

Dijital Tersine Göç: Sosyal Medya Aracılı Tersine Göç Deneyimleri Üzerine Bir Çalışma

Digital Reverse Migration: Social Media-Mediated Reverse Migration Experiences

Taner KIZILHAN (Asst. Prof. Dr.)
Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Communication
Aydın/Türkiye
tanerkizilhan@gmail.com

Behra Ecem BİÇER (Student)
Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Communication
Aydın/Türkiye
232603068@stu.adu.edu.tr

Yağmur ÇERMİK (Student)
Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Communication
Aydın/Türkiye
232603066@stu.adu.edu.tr

Betül KIZIL(Student)
Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Communication
Aydın/Türkiye
kizilbetul9@gmail.com

Başvuru Tarihi | Date Received: 10.02.2025
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 30.06.2025
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.07.2025

Kızılhan, T., Biçer B. E., Çermik, Y., & Kızıl, B. (2025). Dijital Tersine Göç: Sosyal Medya Aracılı Tersine Göç Deneyimleri Üzerine Bir Çalışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(2), 621-637 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1637151>

Öz

Bu çalışma, kentten köye göç eden bireylerin sosyal medya kullanımını ve bu süreçte sosyal medyanın etkisini sosyal medyada konuyla ilgili paylaşım yapan bireylerin gözünden incelemektedir. Geleneksel tersine göç süreçlerinden farklı olarak, sosyal medyanın sunduğu bilgi, ekonomik fırsatlar ve topluluk desteği, göç kararlarını şekillendiren temel faktörler arasındadır. Araştırmada, kentten köye göç eden ve bu süreci sosyal medya üzerinden paylaşan bireyler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Sonrasında bu görüşmelerin dökümü yapılmış ve ortaya çıkan dokümana Tematik İçerik Analizi uygulanmıştır. Tematik içerik analizi ile incelenen veriler, sosyal medyanın göç sürecini bir yaşam modeli haline getirdiğini ve göçmenlerin ekonomik sürdürülebilirliklerini sosyal medya içerik üretimi ve e-ticaret aracılığıyla desteklediklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca sosyal medya göç sürecinde cesaretlendirici bir psikolojik destek aracı görevi görmektedir. Öte yandan, sosyal medya içeriklerinin çoğu zaman idealize edildiği ve köy hayatının zorluklarının yeterince yansıtılmadığı da belirlenmiştir. Bu nedenle, sosyal medya kaynaklı göç deneyimlerinin yanlış beklentilere yol açabileceği görülmüştür. Sonuç olarak, sosyal medya, kentten köye göç sürecinde yalnızca bir bilgi ve motivasyon kaynağı değil, aynı zamanda yeni bir ekonomik ve toplumsal entegrasyon modeli sunmaktadır. Ancak, sürecin gerçekçi bir şekilde değerlendirilmesi ve sosyal medyanın daha dengeli bir bilgi kaynağı olarak kullanılması büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Tersine Göç, Sosyal Medya, Kentten Köye Göç, Dijital Topluluklar.

Abstract

This study examines individuals' social media usage while migrating from urban to rural areas and the impact of social media on this process. Unlike traditional reverse migration patterns, social media plays a crucial role in shaping migration decisions by providing information, economic opportunities, and community support. The research employs semi-structured interviews with individuals who migrated to rural areas and shared their experiences on social media. Thematic content analysis reveals that social media has transformed migration into a lifestyle model, enabling migrants to sustain their economic well-being through content creation and e-commerce. Social media serves as a psychological support mechanism that encourages the migration process. The findings also indicate that social media content is often idealized, failing to adequately reflect the challenges of rural life. This discrepancy can lead to unrealistic expectations for potential migrants. Social media functions not only as an information and motivation source but also as a new model for economic and social integration in migration processes. However, a realistic assessment of the process and a more balanced use of social media as an information source are essential.

Keywords: Migration, Reverse Migration, Social Media, Urban-to-Rural Migration, Digital Communities.

Giriş

Günümüzde sosyal medya sadece bireylerin gündelik yaşam pratikleri, alışkanlıkları, iş ve özel hayatları gibi kendilerine ilişkin birçok şeyi paylaştıkları bir mecra haline gelmekle kalmamış; aynı zamanda bir yardımlaşma platformu ve gelir kaynağı işlevi de görmeye başlamıştır. Sosyal medyanın kazandığı bu yeni işlevler, bireylerin hayatlarına dair aldıkları önemli kararları internet aracılığı ile diğer kullanıcılarla paylaşımlarını ve bu yolla ileti üzerinden bir topluluk oluşturmalarını sağlamaktadır. “Göç” de bu olgulardan biridir.

Göçün tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. “Tarih boyunca insanlar ama topluluklar halinde, ama bireysel olarak çeşitli ihtiyaçlarını (fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ihtiyacı, değer ihtiyaçları, kendini gerçekleştirme) karşılamak için göçü bir araç olarak kullanmışlardır” (Ünlü vd., 2018, s. 6). Günümüzde de bireyler, göç sürecini benzer ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yaşamaktadırlar. Fakat sürecin kendisi artık dijital teknolojilerin ve özellikle de sosyal medyanın etkisi ile dönüşüme uğramaktadır. Önceleri, daha bireye özgü olan tekil göç deneyimleri, sosyal medyadaki “influencerlık” kültürü ile artık bireyin ötesinde kitlesel bir deneyim haline gelmektedir.

Bireyler sosyal medya üzerinden oluşturdukları hesaplarla, göç süreci boyunca edindikleri deneyimi diğerleri ile anlık olarak paylaşmakta; bu paylaşımlar üzerinden oluşturdukları dijital topluluklar üzerinden edindikleri olumlu veya olumsuz geri dönütlerle sürece ilişkin maddi ve/veya manevi destek elde etmektedirler. Madalyonun öteki tarafında ise, bu bireylerin göç deneyimlerini ekran üzerinden takip eden bireyler ise, yaşamak istedikleri fakat yaşayamadıkları göç deneyimine ilişkin olumlu ya da olumsuz faktörleri adı geçen influencerların deneyimleri üzerinden gözlemleyebilmekte, akıllarına takılan sorulara oluşturulan bu topluluklar üzerinden yanıtlar arayabilmekte ve en nihayetinde göç sürecine başlamak veya başlamamak, ya da başladılarsa bile devam etmek ya da bitirmek gibi büyük kararları dahi alabilmektedirler. Bu anlamda, sosyal medya aslında oldukça büyük bir dönüştürücü güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda bu araştırmanın amacı, çeşitli sebeplerle kentten köye göç eden ve bu göç süreçlerini influencer olma amacıyla herhangi bir sosyal medya üzerinden paylaşan bireylerle gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşmeler aracılığı ile sosyal medyanın bu göç süreçlerindeki yerinin ortaya konulmasıdır.

Göç Kavramı: Tanım ve Tartışmalar

“Göç, teknik ve uluslararası boyutta ele alınacak olursa; “süresi, yapısı ve sebepleri ne olursa olsun uluslararası sınırı geçerek veya bir devlet içinde insanların yer değiştirdiği nüfus hareketleri” şeklinde tanımlanabilir”(Gezer & Emsen, 2024, s. 248). Bir diğer tanıma göre ise “insanların bulundukları yerden ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel nedenlerden dolayı başka bir yere hareket etmeleridir” (Kepenek & Uğuzman, 2018, s. 14). Ancak, göç olgusunu sadece fiziksel bir yer değiştirme pratiği olması bakımından ele almak, konuya sığ bir bakış açısını beraberinde getirmektedir. Göç, bunun ötesinde bir olgudur. “Birey ve topluluk açısından göç, mekânsal bir değişikliğe karşılık gelme (Özer, 2004: 11) yanında, birey ve toplumun anlam ve değer dünyasının da değişim ve dönüşüm yaşamasına da neden olmaktadır” (Ekici & Tuncel, 2016, s. 10). Göç olgusunun bu yönleriyle incelenmesi hem bireysel deneyimleri hem de toplumsal etkileri daha iyi anlamamıza olanak tanır. Ayrıca, bu geniş bakış açısı, göç politikalarının daha kapsayıcı ve etkili bir şekilde tasarlanmasına da katkı sağlayabilir.

İnsanlar tarih boyunca farklı sebeplerle göç etmişlerdir. “İlk zamanlarda göç olayları daha çok açlık, savaş, kıtlık, hastalıklar gibi sorunlardan doğarken günümüzde bu nedenler yerini kültürel, siyasi, ekonomik, eğitim gibi nedenlere bırakmıştır (Akıncı vd., 2015, s. 60). Zamanla, teknolojik gelişmeler ve toplumsal yapıların dönüşümü, göç dinamiklerini de değiştirmiştir. Günümüzde göç nedenleri daha karmaşık bir hal almış, açlık ve savaş gibi temel ihtiyaçlardan ziyade, kültürel, siyasi, ekonomik ve eğitimle ilgili faktörler ön plana çıkmıştır. İnsanlar artık daha iyi bir yaşam standardına ulaşmak, çocuklarına daha kaliteli bir eğitim sağlamak, kariyer fırsatlarını değerlendirmek veya siyasi istikrarsızlık ve baskılardan kaçmak gibi amaçlarla göç etmektedir. Akıncı ve arkadaşlarının (2015) belirttiği gibi, modern göçün arkasında yatan nedenler geçmişe kıyasla daha çeşitli ve bireysel ihtiyaçlarla şekillenmektedir.

Bu durum, göçün yalnızca zorunluluk değil, aynı zamanda bir tercih haline geldiğini göstermektedir. Özellikle küreselleşme ile birlikte ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, bireylerin farklı ülkeler, şehirler ve kültürler arasında daha kolay hareket etmelerine olanak tanımıştır. Böylece göç, bir anlamda bireylerin kendilerini gerçekleştirme sürecinin bir parçası haline gelmiştir. Ancak bu yeni dinamikler, aynı zamanda göç eden bireylerin hem gittikleri yerlerdeki toplumsal yapıya uyum sağlaması hem de ayrıldıkları toplumlarda bıraktıkları etkiler nedeniyle karmaşık sosyal ve politik tartışmalara da yol açmaktadır.

Göç olgusunu “iç göç” ve “dış göç” olmak üzere iki kategoride ele almak mümkündür. “Dış göçler, bireyin yaşadığı ülke sınırlarından çıkarak başka bir ülkede yerleşmek amaçlı olarak o ülkeye doğru gerçekleştirdiği göç hareketlerini ifade ederken; iç göçler ise aynı ülke sınırları içerisinde meydana gelen göç hareketidir. Bu göç türü; kırsaldan kente, kentten kırsala veyahut bir bölgeden başka bir bölgeye doğru olmak üzere meydana gelen göç hareketleridir”(Gezer & Emsen, 2024, s. 249). Hem iç göçün hem de dış göçün gerçekleşmesinin ardında pek çok ekonomik, politik ve kültürel sebep bulunmaktadır. Öte yandan, kırsaldan kente göç olgusu Türkiye için eski bir olgu iken; kentten kırsala göç ise oldukça yeni bir durumdur. Kırsala doğru olan bu göç olgusunu “tersine göç” olarak da adlandırmak mümkündür.

Tezcan’a göre (1989), kırsala yönelik göç iki biçimde kendini göstermektedir: “geçici göçler ve yerleşmek amacıyla yapılan göçler” (Tezcan, 2019, s. 38). Geçici göçler yaylaya göç, bağ evine göç, yazlık eve göç gibi mevsimlik hareketleri kapsarken; sürekli göçler ise kırsalın kente dâhil olması, emeklilik, yaşam ve geçim sıkıntıları gibi sebeplerle gerçekleşebilmektedir. Tezcan’a göre “kentten köye kalıcı göç genelde halihazırda daha önce kırsalda kente göç eden bireylerin şehir hayatına adapte olamaması ve geri dönmesi yoluyla olmaktadır”(Tezcan, 2019, s. 41).

Günümüzde, dijital teknolojilerin bilgilenme konusunda sağladığı kolaylık, uzaktan çalışma pratiklerinin yaygınlaşması ve yine dijital teknolojiler sayesinde mal ve hizmetlerin erişilebilirliğinin artması gibi nedenler de göç sürecinin kolaylaşmasında ve yaygınlaşmasında etkili olmaktadır. Fedorova ve Potemkin bu durumu “teknoforya” kavramı ile açıklamışlardır. Onlara göre (Fedorova & Potemkin, 2020);

“Medya, kelime anlamı itibarıyla göçmenlerin yaşam koşullarının iyileştirilmesiyle ilişkilendirilen “teknoforya” (technophoria) kelimesini kullanmaya başladı. Göçmenler için internetin ve video kameralı telefonların gelişimi, hem ev sahibi topluma uyum sağlama ve entegrasyon açısından hem de geldikleri ülkeyle bağlantılarını sürdürme açısından değerli bir kaynak haline geldi.”

Öte yandan günümüzde, sosyal medya ve influencer kültürü, bu göç biçiminin yeni bir tetikleyicisi olarak ortaya çıkmıştır.

Göç ve Sosyal Medya İlişkisi

İnternetin temel kullanım alanlarından biri olan sosyal medyanın sürekli değişip gelişen özellikleri, onu insanlar için neredeyse vazgeçilmez bir hale getirmiştir. Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve iş birliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlanan sosyal medya, gündelik hayattan profesyonel yaşama, insani ilişkilerden boş zaman pratiklerine insan hayatına dair pek çok bireysel ve toplumsal pratiği dönüştürmüştür. Göç de bu pratikler arasında yer almaktadır.

“Son yıllarda iç göç de dâhil olmak üzere göçün büyük ölçüde sosyal medyadan etkilendiği görülmektedir”(United Nations, 2018). Bunun önemli nedenlerinden biri sosyal medya etkisi ile göçe ilişkin bilgi ve deneyim aktarımının oldukça hızlanması ve kolaylaşmasıdır. Sosyal medya, göç eden bireyler arasında bilgi paylaşımını kolaylaştırarak ağ oluşturma süreçlerini güçlendirmekte ve bu ağlar, göçmenlerin yeni ortamlara adaptasyon süreçlerinde önemli bir destek mekanizması sunmaktadır. Bu anlamda, “göçmenlerin kararlarında önemli bir araç haline gelen sosyal medyanın etkisiyle göç daha çok bilgi odaklı hale gelmiştir” (Akakpo & Bokpin, 2021, s. 1). Bu bilgi odaklılık, göçmenlerin göçün risklerine ve avantajlarına ilişkin değerlendirmeleri daha sağlıklı yapmalarına olanak sağlamaktadır. Böylece, güvenli alanlarını mekânsal olarak terk etmek sürecine giren bireyler, bu konuda daha cesaretli davranabilmektedirler.

Sosyal medyanın göç üzerindeki tek etkisi, göçü daha bilgi odaklı hale getirmesi değildir. Sosyal medya ayrıca bir ağ oluşturma, birliktelik yaratma ve etkileşimde kalma aracıdır. Göç eden bireyler, “köken yerleriyle bağlantı kurabilir ve varış noktalarında ilgi grupları oluşturarak köken yerlerini geliştirmek amacıyla kaynakları harekete geçirebilirler”(Akakpo & Bokpin, 2021, s. 2). Bu bağlamda, sosyal medya, hem bireylerin köken yerleri ile etkileşimlerini devam ettirerek “memleket hasreti” çekmemekte ya da daha az çekmekte; hem de yeni yerleşim bölgelerinde kültürel ve sosyal bütünleşme süreçlerini hızlandırmalarını desteklemektedir. Böylece, “sosyal medya göçmenlerin uzun mesafeler boyunca aile ve akrabalık bağlarını sürdürme, geniş kişisel ağlar oluşturma ve uluslararası dernekler aracılığıyla kendi toplumlarının ulusal tartışmalarına katılma kapasitelerini artırmaktadır”(Komito, 2011, s. 2).

Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın göç süreci üzerinde yadsınamaz bir şekilde etkisi olduğu uluslararası araştırmalar tarafından ortaya konulmuştur. Bu araştırma da bahsi geçen araştırmaların izinden giderek, Türkiye’deki göçmenlerin kentten köye göç sürecinde sosyal medyanın oynadığı rol tartışmaya açılmıştır.

Yöntem

Araştırma nitel yöntemler kullanılarak tasarlanmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Dömbekçi ve Erişen’ göre (2022, s. 146) yarı yapılandırılmış görüşmede:

“...önceden tasarlanan bir dizi soruyu içeren bir görüşme formu bulunur. Görüşme esnasında verinin detayına inilmek ya da eksik kalan bir noktanın tamamlanabilmesi için bu sorulara ek-sonda sorular getirilebilir. Bu özellik araştırmanın amacına uygun şekilde “etrafıca bilgi elde etmeyi sağlamak içindir.”

Bu bağlamda, kentten köye göç etmiş, göç süreçlerini influencer olma amacıyla herhangi bir sosyal medya üzerinden paylaşan bireylere erişilmiş ve kendileri ile çevrimiçi mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Göçün psikolojik, sosyo-kültürel etkileri ve kentten köye tersine göç dinamikleri göz önünde bulundurulduğunda ortaya çıkan girift durum nedeni ile bireylerin içerisinde bulundukları psikolojik durumun daha iyi anlaşılabilmesi için nicel verilerin yeterli olmayacağı kanısıyla yarı yapılandırılmış mülakat tekniği tercih edilmiştir.

Araştırmada, örnekleme tekniği olarak “amaçlı örnekleme” tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda, kentten köye göç sürecini, bu süreçte yaşadığı zorlukları, kolaylıkları ve diğer durumları herhangi bir sosyal medya hesabı üzerinden influencerlık niyeti ile paylaşan bireylere e-mail yoluyla ulaşılmış ve araştırmaya katılmayı kabul eden bireyler örnekleme dâhil edilmiştir. Araştırmaya toplamda 10 kişi katılmıştır. Araştırma, nitel bir çalışma olduğu ve araştırma sonuçlarından herhangi bir genelleme yapılması amacı güdülmeyişi için araştırmacı tarafından yeterli görülmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan “yarı yapılandırılmış mülakat formu” kullanılmıştır. Bu form, yapılan literatür taraması neticesinde oluşturulmuştur. Formda toplamda 10 soru bulunmaktadır ve görüşmelerin gidişatına göre eklenen sorularla mülakatlar zenginleştirilmiştir. Görüşmeler sonrasında görüşmelerin transkriptleri hazırlanmış ve araştırma soruları temel alınarak yazılı metinlere “tematik içerik analizi” uygulanmıştır. Humble ve Mozeliuss’a göre(2022, s. 3) tematik içerik analizi şu adımlardan oluşmaktadır:

- 1) Verilere aşinalık kazanma: verilerin deşifre edilmesi, içine dalma ve başlangıçta dikkat çeken fikirlerin not alınması, 2) Verilerden ilk kodların oluşturulması: verilerin semantik içeriğini veya ilginç görünen örtük bir özelliğini tanımlayan kodların belirlenmesi, 3) Kodları potansiyel temalar halinde bir araya getirerek temaların aranması, 4) Temaların gözden geçirilmesi: temaların kodlanmış alıntılarla (1. Seviye) ve tüm veri setiyle (2. Seviye) uyumlu olup olmadığının kontrol edilmesi, 5) Temaların tanımlanması ve isimlendirilmesi: her temanın özelliklerinin netleştirilmesi ve analizin anlattığı genel hikâyenin belirlenmesi, 6) Bulunan temaların sunumunun yazılması ve genel hikâyenin ince ayarlarının yapılması.”

Sonrasında araştırma bulguları değerlendirilerek bir sonuca ulaşılmıştır.

Etik Kurul İzni

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’nun 16/08/2024 tarihli toplantısında alınan 16/10 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Bulgular

Araştırmaya toplamda 10 kişi katılmıştır. Katılımcıların 5’i erkek, 5’i ise kadındır. Katılımcıların 3’ü 30 yaş altı, 1’i 30-40 yaş arası, geri kalan 6’sı ise 40 yaş üstüdür. Katılımcıların eğitim ve iş durumlarına bakıldığında ise tamamının kendinin veya beraber göç ettiği partnerinin üniversite mezunu ve göç süreci öncesi beyaz yakalı işlerde çalışan bireyler olduğu görülmüştür.

Katılımcıların göç süreçleri, tamamıyla Türkiye’nin batı ve güney bölgelerinde yer alan köylere doğru gerçekleşmiştir. Bu anlamda geleneksel tersine göç pratiklerinden oldukça farklı bir izlek takip edilmektedir. Nitekim, 3 katılımcı Antalya’ya, 2 katılımcı Muğla’ya, 2 katılımcı Çanakkale’ye, 2 katılımcı Balıkesir’e, 1 katılımcı ise Bursa’ya bağlı bir köye göç etmeyi tercih etmişlerdir. Bahsi geçen bu şehirlerde yer alan köyler genel

olarak ılıman iklime sahip tarımsal faaliyetlerin ve yaşam koşullarının daha kolay olduğu bölgelerde yer almaktadırlar. Yine, ilgili şehirler, köylerin büyük şehirlere yakın ve yolculuğun kolay olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, katılımcılar ihtiyaç duydukları halde kentin ve kent hayatının imkanlarına göre daha kolay erişebilecekleri yerlere göç etmeyi tercih etmişlerdir. Katılımcı 6'nın konuyla ilgili yorumları da bu durumu destekler görünmektedir. Nitekim katılımcı 6 konuyla ilgili şunları söylemiştir:

“Önce İstanbul’a yakın olduğu ve deneme olması adına Sakarya’nın bir köyüne yerleştik. İstanbul’a araç ile 1 saatte gelebiliyorduk. Bu hayatı sevdiğimizi ve yapabildiğimizi gördüğümüzde de şu an yaşadığımız kuzey ege bölgesinde yerleştik.”

Bu anlamda, katılımcıların bu göç süreçlerini sakın ve güvenli bir emeklilik planı olarak gördüklerini söylemek mümkün görünmektedir.

Katılımcıların Kentten Köye Göç Motivasyonlarına ve Süreçlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların kentten köye göç süreçleri ile ilgili olarak öncelikle neden kent hayatını bırakıp, köy hayatını tercih ettikleri sorgulanmıştır. Bu bağlamda en öne çıkan sebebin psikolojik etmenler olduğu görülmüştür. Katılımcılar köyden kente göç süreçlerini yoğun olarak “stres, şehrin kalabalığından ve şehir hayatının monotonluğundan, metropol hayatında yer alan insan çeşitliliğinin kalitesizleşmesinden ve sosyal dokunun bozulmasından, yoğun iş temposundan ve metropol hayatının kaotik yapısından kaçmak” amacıyla köye göç ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında köy hayatının daha az stres yarattığı ve daha sakın bir yaşantı biçimi olduğuna ilişkin bir inanç bulunmaktadır. Katılımcı 1 ve Katılımcı 2'nin konuya ilişkin söylemleri diğer katılımcıların da söylediklerini özetlemesi ve temsil etmesi açısından önemli görünmektedir.

“Şehir hayatındaki stres, gürültü, ses benim hep içimi sıkıştırıyordu. Ben güneşi görerek yaşamayı severken, güneşi sadece birkaç saat görüyordum. Bu hayatı kendime layık görmüyordum, en sonunda da o cesareti buldum.” (Katılımcı 1)

“Henüz 23 yaşındayım ve sanki yüz yıldır yaşıyormuşçasına yorgunum. Bunun sebebi ne?” diye düşünürken bunun tek sebebinin şehir hayatının griliği, monotonluğu ve içten içe asla istemediğim bir iş için belki de hayatımın en enerjisi yüksek yıllarımı hiçe sayarak saatlerce kendimi kütüphaneye kapattığım günlerin olduğunu fark etmem çok uzun sürmedi. Bunun farkına vardığımda şehir hayatını geride bırakıp çok daha sakın bir hayat istediğimi anladım.” (Katılımcı 2)

Psikolojik faktörlerle de ilişkili olarak katılımcıların kentten köye göç süreçleri ile ilgili öne çıkan ikinci faktörün “sağlık” olduğu görülmüştür. Buna göre, katılımcılar “daha doğal tüketim ürünlerine erişim, kent hayatındaki çevre ve hava kirliliğinden uzaklaşmak, tüketim ürünlerini kişinin kendinin yetiştirmesi ve bu yolla ne tükettiği hakkında bilgi sahibi olması” gibi faktörleri ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, katılımcı 4'ün söylemleri konunun genel hatlarını özetler ve açıklar görünmektedir:

“Eşimle birlikte şehirde zehirsiz gıdaya ulaşmak imkansız yakın olduğu için, şehrin kaosundan, karmaşasından, kirliliğinden uzak kalmak için ... köye yerleştik.” (Katılımcı 4)

Katılımcıların kentten köye göç süreçleri ile ilgili öne çıkan son faktör ise “köy hayatının katılımcılar tarafından romantize edilmesidir”. Bu bağlamda katılımcılar, köy hayatının getirdiği “doğayla ve hayvanlarla daha iç içe yaşam, toprağın ufacık bir emeğin bile karşılığını vermesi, özgürlük, kişinin sevdikleri ile daha fazla vakit geçirme şansı, diğer

insanların hayatına daha az karışılması, köy hayatının kişilere istediklerinin bile ötesinde kaynak sağlaması” gibi nitelikleri ön plana çıkarmışlardır. Katılımcı 8; “Kendimi bildim bileli köy bana hep cazip geliyordu zaten. Doğayla, hayvanlarla iç içe olmayı hep çok sevmişimdir. Her anlamda daha özgür hissettirmesi, kendime, sevdiklerime ve sevdiğim şeylere daha fazla vakit ayırabilmek de bunun içinde...” diyerek katılımcıların bu konuya ilişkin görüşlerini özetlemiştir.

Beklenenin aksine, bu soru bağlamında “ekonomik” sebepler katılımcılar tarafından ön plana çıkarılmamıştır. Sadece Katılımcı 6 çok kısa bir şekilde “şehirdeki para kazanma olanaklarından uzak kalmayı” bir eksi olarak belirtmiştir. Bunda, katılımcıların göç süreci öncesinde görece iyi gelir sağlayan beyaz yakalı işlerde çalışmalarının ve dolayısıyla maddi güvenliklerini sağlayacak yatırımları hali hazırda yapmış olmalarının bir etkisinin olduğu düşünülmektedir.

Göçe Karar Verme ve Sürecin Başlamasına İlişkin Bulgular

Katılımcıların kentten köye göç motivasyonlarının irdelenmesinin ardından, bu tema ile bağlantılı olarak göç etmeye karar verme ve göç etme süreçlerinin nasıl gerçekleştiği irdelenmiştir.

Bu konu ile ilgili olarak öne çıkan ilk tema “göç sürecinde aile ve yakın çevre desteğidir.” Nitekim üç katılımcı köye göç süreçlerinde hali hazırda köy yerlerinde bulunan ata toprağını kullandıklarını belirtmişlerdir. Bir diğer deyişle, anne, baba ya da daha büyük aile üyelerinin zaten sahip olduğu arazileri devralıp işleyerek hayatlarını devam ettirmişlerdir. Bu bağlamda aslında bir ekonomik güvence ile sürece başlamışlardır. Bunun yanı sıra bir diğer katılımcı ise, herhangi bir ata toprağı olmamasına rağmen hali hazırda köylerde yaşayan arkadaşlarının desteği ve yönlendirmesi ile göç sürecini yönettiklerini belirtmişlerdir.

Ön plana çıkan bir diğer tema ise “sosyal medya” etkisidir. Katılımcılar, hem sosyal medyada sunulan köy hayatından etkilendiklerini hem de sosyal medyanın yarattığı gelir olanaklarının onları ekonomik olarak da cesaretlendirdiğini ve göç sürecini bu iki faktörün etkisi ile başlattıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamla ilişkili olarak Katılımcı 1 ve Katılımcı 6’nın belirttiği hususlar konunun genel çerçevesini açıklıyor görülmektedir. Katılımcı bir konu ile ilgili olarak “Sosyal medyada o hayatı yaşayan ve geçinebilen insanları gördükçe daha çok heveslenip kendime güvendim. Ailemin köydeki arazisine yerleşmeyi düşünüyordum zaten. Kendimi hazır hissedince bunu yaptım.” demiştir. Katılımcı 6 ise yaptığı açıklamada özellikle sosyal medyanın yarattığı gelir olanaklarına vurgu yapmıştır:

“Bizi tek düşündüren şey para idi. Daha az kazanalım kısmını kabul ettik ama birikmiş bir paramız olmadığı için kazançların belli ölçüde devam etmesi gerekiyordu. Online satış yaptığımız bir firmamız vardı. Trendyol, Hepsiburada, n11 gibi platformlarda 306 kalem ürün satıyorduk. Bu yüzden ilk adımda kargoya ulaşabileceğimiz, ambar ile mal alabileceğimiz bir yer seçtik. 2. adım için de şu an devam ettiğimiz YouTube kanalımızı kurduk. Youtube ile hem kendimiz için mükemmel bir albüm oluşturuyor olacak hem de ek gelir sağlama şansını yakalayabilecektik...” (Katılımcı 6)

Bu durum, köy hayatını daha önce yakından tecrübe etmemiş ya da çok az tecrübe etme fırsatı bulmuş olan katılımcıların, aslında maddi olarak köy hayatının olanaklarına bağımlı olmanın ötesinde iş yapma pratiklerini köye taşıyarak hem kentin hem de köyün

olanaklarından faydalanabildikleri bir “hibrit yaşam” tarzını oluşturmaya çalıştıklarını göstermektedir.

Bu konuyla ilgili öne çıkan bir diğer tema ise “göç sürecinde Covid19 Pandemisi etkisidir”. Katılımcılar bu konu ile ilgili olarak iki bağlamı ön plana çıkarmışlardır. Bunlardan ilki pandemi süreci ile hayatımıza giren uzaktan çalışma pratiği ile ilgilidir. Buna göre gündelik iş pratiklerinin dışına çıkan ve uzaktan çalışmaya başlayan katılımcılar bu yaşam tarzı ile aslında şehrin olanaklarına düşündükleri kadar bağımlı olmadıklarının ve hayatlarını idame ettirebilmek için şehirde olmak zorunda olmadıklarının farkına varmışlardır. Bu durum da köye göç sürecinde tetikleyici bir faktör olmuştur. İkinci bağlam ise pandemi süreci ve sokağa çıkma yasakları ile birlikte eve kapanan katılımcıların hissettiği “doğada olma özlemidir.” Katılımcı 5’in söyledikleri bu durumu açıklar ve özetler görünmektedir:

“Kent hayatından köy hayatına geçiş süreci aslında pandemi süreci ile olgunlaştı diyebiliriz. Her ikimiz de doğayı ve doğada bulunmayı doğada olmayı çok seven insanlarız pandemi süreci ile evlerde kapalı kalma bu konudaki yani doğada olma özlemimizi daha da artırdı diğer koşullar da tamam olunca işlerimizden ayrılıp gelmeye karar verdik ve bu şekilde geçiş sürecini olgunlaştırdık.” (Katılımcı 5).

Geri kalan katılımcılar ise herhangi net bir motivasyon ve hazırlıkla göç sürecini gerçekleştirmediklerini, bir geçiş süreci yaşamadıklarını söylemişlerdir. Sadece bir göç etme isteği yaşadıklarını belirten katılımcılar bir anda karar verip göç ettiklerini belirtmişlerdir.

Ardından katılımcılara göç etmeye karar verdiklerini duyurduklarında ve göç sürecini başlattıklarında aldıkları tepkiler sorulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu (7 Katılımcı) konuyla ilgili olumsuz tepkiler aldıklarını belirtirken 3 katılımcı ise olumlu tepki aldıklarını ve desteklendiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, olumlu tepki aldıklarını belirten katılımcılar arasında Katılımcı 3’ün sosyal medya bağlamında dile getirdiği söylemleri özellikle önemli görünmektedir. Süreci karar aşamasından itibaren sosyal medyada paylaşan katılımcı şunları söylemiştir:

“Köy hayatımı sosyal medyaya aktarmaya başlayınca gördüm ki köyünü özleyen köyde yaşamaya özenen birçok insan var. Güzel mesajlar aldıkça hem hayatıma devam etmeye hem de sosyal medyaya köy hayatımı aktarmaya karar verdim.” (Katılımcı 3)

Bu durum, sosyal medyanın göç sürecindeki etkisini göstermektedir. Maddi gelir kaynağı olmasının yanı sıra göç sürecinde psikolojik destek ve motivasyon aracı olarak da kendini göstermiştir.

Göç Sonrası Sürece İlişkin Bulgular

Sonrasında katılımcıların göç süreci ile ilgili olarak önceki soruyla da bağlantılı olarak katılımcılara “Köye göç ettikten sonra kent yaşamına ilişkin en çok özledikleri şeyin ne olduğu” sorulmuştur. 5 katılımcı bu soruya cevap olarak “kent hayatına dair özledikleri hiçbir şey olmadığını” belirtmişlerdir. Bu konu ile ilgili öne çıkan en önemli faktör daha önce de belirtildiği üzere katılımcıların göç ettikleri köylerin hali hazırda büyük şehirlere yakın olması ve kent olanaklarından tamamen kopmamış olmalarıdır. Katılımcı 9’un bu konudaki söyledikleri bu durumu açıklamaktadır:

“Çok net söyleyebilirim ki kent yaşamındaki hiçbir şeyi özlemiyorum. Çünkü öncelikle şehir merkezine uzaklığımız 25 dakika. Yani çok istersek kısa bir sürede o yaşama dahil olabiliyoruz. Bulunduğumuz konumu seçerken de bu etkileyici bir durumdu.” (Katılımcı 9)

Kent hayatına belirli konularda özlem duyduğunu belirten katılımcılar arasında ise iki tema ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki, özellikle Covid-19 Pandemisi ile çok yaygınlaşan ve eve servis sağlayan “dijital alışveriş hizmetleridir”. Şehir hayatının yoğun temposu içerisinde bu tarz hizmetlerden çokça faydalandıklarını belirten katılımcılar köy hayatının belirli noktalarda şehir hayatı kadar yorucu olabildiğini ancak dijital hizmetlerin eksikliğinden ötürü önceki yaşamlarında dijital hizmetleri kullandıkları işleri kendileri yapmak zorunda kaldıklarını belirtmektedirler. Öyle ki katılımcı 7 bu durumu çok öz ve kısa bir şekilde şöyle anlatmaktadır: “Yemekler... Eve söylenen siparişler...” Katılımcı 8 ise konuyla ilgili şunları söylemektedir:

“Eve söylenen siparişler kesinlikle. Hiçbir şeyden kaçamıyorsunuz burada. Sabahtan akşama çok yorulmuş bile olsanız yemek vs. yapmanız gerekiyor. Evde de mümkün olduğunca stoklu olmanız gerekiyor. Çünkü öyle söyleyebileceğiniz bir yer yok.” (Katılımcı 8)

Kent hayatına belirli konularda özlem duyduğunu belirten katılımcılar arasında öne çıkan ikinci tema ise “sosyal çevreye duyulan özlemdir”.

Sonrasında göç süreci ile ilgili olarak katılımcılara “Köy hayatında hayal kırıklığına uğradıkları bir şeyin olup olmadığı” sorulmuştur. 5 Katılımcı bu soruya yanıt olarak “herhangi bir hayal kırıklığı yaşamadıklarını” belirtmişlerdir. Bu katılımcıların ortak özellikleri kentten köye göç öncesi sadece sosyal medyada karşılaştıkları köy hayatını temel alarak köye göçmek yerine halihazırda köyde yaşayan insanlarla da etkileşime geçip köy hayatının koşullarını bu kişilerden öğrenmiş olmaları ya da hayatlarının ilk dönemlerinde kısa da olsa köy hayatını deneyimlemiş olmaları ve bu anlamda köy hayatının koşullarını biliyor olmalarıdır. Katılımcı 9 bu konuyu açıklarken açıkça şöyle demiştir: “Hayır karşılaşmadık. Eğer bilmeden sadece pozitif yönlerine kapılıp gelseydik kesinlikle uğrardık. Pes de edebilirdik. Ama biz yaşadığımız hiçbir şeye şaşırmadık.”

Hayal kırıklığı yaşadıklarını belirten katılımcılara bakıldığında ise öne çıkan ilk tema hayal kırıklığı yaşamadığını belirten katılımcıların tam tersi şekilde bu katılımcıların köy hayatının koşullarını hayal ederken çokça köy hayatına ilişkin “sosyal medya romantizminden etkilenmiş olmalarıdır.” Katılımcı 5’in bu konudaki açıklamaları konuyu açıklar niteliktedir:

“Köye yerleştikten sonra bizi hayal kırıklığına uğratan şey aslında yaşam biçimi değil gördüklerimiz oldu. Bizim kendi yaşam biçimimizle ilgili bir hayal kırıklığımız olmadı ancak kırsalda yaşayanların çevreye karşı tarıma karşı sağlıklı gıdaya karşı bilinçsiz ve duyarlı oluşları çok büyük bir hayal kırıklığı oldu benim için.” (Katılımcı 5)

Öne çıkan ikinci tema ise yine bir önceki tema ile bağlantılıdır. Buna göre katılımcılar, sosyal medyada karşılaştıkları sıcak, benimseyici köy insanı profilinin tersine daha soğuk bir topluluk ile karşılaştıklarını ve bu topluluğun kendilerini aralarına kabul etmemeleri nedeni ile hayal kırıklığına uğradıklarını belirtmişlerdir. Kent hayatının yalnızlığından kaçan katılımcılar, köy hayatında da “dışlandıklarını ve ötekileştirildiklerini” bu nedenlerle oldukça fazla hayal kırıklığı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili Katılımcı 1 “... şehirden gelenleri hor gören cahil, ön yargılı köylüler de beni çok üzdü.” derken, Katılımcı 2 ise “... Beni hayal kırıklığına uğratan tek şey köyümüzdeki yerli halkın bizi benimsememesi oldu. Ne yapacağımızı sorduklarında ‘maviyemiş bahçesi kuracağız’ dediğimizde alaycı bakışlara çok maruz kaldık...” demiştir. Bu söylemler katılımcıların konuya bakış açılarını özetlemesi açısından önem arz etmektedir.

Devamında, yaşadıkları hayal kırıklıkları ile de bağlantılı olarak katılımcılara “Zamanla kent hayatına geri dönme isteğine kapıldınız mı?” sorusu yöneltilmiştir. İstisnasız bütün

katılımcılar, herhangi bir hayal kırıklığı yaşasalar da yaşamasalar da “hiç bir şekilde b göç sürecinden pişman olmadıklarını” belirtmişlerdir. Bu bağlamda, köy hayatına ilişkin hayal kırıklıkları olduğunu, köy hayatının belirli noktalarda hayal ettiği gibi çıkmadığını belirten katılımcı 2’nin söyledikleri aslında diğer tüm katılımcıların da bakış açılarını yansıtmaktadır: “Şehir hayatını hiç özlemiyorum. Bana hatırlattığı tek şey karamsarlık ve gri bir hayat. O yüzden hayır hiç öyle bir istek oluşmuyor içimde.”

Göç ve Göç Sonrası Süreçlerde Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bulgular

Sonrasında katılımcıları “göç süreci ve sonrasında sosyal medyayı hangi niyetle ve nasıl kullandıkları” sorulmuştur. Bu soru bağlamında üç ana tema ön plana çıkmaktadır: “gelir kaynağı olarak sosyal medya, psikolojik destek olarak sosyal medya ve bilgi kaynağı olarak sosyal medya”.

Bu temalardan ilkin bakarsak öncelikle kentten köye göç eden bireylerin ekonomik olarak köyün imkanlarına bağlı kalmaktansa kent hayatının kazandırdığı teknik beceriler ve sosyal medyanın imkanlarını bir araya getirerek “sosyal medya içerik üreticiliği ve e-ticaret temelli yeni bir ekonomik modelle hayatlarını idame ettirdikleri görülmektedir. Bu durum, katılımcılara kent hayatında sahip oldukları refahı, yeni kurdukları köy hayatında da sürdürme olanağı vermektedir. Örneğin içerik üreticiliği ile ilgili olarak katılımcı 6 “Şu an sosyal medya vergisini verdiğimiz ana geçim kaynağımız. Özellikle YouTube üzerinden bunu bir iş gibi disiplinli ve saygı duyarak devam ettiriyoruz.” demiştir. Katılımcı 2 ise, “Sosyal medya sayesinde ürettiğim meyvelere müşteri buldum...” diyerek sosyal medyayı bir ticaret ortamı ve gelir kaynağı olarak kullandığını belirtmiştir. Buna göre, sosyal medya bu kişiler için artık bir ek gelir kaynağı olmaktan çıkmıştır. Bunun yerine köy hayatında gerçekleştirdikleri üretim faaliyetleri sosyal medyadan elde edilen kazancı destekleyen bir ek gelir kaynağına dönüşmüştür.

Göç sürecinde ve sonrasında sosyal medyanın bir gelir kaynağı olarak kullanılmasının yanı sıra aynı zamanda bir psikolojik destek ve network oluşturma aracı olarak da kullanıldığı görülmüştür. Buna göre katılımcılar, sosyal medyada yaptıkları paylaşımların aldığı olumlu etkileşimleri süreci devam ettirmek için bir motivasyon aracı olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Örneğin konu ile Katılımcı 1 “... Gün içinde sürekli neyin fotoğrafını çeksem, acaba karşıma ne çıkacak diyerek geziyorum. Paylaştığım fotoğrafların çok beğenilmesi ve insanların bana imrenmesi hoşuma gidiyor...” bu şekilde düşünen katılımcıların bakış açılarını özetlemiştir. Katılımcılar, gönderilerine gelen olumlu etkileşimler sayesinde yeni insanlarla tanıştıklarını, yeni arkadaşlıklar kurduklarını söylemişlerdir. Hatta öyle ki, sosyal medya sayesinde bu insanlarla bir “aile” olduklarını belirtmişlerdir. Göç sürecini başlatırken genel olarak kendi yakın çevrelerinden ve ailelerinden olumsuz tepkiler alan katılımcılar, sürece devam edebilmek için gerekli motivasyonu ve desteği bu yeni aile içerisinde bulmuşlardır. Katılımcı 2’nin “Şu an sosyal medya hesabımda 16 bin kişilik bana göre dev bir sanal ailem var ve tüm gücümü onların desteğinden alıyorum.” bu konudaki genel bakış açısını özetler görünmektedir.

Bu soru bağlamında öne çıkan 3. tema ise bir “bilgi kaynağı olarak” sosyal medyanın kullanımınıdır. Katılımcılar, sosyal medya hesaplarını hem kendileri gibi bu süreci yaşayan diğer insanlarla etkileşim halinde olup, onlardan çeşitli konularda bilgi ve destek almak amacıyla hem de kendi deneyimlerini ve edindikleri bilgileri diğer insanlarla paylaşarak bir yol gösterici olma amacıyla da paylaştıklarını belirtmişlerdir.

Son olarak 1 katılımcı, diğerlerinin aksine sosyal medyanın göç sürecinde bir destek aracı olma işlevi görmektense, kendisi için bir stres kaynağı olduğunu belirtmiştir. Hatta öyle ki, sosyal medyada içerik üretme baskısının kendisine şehirden kaçmasına neden olan stresi yeniden yaşattığı için sosyal medya kanalını kapatmak zorunda kaldığını belirtmiştir. Bu katılımcının yaşadığı durum, sosyal medyanın her zaman iyi yönde bir güdüleyici olmayabileceğini göstermesi açısından özellikle önemli görünmektedir.

Sonrasında, katılımcılara “Kentten köye göç süreçlerinde sosyal medyadan paylaşım yapılması hakkında ne düşündükleri” sorulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu (7 Katılımcı) yapılan bu paylaşımları doğru bulduklarını ve hem benzeri süreçlerin teşvik edilmesi hem de halihazırda bu süreçleri yaşayan insanların bilgilenebilmesi için faydalı olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Örneğin bu konu ile ilgili olarak, Katılımcı 1; “...İnsanlar bunu süreçten korktuğu için yapamıyor aslında. ... İnsanı belirsizlik korkutur, ben de bu korkuyu yenip cesaret bulmaları için hayatımın reklamını yapıyorum” demektedir. Katılımcı 8 ise, konuya farklı bir açıdan yaklaşmış, “...kuzinede kestane, çay keyfi yapıyorsun evet ama oraya gelene kadarki kısım hep atlanıyor” diyerek sürecin sosyal medyada paylaşılmasını faydalı bulduğunu belirtmiş ancak eksik olduğunu düşündüğünü söylemiştir. Konuyla ilgili sosyal medyanın zarar verdiğini düşünen katılımcılar ise benzeri eleştirilerini şekillendirirken Katılımcı 8’e benzer şekilde sosyal medyadaki köy hayatı ve gerçek köy hayatı arasındaki farklılıklara değinmişlerdir. Örneğin Katılımcı 7 “herkes, köy hayatının doğasını, yaşantısını vs. anlatıyor; ancak yerleşmek isteyen herkesin bir kaç ay hatta kışın kalmalarını öneriyorum. Çünkü her şey videolardaki gibi toz pembe değil.” diyerek Türkiye’deki köy hayatının aslında tam olarak sosyal medya gösterildiği gibi olmadığını belirtmiştir. Katılımcı 2 ise “Kentten köye göç konusunda Covid-19 dan sonra patlama yaşadı ve sosyal medyada birçok kişi türedi bu konuda prim yapmaya çalışan. Bazıları sadece ve sadece köy hayatının olumlu taraflarını anlatarak insanlara karşılaşılabilecekleri ciddi zorlukları anlatmadı.” diyerek, aslında sosyal medyanın ticari boyutuna ve bireylerin para kazanmak için diğer insanlara nasıl yanlış bilgi ve zarar verebileceğini vurgulamıştır.

Devamında bir önceki soru ile de bağlantılı olarak ve önceki soruda yapılan sorgulamanın derinleştirilmesi amacıyla “kent ve köy hayatındaki farklılıkların, zorlukların sosyal medyada yeterince gösterip gösterilmediğine ilişkin” katılımcı görüşleri sorgulanmıştır. 7 Katılımcı bu soruya yanıt olarak doğru bir şekilde yansıtılmadığını belirtmiştir.

Bu katılımcılar arasında öne çıkan en önemli tema izlenme ve beğenilme kaygısıdır. Buna göre, sosyal medyada paylaşım yapan içerik üreticileri daha fazla izlenme, olumlu etkileşim kaygısı ve olumsuz yorumlardan kaçınma dürtüsü gibi sebepler ile köy hayatında karşılaştıkları olumsuzlukları paylaşmaktan kaçınmaktadırlar. Birden fazla katılımcının bu durumu örneklerdir. Örneğin Katılımcı 7 “Sosyal medyadaki kış romantizmini mesela, pek o kadar da gerçek değil. O tatlı anlar tabi ki oluyor, ama sular da donabiliyor, elektrik de kesiliyor, yollar da kapanıyor.” sözleri ile bu konudaki düşünceleri özetlemiştir.

Öte yandan, kalan üç katılımcı ise çeşitli hesapların izlenme kaygısı ile karşılaştıkları zorlukları paylaşmaktan çekindiklerini kabul etmekle birlikte, genel olarak pek çok sosyal medya hesabının gayet gerçekçi ve bilgilendirici bir şekilde köy hayatının gerçeklerini her yönüyle paylaştıklarına inandıklarını söylemektedirler. Bu katılımcılara göre, göç etme düşüncesinde olan diğer bireyler süreci doğru bir şekilde gözlemleme fırsatı bulmakta

ve daha sağlıklı kararlar verebilmektedirler. Katılımcı 9 bu konuyla ilgili aksini söyleyen kişilere karşı “Bence gösteriliyor. Kendi adımıza biz gösteriyoruz mesela. Ama onu da keyifle yaptığımız ve keyifle anlattığımız için inandırıcı gelmediği zamanlar olabiliyor. Biz açıkçası çekim yaparken en güzel kareleri gösterelim diye bir gayret içinde değiliz. Ne varsa onu çekiyoruz. Hatta bazen çalışmaktan çekemiyoruz öyle de bir sıkıntımız var. Öyle bir ortamda oluyoruz ki tripod koyacak yerimiz de olmuyor, ikimizin de eli aynı anda işte oluyor, tam olarak her anımızı çeken bir kamera olsa keşke.” demekte ve aslında köy hayatının gerçekten sosyal medyada yansıtıldığı gibi olduğunu düşündüğünü belirtmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmada, kentten köye göç eden ve göç süreçlerini sosyal medya üzerinden paylaşan bireylerin deneyimlerini incelenmiş ve sosyal medyanın göç sürecindeki etkilerini anlamaya çalışılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, sosyal medyanın göç süreçleri üzerinde önemli bir dönüştürücü güç olduğunu ortaya koymaktadır.

“Göç kararı verme süreci karmaşıktır ve sosyal medya, sunduğu bilgiler sayesinde bu kararların basitleştirilmesine yardımcı olur”(de Haas, 2010). “İnsanların internet üzerinden göçle ilgili ne kadar bilgi aradığı ile göç kararları arasında olumlu ve pekiştirici bir ilişki olduğuna dair göstergeler bulunmaktadır” (Alencar, 2018). Bu bağlamda, araştırmanın bulguları, bireylerin kentten köye göç etme kararında sosyal medyanın iki temel işlevini ortaya koymuştur. İlk olarak, sosyal medya bir bilgi kaynağı olarak göç sürecine dair hem olumlu hem de olumsuz faktörlerin paylaşılmasına olanak sağlamış, bireylerin süreç hakkında daha bilinçli kararlar almasını desteklemiştir. İkinci olarak, sosyal medya bir motivasyon ve destek aracı olarak, özellikle süreç boyunca bireylerin psikolojik dayanıklılığını artırmış ve göç etmeyi düşünenler için cesaret verici bir platform olmuştur. Buna ek olarak, sosyal medya içerik üreticiliği ve e-ticaret olanakları, kentten köye göç eden bireyler için ekonomik bir yaşam modeli oluşturarak süreci sürdürülebilir kılmıştır.

Bunun yanı sıra, sosyal medyaya dayalı olarak göç edenler bir hayal kırıklığı yaşamıştır. Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin genellikle izlenme ve beğeni kaygısıyla idealize edildiği görülmüştür. Bunun temel sebeplerinden biri sosyal medyanın bireylerin gerçeklik algısını dönüştürmesidir. Nitekim Erçetingöz’ün (2022) de belirttiği üzere “bugün içinde bulunulan çağın karakteristik özelliklerinden biri, hakikate ilişkin bireysel ve toplumsal algının değişmiş olmasıdır”(Erçetingöz, 2022, s. 544). Bunda dijital dönüşümün büyük bir etkisi vardır. Katılımcılar da, bu bağlamda, köy hayatının gerçek zorluklarının sosyal medya üzerinde yeterince yansıtılmadığını ve bu durumun yanlış beklentiler oluşturabileceğini ifade etmişlerdir. Özellikle köy hayatının mevsimsel zorlukları ve sosyal adaptasyon süreçlerinin sosyal medya içeriklerinde sıklıkla göz ardı edildiği belirtilmiştir.

Son olarak, araştırmada elde edilen bulgulara göre sosyal medya etkisi ile gerçekleşen tersine göç süreci geleneksel tersine göç süreçlerinden daha farklıdır. Geleneksel anlamda tersine göç “göç veren gelişmemiş ya da gelişmekte olan bir ülkenin, bölgenin veya şehrin göç almaya başlaması” olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu vd., 2017, s. 1841). İç göç bağlamında ele alındığında, bu göç biçiminde, bireyler, yaşadıkları şehir hayatından koparak yeniden kendilerinin veya ailelerinin göç ettikleri kırsal bölgeye geri dönmekte; hayatlarını artık tamamen bu bölgelerde idame ettirmektedirler. Ancak, sosyal medya destekli bu yeni tersine göç modelinde bireylerin şehirden tamamen

kopmadıklarını ve köy şartlarında hibrit bir yaşam tarzı benimsediklerini görülmektedir. Bu hibrit yaşam tarzında sosyal medya, hem ekonomik bir kaynak yaratma hem de bilgi paylaşımı ve toplumsal bağlar kurma aracı olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bunda sosyal medyanın mesafeyi ve mekanı yok edici rolünün etkisi büyüktür. Nitekim, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (ICT) toplumsal sonuçları, “mekânın yok oluşu” ve “mesafenin ölümü” gibi ifadeleri literatüre kazandırmıştır (Komito, 2011, s. 2).

Katılımcılar, sosyal medya sayesinde aynı anda iki yerde bulunabilmekte; bir yandan hayal ettikleri köy hayatını yaşarken öte yandan ise göç sürecinde sosyal medyanın yarattığı iş olanaklarından faydalanmakta ve sosyal medyayı bir gelir kaynağı olarak kullanmaktadır. Böylelikle kentten köye göç sürecinin ekonomik risklerinden kaçınılmaktadırlar. Sosyal medyanın mekanı ve mesafeyi yok etmesinin tek etkisi ekonomik de olmamıştır. Aynı zamanda, köye göç etmeleri ile birlikte sosyal gruplarından fiziksel olarak kopan katılımcılar, sosyal ilişkilerini sosyal medya üzerinden devam ettirme şansı elde etmiş ve böylelikle yeni bir mekana göç etmenin getireceği sosyal izolasyonun olumsuz etkilerini azaltmışlardır.

Sonuç olarak, sosyal medya, kentten köye göç sürecinde yalnızca bilgi ve motivasyon sağlamakla kalmamış, aynı zamanda göç eden bireyler için bir yaşam modeli sunarak sürecin sürdürülebilirliğini desteklemiştir. Ancak, sosyal medyanın etkisinin doğru değerlendirilmesi ve gerçekçi bir şekilde kullanılması büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya içeriklerinin hem süreci daha gerçekçi yansıtmaları hem de göç etmek isteyen bireyler için daha sağlıklı bir bilgi kaynağı oluşturmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın göç süreçlerindeki rolü hem bireysel hem de toplumsal düzeyde daha fazla araştırılmaya ve tartışılmaya değer bir konudur.

Kaynakça

- Akakpo, M. G., & Bokpin, H. A. (2021). Use of social media in migration decision making. *Journal of Internet and Information Systems*, 10(1), 1-5. <https://doi.org/10.5897/JIIS2021.0118>
- Akıncı, B., Nergiz, A., & Gedik, E. (2015). Uyum Süreci Üzerine Bir Değerlendirme: Göç ve Toplumsal Kabul. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 2, Article 2.
- Alencar, A. (2018). Refugee integration and social media: A local and experiential perspective. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1588-1603. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1340500>
- de Haas, H. (2010). The Internal Dynamics of Migration Processes: A Theoretical Inquiry. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36(10), 1587-1617. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2010.489361>
- Dömbekci, H. A., & Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), Article Özel Sayı 2. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227330>
- Ekici, S., & Tuncel, G. (2016). Göç ve İnsan. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.20493/bt.71783>
- Erçetingöz, A. (2022). HAKİKATİN ÖNEMSİZLEŞTİĞİ ÇAĞDA BELGESEL FOTOĞRAF: ‘POST-TRUTH’ VE ‘POST-DOC’ KAVRAMLARINI BİR ARADA DÜŞÜNMEK. *Moment Dergi*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.17572/mj2022.2.543-566>

- Fedorova, I., & Potemkin, V. (2020). Impact of digital technologies on the integration of labor migrants. *E3S Web of Conferences*, 217, 06001. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021706001>
- Gezer, İ., & Emsen, Ö. S. (2024). TÜRKİYE'YE YÖNELİK DIŞ GÖÇ: ERZURUM İLİ MERKEZİ ÜZERİNE BİR İNCELEME. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 19(2), Article 2.
- Humble, N., & Mozelius, P. (2022). Content analysis or thematic analysis: Similarities, differences and applications in qualitative research. *European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies*, 21(1), 76-81. <https://doi.org/10.34190/ecrm.21.1.316>
- İslamoğlu, E., Yıldırım, S., & Man, F. (2017). *Türkiye'de Tersine Göçe Neden Olan Faktörler Üzerine Bir Araştırma*. <https://acikerisim.sakarya.edu.tr/handle/20.500.12619/96570>
- Kepenek, E. B., & Uğuzman, P. dr T. (2018). HAYDİ KÖYÜMÜZE GERİ DÖNELİM! TERSİNE GÖÇÜN SOSYO EKONOMİK ETKİLERİ: YENİYOL KÖYÜ ÖRNEĞİ. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 18, 11-36. <https://doi.org/10.21560/spcd.v18i39974.437198>
- Komito, L. (2011). Social media and migration: Virtual community 2.0. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(6), 1075-1086. <https://doi.org/10.1002/asi.21517>
- Tezcan, M. (2019). KENTTEN KÖYE GÖÇ. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 22(1), Article 1. https://doi.org/10.1501/Egifak_00000000872
- United Nations. (2018). *Sustainable Cities, Human Mobility and International Migration: A Concise Report*. UN. <https://doi.org/10.18356/a11581d8-en>
- Ünlü, S., Kızılhan, T., & Elciyar, K. (2018). Göçmenlerin Uyum Sağlama Sürecinde Yaşadıkları Çatışmalar ve Sayısal Topluluklar. *Selçuk İletişim*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.18094/josc.339953>

Digital Reverse Migration: Social Media-Mediated Reverse Migration Experiences

Taner KIZILHAN (Asst. Prof. Dr.)

Behra Ecem BİÇER (Student)

Yağmur ÇERMİK (Student)

Betül KIZIL (Student)

Extended Abstract

Migration, as old as human history, has been used as a means for fulfilling various needs, such as physiological security, belonging, self-actualization, and economic stability. While migration has historically been an individual experience, digital technologies and social media have transformed it into a collective process. With the rise of influencer culture, migration experiences are no longer limited to personal narratives but are instead presented as shared, mass experiences.

This study aims to explore the role of social media in urban-to-rural migration by conducting semi-structured interviews with individuals who have migrated to rural areas and shared their migration experiences online with the intent of becoming influencers.

Migration is generally defined as the movement of people across international borders or within a country for economic, social, political, or cultural reasons. However, migration is more than just a physical relocation; it also entails changes in an individual's cultural, economic, and social identity.

Traditionally, migration from rural to urban areas was more common, especially in Turkey. However, a recent phenomenon has emerged: urban-to-rural migration, or reverse migration. Scholars differentiate between two types of rural migration: temporary and permanent. Temporary migrations include seasonal moves, while permanent migrations occur due to economic difficulties, retirement, or a desire for a simpler lifestyle.

In contemporary times, factors such as remote work opportunities, increased access to information, and the digitization of services have facilitated the migration process. Additionally, social media has emerged as a new catalyst for migration, influencing individuals' decisions and providing a support network.

Social media platforms, built on Web 2.0 technologies, facilitate deeper social interactions, community building, and collaborative projects. These platforms have transformed various aspects of human life, including migration.

Recent research suggests that social media significantly influences migration decisions by accelerating information exchange and making migration processes more transparent. Social media strengthens networking among migrants, providing psychological and informational support, helping individuals evaluate migration risks and opportunities more effectively.

Beyond information sharing, social media fosters interaction and emotional bonds between migrants and their communities of origin. It allows migrants to maintain connections with their hometowns while integrating into new environments. Social

media enables individuals to sustain long-distance familial and social networks, reducing feelings of isolation and fostering a sense of belonging in new places.

This study employs qualitative research methods, utilizing semi-structured interviews with individuals who have migrated from urban to rural areas and documented their experiences on social media. The participants were purposefully selected based on their active sharing of migration-related content online. A total of ten individuals participated in the study.

The interview questions were designed based on a literature review and focused on participants' migration motivations, their social media engagement, and their adaptation processes. The collected data were analyzed using thematic content analysis.

The participants, five men and five women, were primarily university graduates who previously held white-collar jobs before migrating. The migration destinations were villages in western and southern Turkey, particularly in Antalya, Mugla, Canakkale, Balıkesir, and Bursa, regions known for their mild climates and proximity to urban centers.

The main reasons for migration were psychological stress, a desire for a simpler life, health concerns, and romanticized perceptions of rural living. Many participants associated urban life with excessive stress, monotony, and disconnection from nature, leading them to seek a more fulfilling existence in rural areas. Additionally, participants believed rural life offered healthier food sources and cleaner environments.

Contrary to expectations, economic concerns were not the primary motivation for migration. Most participants had stable financial backgrounds before migrating and did not perceive rural life as a financial burden.

Key factors influencing migration decisions included support from family and friends, exposure to social media portrayals of rural life, and the economic opportunities social media provided. Some participants had family-owned land in rural areas, while others were encouraged by digital content showcasing successful migration stories. The COVID-19 pandemic also played a role, as remote work opportunities and extended periods of confinement increased individuals' desire for open, natural spaces.

Participants reported differing experiences post-migration. While some adapted seamlessly, others faced challenges, including a lack of digital conveniences such as food delivery services and social isolation. The biggest surprise for many was the unwelcoming attitude of long-time rural residents, contradicting the warm and welcoming image often portrayed on social media.

Despite some negative experiences, none of the participants regretted their decision to migrate. They expressed satisfaction with their new lifestyles and had no desire to return to urban living.

Three primary functions of social media in migration are economic support, psychological support and information exchange.

Economic Support: Many participants used social media as a primary income source, leveraging platforms such as YouTube and Instagram to generate revenue through content creation and e-commerce.

Psychological Support: Social media provided emotional encouragement, allowing participants to build virtual support networks that validated their migration choices and provided a sense of community.

Information Exchange: Participants relied on social media for practical advice and guidance from others who had undergone similar migration experiences.

Social media plays a crucial role in facilitating and sustaining urban-to-rural migration. It serves as a platform for knowledge exchange, economic sustainability, and psychological reinforcement. However, the study also reveals the risk of social media romanticizing rural life, potentially leading individuals to have unrealistic expectations.

This study highlights the emergence of a hybrid lifestyle in social media-driven migration. Unlike traditional reverse migration, where individuals fully integrate into rural life, social media users maintain urban work habits and income sources while enjoying rural living. This phenomenon aligns with theories on the dissolution of space and distance in digital society.

Ultimately, social media does not just facilitate migration; it reshapes it, creating new models of living that blend digital and physical realities. Future research should further examine the implications of this hybrid model and explore the long-term impact of social media on migration trends.

Keywords: Migration, Reverse Migration, Social Media, Urban-to-Rural Migration, Digital Communities.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Yazarların çalışmadaki **katkı oranları**; birinci yazar %55, ikinci yazar %20, üçüncü yazar %15, dördüncü yazar %10.

Contribution rates of the authors in the study; first author 55%, second author 20%, third author %15, fourth author %10.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Etik Kurul İzni | Ethics Committee Permission

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’nun 16/08/2024 tarihli toplantısında alınan 16/10 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Within the framework of the decision taken during the meeting by Aydın Adnan Menderes University Social and Human Sciences Research Ethics Committee dated 16/08/2024 and numbered 16/10; the study does not contain any ethical issues.