

DİJİTAL KÜLTÜR SÜRECİNDE DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLERİN TWITTER KULLANIM DAVRANIŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mustafa ÇETİN¹

Hatice ÖZGİDEN²

ÖZET

İnternet kullanımının yaygınlaşmasından bu yana internete erişim araçları da gelişmektedir. İnternete erişim imkânlarının kolaylaşmasıyla birlikte bu ortam içerisinde bir kültür oluşmaktadır. İşte bu dijital kültür sürecini oluşturan bireyler, dijital yerliler ve dijital göçmenler olarak gruplandırılmaktadır. İki grup, oluşturdukları kültür içerisinde birbirlerinden farklı davranışlar göstermektedirler. Bu çalışmanın amacı, dijital yerli ve dijital göçmenlerin özelliklerine değinerek onların Twitter kullanım davranışlarını belirlemeye çalışmaktır. Bu bağlamda, ilk olarak dijital yerli ve dijital göçmenlerin özellikleri açıklanmakta, sonra da Twitter üyesi olan dijital yerli ve dijital göçmenlere çevrim içi (online) anket uygulanarak Twitter kullanım davranışları belirlenmeye çalışılmaktadır. Anket, 23-29 Nisan 2012 tarihleri arasında 1 hafta süreyle *surveey.com* sitesinde yayında kalmıştır. Çalışmada, Twitter üyesi olan dijital yerli ve dijital göçmenlerin Twitter kullanım sıklıkları ve erişimde kullandıkları araçlar saptanarak Twitter’da diğer kullanıcıları takip etme (follow) ve takibi bırakma (unfollow) davranışları arasında fark olup olmadığı ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: Dijital yerli, dijital göçmen, Twitter, dijital kültür.

A RESEARCH ON DIGITAL NATIVES AND DIGITAL IMMIGRANTS TWITTER USER BEHAVIOUR IN THE PROCESS OF DIGITAL CULTURE

ABSTRACT

Since the popularization of the use of Internet access also internet tools are evolving. Became easier access to the Internet facilities in this environment is composed of a culture. The individuals is the creates the process of digital culture, grouped as digital natives and digital immigrants. The two groups are formed in culture, exhibit behaviors different from each other. The purpose of this study, referring to the characteristics of digital native and digital immigrants is try to identify of their twitter usage behavior. In this context, the first describes the features of a digital native and digital immigrant, then, the digital native and digital immigrants who is a member of the Twitter online administered questionnaire is to determine the behavior of their twitter user. The survey, a period of April, 23-29 2012 has been publication for a week on *surveey.com* web site. In this study, digital native and digital immigrants who is member of a twitters, determining the vehicles they use to twitter access and twitter usage frequency have been introduced to whether there is a difference between follow and unfollow behavior on twitter.

Key words: Digital native, digital immigrant, Twitter, digital culture.

¹ Bütünleşik Doktora Tez Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık Anabilim Dalı, ctnmmm@gmail.com

² Yüksek Lisans Tez Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı İletişim Araştırmaları Yüksek Lisans Programı, haticeozgiden@gmail.com

1. Giriş

Teknolojinin, sürekli artarak ve yenilenerek günlük yaşamın içerisinde daha görünür olması ile teknolojinin hızlı değişiminin bireylerin ucuz erişim imkânına sahip olmasını sağlaması, kendisine sanal ve sanal gerçekliğin dışında etkisini sürdüren yeni bir kültür yaratmıştır.

Artan teknolojik yenilikler, özellikle kitle iletişim araçlarındaki gelişimi, toplum içerisinde daha fazla bireyin etkileşimini gerektirmiştir. İletişim araçlarının artışı, İnternet ile birleştiğinde daha yaygın kullanımlara sebep olmuştur. Günümüzde bireyler, sadece izleyici değil katılımcı izleyici konumundadırlar.

Tarım Devrimi ve Sanayi Devrimi'nden sonra, insanlığı etkileyen en önemli değişimlerden biri olarak görülen bu teknolojik/dijital gelişimin oluşturduğu bu döneme çeşitli adlar verilmektedir. Bunlar; Bilgi Toplumu/Çağı, Enformasyon Toplumu/Çağı (Information Society/Age), İnternet Toplumu/Çağı (Internet Society/Age), Bilişim Çağı (Computing Age), Elektronik Çağ (Electronic Age), Siber Toplum/Çağ (Cyber Society/Age), Dijital Çağ (Digital Age), Sanayi-ötesi Çağ (Post-Industrial Age), Post-Modern Çağ (Post-Modern Age), Yeni Çağ (New age) gibi çeşitli tanımlamalarla adlandırılan iletişim-bilişim devridir.

Bu süreçte kavram olarak, özellikle bilgisayar ve elektronik sistemde gerçek dünya bilgisinin ikili sayı formuna dönüştürülerek kullanılmasını ifade eden dijital; sayısallaştırma yöntemiyle bir takım teknik alt yapı gerektiren sistemlerin kurulumundan sonra, 1990'lardan itibaren internetin yaygınlaşmasıyla her türlü veri girişinin hızla arttığı, adına dijitalleştirme denilen bir sürece girmiştir. 1980'lerde, ilk adımlarını gördüğümüz; ancak 1990'lı yıllardan itibaren yoğun bir şekilde uydu iletişimde, kayıt teknolojisinde, yeni nesil televizyon sistemlerinde, kablolu televizyonda, radyo-televizyon yayınlarında ve internette devam eden kendi endüstrisini, kültürünü yaratan bu süreç sadece iletişim ortamlarını değil iletişimin kendisini; hatta kullanıcılarını da dönüşüme uğratmıştır. Teknoloji ve iletişimin bu kadar iç içe geçtiği, anında geri bildirim olanaklarıyla, mekân-zaman sınırsızlığıyla ve kişilere ulaşılmazlığın ortadan kalkmasıyla bu dönüşümün daha da artacağına şüphe yoktur.

Yaşanılan bu süreçte insanlar, dijital ortamları; haber almak, birbiriyle iletişime geçmek, araştırmak, bilgi edinmek, eğlenmek ve oyun oynamak gibi çeşitli sebeplerle kullanmaktadır. Suler, “Siber uzam ya da sanal ortam günlük hayatta hızla normalleşmiş, sağduyuda aşına bir anlam nesnesi haline gelmiş, hayatımıza bilgisayar aracılı bir iletişim ve yeni bir kültür eklenmiş durumdadır” (Suler, 2006’dan aktaran Bilgin, 2011: 169) demektedir.

Bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla sanal ortam hızla günlük hayatın içine girmiştir, hayatımızda yeni bir kültür oluşmaya başlamıştır. Yaşadığımız dijital çağda, sanal gerçekliğe aşına olan ve yabancı kalanlar arasında mesafe gittikçe açılmaktadır. Prensky (2001), dijital medya araçlarına aşına olanlarla olmayanları *dijital yerliler* ve *dijital göçmenler* olarak ikiye ayırır. Dijital yerliler, 1980 ve sonrasında doğan nesilden oluşmakta ve “Millennials (binyılın öğrencileri), Digital Natives (dijital yerliler), Net Generation (internet nesli), The Gamer Generation (oyun nesli), Next Generation, N-generation (yeni nesil), Cyber Kids (siber çocuklar), Homo Zappiens (zaplayan insan), Grasshopper Mind (çekirge zihin)” (Pedro, 2006’dan aktaran Şahin, 2009: 156) gibi isimlerle de anılmaktadırlar. Dijital göçmenler ise, 1980 öncesinde doğmuş olan nesildir. Dijital göçmenler, dijital dünyanın içerisinde doğmuş dijital yerliler gibi sanal gerçekliğe aşına değil, sonradan uyum sağlamaya çalışan bir nesildir.

Dünyayı algılayışı tamamen farklı olan bu iki neslin davranışları sosyoloji, iletişim, pazarlama, siyaset gibi farklı birçok bilim dalının ilgisini çekmektedir. Bu çalışmada, dijital yerliler ve dijital göçmenlerin Yeni Medya’ya katılımlarından yola çıkarak bu iki neslin, Yeni Medya’yı kullanım davranışlarındaki farklılıklarının belirgin bir şekilde ortaya konabileceğini ön gördüğümüz sosyal medya araçlarından biri olan Twitter’daki davranış özellikleri araştırılmaktadır. Bu çalışma ile dijital yerliler ve dijital göçmenlerin Twitter’a katılımları ve hangi araç ile bağlandıkları, Twitter’da kaç ayrı hesaba sahip oldukları, Twitter’ı kullanım sıklıkları belirlenecek; Twitter’daki takip etme (follow) ve takibi bırakma (unfollow) davranışları arasında fark olup olmadığı test edilecektir. Çalışmanın amacı, günümüz dijital kültürü içerisindeki dijital yerli ve dijital göçmenler arasında Twitter’ı kullanım davranışları açısından fark olup olmadığının belirlenmesidir. Bu çalışma ile farklı disiplinlere

konu olan dijital yerli ve dijital göçmen ayrımının, dijital kültür içerisinde katılımlarının olduğu Twitter’da, kullanım davranışları belirlenerek daha sonraki çalışmalara öncü olacağı düşünülmektedir.

2. Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler Kimdir

2.1. Dijital Yerliler:

Dijital yerliler, “Binyılın öğrencileri (millennials), internet nesli (Net Generation), oyun nesli (the gamer generation), yeni nesil (next generation, n-generation), siber çocuklar (cyber kids), zaplayan insan (homo zappiens), çekirge zihin (grasshopper mind)” (Pedro, 2006’dan aktaran Şahin, 2009: 156) gibi farklı isimlerle de anılmaktadır.

1980’den sonra doğan, dijital aletleri hayatlarının bir parçası olarak kabul eden, teknolojinin bir gereklilik olmasından çok günlük yaşamlarının rutin parçası olan ve bu dijital aletler ile kendine özgü dillerini oluşturan dijital yerliler, “günümüz teknolojileri ile hayata başlamış, hayatının merkezinde çevrim-içi ortamların ve yeni teknolojilerin yer aldığı, tüm günlük işlerini teknoloji ile yürüten 21. yy çocuklarından ve gençlerinden oluşmaktadır” (Bilgiç, Duman, Seferoğlu, 2011: 2). Dijital yerliler doğar doğmaz sanal ortam ile uyum içerisindedirler ve bu bağları doğal karşılanır. Bu yüzden dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki fark, interneti/dijital dünyayı kullanma algısına dayanır; ancak dijital yerli tanımında bu ayrım yapılırken sadece kültürle sınırlandırılmaz, daha güçlü olarak yaş yapısının belirleyiciliği vardır (Fritsch, 2010: 22).

Dijital yerliler, teknolojiyi “kişisel ilgi veya eğlence, sosyal iletişim, günlük kullanım (bilgi depolama veya bilgiye erişim, tren biletlerine bakma gibi...), profesyonel çalışma ve üniversite/ders çalışması olarak beş farklı bağlamda kullanmaktadırlar” (Waycott, 2010’dan aktaran Bilgiç, vd., 2011: 4). Bu özelliklerle birlikte dijital yerlilerin çevrimiçi ortamlarda öğrenmeye daha yatkın oldukları söylenmektedir. Dijital yerliler, kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak birtakım temel özelliklere sahiptirler. Bu özellikler, aşağıda sıralanmaktadır (Bilgiç, vd., 2011: 4):

- Bilgiye hızla erişmek isterler,

- Metin yerine grafiği tercih ederler,
- Bir makaleyi baştan sona doğrusal bir biçimde okumak yerine kapsül halinde rastgele okumayı tercih ederler,
- Ciddi çalışmalar yerine oyunları tercih ederler,
- Bilişsel yapıları sıralı değil paraleldir,
- Aynı anda birçok işi yapmak isterler,
- Keşfederek öğrenmek isterler.

Yukarıda sıralanan özelliklere bakıldığında dijital yerliler için bilgiye erişimde; hız, görsellik ve eğlence ön plandadır. Hızlı bir şekilde veriye ulaşırken bunun görselliği zengin, mümkünse kısa, paket veriler halinde olmasını istemektedirler. İnternette, oyun ve eğlence içerikli verilere açıktırlar. Ağ'da, sadece bir değil aynı anda birçok konu ile ilgilendikleri için uzun süre aynı konuya odaklan(a)madıkları söylenebilir.

Dijital yerlileri birbirine bağlayan dijital araçlar, onların insan ilişkilerini düzenleyen birincil ara bulucudur. Teknolojiyi bu şekilde kullanma biçimleri yeni bir bilgi formu oluşturur; ancak en önemlisi “daha önce hiç yaşanmamış bir şekilde teknik ile insanın karışımından yarattıkları 7/24 devam eden ağ, insan ilişkilerini temel bir şekilde dönüştürmüştür” (Palfrey ve Gasser, 2008: 5). Don Tapscott, *Grown Up Digital* kitabında, *Net Geners* olarak tanımladığı grubun 6000 temsilcisiyle yaptığı çalışmanın sonuçlarından yola çıkarak bu kişilerin yaşamlarını belirleyen sekiz unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Bunlar: Özgürlük, kişiselleştirme, araştırmacılık, dürüstlük, birlikte çalışma, eğlence, hız ve inovasyon (Tapscott, 2009'dan aktaran Karahasan, 2012: 77).

Dijital yerli olarak nitelendirilen bu nesil, bazı kaynaklarda, 1977-1994 arasında doğan ve 'y' kuşağı olarak tanımlanan kuşak (bazı kaynaklar, bu kuşağın doğum yılını 2000'e kadar uzatıyor) ve 1999'dan sonra ortaya çıkmış olan 'z' kuşağı olarak görülebilmektedir. Böylelikle 'z' kuşağının ebeveynleri 'x' ve 'y' kuşaklarından oluşacaktır; ancak 'y' kuşağının 'z' kuşağıyla daha fazla ilişkide olacağı gelecek zamanda aradaki iletişimsel uçurumun azalacağı yönünde

öngörülebilir. Dijital yerlilerin, çevrimiçi ortamları birçok alan için kullanımları onlarda farklı birtakım becerilerin gelişmesine sebep olmuştur. Bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Bilgiç, vd., 2011: 5):

- Çevrim-içi öğrenme teknolojilerini düzgün bir şekilde kullanabilen,
- Öğrenmeye ihtiyaç duyan,
- Etkileşim ve işbirlikli öğrenmeyi anlayan ve değerini bilen,
- Sosyal etkileşime yatkın olan,
- İçsel kontrole sahip olan,
- Güçlü bir akademik öz-benlik kavramına sahip olan –kendini bilen, tanıyan–,
- Kendi öğrenme sürecini bağımsız idare edebilme deneyimine ya da bunun için gerekli becerilere sahip olan,
- Sosyal öğrenme ile birbirlerini gözlemleyerek öğrenebilen ve sözel yeteneğe sahip olan,
- Bireysel değerlendirme ve grup değerlendirmesi yapabilme yeteneğine sahip olan,
- Yazarak iletişim kurabilen,
- Eleştirel düşünebilen ve karar verebilen bireylerdir.

Tanımlamalardan ve yapılan çalışmalardan yola çıkılarak dijital yerlilerin kim olduğu, açıklanmaya çalışılmıştır. Görüldüğü üzere, çalışmalarda farklılıklar görülmektedir ve dijital yerlilerin farklı kaynaklarda farklı özellikleri gruplandırılmaya çalışılmaktadır.

2.2. Dijital Göçmenler

“Dijital göçmenler –dijital yerlilerin tam tersi olarak– kayda değer herhangi bir şekilde dijital dünyaya doğmamış ve dijital hayatta yaşamayan; ama dijital dünyada kendi yolunu bulan insanlardır” (Palfrey ve Gasser, 2008: 296).

Dijital göçmenler, bu yeni süreç içerisinde uyum sağlamaya çalışırken birtakım alışkanlıklarından da vazgeçememektedirler. “Dijital göçmenler bu teknolojilerin kullanıldığı ortamlara uyum sağlamaya çalışan ve kendisini teknolojinin gelişimi ile yeni bir süreç içerisinde bulan bir kuşaktan oluşmaktadır” (Bilgiç, vd., 2011: 2); ancak bunların internet ile adaptasyonunu da gerçekleştirdiği ve teknolojiyle ilişkisi olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Dijital göçmenlerin teknolojiyi kullanım ve bundan faydalanma amaçları genellikle belirli bir gereksinimden kaynaklanmaktadır; ancak son zamanlarda teknolojinin hızla yaygınlaşmasıyla onlar için de bilgi edinmenin dışında eğlence, sohbet etme gibi amaçlara da hizmet etmeye başlamıştır. Yine de dijital göçmenlerin öncelikleri bu kültürün getirdiği araçlardan faydalanmaktır. En temel fark ise dijital yerlilerin bu araçlardan faydalanmaktan ziyade, onların yaşam biçimlerinin bir parçası olmasıdır.

Time’ın 2012’de yaptığı dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki medya kullanımını nasıl düzenlediği ve söz konusu aygıtlar ve platformlar arasındaki nasıl geçiş yaptığınıyla ilgili araştırmadan çıkan sonuçlar dikkate alınmaya değerdir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, kısaca aşağıda sıralanmaktadır (www.businesswire.com):

- Dijital yerlilerin 1 saat içinde televizyon, gazete, tablet bilgisayar, akıllı telefon vb. platformlar arasındaki kanallarda 27 kez geçiş yapabildiğini ortaya koymaktadır.

- Duygusal iniş çıkışları alt seviyede deneyimleyen bu kitle çok kısa sürede sıkılmakta ve havalarını değiştirmek için dikkatlerini başka bir yere vermektedirler.

- Evde, odadan odaya geçerken bile dijital yerliler (%65), akıllı telefonları sanki bir uzvuymuş gibi yanından ayırmadan kullanmaktadır.

- Dijital yerlilerin yarısından fazlası (%54), insanlarla konuşmak yerine mesajlaşmayı tercih ettiğini söylerken dijital göçmenlerle karşılaştırıldığında bu oran %28’e düşmektedir. Dijital yerlilerin bu hareketliliği bilinçaltına da işlemekte ve söz konusu kitle, bir konunun farklı parçalarını farklı araçlardan alabilmektedir.

Her ne kadar bilgi iletişim teknolojilerine erişim ve internet kullanımı konularında, gelişmişlik, sosyo-ekonomik düzey, coğrafi bölgeler açısından farklılıklar olsa da Prensky'nin sözünü ettiği farklı yaş grupları arasında, 'teknolojiyi farklı şekilde, farklı amaçlarla ve farklı beceri düzeylerinde kullanımlar' incelenebilmektedir. Teknoloji ve teknolojinin kullanımı açısından son yıllarda önemli ve çok etkili bir araç olan mikro-blog siteleri de bu farkın incelenmesi açısından değerlendirilebilir.

Söz konusu mikro-blog sitelerinden biri de iletişime her bir ileti (tweet) için 140 karakterlik basit ve yeni bir form getiren dünyada 550 milyon, Türkiye'de ise 3,8 milyon kullanıcısı ile Twitter'dır (www.sosyalmedyahaber.com). Dijital araçları kullanan ve söz konusu dijital araçların bilgisine hakim olan kitlenin varlığı birçok yönden araştırılmaya değerdir. Her ne kadar bu araçlara erişim imkânı kişinin –en genel ifadeyle– sosyoekonomik statüsüne göre farklılık göstermekte ise de hem dünyada hem de ülkemizde bu araçları kullananların yoğunluğu da göz ardı edilmemektedir.

3. Araştırma Yöntemi

Soruların oluşturulmasında, Haewoon Kwak, Hyunwoo Chun, and Sue Moon'un *Fragile Online Relationship: A First Look at Unfollow Dynamics in Twitter* (Kwak, Chun, Moon, 2011) başlıklı makalesinden faydalanılmıştır. Kwak vd.'nin yaptıkları araştırmanın amacı; Twitter'da, kullanıcıların, neden birbirlerini takibi bıraktıkları (unfollow) ve bu davranışın arkasındaki sebeplerdir. Bu doğrultuda öncelikle bilgisayar üzerinden bir sistem kurup Koreli Twitter kullanıcılarının, Twitter üyeliklerindeki hareketliliği ve iletişime geçtikleri diğer üyelerle ilişkilerini gözlemleyerek sayısal veriler elde etmişlerdir. Daha sonra unfollow davranışlarının arkasındaki motivasyonu ölçmek amacıyla 11'i kadın, 11'i erkek olmak üzere yaşları 22 ve 36 arasında değişen 22 katılımcıya anket uygulamışlardır. Anket ile elde edilen verilerinden yola çıkarak unfollow davranışlarını kategorilere ayırmışlardır. Bu çalışmada, Kwak vd.'nin belirlemiş oldukları unfollow kategorilerinden, Türkiye kullanıcı profiline uygun olanlar seçilmiş ve bu doğrultuda follow davranışları da gruplandırılmaya çalışılarak sorular hazırlanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler şunlardır:

H₁: Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasında Twitter'da takip etme (follow) davranışı açısından fark vardır.

H₂: Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasında Twitter'da takibi bırakma (unfollow) davranışı açısından fark vardır.

Araştırmanın evreni Twitter üyeleridir. Online anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Anket, 23-29 Nisan 2012 tarihleri arasında 1 hafta süreyle *surveey.com* sitesinde yayında kalmıştır. Anket linki Twitter üzerinden üyelere dağıtılmıştır. Linke tıklanma sayısı 887'dir. Elde edilen anket sayısı 505, değerlendirmeye uygun anket sayısı 503'tür.

4. Bulgular

Örneklem sayısı 503'tür. Araştırma katılımcılarının %75.1'i dijital yerli (n=378), %24.9'u dijital göçmen (n=125)'dir. Güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) 0,742 olarak tespit edilmiştir.

Twitter kullanıcıları içerisinde dijital yerlilerin %52.1'i kadın (n=197), %47.9'u erkek (n=181)'tir. Dijital göçmenlerin %36.8'i kadın (n=46), %62.4'ü erkek (n=78), %8'i diğer (n=1)'dir. Dijital yerlilerin, dijital göçmenlere göre Twitter kullanımında cinsiyetler arasındaki eşitsizliği daha azdır.

Twitter'a erişim için masaüstü bilgisayar kullanan %37.0 (n=186), taşınabilir bilgisayar (notbook, netbook, tablet) kullanan %77.3 (n=389), telefon (akıllı telefon) kullanan %60.4 (n=304)'tür. Twitter'a erişim için masaüstü bilgisayar kullananların %67.2'si (n=125) dijital yerli, %32.8'i (n=61)'i dijital göçmandır. Twitter'a erişim için taşınabilir bilgisayar kullananların %75.6'sı (n=294) dijital yerli, %24.4'ü (n=95) dijital göçmandır. Twitter'a erişim için telefon (akıllı telefon) kullananların %76.3'ü (n=232) dijital yerli, %23.7'si (n=72) dijital göçmandır.

Twitter'da, dijital yerlilerin %85,2'si (n=322) bir hesaba, %11,9'u (n=45) iki hesaba, %1,6'sı (n=6) üç hesaba, %1,1'i (n=4) dört hesaba, %0.3'ü (n=1) dörtten fazla hesaba sahiptir. Dijital göçmenlerin %77,6'sı (n=97) bir hesaba, %17.6'sı

(n=22) iki hesaba, %3.2'si (n=4) üç hesaba, %0.8'i (n=1) dört hesaba, %0.8'i (n=1) dörtten fazla hesaba sahiptir.

Twitter'da, dijital yerlilerin %40,5'inin (n=153) hesabı sürekli açık, %47,6'sı (n=180) hesabına gün içerisinde birkaç kez, %5,8'i (n=22) günde bir kez, %5.0'ı (n=19) haftada birkaç kez, %0.8'i (n=3) ayda birkaç kez giriyor, %0.3'ü (n=1) hesabını hiç açmıyor. Dijital göçmenlerin %33,6'sının (n=42) hesabı sürekli açık, %47,2'si (n=59) hesabına gün içerisinde birkaç kez, %14.4'ü (n=18) günde bir kez, %3.2'si (n=4) haftada birkaç kez, %1.6'sı (n=2) ayda birkaç kez giriyor.

4.1. Takip Etme (follow)'ye Yönelik Bulgular

Twitter'da, dijital yerlilerin %30.4'ü (n=115) takip etme (follow) kararını birkaç saniyede, %49.2'si (n=186) birkaç dakikada, %5.0'ı (n=19) birkaç saatte, %8.2'si (n=31) birkaç günde, %7.1'i (n=27) birkaç günden fazla sürede veriyor. Dijital göçmenlerin %36.0'ı (n=45) takip etme (follow) kararını birkaç saniyede, %40.8'i (n=51) birkaç dakikada, %3.2'si (n=4) birkaç saatte, %8.0'ı (n=10) birkaç günde, %12.0'ı (n=15) birkaç günden fazla sürede veriyor.

Tablo 1'de H_1 test edilmiştir. Bağımsız Örneklem T-Testi ile anlamlılık düzeyleri %95 güven aralığında incelenmiştir. Tablodaki bağımsız değişkenlerin tümü, takip etme (follow) faktörünü desteklemektedir. Twitter'da takip eden kullanıcıları mutlaka takip etme davranışı dijital yerli ve dijital göçmen grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=2,011$, $P<.05$).

Tablo 1: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlere Göre Twitter’da Takip Etme (follow) Davranışına İlişkin Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

| | Gruplar | N | Ortalama(X) | SS | t | p |
|---|-----------------|------------|--------------|----------------|--------|-------|
| Twitter’da beni takip eden kullanıcıları mutlaka takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,84 3,63 | ,978 1,096 | 2,011 | ,045* |
| Twitter’da beni takip etmeye başlayan kullanıcıların profillerine baktıktan sonra takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 2,38 2,26 | 1,044 1,069 | 1,104 | ,270 |
| Twitter’da benimle aynı dili kullanan kullanıcıları takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,28 3,33 | 1,242 1,223 | -,414 | ,679 |
| Twitter da ünlüleri takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 2,96 3,46 | 1,097 1,096 | -4,405 | ,000* |
| Twitter’da takip (follow) ettiğim kullanıcılar gerçek yaşamda tanıdığım kişilerdir. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,28 3,47 | 1,077 1,067 | -1,776 | ,076 |
| Twitter’da takip (follow) ettiğim kullanıcılar gerçek yaşamda tanışmak istediğim kişilerdir. | Yerli Göçmen | 378 125 | 2,82 3,18 | 1,066 1,017 | -3,297 | ,001* |
| Twitter’da benimle aynı uzmanlık alanına sahip olan kullanıcıları takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 2,55 2,68 | 1,130 1,140 | -1,110 | ,267 |
| Sayfama retweet edilen bir söz, cümle, fotoğraf ya da videoyu beğenmişsem o tweetin sahibi kullanıcıyı takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,14 2,97 | ,983 1,008 | 1,713 | ,087 |
| Twitter’da takip ettiğim kişilerin takip ettikleri kullanıcıları ben de takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,76 3,40 | ,886 ,916 | 3,954 | ,000* |
| Twitter’da sayfanın solundaki öneri olarak verilen kullanıcıları (sana benzeyenleri/similar to you) takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,96 3,77 | ,847 ,917 | 2,155 | ,032* |
| Twitter’da bana herhangi bir konuda mention atanları takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,81 3,49 | ,817 ,895 | 3,754 | ,000* |
| Twitter’da attığım bir tweet’e cevap verenleri (reply) takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,65 3,40 | ,901 ,907 | 2,694 | ,007* |
| Twitter’da attığım bir tweet’i retweet (RT) yapanları takip (follow) ederim. | Yerli Göçmen | 378 125 | 3,74 3,46 | ,821 ,903 | 3,308 | ,001* |

*p<.05

Dijital yerliler ve dijital göçmenler, Twitter’da kendilerini takip eden kullanıcıları takip etme konusunda tutucudurlar; ancak dijital yerlilerin ($X=3,84$), dijital göçmenlere ($X=3,63$) göre daha katı bir davranış göstermektedir. Twitter’da ünlüleri takip etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=-4,405$, $p<.05$). Dijital yerliler ($X=2,96$), dijital göçmenlere ($X=3,46$) göre ünlüleri takip etmeye daha eğilimlidirler. Twitter’da gerçek yaşamda tanışmak istediğim kişileri takip etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=-3,297$), $p<.05$). Dijital yerlilerin Twitter’da takip ettikleri kişiler, gerçek yaşamda da tanışmak istedikleri kişilerdir ($X=2,82$). Dijital göçmenler ise bu şekilde bir tercihte bulunmamaktadır ($X=3,18$). Twitter’da takip ettikleri kişilerin takip ettikleri kullanıcıları takip (follow) etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir

farklılık göstermektedir ($t=3,954$). Dijital yerliler ($X=3,76$), dijital göçmenlere ($X=3,40$) göre bu davranışı göstermede tutucudurlar. Twitter'da sayfanın solundaki öneri olarak verilen kullanıcıları (sana benzeyenleri/similar to you) takip (follow) etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=2,155$, $p<.05$). Dijital yerliler ($X=3,96$), dijital göçmenlere ($X=3,77$) göre bu davranışa daha az eğilim göstermektedirler. Twitter'da herhangi bir konuda mention atanları takip (follow) etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=3,754$). Dijital yerliler ($X=3,81$), dijital göçmenlere ($X=3,49$) göre bu davranışa daha az eğilim göstermektedirler. Twitter'da atılan bir tweet'e cevap verenleri (reply) takip (follow) etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=2,694$). Dijital yerliler ($X=3,65$), dijital göçmenlere ($X=3,40$) göre bu davranışa daha az eğilim göstermektedirler. Twitter'da atılan bir tweet'i retweet (RT) yapanları takip (follow) etme davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=3,308$). Dijital yerliler ($X=3,74$), dijital göçmenlere göre ($X=3,46$) bu davranışa daha az eğilim göstermektedirler.

4.2. Takibi Bırakma (unfollow)'ya Yönelik Bulgular

Twitter'da, dijital yerlilerin %33.6'sı ($n=127$) takibi bırakma (unfollow) kararını birkaç saniyede, %30.7'si ($n=116$) birkaç dakikada, %4.5'i ($n=17$) birkaç saatte, %18.5'i ($n=70$) birkaç günde, %12.7'si ($n=48$) birkaç günden fazla sürede veriyor. Dijital göçmenlerin %28.8'i ($n=36$) takibi bırakma (unfollow) kararını birkaç saniyede, %21.6'sı ($n=27$) birkaç dakikada, %4.0'ı ($n=5$) birkaç saatte, %26.4'ü ($n=33$) birkaç günde, %19.2'si ($n=24$) birkaç günden fazla sürede veriyor.

Dijital yerlilerin %69.0'ı ($n=261$) daha önce 'mention' attığı, 'reply' verdiği veya 'tweet'ine 'retweet' yaptığı bir kullanıcıyı takibi bırakmış, %31.0'ı ($n=117$) takibi bırakmamıştır. Dijital göçmenlerin %62.4'ü ($n=78$) daha önce 'mention' attığı, 'reply' verdiği veya 'tweet'ine 'retweet' yaptığı bir kullanıcıyı takibi bırakmış, %37.6'sı ($n=47$) takibi bırakmamıştır.

Tablo 2: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlere Göre Twitter’da Takibi Bırakma (unfollow) Davranışına İlişkin Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

| | Gruplar | N | Ortalama(X) | SS | t | p |
|--|---------|-----|-------------|-------|--------|-------|
| Twitter da beni takip etmeyi bırakanları fark ettiğim zaman ben de onları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,94 | 1,206 | -4,929 | ,000* |
| | Göçmen | 125 | 3,54 | 1,044 | | |
| Twitter’da birini takip etmeyi nedensiz bırakabilirim (unfollow). | Yerli | 378 | 2,93 | 1,258 | -2,045 | ,041* |
| | Göçmen | 125 | 3,19 | 1,169 | | |
| Twitter’da ilgimi çekmeyen konularla ilgili olarak tweet atanları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,28 | 1,067 | ,399 | ,690 |
| | Göçmen | 125 | 2,23 | ,985 | | |
| Twitter’da günlük yaşamla ilgili olağan/gereksiz detay içeren tweet atan kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,59 | 1,140 | ,376 | ,707 |
| | Göçmen | 125 | 2,54 | 1,043 | | |
| Twitter’da politik konularla ilgili tweet atanları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 3,78 | ,918 | -,678 | ,498 |
| | Göçmen | 125 | 3,84 | ,954 | | |
| Twitter’da ilginç olmayan konuları retweet yapanları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 3,08 | 1,081 | ,647 | ,518 |
| | Göçmen | 125 | 3,01 | 1,188 | | |
| Twitter’da reklam içeriği olan tweet atanları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,43 | 1,141 | ,600 | ,549 |
| | Göçmen | 125 | 2,36 | 1,180 | | |
| Twitter’da bazı programlar yardımıyla beni takip etmeyenleri (unfollow etmiş olanları) bularak onları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 3,54 | 1,261 | -1,632 | ,103 |
| | Göçmen | 125 | 3,75 | 1,126 | | |
| Twitter’da olumsuz diyaloga girdiğim kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,84 | 1,097 | ,589 | ,556 |
| | Göçmen | 125 | 2,77 | 1,179 | | |
| Twitter’da argo/hakaret/küfür içeren tweet atan kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,94 | 1,405 | 5,787 | ,000* |
| | Göçmen | 125 | 2,77 | 1,225 | | |
| Twitter da benim takip ettiğim kullanıcıya argo/hakaret/küfür içeren mention atan kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,99 | 1,212 | 5,035 | ,000* |
| | Göçmen | 125 | 2,37 | 1,188 | | |
| Twitter’da hiç tweeti olmayan ya da az tweet atan kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,72 | 1,219 | -,792 | ,429 |
| | Göçmen | 125 | 2,82 | 1,326 | | |
| Twitter’da sürekli kendisiyle ilgili tweet atan (yer bildirim, fotoğraf vb.) kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 2,90 | 1,113 | 1,100 | ,272 |
| | Göçmen | 125 | 2,77 | 1,199 | | |
| Twitter’da benimle aynı dili kullanmayan kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 3,69 | 1,057 | ,946 | ,345 |
| | Göçmen | 125 | 3,58 | 1,086 | | |
| Twitter da benimle aynı düşünceleri paylaşmadığını anladığım kullanıcıları takibi bırakırım (unfollow). | Yerli | 378 | 3,79 | ,967 | 1,719 | ,086 |
| | Göçmen | 125 | 3,62 | 1,046 | | |

*p<.05

Tablo 2’de H₂ test edilmiştir. Bağımsız Örneklem T Testi ile anlamlılık düzeyleri %95 güven aralığında incelenmiştir. Tablodaki bağımsız değişkenlerin tümü, hipotezi desteklemektedir. Twitter’da takip etmeyi bırakanlar fark edildiğinde o kullanıcıları takibi bırakma (unfollow) davranışı dijital yerli ve dijital göçmen grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir (t=-4,929, p<.05). Dijital yerliler (X=2,94) bu davranışa eğilimliken dijital göçmenler (X=3,54) bu konuda net bir davranış göstermemektedirler. Twitter’da birini takip etmeyi nedensiz bırakma (unfollow) davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir (t=-2,045, p<.05). Dijital yerliler nedensiz yere herhangi bir kullanıcıyı takibi bırakabilirken (X=2,93) dijital göçmenler nedensiz takibi bırakma davranışı göstermemektedirler (X=3,19). Twitter’da argo/hakaret/küfür içeren tweet atan

kullanıcıları takibi bırakma (unfollow) davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=5,787$, $p<.05$). Dijital yerliler, argo, hakaret ve küfür içeren tweet atan kullanıcıları takibi bırakma davranışı göstermezken ($X=2,94$) dijital göçmenler bu tarz içeriği olan tweet atan kullanıcıları takibi bırakmaktadırlar ($X=2,77$). Twitter da takip edilen kullanıcıya argo/hakaret/küfür içeren mention atan kullanıcıları takibi bırakma (unfollow) davranışı iki grup arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=5,035$, $p<.05$). Dijital yerliler ya da takip ettikleri kullanıcılardan herhangi birine bu tarz içeriği olan tweet atan kullanıcıları takibi bırakma davranışı göstermezken ($X=2,99$) dijital göçmenler bu tarz içeriği olan tweet atan kullanıcıları takibi bırakmaktadırlar ($X=2,37$).

Twitter'da takibi bırakanları gösteren bir uygulama başlatılsa dijital yerlilerin %31.7'si ($n=120$) kendisini takibi bırakanları takip etmeyi bırakacağını, %38.9'u ($n=147$) takip etmeyi bırakmayacağını, %29.4'ü ($n=111$) kararsız olduğunu belirtmiştir. Dijital göçmenlerin ise %19.2'si ($n=24$) kendisini takibi bırakanları takip etmeyi bırakacağını, %56.8'i ($n=71$) takip etmeyi bırakmayacağını, %24.0'ı ($n=30$) kararsız olduğunu belirtmiştir. Hem dijital yerliler hem de dijital göçmenlerin böyle bir uygulama olsa bile unfollow davranışına yakın olmadığı görülmüştür; ancak dijital göçmenlerin, dijital yerlilere göre 56,8% gibi çok daha yüksek bir oranda böyle bir uygulamaya rağmen unfollow davranışı göstermeyeceği ortaya çıkmaktadır.

Sonuç

Dijital yerli ve göçmenlerin Twitter kullanımında takip etme (follow) ve takibi bırakma (unfollow) davranışlarında H_1 ve H_2 doğrulanmıştır. Sosyal medya kullanımına daha yatkın görülen dijital yerlilerin, Twitter kullanımında da dijital göçmenlere göre üstünlükleri var olmaktadır; ancak bu araştırmada da daha çok sayıca üstünlük olarak görülebilir (Dijital yerli %75.1, dijital göçmen %24.9). Dijital ortamda bulunan dijital göçmenler de Twitter kullanımında dijital yerlilere benzer bir tutum sergilemektedir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerde cinsiyetler arasındaki dağılımda dijital yerlilerde eşit denilebilecek sayıdaiken dijital göçmenlerde erkek sayısı daha

fazladır. Dijital göçmen kadınların Twitter'a katılım oranı azdır. Bunun dışında iki grupta da benzerlikler yer almaktadır. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin, teknoloji kullanımında yenilikleri takip ettiği söylenebilir. Masa üstü bilgisayarlar kullanılmaya devam edilirken Twitter'a erişimde akıllı telefon kullananların sayısı fazladır. İki grupta da bir hesaba sahip olma sayısı, birden fazla hesaba sahip olanlardan daha fazladır. İki grupta da hesabını gün içerisinde birkaç kez kontrol edenlerin sayısı fazladır.

Twitter'da takip etme (follow) davranışına bakıldığında dijital yerli ve dijital göçmenlerin takip etme kararlarında en yüksek oran birkaç dakikada takip etme kararını verdiklerini göstermektedir. Takip etme (follow) davranışlarındaki farklılıklarda dijital yerliler ünlüleri takip etme, gerçek yaşamda tanışmak istedikleri kişileri takip etme konusunda dijital göçmenlere göre daha isteklidirler. Onlar için ünlü biriyle iletişime geçebilme; hatta bunu sanal ortamdan gerçeğe taşıyabilmek önemlidir. Dijital göçmenler ise takip etme kararlarında takip ettikleri kullanıcıların takip ettikleri kişileri takip etmeye (follow) eğilimlidirler. Bu onların gerçek yaşamdaki gibi bir ilişki kurma davranışını tercih etmesinden kaynaklanıyor olabilir. Dijital göçmenler, Twitter'da sayfanın solunda verilen takipçi önerilerini göz önünde bulundurmaktadırlar. Dijital göçmenler, attıkları tweet'lere cevap verenleri, tweet'lerini retweet yapanları takip etmeye dijital yerlilerden daha çok eğilim göstermektedirler. Bu da dijital göçmenlerin, dijital yerlilere göre insanlar arasındaki iletişimsel bağa daha çok önem verdiğini ve etkileşimsel bir yönde hareket ettiğini göstermektedir.

Twitter'da takibi bırakma (unfollow) davranışında, iki grupta da bu kararı verme süresi birkaç saniyede gerçekleşmekte; ancak dijital göçmenlerde birkaç saatte bu kararı verenlerin oranı da epey fazla görülmektedir. Daha önce ilişkiye girilen (mention atılan, cevap verilen ya da tweeti retweet yapılan) kullanıcıyı takibi bırakma ya da sürdürme konusunda iki grup arasında benzerlikler görülmektedir. Takibi bırakma (unfollow) davranışındaki farklılıklarda ise dijital yerliler, kendilerini takibi bırakmış olan kullanıcıları fark ettiklerinde o kullanıcıları takibi bırakmıştırlar; ancak dijital göçmenler bu konuda net bir tavır sergilememektedirler. Dijital yerliler, herhangi bir sebep olmadan bir kullanıcıyı takibi bırakma eğilimindeyken dijital

göçmenler ise argo, hakaret ve küfür içerikli tweet atanları ve kendilerinin takip ettikleri kişilere bu tarz içerikte tweet atan kullanıcıları takip etmeme eğilimindedirler. Dijital göçmenlerin, kendilerini takip eden kullanıcıların onları takip etmeyi bırakması halinde bile onları takip etmeye devam etme eğiliminin dijital yerlilere göre yüksek olması dijital göçmenlerin takipçileri ve takip ettikleri kullanıcılarla arasındaki bağın göstergesidir.

Genel olarak dijital yerliler ve dijital göçmenlerin Twitter kullanım sıklığı, aracı ve hesap sayısı benzerlik göstermektedir. Takip etme (follow) ve takibi bırakma (unfollow) davranışlarındaki farklılıklarda dijital yerlilerin takipçileri ve takip ettikleri kullanıcılarla genel geçer bir bağ kurduklarına, dijital göçmenlerin ise tam tersi olarak bu kullanıcılarla daha uzun vadeli, bağımlı bir ilişki kurdukları görülmektedir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin, sayılan özellikleri göz önünde bulundurularak yapılan araştırmaya bakıldığında; dijital yerlilerin Twitter kullanımında, ekran karşısında verdikleri ‘anlık’ kararların hızlı olduğu görülmektedir. İletişim kurdukları diğer kullanıcılarla yürüttükleri ilişkileri de –takip etme, takibi bırakma, reply, retweet vs.– dijital göçmenlere göre birtakım farklılıklar içermektedir. Dijital göçmenler ise, Twitter’da, dijital yerlilerden çok da farklı özellik sergilememektedirler; ancak sayıca daha az yer almaktadırlar. Dijital göçmenlerin diğer kullanıcılarla ilişkileri, dijital yerlilere nispeten başlangıçta yavaş gelişen, sonrasında ise sıkı bağların kurulduğu bir ilişkidir.

Bu çalışma ile dijital ortamda, dijital yerlilerin sayısının fazlalığını Twitter’da da görmekteyiz. Bu çalışmada dijital yerli ve dijital göçmenlerin özelliklerinden yola çıkılarak Twitter’daki davranışları arasındaki farklılıklar gösterilmeye çalışılmıştır. İleriki çalışmalarda –dijital göçmenlerin de Twitter’a katılımlarının artacağını varsayarak– bu iki grubun dijital ortamları kullanmada gösterdikleri davranışları, daha belirgin olarak sergilenebilir. Bu anlamda, bu çalışma ileriki çalışmalar için bir ilk adım niteliğindedir.

Kaynakça

- BİLGİÇ, Hatice G.; DUMAN, Duygu; SEFEROĞLU, S. Sadi (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri. İnönü Üniversitesi Akademik Bilişim (1-6): Malatya. http://yunus.hacettepe.edu.tr/~%20sadi/yayin/AB11_Bilgic-Duman-Seferoglu_DijitalYerliler_ve_CIO.pdf Erişim tarihi 06.02.2012.
- BİLGİN, Nuri (2011). Sosyal Psikoloji. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları no: 145: İzmir.
- FRİTSCH, Tobias (2010). Actor Models and Digital Natives: An Empiric Research Approach for Online Communities. Yüksek lisans tezi, Almanya.http://books.google.com.tr/books?id=um0lrguewUoC&pg=PA21&dq=digital+natives+digital+immigrants&hl=tr&sa=X&ei=wFVIUdnSBKS47Aa0_YHwDg&ved=0CFQQ6AEwBw#v=onepage&q=digital%20natives%20digital%20immigrants&f=false Erişim tarihi 10.03.2013.
- KARAHASAN, Fatoş (2012). Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları. Doğan Kitap: İstanbul.
- KWAK, Haewoon; CHUN, Hyunwoo; MOON, Sue (2011). “Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems”. Fragile Online Relationship: A First Look at Unfollow Dynamics in Twitter.
- PALFREY, John; GASSER, Urs (2008). Born Digital, Understanding The First Generation of Digital Natives. Published by Basic Books, A Member of the Perseus Books Group: New York.
- PRENSKY, Marc (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> Erişim tarihi 06.02.2012.
- ŞAHİN, M. C. (2009). Yeni Bin Yılın Öğrencilerinin Özellikleri. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 9, no: 2, (155-172). https://www.anadolu.edu.tr/arastirma/hakemli_dergiler/sosyal_bilimler/pdf/2009-2/2009_02_08.pdf Erişim tarihi 13.02.2012.

<http://an.kaist.ac.kr/~haewoon/papers/2011-chi-unfollow.pdf> Erişim tarihi
22.10.2012.

[http://www.businesswire.com/news/home/20120409005536/en/Time-Study-Reveals-
“Digital-Natives”-Switch-Devices](http://www.businesswire.com/news/home/20120409005536/en/Time-Study-Reveals-Digital-Natives-Switch-Devices) Erişim tarihi 19.04.2012.

<http://www.sosyalmedyahaber.com/Twitter-kullanici-sayisi-500-milyona-ulasti/>
Erişim tarihi 19.04.2012.