaşmadır*, diğer bir deyişle, kullanıcının sanal uzamdaki toplumsal ilişkilerini gerçek yaşamdan bildiği ve güvenilir bulunduğu toplumsal ağlar üzerinden yeniden kurması veya geliştirmesidir (2003'den aktaran Binark, 2007b, s. 23). Van Dijk ise, yeni medya kavramsallaştırmasıyla, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçlarını kasteder (van Dijk'tan aktaran Binark, 2007a, s. 5).

Özellikle, internet, sosyal medya ve yeni medya kullanımı günlük yaşam pratiklerinin değişim sürecinde etkili olmuştur. İnternet, sosyal medya ve yeni medya sadece bireyler arasındaki sosyalleşme pratiğini değiştirmekle kalmamakta, tüketim alışkanlıkları; yaşam tarzları; bilgi edinme yolları; ve geleneksel medya karşısında yeni medya kullanımı gibi birçok alanda değişiklik yaşanmasına sebep olmaktadır. İnternet, sosyal medya ve yeni medya bir yandan bireyleri özgürleştirirken, diğer yandan da atılan her adımı kayıt altına alarak gözetim altında tutmaktadır.

Kıbrıs yüzyıllardır birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Akdeniz'in ortasında bir adadır. Kıbrıslılar genel olarak çok kültürlü bir toplum özelliği göstermektedir. 1983 yılında ilan edilen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Türkiye dışında hiçbir ülke tarafından tanınmamaktadır. Bu durum, ekonomik ve politik olarak Kuzey Kıbrıs'ın tüm dünyadan izolasyonuna neden olmaktadır. Kıbrıs'ta sürekli yaşayan bireyler sosyo-kültürel alanda bireysel olarak bu izolasyonları kırmaya çalışmaktadır. Teknoloji, Kuzey Kıbrıs'ta sosyal anlamdaki sıkışmışlığı aşmak için kullanılan araçlardan birisidir. Teknolojiye ulaşılabilirlik 'etraf' diye adlandırılabilir çoklu anlam taşıyan yakın çevremizdeki ve dünyadaki gelişmeleri yakalamak için fırsat sunmaktadır. Dünya genelinde teknolojik yeniliklere erişebilirlik her bireye eşit mesafede değildir. Genellikle Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren bireyler teknolojik gelişmelere ulaşmak için yeterli mali güce sahiptir. Bazı bölgelerde teknik altyapı yetersizliği (Adsl hattı olmaması veya baz istasyonu olmaması) nedeniyle internet erişiminde sıkıntılar yaşanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan toplumun internet, sosyal medya ve yeni medya'yı gündelik hayat pratiklerindeki yerini ve etkisini araştırmaktır. Çalışmada, internet, sosyal medya ve yeni medya kullanım alışkanlıkları saha araştırması yöntemi kullanılarak, farklı yaş gruplarındaki insanlar analiz edilmiştir. Yüz yüze saha araştırması yöntemi Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan 118 kişiye uygulanmıştır. Veriler SPSS 21 analiz programı içine işlenmiş; kantitatif sonuçlar tablolar ve grafiklere dönüştürülmüştür. Tablo ve grafikler niteliksel sonuçları ortaya çıkarmak için kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanlar, yaş kategorilerine göre; tercih ettikleri iletişim kanalları; sosyal medya kullanım sıklığı; tercih ettikleri sosyal medya alanı adı; sosyal medya kullanım amacı / amaçları; Yeni medyada yayınlanan haberlerde tutumları; tutumların, aktif, pasif vb. ölçümler incelenmiştir. Bu çalışma 'internet sosyal medya ve

yeni medya' gündelik yaşam pratikleri içinde kullanımı ve Kuzey Kıbrıs'taki kültürel yansımalarını anlamaya çalışmaktadır.

### 1. Kuşakların Sınıflandırılması

Kültürel farklılıklar insanların düşünce yapılarını şekillendirir. (...) Michigan Üniversitesi'ndeki psikologlar algımızın kültürel arka planımızla şekillendiğini belirtirler. Doğulular-batılılar, Amerikanlar-Asyalılar üzerinde araştırmalar yapan Nisbett ve çalışma arkadaşları farklı kültürlerden bireylerin sadece farklı şeyler üzerine düşünmediklerini, ama farklı düşündüklerini keşfetmişlerdir (Goode, 2010). Prensky (2001b) ise bireylerin içinde büyüdükleri çevre ve kültürün düşünme süreçlerini etkilediğini hatta düşünme süreçlerinin çoğu kısmının karar vereni olduğunu iddia etmektedir. Prensky'ye (2001b) göre bilgisayarla büyüyen çocuklar 'geriye kalan herkesten farklı düşünmektedirler. Zihinleri hiper metinsel bir şekilde oluşmaktadır. Gençlerin bilgisayar başındayken beyinlerinin farklı bir yönünü kullandıklarını tahmin etmekte ve beyinlerinin kesinlikle fiziksel olarak farklı olduğuna inanmaktadır. Prensky (2001a), dijital dünyada doğmamış ama hayatlarımızın bir noktasında yeni teknolojilerden oldukça etkilenmiş ve pek çok unsurlarından yararlanmakta olan bizlerin, çocuklarla kıyasla her zaman 'Dijital Göçmenler' olacağını söylemektedir. Prensky (2001a), dijital göçmenlerin, dijital yerlilere nazaran becerilerinin çok zayıf olduğuna, uygulama ve etkileşim konusunda yetersizliklerine gönderme yapmakta ve bu becerilerin dijital göçmenler için tamamen yabancı olduğunu iddia etmektedir. Prensky'ye göre "günümüzde Dijital Yerlilerin hepsi bilgisayarların, internetin ve video oyunlarının dijital dilini ana dilleri gibi konuşuyorlar. (...) Dijital yerliler enformasyonu çok hızlı alıyorlar. Paralel süreçleri ve çoklu görevleri tercih ediyorlar. Görselleri metinlerden daha çok tercih ederler. Rasgele erişimi tercih ederler. Ağ bağlantısı olduğunda çok etkili iş yaparlar" (2001a).

Prensky dijital yerlilik konusunda en çok taranan ve görüşleri üzerine tartışılan araştırmacıdır. Koutropoulos, 2011 yılında Dijital Yerliler: 10 yıl sonra makalesini Prensky'nin dijital yerliler kavramını eleştirmek üzere yazmıştır. Koutropoulos, Prensky'nin bu tanımlamayı yaparken çok genellemeci bir tavır sergilediği üzerinde durmuştur. Gün içinde usanan, canı sıkılan bireylerin Prensky'nin sınıflamasındaki dijital yerli veya dijital göçmen fark etmeksizin aynı şekilde hayal kurduğunu dile getirmektedir. Böyle bir durumla karşılaşan bireyin yapacağı işe odaklanmak yerine, teknolojiden faydalanarak kafasını dağıttığını belirtmektedir. Kısacası Koutropoulos, Prensky'nin dijital yerli sınıflamasına bakmaksızın, bu tip durumlarda, insanların işten ziyade daha eğlenceli şeyleri tercih ettiğini dile getirmektedir. Ayrıca insan beyninin bir ömür yaşanmışlıklarla geliştiğini, değiştiğini ve imkanlar dahilinde yaş her ne olursa olsun kullanmak durumunda olduğu teknolojik ürünlere uyum sağladığından da bahsetmektedir. Koutropoulos, dijital yerli ve dijital göçmen olarak jenerasyonları streotipleştirmeden önce dikkat edilmesi gereken başka hususlar olduğunu dile getirmektedir. Koutropoulos'a göre teknolojinin içine doğmuşluktan ziyade nerede yaşadığınız ve sosyo-ekonomik durumunuz teknoloji kullanımı açısından daha önemli etkenlerdir. Koutropoulos, belli araçları veya teknolojileri kullanma sıklığımızın, kullanma nedenimizin ve bu kullanımların davranışlarımız üzerindeki manipülasyon etkisinin de önemli faktörler olduğundan bahsetmektedir. Koutropoulos, sonuç olarak Prensky'nin yaptığı şekliyle streotipleştirmenin yanlış olduğunu savunmakta ve dijital yerliler ve dijital göçmenler yerine, teknolojiye ulaşabilmek ve onu kullanabilmek üzerinden 'İmtiyazlılar ve İmtiyazsızlar' diye ikili bir ayrıma gitmektedir.

Günther (2012) ise daha önceleri yeni teknolojilerin ilk kullanımının ve topluma yerleştirilmesinin yaşı büyük bireyler tarafından yapılırken, günümüzde yeni teknolojilerin öncelikle gençler tarafından kullanıldığına dikkat çekmektedir. Prensky'den farklı düşünen Günther, yaştan ziyade teknoloji öncüleri, takipçileri ve teknoloji kullanımını reddedenler olarak toplumdaki bireyleri üçe ayırmaktadır. Günther, teknoloji kullanımına yatkın olup öncülük edenlerin toplumun üçte birini oluşturduğunu, öncüleri takip eden piyonların diğer üçte biri

ve geriye kalan üçte birin ise teknoloji kullanımını reddedenlerden oluştuğunu iddia etmektedir. Ayrıca Günther teknoloji kullanımının insanların davranışlarını da değiştirdiğine değinmektedir. Bazı davranışların bu değişikliklerle kaybolduğunu bazı davranışların da kazanıldığını söylemektedir.

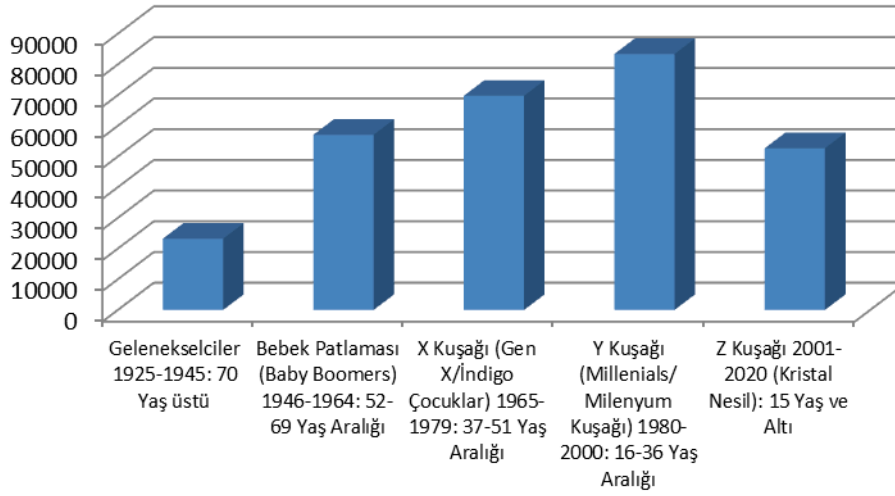
VanSlyke (2003) ise Prensky tarafından yapılan dijital yerli/göçmen benzetmelerini teknolojiyi iyi kullanan ve kullanamayanlar arasındaki ayrımı yapmak açısından kullanışlı bulurken, diğer yandan bunun jenerasyonlara endekslenmesini doğru bulmamaktadır. Gençlerin tümünü teknoloji düşkünü olarak tanımlamanın doğru olmayacağı, böyle bir streatip yaratmanın yanlışlığını vurgulamaktadır. VanSlyke Koutropoulos gibi kalıp yargılar yaratmadan hareket etmek gerektiğine dikkat çekmektedir.

Kuşaklar arası farklılık, kültürel değerler arası farklılığı beraberinde getirmektedir. Çalışmanın bulgular kısmında Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan bireylerin internet ve sosyal medya kullanımında kuşaklar arası farklılık olup olmadığı araştırılacak konular arasındadır.

### **1.1. Kuzey Kıbrıs'ta Kuşakların Sınıflandırması**

Kuzey Kıbrıs'ta en son nüfus sayımı Nisan 2011'de gerçekleştirilmiştir. Sayım sonuçlarına göre Kuzey Kıbrıs'ta 286,257 kişi yaşamaktadır. Bunların sadece 190,494'ü KKTC vatandaşıdır. Toplam nüfusun sadece 136,362 (%47.64) kişisi, hem anne hem de babası Kıbrıs doğumlu olan Kıbrıslı Türk kategorisindedir. %47.64'ün Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan tüm toplumu temsil etmesinin pek mümkün olmadığı düşünülmektedir. Anlamlı bir araştırma sonucuna ulaşabilmek için araştırma örneklemini Kuzey Kıbrıs'ta ikamet eden ülkede belli bir yıl yaşamışlığı olan 118 kişiye rasgele seçim şeklinde belirlenmiştir. Araştırma yapılırken KKTC Devlet Planlama Örgütü'nün (DPÖ) yaş grubu ayrımı olan beş yaş aralığı kistas alınmıştır. Araştırma 15 yaş ve üstü bireylere uyarlanmıştır.

2011 nüfus sayımlarına göre Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan nüfus dünya genelinde geçerli olan kuşak sınıflandırmasına göre ayrıştırılmış ve araştırmanın kuşaklar arası farklılıklar konusunda herhangi anlamlı bir sonuç verip vermeyeceği anlaşılmaya çalışılmıştır. Son nüfus sayımının 2011 yılında yapılmış olması, günümüzü temsil etmemesi dolayısıyla çalışma açısından negatif bir etkidir.

**Şekil 1: Kuzey Kıbrıs'ta Yaşam Süren Kuşakların Sınıflandırılması<sup>1</sup>****Tablo 1: Kuzey Kıbrıs'ta Yaşam Süren Kuşakların Sınıflandırılması**

Kuzey Kıbrıs'ta Yaşam Süren Kuşakların Sınıflandırılması	Toplam	Yüzdelik
Gelenekselciler 1925-1945: 70 Yaş üstü	23,258	%8
Bebek Patlaması (Baby Boomers) 1946-1964: 52-69 Yaş Aralığı	57,085	%20
X Kuşağı (Gen X / İndigo Çocuklar) 1965-1979: 37-51 Yaş Aralığı	69,795	%24
Y Kuşağı (Millenials/ Milenyum Kuşağı) 1980-2000: 16-36 Yaş Aralığı	83,409	%29
Z Kuşağı 2001-2020 (Kristal Nesil): 15 Yaş ve Altı	52,710	%19
<b>Toplam</b>	<b>286,257</b>	<b>%100</b>

Gelenekselciler denilen ve şu anda 70 yaş üzeri sayılan kuşak 2011'de nüfusun %8'ini oluşturmaktaydı. Aradan beş yıl geçtiğini hesaba katarsak bu oranın daha da azaldığını tahmin edebilmekteyiz. Bu kuşakta değerlendirilen kişilerin yaş ilerlemesine bağlı olarak bazı reflekslerinin yavaşladığını, Y kuşağında veya Z kuşağında bir bireye nazaran beyin gelişim ve hücre yenilenmesinin yavaşladığını, kimi zaman tansiyon, diyabet, kolesterol, romatizma, kalp-damar, vb. yaşlılığa, genlere ve yaşam tarzına bağlı oluşabilecek rahatsızlıklar nedeniyle kullandıkları ilaçların bazı yan etkilerine maruz kaldıklarını unutmamakta fayda vardır. Örneğin şeker hastası bir bireyde unutkanlığın yüksek düzeyde olduğu bilinmektedir. Veya sağlık problemi yaşayan bir bireyin her daim önceliği teknoloji takibinden ziyade sağlık konuları olmaktadır.

Kuzey Kıbrıs'ta yaşayıp, Kıbrıs doğumlu olan veya savaş dolayısıyla Türkiye'den Kıbrıs'a asker olarak 1974'de gelip yerleşen kimseler Bebek Patlaması kuşağında yer almaktadır. Kuzey Kıbrıs nüfusunun 2011 sayımlarına göre %20'sini kapsayan (ki bu oran muhakkak surette azalmıştır) bu neslin gençlik yılları mücahitlik, askerlik, yokluk ve zorluklarla geçmiştir. Burada, 1974 Savaşı sonrasında Geçici Yönetim'in, 1975'de Kıbrıs Türk Federe Devleti'nin, ardından 1983'de KKTC'nin ilanı, göçler, yeniden kurgulanan hayatlar yaşayan bir nesilden

<sup>1</sup>Şekil 1, KKTC Devlet Planlama Örgütü'nün yayınladığı Tabiiyet, Yaş Grubu ve Cinsiyete göre sürekli ikamet eden 2011 nüfus verileri, Pew Research Center's Internet & American Life Project, Generations 2010'daki kuşak sınıflandırmaları ve Binark ve Karataş tarafından Aralık 2015'te TBD 32. Ulusal Bilişim Kurultayı sunumundan faydalanılarak ve harmanlama yapılarak hazırlanmıştır. )

bahsedilmektedir. Kuzey Kıbrıs'ta bu dönemin insanlarını çocuk veya genç olamadan yetişkinliğe geçen bir kuşak diye tanımlamak mümkündür. Bu nesil, kendi yaşadıkları sıkıntıları çocuklarına yaşatmak istemeyen bir kuşaktır da.

İlk kişisel bilgisayar satışı X Kuşağı'na denk gelmektedir. Binark ve Karataş (2015) bu rastlantının, kuşağın gelişen teknoloji alışkanlıklarının altyapısını oluşturduğu izlenimi verdiğini söylemektedir. X Kuşağı, Kuzey Kıbrıs'ta yaşam sürdüren nüfusun %24'ünü oluşturan en kalabalık ikinci kuşaktır. Bu dönemde yer alan bireylerin birçoğu eğer Kıbrıs doğumlu ise ya 1963-1974 yılları arasında yaşanan Türk-Rum (İngiltere, Türkiye ve Yunanistan garanti ülkelerinin de dahil olduğu) savaşının içinde, ya da hemen savaş sonrası dönemde doğmuştur. Savaş yaraları sarmaya çalışan bir ülkede temel ihtiyaçlar çok daha önemli olmaktadır, teknolojik gelişimler ise lüks sınıfında değerlendirilmektedir.

Y Kuşağında "yer alan kişiler akıllı, özgürlüklerine düşkün, teknoloji tutkunu ve teknoloji kullanımını iyi bilen bir kuşak olarak tanımlanmaktadır. Günlerinin yaklaşık on beş saati medya ve iletişim teknolojileri ile etkileşim halinde geçen bu kuşak için hayatlarını rahat yaşamak çok önemlidir" (Binark ve Karataş, 2015). 2011 nüfus sayımlarına göre Kuzey Kıbrıs'ta ikamet eden 286,257 kişinin %29'unu oluşturan en kalabalık kuşaktır. Dijital medyanın cazibesıyla büyüyen ilk kuşak olma özelliğine sahip Y kuşağı üyelerinin üçte ikisi, beş yaşından önce bilgisayarla tanışmıştır (Binark ve Karataş, 2015).

2000-2020 yılları arasında doğanlardan oluşan Z Kuşağı nesil kristaller olarak da adlandırılmaktadır. Henüz doğmamış bireyleri de kapsayan bu nesil Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan tüm nüfusun KKTC DPÖ 2011 nüfus sayımı verileri doğrultusunda %19'unu oluşturmaktadır. Bugün nüfus sayımı olsa son beş yılda (2011 Nisan ayından itibaren doğan ve ölen kişiler, yukarıda hesaplanmış kuşakların farklı oranlarda çıkmasını sağlayacaktır. Bilhassa geleneksel kuşağa dahil olanların sayısının azalacağı, Z kuşağına dahil olan nüfusun da yüksek artış göstereceği tahmin edilmektedir. Ancak çalışma açısından Z kuşağı değerlendirme kapsamına alınmamıştır.

Lüküslü'ye (2005, s. 69-70) göre gençlik biyolojik ve statik bir kimlik olmaktan ziyade; içinde bulunan sosyo-kültürel yapıya uyum gösteren devingen bir toplumsal kategoridir. Sanayi öncesi toplumlarda yetişkinlik ve çocukluk evresi arasındaki geçiş dönemini ifade eden gençlik dönemi, on dokuzuncu yüzyılla birlikte; kentleşme ve sanayileşme gibi sosyal süreçlerin ortaya çıkmasıyla gençlik dönemi daha uzun sürmeye başlamıştır.

Ne yetişkin, ne çocuk, ne kendine yetebilen ne de yetemeyen, iki arada bir derede olunan dönem 'gençlik'. Kendini kanıtlama, kimlik kurgulama gâilesi ile sosyal medya kullanımı ve kendini orada şekillendirmeye çalışma çabasının görüldüğü bir dönem.

Castells'in "Ağ Toplumunun Yükselişi" kitaplarında incelediği '*dijital yerli*' kavramı kuşaklar arası farklılıkları açıklarken aydınlatıcıdır. Castells'in Prensky'den esinlenerek kullandığı bu kavram, doğduğu andan itibaren bilgisayar, cep telefonu ve internet ile büyüyen insanlar için kullanılmaktadır. Bu kuşak 1980 sonrası kapsamaktadır. Bu kuşağın içinde doğan bireyler enformasyon toplumu dinamiklerine çok rahat uyum sağlamakta ve etkin bir şekilde bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar aracılığıyla interneti, yeni medyayı ve sosyal ağları sıklıkla kullanmaktadırlar. Yeni teknoloji türevlerini yoğun kullanım sıklığı gösteren bu kuşak gerçeklik algısını da sosyal ağlar üzerinden yaşamaktadır. Castells bu durumu 'gerçek sanallık' kavramıyla izah etmektedir. Gençlik; tüketim, serbest zaman faaliyetleri vb. şeylerle ilgili olarak kendi değerlerini geliştirir ve genellikle bu değerler, yetişkinlerinkinden farklıdır (Akan, 1994, s. 874).



Gençlik çalışmaları yapan Boyd (2014, s. 13), gençlerin sosyal medya ortamında yetişkinlere göre daha mutlu ve konforlu olduklarını çünkü hayattaki şeylerin teknolojiye bağlı olarak nasıl değiştiklerini analiz etmeye çalışmadıklarını, basitçe teknolojinin içinde verili olduğu bir toplumsala ulaşma çabası içinde olduklarını söylemektedir. Günümüz gençleri teknolojinin olanaklarının içine doğup büyüyen bir neslin temsilcileridir. Bu çalışmada teknolojinin içine doğanlar ve teknolojinin içine doğmayanlar ayrımı yapılarak sosyal medya kullanımı incelemesi yapılmaya çalışılmaktadır.

## 2. Gündelik Yaşam, İnternet ve Sosyal Ağlar

Günümüzde internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları sayesinde bireyler eskiye nazaran çok daha süratli ve kolay enformasyona ulaşabilmekte, haberleşebilmekte ve örgütlenebilmektedir. Diğer taraftan ise bireylerin hayatı algılayış tarzı değişmektedir. Birçok zaman insanlar yalnızlaştığını hissetmekte, reel toplumdan koparak sanal cemaatlere geçiş yaşanmaktadır. Kısacası bir yanda interneti ve sanal uzamdaki hayatı çok değerli gelişmeler olarak bulup savunanlar ve diğer yanda da eleştirenler bulunmaktadır. Google'da üst düzey yönetici olan Schmidt ve Cohen, bu konuyu ticari mantıkla ele aldıklarından, internetin gelişimi, toplumun sanal uzamda giderek etkinleşmesini hatta bireylere dair her tür bilginin zaman içerisinde çevrimiçi ağlara aktarılacak olmasını ve tüm denetimin sanal uzama geçmesini inanılmaz olumlu gelişmeler olarak tasvir etmektedirler. İnternet kullanımının hayatı kavrayışımızı değiştireceğine, yeni alışkanlıklar kazanmamıza neden olacağına, yaratıcılığı artıracığına ve zaman içinde online kimliklerimizin fiziksel kimliklerimizin önüne geçeceğine değinmektedirler.

*İnternetin geniş kesimlerce benimsenmesi tarihteki en heyecan verici sosyal, kültürel ve siyasi dönüşümlerden birini harekete geçiriyor ve önceki değişim dönemlerinden farklı olarak bu kez sürecin etkileri tamamen küresel. (...)*

*Vatandaşlar açısından online olmak, fiziksel ve sanal alemlerde çoklu kimliklere sahip olmak demektir. Bıraktıkları izler sonsuza kadar kalacağından, sanal kimlikler pek çok bakımdan bütün diğer kimliklerinde baskın gelecektir.*

*Gelecekte kimlik vatandaşların en değerli meta haline gelecek ve öncelikle internet üzerinden varlığını ortaya koyacaktır. Online deneyim doğumla birlikte hatta önceden başlayacaktır. (...)*

*İdeal olan, herkesin yaşamdaki fırsatlarını sınırlamamak için kendi online kimliğini ve sanal yaşamını, erken bir aşamadan itibaren izleyip biçimlendirerek, sıkı biçimde yönetecek öz farkındalığa sahip olmasıdır. Ancak tabii ki bu olanaksızdır (Schmidt & Cohen, 2014, s. 11 - s. 45)*

Schmidt ve Cohen'in gurur duyarak resmettiği gündelik yaşam, sanal kimlik kurgusu ve teknoloji olmadan hareket etmenin imkansızlaştığı bir hayat, ne derecede tercih edildir? İnternet günümüz toplumunda insanların hem iş vakitlerini, hem eğlence vakitlerini, hem de boş vakitlerini yoğun bir biçimde kaplayarak gündelik yaşamlarına egemen hale gelmektedir (Başaran, 2005, s. 52).

Funk ise internet dolayımı yeni medya/sosyal medyanın bireyi özne olmaktan uzaklaştırdığını ve nesneleştirdiğini iddia etmektedir. Küresel olanın mikro ölçekte varlık gösterebildiği bir alan olarak yeni medya/sosyal medya ortamında varlık gösteren günümüz bireyi, "nesne olmaya daha yakın duran "ben" odaklı bir temsiliyet ortaya koymaktadır. Bu anlamda ben odaklılık bilinç düzleminde önceliği bir şeye karşı olmaya değil, bir şeyden yana olmaya vermektedir" (Funk'dan aktaran Babacan, 2015, s. 299). İnternet veya sosyal medyada "tepkinin sadece bir tıkla, bir like'la veya bir mesajla ortaya konulabilir olması, pek çok kişinin yalnızca 'modaya uymak' için bu işlemi gerçekleştirmesine neden olmaktadır. Yani pek çok internet aktivisti, aslında neyi, neden desteklediğinin veya neye neden karşı çıktığının bile farkında değiller. Yalnızca belirli günlerde profil

fotoğrafını değiştirerek bir şeyleri değiştirebileceğine inananlar, yaralanan vicdanlarını bu şekilde rahatlatarak, tepkileri etkiye dönüşmeden uysallaşmaktadırlar” (Karagöz, 2013, s. 145). Diğer yandan Burgess (2014), sosyal ağlarda ortaya çıkan yurttaşlık biçimlerinden birisinin de eğlenceli sağduyudan uzak, saçma yurttaşlık (playful /silly citizenship) biçimi olduğunu iddia etmektedir.

Lefebvre ('den aktaran Dağtaş ve Yıldırım), gündelik yaşamın; küreselleşme, devlet, teknik ve teknolojik gelişmeler içerisine yerleştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (2015, s. 149). Bu anlamda sosyal ağlar ve internet, gündelik yaşamı dönüştürmüş ve toplumsal yaşamın farklı bir şekilde algılanmasına neden olmuştur. Sosyal ağlar ve internet ortamına erişmemizi sağlayan yeni medya ortamları, bedenün uzantısı haline gelmiştir. Böylece gündelik yaşamda yeni medyanın yoğun şekilde kullanımı; toplumun sosyal ağlar şeklinde tanımlanmasına yol açmıştır. Sosyal paylaşım ağları ise, kendine özgü bir kültür oluşturmuş ve bu kültürün devamlılığına katkı koymuştur (Castells'den aktaran Dağtaş ve Yıldırım, 2015, s. 150).

Babacan ise teknoloji ve kullanımı, teknolojiyi kullanarak sosyal hareketlere katkı koyma biçimleri üzerine çalışmış, geçmiş kuşağın kurduğu ilişki ile günümüz, yeni medya kuşağı olarak adlandırılabilir kuşağın kurduğu ilişki biçiminin oldukça farklı olduğuna değinmiş ve bunun 'zamanın ruhu' ya da diğer adıyla 'kuşaklar arası farklılık' olarak nitelendirmektedir. Atomize olmuş bireysel tepkilerin ortak akıl ve ortak ruhtan yoksunluğu tepkilerin bir anda buharlaşıp gitmesini sağladığını iddia etmektedir (2015, s. 302). Bakardjieva'nın, internet özel alanı terk etmeden sosyalleşmeye imkan veren bir mecra olmasından hareketle ortaya koyduğu hareketsiz toplumsallaşma (Bakardjieva, 2003, s. 291) kavramı, internet ve sosyalleşme ilişkisini kendi bağlamında değerlendirmesi açısından önemli görülmektedir (Bakardjieva'dan aktaran Sütüoğlu, 2015, s. 127). Bakardjieva'ya göre sanal birliktelik, ya da topluluğun (virtual togetherness/community) her türlü mal ve hizmetin dijital olarak tüketildiği parçalı varoluşun bir mecrası olan internette gerçek birliktelik ve topluluktan pek de farkı kalmamıştır (2003, s. 294). Bennet'in bu konudaki fikri Bakardjieva ile pekişmektedir. Günümüz modern dünyanın biçimlenmesinde; internet, yeni medya ve sosyal ağlar önemli bir rol üstlenmektedir. Tüketim ve medya ürünleri kapitalizm tarafından gündelik yaşamın bir gerekliliği olarak sunulmaktadır. Gündelik yaşam, geç kapitalizm ile birlikte, metalara ve bu metaların tüketimine daha fazla değer vermeye başlamıştır (Benett, 2005, s. 11).

### 2.1. Sosyal Paylaşım Ağları, Kimlik İnşası ve Hareketsiz Toplumsallaşma

Sosyal paylaşım ağları gündelik yaşamın parçası haline geldiğinden beri, bireyler sosyal ağlar vasıtasıyla iletişim kurmak artık yüz yüze iletişimin yerini hızla almaya başlamıştır.

*Günümüzde giderek gündelik yaşamın her alanında yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam pratiklerini farkında olmasak da- köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, bedenün bir uzantısı/parçası haline gelen bilgisayar, İnternet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, İpod veya avuçiçi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri, diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir (Binark, 2007b, s. 21).*

Boyd ve Ellison (2008) sosyal medyayı, "sınırları belli bir sistem içerisinde bireylerin kamusal ya da yarı-kamusal profiller oluşturabildikleri diğer kullanıcılardan oluşan bir kullanıcı listesi yaratabildikleri ve sistem içerisinde, hem kendilerinin hem de diğer kullanıcıların bağlantı listelerini görüp aralarında geçişler yapabildikleri web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır" (s. 211).

*Yeni medya, kimilerine göre iletişim ve yayıncılık olanakları adına güncel teknolojinin en son aşaması hatta bir tür devrim, kimilerine göre ise yurttaşların ve profesyonellerin bir arada varlık gösterebildikleri kaotik bir küresel platform. Birbirlerine benzeyenlerin ve 'öteki'lerin kolaylıkla karşılaşabildikleri, yeni kimlikler kurgulayabildikleri, yeni kabilelere dahil olabildikleri özgür ve dinamik bir yaşam alanı. Zaman ve mekan sınırlaması olmadan kimi zaman bedensiz, kimi zaman avatarlarla temsil olunan sürekli bir etkileşimin söz konusu olduğu, kimi kez bireysel özgürleşme için kimi kez toplumsal hareketlere dahil olma ve tabandan ses duyurma(k) için kullanılan yeni araçların işlediği bir dünya; her durumda teknoloji dolayimli yeni bir dünya! (Binark, Bayraktutan ve Kepenek, 2012, s.157)*

Sütlüoğlu (2015) ise sosyal paylaşım ağlarını kendinden önceki sanal mecralardan ayıran en önemli özellikten bahsetmektedir. Söz konusu ortamlardaki kullanıcı kimliğinin anonim kalmamasından ileri geldiğini belirtmektedir. Bu ağların profil oluşturma özellikleriyle kişisel fotoğrafların yüklenebilmesi ve kişisel bilgilerin verilebildiği alanların varlığı sanal mecralardaki kimlik inşasının anonimlikten bilinirliğe doğru evrilmesiyle sonuçlandığını vurgulamaktadır (s. 126). İnternet sayesinde sunulan göreceli özgür ortamda inşa edilen bir yapı olarak kimlik, sosyal ağlar ise bunu yapmanın stratejik araçları olarak kabul edilebilmektedir. Bu çalışmada, 15-65 yaş üstü insanların sosyal ağlar üzerinden sosyalleşme ve kimlik inşası sürecini hangi kullanım pratiklerine dayandırıldığının ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çevrimiçi kimlik inşası bireysel olduğu kadar sosyal bir süreçtir. Bir kullanıcının başka bir kullanıcının profilinde yapmış olduğu yorum veya paylaşım ile kimlik inşası süreci kolektif pratiklerin parçası haline gelmektedir (Boyd, 2014, s. 49). "İnternet teknolojisiyle kimlik, bireylerin üzerine giydirilmiş bir şey olmaktan çıkarak sanal ortamlarda yeniden inşa edilen bir stratejiye" dönüşmüştür (Uğur ve Bilici, 1998, s. 494). Birincisi, bireyin sosyal ağa yüklediği fotoğrafını, kim olduğuna, kim olmak istediğine yönelik işaretler veren bir ifade aracı olarak kullanabilmektedir. İkincisi ise, fotoğraf paylaşımları bireyin arkadaşlarıyla olan toplumsal ilişkilerini sürdürmesine olanak vermekte, beğenilme ve onaylanma isteğiyle birlikte gerçekleştirilen bir edime dönüşmektedir (Şener ve Özkoçak, 2013, s. 123).

Diğer yandan sosyal ağlar aile bireylerinin ve hiyerarşik olarak ast-üst ilişkisi içerisinde olunan kişilerin sosyal ağlarımızda takipçilerimiz veya arkadaşlarımız olarak yer almasının yarattığı baskı demirleşen ilişkilere örnek oluşturmaktadır. Güya arkadaşlarımızı kendimizin belirlediği bir alan. Halbuki toplumsal baskılar yine yeniden sanal mecra da bir şekilde bireyleri sarmalamaktadır. Durna ve Durna (2015), "Taşranın Facebook ile imtihanı: Bir Akdeniz Köyünde Etnografik Keşif Çalışması"nda, Facebook'un yerel cemaatin sanal ortamda yeniden vücut bulmasına vesile olduğu kanaatine varmıştır. Köy insanlarının beğeni ve yorumlarının çoğunun tanıdığı insanlara ait olması ve genellikle tanıdıkları insanları arkadaş olarak kabul etmeleri var olan cemaat ilişkilerini sosyal ağlara taşıdıkları sonucuna ulaşmışlardır (s.110). Bu noktada demir atılmış ilişkilere kavramını kullanmak yerinde olacaktır. Demir atılmış ilişkiler, çevrimiçi dünyada tamamen anonim ol(a)mayan kimliklerle kurulan toplumsal ilişkilere işaret etmektedir. Nitekim aile, akrabalar, komşular, iş/okul arkadaşları ve diğer tanıdıklarla internet üzerinden kurulan iletişimde kimliğin anonim kalması mümkün değildir (Zhao vd., 2008, s. 1818)

Maria Bakardjieva'yı (2003) izleyerek söyleyecek olursak, yeni orta sınıf genç kişiliğinin toplumsallaşmaları bildik/tanıdık ve güvenilir toplumsal ağların içerisinde gerçekleşen *hareketsiz toplumsallaşmadır*. Gençlerin gerçek yaşamdaki toplumsal ağları ebeveynler, akrabalar, arkadaşlar, kız ve erkek arkadaşlardan oluşmakta ve bu toplumsal ağlar sanal uzama da aktarılmaktadır. Katılımcılar İnternet'te yeni insanlarla, diğer bir deyişle yabancılarla iletişim kurmayı tercih etmemektedir. Binark ve Sütçü (2007) de yeni medyayı kullanarak katılımcıların yüz yüze iletişimi ağlarını pekiştirdiğini ve bunu güvenli bir ortamda "can

sıkıntısı”na çare bulmak olarak ifade ettiklerini belirtmektedir (s. 163). Binark ve Sütçü (2007), yeni orta sınıf gençlerin sanal uzamda bildik/tanıdık kişilerle iletişime geçmelerinin birtakım nedenleri olduğu düşünülmektedir: İlk neden, bu gençlerin yeni insanlarla tanışacak veya paylaşacak derecede yeterli sosyal ve kültürel donanımına sahip olmamaları ile ilişkilidir. Sanal uzamda tanıdıklarıyla iletişime girerek bu gençler iki olası riski veya tehlikeyi ortadan kaldırmaktır (s. 161).

## 2.2. Sosyal Paylaşım Ağları ve Borçlandırılmış İnsan

Facebook’un dünya genelinde sosyal paylaşım ağları üzerindeki hakimiyeti genellikle diğer sosyal paylaşım ağlarını dikey sosyal ağlar olarak konumlanmaya itmektedir. Dikey sosyal ağ olmak demek, belli konularda paylaşımlar yapılabilen ağlar anlamını taşımaktadır. LinkedIn profesyoneller ve iş amaçlı kurgulanmışken, Twitter 140 karaktere sığacak şekilde fikir beyanını, Instagram fotoğraf paylaşımını, SnapChat anlık görüntü veya videoları yayınlamayı, Swarm lokasyon belirtme hizmeti vermeyi mümkün kılmaktadır. Kahraman dikey sosyal ağların yaygınlaşmasını Facebook karşısında bir zorunluluk olarak izah etmektedir. Günümüzde ise sosyal ağlar arasında yaşanan şiddetli rekabette Facebook’un ciddi bir üstünlük sağladığını görüyoruz. Çin’de QZone ve Rusya’da V Kontakte gibi yerel öncüler haricinde Facebook neredeyse tüm dünyada liderliğini sürdürürken, rakiplerini sadece belli konularda odaklanmış dikey sosyal ağlar olmaya itiyor (Kahraman, 2010/2014, s. 23).

Yeni Medya çalışmalarıyla bilinen öğretim görevlisi İsmail Hakkı Polat’ın Al Jazeera için yazdığı Sosyal medya medya değildir başlıklı makalede sosyal medyayı bir yaşam alanı olarak nitelemektedir. Sosyal medyanın nesnellik, güvenilirlik gibi süzgeçlerinden geçmeyen bilgilerin bombardımanı ile yüklü olduğunu ve çoğu paylaşımın sorgulanmadığından bilgi kirliliği, manipülasyon ve dezenformasyon batağına dönüştüğünden bahsetmektedir. Sosyal medyayı doğruyla yanlışın, algıyla gerçeğin birbirine karıştığı bir kaosu da barındıran ortam olarak tanımlayan Polat, sosyal medyanın duygu ve düşüncelerimizi dahi şekillendirebilen bir yapıya dönüştüğüne işaret etmektedir.

*Yaşanan düş kırıklıkları, yanılısamar ve güven sorunları yüzünden insanlar Facebook, Twitter ve Sözlük gibi platformları riskli, güvensiz ve depresif bularak paylaşımlarını sınırlayıp pasif izleyici moduna geçerken, huzuru Instagram, WhatsApp, LinkedIn ya da SnapChat gibi görece yeni, تنها ve steril platformlarda arıyor.*

*Giderek kamusallaşan Sosyal Medya platformlarında, bireysel ifadenin özgürleşmesi hayalleri, yerini kutuplaşan bir toplumda bitaraf ya da bertaraf olma ikilemine zorlayan bir mahalle baskısına bırakıyor.*

*Sonuç? Sosyal medyanın ne sosyal ne de medya vasıflarından beklediğini, düşlediğini bulamayan milyonlarca insan...*

*En nihayetinde, sosyal medya bir medyadır ama medya dediğimiz şey, artık bizim eskiden bildiğimizin çok ötesinde ve içinde bireye, topluma ve hayata dair her şeyi barındıran bir yaşam alanına; hatta bir yaşam medyasına dönüşmüştür. Ve bizler de o yaşam kumandasının sahipleri olarak kendi yaşam medyamızı kendi yaşamak istediğimiz gibi yönetmekten sorumluyuz (Polat, 2015, 4 Aralık).*

Yapılan pek çok yeni medya araştırmasında sosyal ağların ağırlıklı olarak benzerleri bir araya getiren bir işlev gördüğü ortaya çıkmaktadır. Facebook’taki gibi sosyal paylaşım ağlarının sağladığı görece özgür ortamın Facebook’taki gerek arkadaş listeleri tarafından yapılan, gerek hükümetler tarafından gerekse ticari amaçlı yapılan gözetlemeler, bu özgürlük tahayüllünün gerçekten de yanılısama olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Niedzviecki, 2010).

Kullanıcılarının arkadaşlarıyla sürekli bir iletişim içinde olmasına ve metin, fotoğraf, video ve müzik gibi içeriklerini paylaşmalarına izin veren bu sosyal ağlar özellikle gençlerin en önemli sosyalleşme araçlarında biri haline geldi" (Kahraman, 2010/2014, s. 22). Lazaratto'nun (2014, s. 8) 'borçlandırılmış insan' kavramını Babacan (2015, s. 303) yeni medya ve sosyal medyaya atfedilen herkesin içerik üreticisi olabilmesi veya katılımcı/etkileşimsel olması imkanı, aynı zamanda kullanıcının borçlandırıldığı veya kendinden bir şeyler vermek durumunda kaldığı anlamına gelir diye açıklamaktadır. Bireyler bir nevi karşılıklılık ilkesinden dolayı sosyal baskı yüzünden beğenme ve yorum yapmak durumunda kalmaktadır.

### 3. Kuzey Kıbrıs'ta Sosyal Medya Kullanımı ve Gündelik Yaşam Üzerindeki Etkisi

Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Kıbrıs 19. yüzyılın sonlarında tüm dünyayı etkisi altına alan milliyetçilik akımından dünyadaki birçok ülkede olduğu gibi etkilenmiştir. Adada diğer etnik kökenlere nazaran daha yoğun nüfusa sahip olan Kıbrıslı Rum ve Türkler arasında etnik kökene dayalı gerginlikler yıllar zarfında artış göstermiştir. İki halk arasında gerginlik 1974'de savaşa dönüşmüş ve ada kuzey ve güney olarak ikiye bölünmesiyle sonuçlanmıştır. Kuzey Kıbrıs türk Cumhuriyeti'nin 1983 yılında uluslararası hukuk kurallarına uygun olmayan şekilde ilan edilmesiyle adanın kuzeyi politik, ekonomik olarak izole edilmesine sebep olmuş, dolayısıyla sosyo-kültürel yapı da bu izolasyondan etkilenmiştir. Otuz üç yıldır süren bu izolasyon, Kıbrıs'ta yaşayan halkın yaşam biçimlerini, tüketim alışkanlıklarını, teknoloji kullanım şekillerini her yönden etkisi altına aldığı düşünülmektedir. Bu kadar özgün bir yapıda olan Kıbrıs Türk halkının sosyal medya kullanım pratikleri, kuşaklar arası sosyal medya kullanım pratiklerinin farklılaşma şekilleri, gündelik yaşamda sosyal medyanın etkisi irdelenecek konular arasındadır. Günümüzde bilhassa daha genç nesillerin artık haberleri sosyal medya mecraları üzerinden takip ettiği düşünülmektedir. Dünya genelinden politik ve ekonomik olarak izole edilmiş bir alanda yaşayan Kıbrıslı Türklerin teknolojik gelişmeler vasıtasıyla dünyadaki gelişmelere bir şekilde bireysel entegrasyon yaşadığı düşünülmektedir.

Bu problematiği çözümlenmeye üzere yüz yüze araştırma yapılmış ve araştırmaya katılan kişilere demografik özellikleri ardından internet ve sosyal medya kullanım pratikleri üzerine yedi araştırma sorusu (AS) sorulmuştur. Demografik bilgilerde farklı yaş gruplarına dahil olan katılımcıların internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları yaş aralıkları, cinsiyet ve meslekler bağlamında sorgulanmıştır. Kuzey Kıbrıs'taki internet ve sosyal medya kullanım sıklığı, şekli ve kullanım amaçlarını sorgulamak üzere araştırmaya katılan kişilere:

AS1: Çevrenizdeki insanlarla haberleşmek için en sık hangi yolu tercih edersiniz?'

'Telefonla aramak, SMS göndermek, E-posta atmak, Viber'den aramak veya mesaj atmak, Skype'dan görüntülü aramak, WhatsApp'tan aramak veya mesaj atmak, Tango'dan görüntülü aramak, Facebook/Messenger'den haberleşmek, Instagram/Instamessage göndermek, Twitter'den haberleşmek, Snapchat'le anlık görüntü göndermek ve Diğer (belirtilmek üzere)on iki ayrı seçenek arasından en sık kullandığı bir yöntemi seçmesi istenmiştir. Bu soru ile katılımcıların internet vasıtasıyla haberleşme yatkınlıkları ölçümlenmeye çalışılmıştır.

AS2: 'Sosyal medyayı hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?

İnternet kullanım sıklığı hakkında bilgiye erişilmeye çalışılmıştır. Gün boyu sık sık, günde birkaç kez, birkaç günde bir, haftada bir, ayda 1-2, pek kullanmıyorum, hiç kullanmıyorum cevaplarından sadece bir tanesini işaretlemeleri istenmiştir.

AS3: Hangi sosyal medya ve iletişim ağlarını kullanmaktasınız?

Facebook, Twitter, Snapchat, Askfm, Instagram, LinkedIn, Viber, WhatsApp, Tango, Swarm, Diğer (Belirtmek üzere) cevapları arasından çoklu cevap seçmeleri talep edilmiştir. Bu soru ile katılımcıların hangi sosyal medya ağlarını kullandıkları bilgisine ulaşılmıştır.

AS4: Sosyal medya mecralarını kullanım sıklığınıza göre 1'den 5'e kadar en sık kullanımdan en az kullanıma göre sıralayınız.

Burada en sık kullanılan sosyal medya mecraları belirlenmeye çalışılmıştır.

AS5: Sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanmaktasınız?

Ücretsiz haberleşmek; tanıdığım insanların nerede olduğunu öğrenmek; Tanıdığım insanların neler yaptığını öğrenmek; haberleri takip etmek; zaman geçirmek; duygu ve düşüncelerimi paylaşmak; fotoğraf paylaşmak; sosyalleşmek; sohbet etmek seçenekleri arasından katılımcıların birden çok cevap işaretlenmesi talep edilerek sosyal medya kullanım amaçları belirlenmeye çalışılmıştır.

AS6: Sosyal medyaki tavrınızı aşağıdakilerden hangisi ile tanımlardınız?

Her bireyin sosyal medya kullanım şeklinin farklılaşabileceği düşüncesinden yola çıkarak katılımcıların sosyal medya kullanım tavrı anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu soruya çoktan seçmeli beş yanıt şansı verilmiştir. Çok pasif izleyici (Herkesin ne yaptığını görüp hiç bir beğeni ve yorum yapmayan); pasif izleyici (Herkesin ne yaptığını görüp beğeni ve yorumlarla katkı koyan); katılımcı ve izleyici (Kendi duygu ve düşünce veya resimlerini arasıra paylaşan ve takip ettiği kişileri izleyen); aktif katılımcı (Kendi duygu ve düşünce ve resimlerini sıklıkla paylaşan ve başkalarının paylaşımlarına da katkı koyan, tartışmaya girmekten çekinmeyen); diğer (belirtmek üzere).

AS7: Sosyal medyada okuduğunuz haberleri ne derecede güvenilir bulmaktasınız?

Bu soruya beş ayrı yanıt belirlenmiş (Çok güvenilir bulurum, güvenilir bulurum, sorgularım, güvenilir bulmam; hiç güvenilir bulmam) ve sosyal medyada katılımcıların okudukları haberleri ne derecede güvenilir bulunduğu sorgulanmıştır.

Çalışmanın bu kısmında yüz yüze anket yöntemi kullanılarak Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan toplumun internet ve sosyal medyanın gündelik hayat pratikleri üzerindeki yeri ve etkisi sorusuna yanıt aranmıştır.

Araştırmaya ilişkin hipotezler ise aşağıda belirtildiği gibidir:

(H1) Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren bireylerin gündelik yaşamları ve haberleşme pratiklerinin internet, sosyal medya kullanımı sayesinde yeniden şekillendiği düşünülmektedir.

(H2) Kuzey Kıbrıs'ta farklı kuşakların sosyal medyayı kullanım amacı ve kullandıkları sosyal medya mecraları değişiklik göstermesi beklenmektedir.

(H3) Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren daha genç kuşakların internet ve sosyal medyayı kullanım amaçlarının daha yaşlı kuşaklara göre farklılaşacağı öngörülmektedir. Genç kuşakların ücretsiz haberleşmek amacıyla internet ve sosyal medyayı daha sık kullanması beklenirken, daha yaşlı kuşakların internet ve sosyal medya vasıtasıyla gençlerden daha yoğun bir şekilde haberleri takip etmesi beklenmektedir.

(H4) Sosyal medya alanlarında yer alan bireylerin kendilerini riske etmeyecek ve sosyal baskılara sebep olmayacak şekillerde paylaşımlarda bulunacakları düşünülmektedir.

### 3.1. Yöntem

Araştırmanın evrenini Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan 15 yaş üzeri 118 kişi oluşturmaktadır. Örneklem sayısı 0.051 oranında evreni temsil etmektedir. Araştırma Aralık 2015 - Ocak 2016'yı kapsayan iki aylık dönemde gerçekleştirilmiştir. 15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-65, 65-... yaş kategorilerinde toplamda 118 kişiye rasgele örneklem seçimi yöntemi kullanılarak yüz yüze anket yapılmıştır. Veriler SPSS 21 analiz programı içine işlendi; kantitatif sonuçlar tablolar ve grafiklere dönüştürülmüştür. Tablo ve grafikler niteliksel sonuçları ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların isim almaksızın önce demografik özellikleri (Yaş aralığı, cinsiyet, meslek) alınmış, sonrasında tercih ettikleri iletişim kanalları; sosyal

medya kullanım sıklığı; tercih ettikleri sosyal medya alanı adı; sosyal medya kullanım amacı/amaçları; Yeni medyada yayınlanan haberlerde tutumları; onlar takip insanlar ve onlara etkileri tüketim alışkanlıkları; tutumlarının, aktiflik/pasiflik düzeyleri ölçümlenmiştir. Bu çalışma 'internet sosyal medya ve yeni medya' gündelik yaşam pratikleri içinde kullanımı ve Kuzey Kıbrıs'taki kültürel yansımalarını anlamaya çalışmaktadır.

### 3.2. Yaşlara Göre Sosyal Medya Kullanımı

Araştırmaya katılan örneklem grubun yaş kategorilerine göre dağılımı şu şekildedir: %9.3'ü 15-19, %18.6'sı 20-24, %15.3'ü 25-29, %8.5'i 30-34, %11.9'u 35-39, %8.5'i 40-44, %5.9'u 45-49, %6.8'i 50-54, %7.6'sı 55-59, %2.5'i 60-64 ve %5.1'i 65 üstü kişilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan kişilerin %9.3'ü hiç bir şekilde sosyal medya kullanıcısı olmadıklarını belirtmiştir.

Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan ve araştırmaya katılan kimselere 'insanlarla en sık hangi haberleşme yöntemini kullanıyorsunuz?' sorusuna %65.3 telefonla, %16.9' Facebook/Messenger'le, %10.2'si WhatsApp'la, %5.9'u Viber'den aramak veya mesaj atmakla, %1.7'si SMS yoluyla en sık haberleştiğini belirtmiştir. Telefon yoluyla haberleşmenin Kuzey Kıbrıs'ta henüz hakimiyetini internetle haberleşme karşısında yitmediğini söylemek mümkündür. En yüksek oranla (%45) internet yoluyla haberleşen 20-24 yaş grubu iken, 55 yaş üzerindeki tüm katılımcıların en sık haberleşme yöntemi telefon olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmaya katılanların %83.9'u Facebook, %51.7'si Instagram, %22.9'si SnapChat, %22'si Twitter, %11'i Swarm, %8.5'i LinkedIn ve %6.8'i AskFM kullanmaktadır.

Araştırmaya katılanların %83.9'u Facebook kullanıcısı olduğu, %6.8'i sosyal medya kullanıcısı olmasına rağmen Facebook'u tercih etmediği ve 9.3'ü ise hiç bir şekilde sosyal medya kullanıcısı olmadıklarını belirtmiştir. 15-19, 25-29, 30-34, yaş grubunda olan katılımcıların %100'ünün, 20-24 yaş grubundakilerin %90.9'unun, 50-54 yaş grubundakilerin %87.5'inin, 40-44 yaş grubundakilerin %80'ninin, 35-39 yaş grubundakilerin %78.6'sının, 45-49 yaş grubundakilerin %71.4'ü, 55-59 yaş grubundakilerin %66.7'si, 60-64 yaş grubundakilerin %66.7'si, 65-üstü yaş grubundakilerin %16.7'sinin aktif olarak Facebook'u kullandığı görülmüştür. Gelenekselci kuşak dışındaki tüm kuşakların aktif Facebook kullanımı dikkat çekicidir.

Araştırmaya katılanların %51.7'sinin Instagram kullanıcısı olduğu saptanmıştır. 15-19 yaş grubunda olan katılımcıların %100'ünün, 30-34 yaş grubundakilerin %80'inin, 20-24 yaş grubundakilerin %72.7'sinin, 35-39 yaş grubundakilerin %64.3'ünün, 25-29 yaş grubundakilerin %55.6'sının Instagram kullanıcısı oldukları geriye kalan yaş gruplarında Instagram kullanımının %28'in altında olduğu görülmektedir. Gülse Birsal'in bir köşe yazısında Instagram için söyledikleri ilgi çekicidir.

*Hayatımızın hikayesi bu oldu. Instagram'a ne koymuş, ne yaparken çıkmış, nerede çektiymiş, nasıl çıkmış, makyajlı mıymış, rötuşlu muymuş?*

*Bizim memleket bu konuya özellikle meraklı. Yazı okumak zorunda olmamak, sadece resimlere bakmak kolaylığı, (...)*

*Instagram herkesin kişisel moda dergisi gibi. Kapağında sen varsın. İçinde seninle röportaj, dekorasyon bölümünde evin, evcil hayvan bölümünde köpeğin, cemiyet sayfasında verdiği yemek davet, yemek tariflerinde yaptığın kurabiyeler, fitness bölümünde yoga pozların var.*

*İnsanoğlu hiçbir döneminde bu kadar güzel görünmek, bu kadar renkli ve dopdoluymuş gibi görünen bir hayat yaşamak zorunda kalmamıştı... (Birsal, 2016)*

SnapChat bir nevi Instagram türevi gibi ancak anlık görüntü veya videoların belli sürelerde görünüş kaybolmasını sağlayan yine görsellik üzerine kurgulanan bir sosyal ağ. Kimlik inşa eden toplumsal işlevli fotoğraflar. Tıpkı Instagram gibi fotoğraflar iletişim aracı olarak kullanılmakta ve bazı duyguların aktarılması noktasında kelimelerden daha açıklayıcı olduğu görülmektedir (Bilton, 2013 paragraf 4)

SnapChat tüm katılımcılar toplamındaki kullanımı %22.9'dur. 15-19 yaş grubunun %90.9'unun, 20-24 yaş grubunun %59.1'inin, 25-29 yaş grubunun %11.1'inin SnapChat kullanıcısı olduğu saptanmıştır. Diğer yaş gruplarında SnapChat'in genellikle hiç kullanılmadığı görülmektedir. Daha çok gençler arasında kullanımı olan bir sosyal ağdır. Görsellik eleştirisi içeren yaklaşımların temel derdi imge aracılığıyla neyin temsil edildiğinden çok resimselliğin (*pictorialness*) diğer anlam üretme teknolojilerini egemenliği altına almış olmasıdır (Nalçaoğlu, 2007, s. 55 - 56). Gerek Instagram gerekse SnapChat verilerine bakıldığında gençlerin teknoloji egemenliği altında resimsel imgelerle anlam üretme çabası içinde oldukları saptanmıştır.

Twitter tüm katılımcılar toplamındaki kullanımı sadece %22'dir. En aktif Twitter kullanan yaş grubu %42.9 ile 35-39 yaş grubudur. 30-34 yaş grubu %40 kullanım oranı ile ikinci, 25-29 ve 60-64 yaş kategorisindekiler % 33.33 ile üçüncü sıradadır. 50-54, 55-59 ve 65 yaş üstü olanların Twitter'i hiç kullanmadığı görülmektedir.

Swarm tüm katılımcılar toplamındaki kullanımı %11'dir. 15-19 yaş grubunun %45.5'inin, 20-24 yaş grubunun %27.3'ünün, 25-29 yaş grubunun %11.1'inin Swarm kullanıcısı olduğu saptanmıştır. Diğer yaş gruplarında Swarm genellikle hiç kullanılmamaktadır. Swarm daha çok gençler arasında kullanımı olan bir sosyal ağdır.

LinkedIn %8.5 ile en az kullanım sıklığı olan ikinci sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır. LinkedIn kullanıcılarının %40'ını 30-35, %21.4'ünü 35-39, %14.3'ünü 45-49, %10'unu 40-44, %5.6'sını 25-29 yaş grubu oluşturmaktadır.

AskFM anonim olarak kullanıcılarına sorular sorabileceğiniz, kimliğinizi ortaya çıkarmak zorunda olmadığınız sosyal bir ağdır. Tüm katılımcılar toplamındaki kullanımı sadece %6.8'i AskFM kullanıcısıdır. 15-19 yaş grubundakilerin %27.3'ünün 20-24 yaş grubundakilerin %22.7'sinin, AskFm kullanıcısı olduğu saptanmıştır. Teenager olarak adlandırılan yeni kuşağın daha çok ilgisini çeken bir sosyal ağ olduğu sonuçlarda görülmektedir. Bu yaş grubundaki insanların daha çok duygularını birbirlerine açabilmek için anonim sorular sorarak birbirini anlamaya çalıştığı sosyal ağdır. AskFM utangaç gençlerin bir nevi kapalı kutuda sosyalleşme çabasının gerçekleştiği mecradır.

### 3.3. Sosyal Medya ve İnternet Vasıtasıyla Haberleşme Mecraları Kullanım Sıralaması

Ankete katılan kişilerin sosyal medya mecralarını kullanım sıklığına göre 1'den 5'e kadar sıralayınız sorusuna verdikleri yanıtta ortaya çıkan tablo tam da beklendiği gibiydi. 118 katılımcının 80 kişisi Facebook'u en sık kullandığı sosyal medya mecrası olarak lanse etti. 118 kişinin %67'si ne denk gelen bu rakam Facebook en birincil sosyal medya mecrası olarak karşımıza çıkarmaktadır. Katılımcıların %11'i için WhatsApp birincil ücretsiz haberleşme yöntemidir. WhatsApp'ın Viber'a göre ücretsiz aramadaki ses kalitesi kuvvetle muhtemel bunun temel sebepleri arasındadır. %6.8'i için de Viber birincil olarak tercih edilen ücretsiz haberleşme yöntemidir. Daha önce de belirtildiği gibi araştırmaya katılan %9.3'lük bir kesim hiç bir şartta sosyal medya veya internet kullanıcısı değildir.



**Tablo 2: Yaş Aralıklarına göre Kuzey Kıbrıs'ta Sosyal Medya ve İnternet Vasıtasıyla Haberleşme Mecraları Kullanımındaki Birinci Tercih**

Yaş Aralığı * 1. Sırada Yer Alan Sosyal Medya Mecra Kullanımı Çapraz Tablosu		1. sırada yer alan sosyal medya mecra kullanımı					
Yaş Aralığı		Facebook	Instagram	Twitter	Viber	WhatsApp	Hiçbiri
15-19		10	0	0	0	1	0
20-24		15	3	0	0	4	0
25-29		13	0	0	2	3	0
30-34		7	0	0	0	3	0
35-39		9	0	1	3	0	0
40-44		7	0	0	2	1	0
45-49		4	0	1	0	0	2
50-54		7	0	0	0	0	1
55-59		6	0	0	1	0	2
60-64		1	0	0	0	1	1
65- Üstü		1	0	0	0	0	5
<b>Toplam</b>		<b>80</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>11</b>

İkinci olarak en çok tercih edilen Instagram iken, üçüncü, dördüncü ve beşinci sırada ise 'kullanılan sosyal medya veya internet mecrası yok' seçeneği en fazla işaretlenmiştir. Buradan şöyle bir sonuca varmak mümkündür: Kuzey Kıbrıs'ta birçok insan başlıca sosyal medya mecralarından Facebook'u kullanmayı tercih ederken, çoklu sosyal ağ kullanımı gençler arasında çok daha yaygındır. Tıpkı bir piramit gibi düşünecek olursak, gençlerin aynı anda birçok sosyal ağda faal olduklarını, yaş ilerledikçe kullanılan sosyal ağların tektipleştiğini ve yelpazenin daraldığını söylemek mümkündür. Buradan varılan sonuç gençlerin yeni medyayı sadece tek bir özelliklerini temel alarak değil, farklı biçimlerde ve çoklu şekillerde birlikte kullandıklarıdır (Johnsson-Smarapdi vd.'den aktaran Binark ve Sütcü, 2007, s. 166).

### 3.4. Sosyal Medya ve İnterneti Kullanım Amaçları

Sürekli bağlantıda olma isteği uyandırarak orada olmadığı zamanlarda bireyin kendisini "dünyadan uzaklaşmış olan bitenden habersiz" (Karakartal, 2013, s. 5) hissettiği sosyal ağlar, karşılıklı iletişimin sağlandığı, diğer sanal mecralardan farklı olarak, içeriğindeki pek çok özellikle kullanıcılarına kendilerini ifade etme, sosyalleşme ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunma imkanı sunmaktadır (Sütlüoğlu, 2015, s. 129) Sütlüoğlu ve Karakartal'ın bu iddialarının Kuzey Kıbrıs için geçerli olup olmadığını sınamak için Kuzey Kıbrıs'ta sosyal medya ve interneti hangi amaçla kullanmaktasınız sorusunu araştırmaya katılan bireylerin çoklu cevaplamaları istenmiştir. Bu sayede sosyal medya ve internet kullanma amaçlarının daha net ortaya çıkarılacağı düşünülmüştür.

**Tablo 3: Kuzey Kıbrıs'ta Sosyal Medya ve İnterneti Kullanım Amaçları**

Sosyal Medya ve İnterneti Kullanım Amacı	Kişi Sayısı	Yüzdellik
Ücretsiz haberleşmek	80	%67.8
Haberleri takip etmek	58	%49.2
Sohbet etmek	51	%43.2
Zaman geçirmek	46	%39
Fotoğraf paylaşmak	38	%32.2
Tanıdığım insanların neler yaptığını öğrenmek	22	%18.6
Tanıdığım insanların nerede olduğunu öğrenmek	21	%17.8

Sosyalleşmek	20	%16.9
Duygu düşünceleri paylaşmak	16	%13.6
Hiçbir sebeple internet ve sosyal medyayı kullanmıyor	11	%9.3

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere Kuzey Kıbrıs'ta sosyal medya ve internetin %67.8'lik bir oranla en çok ücretsiz haberleşmek amacıyla kullanıldığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların %49.2'si haberleri takip etmek, %43.2'si sohbet etmek, %39'u zaman geçirmek, %32.2'si fotoğraf paylaşmak, %18.6'sı tanıdığı insanların neler yaptığını öğrenmek, %16.9'u sosyalleşmek ve %13.6'sının duygu ve düşüncelerini paylaşmak amacıyla internet ve sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Yukarıda görülen çoklu amaçların birçoğunun gerek haberleşmek, dünyadaki olan bitenden haberdar olmak, sohbet ederek fikir teatisinde bulunmak, gerekse gündelik yaşamlarını anlamlandırmak üzere sosyal ağları ve internet uzamlarının kullanıldığını göstermektedir. Castells de yeni iletişim teknolojilerinin bir yandan yaşamı biçimlendirirken, diğer yandan da yaşam tarafından biçimlenerek bireyin gündelik yaşamının her alanına dahil olurken, bireylerin yaşamı anlamlandırma haritalarının "(...) ne yaptıkları etrafında değil, ne oldukları ya da olduklarına inandıkları etrafında" yapıldığını belirtmektedir (Castells'den aktaran Binark ve Sütçü, 2007, s. 155-156).

**Tablo 4: Yaş Aralıklarına göre Ücretsiz Haberleşme Tablosu**

		Yaş Aralığı * Ücretsiz Haberleşme Çapraz Tablo			
		Ücretsiz haberleşmek	Ücretsiz haberleşmek için kullanmıyorum	Sosyal medya kullanıcısı değilim	Toplam
<b>Yaş Aralığı</b>	<b>15-19</b>	7	4	0	11
	<b>20-24</b>	16	6	0	22
	<b>25-29</b>	14	4	0	18
	<b>30-34</b>	9	1	0	10
	<b>35-39</b>	13	1	0	14
	<b>40-44</b>	7	3	0	10
	<b>45-49</b>	3	2	2	7
	<b>50-54</b>	2	5	1	8
	<b>55-59</b>	5	2	2	9
	<b>60-64</b>	3	0	0	3
	<b>65- Üstü</b>	1	0	5	6
<b>Toplam</b>		<b>80</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>118</b>

Tablo 4'de görüldüğü üzere bilhassa Y kuşağına dahil olan bireylerin internet ve sosyal medyayı sıklıkla ücretsiz haberleşmek üzere kullandığı görülmektedir. Binark ve Sütçü'nün yeni orta sınıf gençlik (Kuzey Kıbrıs'ta Y kuşağı) için yaptığı tanımlama burada dikkat çekicidir. Binark ve Sütçü (2007) yeni orta sınıf gençliğinin sınırlı ölçüde kültürel sermaye sahipliğine karşın, bunu oldukça etkin bir şekilde kullanabilme becerisine de sahip olduğunu belirtmekte ve onları yaşamdaki iyi oyuncular ya da blöfçüler olarak tanımlamaktadırlar (s. 152). İnternette cüzi ücretlerle haberleşen bir nesilden bahsediyoruz. Her an çevrimiçi olan, sosyal medyanın olanaklarından yararlanan ama bunu cüzi bedeller karşılığı yapan bir nesil.

Haber takibi ise diğer öne çıkan internet ve sosyal medya kullanım amacıdır. Teknolojik gelişmeler haberin kolay ulaşılabilir olmasını sağlamıştır. Özellikle yeni medya aracılığıyla internet haberleri kullanıcıları arasında hızlı bir şekilde yayılabilmektedir. Bununla birlikte sosyal ağlar aracılığıyla yayılan haberlerin niteliğine doğruluğuna dikkat etmek ise oldukça önemlidir (Dağtaş ve Yıldırım, 2015, s. 170).

Tablo 5: Yaş Dağılımına göre Haber Takibi

		Yaş Aralığı * Haberleri Takip Etmek Çapraz Tablo			
		Haberleri takip etmek	Haberleri takip etmek için sosyal medyayı kullanmıyorum	Sosyal medya kullanıcısı değilim	Toplam
Yaş Aralığı	15-19	3	8	0	11
	20-24	11	11	0	22
	25-29	12	6	0	18
	30-34	7	3	0	10
	35-39	8	6	0	14
	40-44	5	5	0	10
	45-49	4	1	2	7
	50-54	3	4	1	8
	55-59	3	4	2	9
	60-64	1	1	1	3
	65- Üstü	1	0	5	6
<b>Toplam</b>		<b>58</b>	<b>49</b>	<b>11</b>	<b>118</b>

Tablo 5'te hala ilk gençlik yıllarını yaşamakta olan 15-19 yaş grubunun haberlerle pek de ilgilenmediği görülmektedir. Bu gençler sosyal medyada kendi dünyalarını kurgulamakla meşguldürler ve dünyada ve çevrelerinde neler olduğu kendilerini çok da ilgilendirmemektedir. İş yaşamına girmeye başlamış 25-29 yaş ise aynı kuşakta olmasına karşın dünyada ve çevrelerinde neler olduğu hakkında daha ilgilidirler. Bu noktada kuşak farklılığından ziyade hayat serüveninin insanların ilgi alanlarını belirlediğinden bahsetmek daha doğru olacaktır.

Tablo 6: Sosyal Medyada Kullanım Sıklığı

Yaş Aralığı	Çok pasif izleyici	Pasif izleyici	Katılımcı ve izleyici	Aktif katılımcı	Sosyal medyayı kullanmaya n	Diğer	Toplam							
15-19	1	1	7	1	0	1	11							
20-24	4	1	11	5	0	1	22							
25-29	0	3	9	4	0	2	18							
30-34	1	2	7	0	0	0	10							
35-39	0	1	8	4	0	1	14							
40-44	1	2	2	0	1	4	10							
45-49	1	2	0	2	1	1	7							
50-54	0	6	0	1	1	0	8							
55-59	0	0	5	1	2	1	9							
60-64	1	0	1	0	1	0	3							
65- ...	0	0	0	1	5	0	6							
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>%7.6</b>	<b>18</b>	<b>%15.3</b>	<b>50</b>	<b>%42.4</b>	<b>19</b>	<b>%16.1</b>	<b>11</b>	<b>%9.3</b>	<b>11</b>	<b>%9.3</b>	<b>118</b>	<b>%100</b>

Katılımcı ve izleyici kişiler, kendi duygu ve düşünce veya resimlerini ara sıra paylaşan ve takip ettiği kişileri izleyen diye bir kategori idi. Araştırmaya katılan bireylerin %42.4'ü kendilerini burada kategorilendirdi.

Aktif katılımcı kategorisi ise kendi duygu, düşünce, resimlerini paylaşan, başkalarının paylaşımlarına katkı koyan, tartışmaya girmekten çekinmeyen olarak nitelendirilen kişilerden oluşmaktadır. %16.1'lik kısmı oluşturan bu kesim, Kuzey Kıbrıs'taki sosyal medya kullanıcılarının öne çıkmayı, sivirmeyi, marjinal sayılmayı pek sevmediğini göstermektedir. %15.3 ile üçüncü sıraya yerleşen pasif izleyiciler, herkesin ne yaptığını görüp beğeni ve yorumlarla katkı koyan kimselerdir. Twitter kullanımının Kuzey Kıbrıs'ta bu denli az olması, düşünce paylaşımı konusunda sıkıntılı bir durumun başlıca işaretiydi. Bunun yanı sıra duygu ve düşünce paylaşımı (Tablo 3) konusunda %13 gibi düşük bir rakamda kalmış olmak görüş paylaşımı konusundaki sıkıntıya işaretler. Çok pasif izleyici olan %7.6, bir nevi röntgenci misali herkesin ne yaptığını görüp hiç bir beğeni ve yorum yapmayanlardan oluşan kesimdir. Toplumsal hayatı tiyatro sahnesine benzeten Goffman'ın düşüncesinden hareketle, sosyal medya başrol oyuncularını, aktör ve aktrisler yanı sıra izleyicilerin ve tiyatroya katılmamayı tercih edenlerin de mevcut olduğu bir mecradır.

### **Sonuç**

Günümüzde internet dolayısıyla gelişen sosyal ağlar bireylerin iletişim kurma, çalışma ve serbest zamanlarını harcama şekillerini doğrudan ve dolaylı şekillerde etkilemektedir. Özellikle İnternet'in hem yeni bir kültürel mekân, özgürlük alanı hem de ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, birtakım yeni küresel değerlerin, kültürel biçemlerin, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma girmesine olanak sağladı. Bir bakıma İnternet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı (Güzel, 2007, s. 177). İnternet kullanımının yaygınlaşması ve bu yaygınlaşmanın ceplerimizde taşınır hale gelmesi toplumsal yaşamın farklı şekillerde algılanmasını ve gündelik yaşamın dönüşümünü beraberinde getirmiştir. Yeni medya ortamları bedenün uzantısı haline gelmiştir. Toplumun büyük kesiminin kullanımıyla Wellmann vd. (2002) dediği gibi İnternet'in, gündelik yaşamın ritmi haline geldiğini gösterirken; bireyler gündelik yaşamın sürdüğü her yerde İnternet'le iç içe yaşamaktadırlar (Wellmann vd., 2002). Bilhassa Kuzey Kıbrıs'ta toplumsal yaşamdaki kapalılık, sıkışmışlık, renksizlik, yalnızlık, sorunlarını bireyler sanal alemin sınırsızlığıyla aşmaya çalışmakta ama bunu kendini kendi eliyle sınırlandırarak yapmaktadır.

Bilhassa genç nesilde görselliğin kelimelerin yerini aldığı ya da kelimeleri kifayetsiz bıraktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüz, fotoğraflarla duyguları anlatmanın kolaylaştığı bir zamana dönüştü. Bu çağda *enformasyonel imgelemin egemenliği altındaki bir kültür içinde yaşadığımızı* söylemek kesinlikle abartı sayılmamalıdır (Nalçaoğlu, 2007, s. 58). Yeni medyanın ve geleneksel medyanın çoklu ve birlikte kullanımıyla, son kertede ortaya çıkan "(...) popüler kültür ile öğrenilen kültür, eğlence ile bilgilenme, eğitim ile kanaat arasındaki ayrımın, hatta farkın sona ermesi"dir, diğer bir deyişle, anaakım bir simgesel ortamın oluşmasıdır (Castells, 2005, s. 497). Böylece, neoliberal etik ve temel değerlerden beslenen anakım gençlik kültürü ve simgesel ortam içinde bu yeni orta sınıf gençlik, kendini sürekli olarak ötekilerinden yalıtın toplumsal ağ ilişkileri içinde yeniden konumlandırır (Binark ve Sütcü, 2007, s. 169). Ya da Bauman'ın (2005) dediği gibi "Kişi hayatını anlatılacak bir öykü olarak yaşar, ama anlatılması umulan öykünün dokunma tarzı hayat ipliğün dokunma tekniğinin ne olacağını belirler" (s. 17). Beden artık görünenin temsili değildir. Beden dilin kurduğu bedendir. (...) Yeni slogan 'kendini yarat/üret'tir. (...) Özne bir yap boz oyununun parçasıdır. Kimlikler sabit ve değişmez olmaktan çıkmış, akışkan metinler içinde kurulmaya ve yeniden kurulmaya başlamıştır. (...) Bir kimlik mimarı olan birey kendini yaratmanın ütöpic fantezileri içinde dolandır (Timisi, 2005, s. 97).

Kıbrıs'ta yaşayan toplumun İnternet ve sosyal medyanın gündelik hayat pratikleri üzerindeki yeri ve etkisi her geçen gün büyümektedir. Kuzey Kıbrıs'ta yaşam süren bireylerin gündelik yaşamları, haberleşme pratikleri İnternet, sosyal medya kullanımı sayesinde yeniden şekillenmektedir. Araştırma bulgularına göre Kuzey Kıbrıs'ta yaşayan farklı kuşakların sosyal medya kullanımı; kullanım amacı ve kullanılan mecralar bazında değişiklik

göstermektedir. Prensky'nin kuşaklarla ilgili yaptığı dijital göçmenler ve dijital yerliler ayrımından ziyade teknoloji kullanmayı tercih edenler ve etmeyenler, çoklu uygulamaları bir arada kullanabilenler ve kullanamayanlar, sosyokültürel ve maddi olanaklara erişebilenler ve erişemeyenler ayrımı yapmanın daha mantıklı olacağı düşünülmektedir. Ve kendisini eleştiren diğer yazarların bahsettiği gençler ve yaşlılar olarak teknoloji kullanabilen ve kullanamayanları stereotipleştirmenin çok doğru olmadığıdır.

Kıbrıs'ta yaşam süren genç kuşakların internet ve sosyal medyayı kullanım amaçlarının ücretsiz haberleşmek ve paylaşımlarının daha görsel bir yapıda şekillendiği görülürken, daha yaşlı kuşaklarda eski tanıdıkları bulmak, haberleri takip etmek, sosyalleşmek, tanıdığı kimselerin neler yaptığını takip etmek gibi amaçlara yönelik olduğu gözlemlenmiştir. Gençler açısından kişilerarası ilişkileri teknoloji vasıtasıyla kurulabiliyorken, daha yaşlı kuşaklar açısından teknoloji varolan kurulmuş ilişkilerin devamlılığını sağlayan bir araç olarak görülmektedir. Sosyal medya mecralarında her kuşaktan bireyin yoğunlukla kendilerini riske etmeyecek ve sosyal baskılara sebep olmayacak şekillerde paylaşımlarda buldukları görülmüştür.

### Kaynakça

- Akan, V. (1994). *Üniversite Gençliğinin Genel Uyum ve İşgücü. Dünyada ve Türkiye'de Sosyolojik Gelişmeler*. Ankara: Sosyoloji Derneği, 873-879.
- Babacan, M. E. (2015). Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni İnsanın Karakter Analizi. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 295-307.
- Bakardjieva, M. (2003, May). Virtual togetherness: an everyday life-perspective. *Media, Culture & Society*. 25(3): 291-313. Doi: 10.1177/0163443703025003001.
- Başaran, F. (2005). İnternetin Ekonomi Politikası. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 32-52). Ankara: Epos.
- Bauman, Z. (2005). *Bireyselleşmiş Toplum*. Yavuz Aldoğan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Bennet, A. (2005). *Culture and Everyday Life*. London: Sage Publications.
- Bilton, N. (30 Haziran 2013). Disruptions social media images form a new language online. [http://bits.blog.nytimes.com/2013/06/30/disruptions-social-media-images-form-a-new-language-online/?\\_r=1](http://bits.blog.nytimes.com/2013/06/30/disruptions-social-media-images-form-a-new-language-online/?_r=1)
- Binark, M. (2007a). Yeni Medya Çalışmaları. Mutlu Binark (Ed.). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (s. 5-17). Ankara: Dipnot.
- Binark, M. (2007b). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. Mutlu Binark (Ed.). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (s. 21-44). Ankara: Dipnot.
- Binark, M. (2012). Yeni medya okur yazarlığı. I. Uluslararası Teknoloji Bağımlılığı Konferansı. İstanbul: Ümraniye.
- Binark, M. ve Karataş, Ş. (2015). *Dijital Kuşaklar: Dijital Kuşaklar Nasıl Çalışılmalı*. (TBD 32. Ulusal Bilişim Kurultayı). Ankara. <https://yenimedya.wordpress.com/2015/12/06/dijital-kusaklar-nasil-calisilmali/>
- Binark, M., Bayraktutan, G. ve Kepenek, E. (2012). Uğursuz Bir Tesadüf Olarak Yeni Medyada Etik. Z. Tül Akbal Süalp ve Burçe Çelik (Ed.), *Devrim Yahut Vasat: Üretim, Deneyim ve Teknoloji* içinde (s. 157-178). Ankara: Bağlam.
- Birsel, G. (2016, 17 Ocak). Bizim fotoğraflardaki büyük çaresizliğimiz. *Hürriyet Pazar*, s. 2.

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated*. USA: Yale University. [Adobe Digital Editions version] <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. London: Yale University.
- Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Burgess, J. (2014, September). *Creative Citizenship and Social Media*. (Creative Citizens: The Conference). The Royal College of Art, London.
- Dağtaş, Erdal & Yıldırım, Ozan (2015). İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımı Gündelik Yaşam Pratikleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Mikro Alan Araştırması. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 149-180.
- Durna, T., Durna, N. (2015). Taşranın Facebook ile imtihanı: Bir Akdeniz köyünde Etnografik Keşif Çalışması. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 99-123.
- Goffman, E. (2012). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (Çev.). İstanbul: Metis.
- Goode, E. (2010, 8 Ağustos). How culture molds habits of thought. [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)
- Günther, J. (2012). Digital natives & digital immigrants. State University of Telecommunication: St. Petersburg. <http://virtuni.eas.sk/rocnik/2007/pdf/fid001571.pdf>
- Güzel, M. (2007). Küreselleşme, Tüketim Kültürü ve İnternet'deki Gençlik Siteleri. Mutlu Binark (Ed.). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (s. 177-203). Ankara: Dipnot.
- Kahraman, Murat (2014). *Sosyal medya 101 2.0: Sosyal Medya Kitabı*. İstanbul: MediaCat. (İlk Baskı. 2010)
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. İletişim ve Diplomasi, *Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Dergisi*, 1 (1), 131-156.
- Karakartal, M. (21 Ağustos 2013). Sosyal medya perhizi. *Hürriyet, Kelebek*, s.5.
- KKTC Devlet Planlama Örgütü (2012). *Tabiiyet, Yaş Grubu ve Cinsiyete göre sürekli ikamet eden nüfus, 2011*. <http://www.devplan.org/frame-tr.html>
- KKTC Devlet Planlama Örgütü (2014). *Ekonomik ve Sosyal Göstergeler*. <http://www.devplan.org/Ecosos/BOOK/SEG-2014.pdf>
- Koutropoulos, A. (2011, December). Digital natives: Ten year after. *Merlot Journal of Learning and Teaching*, 7 (4). [http://jolt.merlot.org/vol7no4/koutropoulos\\_1211.htm](http://jolt.merlot.org/vol7no4/koutropoulos_1211.htm)
- Kranzberg, M. (1986). Technology and History: Kranzgergs' Laws. *Technology and Culture*, 27 (3), 544-560.
- Lazaratto, M. (2014). *Borçlandırılmış İnsanın İmali*. M. Erşen (Çev.). İstanbul: Açılım.
- Lüküslü, D. G. (2005). Farklı Kitaplardan Farklı Açılardan Gençlik Analizleri. *Birikim* 196, 69-73.
- Mutlu B., Günseli B. S. (2007). Teknogünlüklerdeki Çok(Lu) Sessiz Yaşamlar: Yeni Medyanın Sessiz Enstrümanları - Yeni Orta Sınıf Gençlik. Mutlu Binark (Ed.). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (s. 147-175). Ankara: Dipnot. ŞİM49m49
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. Gökçe Gündüç (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Öze, Nuran (2016, June). Cultural Reflections of Internet, Social Media and New Media Usage in Everyday Life: The Case of Northern Cyprus (4th International Conference: *Digital Media and Electronic Communication* (eds

- Lienard F and Zlitni S)), Le Havre, France, pp. 957-967.  
[https://www.researchgate.net/publication/304539077\\_Cultural\\_Reflections\\_of\\_Social\\_Media\\_Usage\\_in\\_Everyday\\_Life\\_The\\_case\\_of\\_Northern\\_Cyprus](https://www.researchgate.net/publication/304539077_Cultural_Reflections_of_Social_Media_Usage_in_Everyday_Life_The_case_of_Northern_Cyprus)
- Polat, İ. H. (2015, 4 Aralık). Sosyal Medya medya değildir. Al Jazeera.  
<http://www.aljazeera.com.tr/gorus/sosyal-medya-medya-degildir>
- Prensky, M. (2001a) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5)  
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Prensky, M. (2001b) Digital Natives, Digital Imigrants, Part II: Do they think differently?. *On the Horizon*, 9 (6)  
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>
- Puddephatt A. (2011). *Freedom of Expression, Media and Digital Communications*. (European Commission Report). [https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/study-freedom-expression-communication-key-issues-201212\\_en\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/study-freedom-expression-communication-key-issues-201212_en_3.pdf)
- Schmidt, Eric & Cohen, Jared (2014). *Yeni Dijital Çağ: İnsanların, Ulusların ve İş Dünyasının Geleceğini Yeni Baştan Şekillendirmek*. Ümit Şensoy (Çev.). İstanbul: Optimist.
- Subaşı, N. (2005). İnternet ve Sanal Cemaat Tartışmaları. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 106-117). Ankara: Epos.
- Sütlüoğlu, Tuba (2015). Sosyal paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşaası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 125-147.
- Şener, G., Özkoçak, Y. (2013). Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Bireyin Kendisini Sunum Stratejileri. Can Bilgili & Gülüm Şener (Ed.). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2: Kültür, Kimlik, Siyaset*. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği, 121-154.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 89-103). Ankara: Epos.
- Uğur, A., Bilici, M. (1998). Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi: Dijital Alemin Gençleşen Kamusal Alanı. *Yeni Türkiye*, 19: 488-496.
- VanSlyke, T. (2003, May/June). Digital natives, digital imigrants: Some Thoughts from the generation gap. *The Technology Source*. The University of Carolina: USA.  
<http://depd.wisc.edu/html/TSarticles/Digital%20Natives.htm>
- Wellmann, B., Haase, A., Boase, J., Chen, W. (2002, October). *Examining the Internet in Everyday Life* (Euricom Conference on e-Democracy). Nijmegen Univertisity, Netherlands.  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.11.8754&rep=rep1&type=pdf>
- Zhao, S., Sherry, G. & Martin, J. (2008). Identity Contruction on Facebook: Digital Empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24: 1816-1836. <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- Zickuhr, K. (2010) *Generations 2010*. USA: Pew Research Center's Internet & American Life Project.  
<http://www.pewinternet.org/2010/12/16/generations-2010/>