



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 6 Sayı: 27 Volume: 6 Issue: 27

Yaz 2013 Summer 2013

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

GENÇLERİN SANAL ALANI KULLANIM TERCİHLERİ VE KENDİLERİNİ SUNUM TAKTİKLERİ: BİR ARAŞTIRMA

UTILISATION PREFERENCES OF VIRTUAL FIELD AND SELF PRESENTATION TACTICS OF YOUTH: AN INVESTIGATION

Ahsen ARMAĞAN*

Öz

Bu çalışmada, yöndeşen iletişim teknolojileri bağlamında, yeniden üretilen gençlik kültürü temelinde gençliğin teknolojileri hangi amaçla kullandıkları ve sanal ortamda kendilerini sunarken hangi iletişimsel taktiklerden yararlandıkları sorularına yanıt aranmıştır.

Üniversite gençliği üzerinde yapılan araştırma bulguları; Cinsiyet ayırımına bağlı olarak, erkek öğrencilerin, yeni arkadaş edinme, romantik etkileşime yönelme ve gerçek yaşamda diğerleriyle görüşme konusunda, kız öğrencilerin ise; resim ve videolarını paylaşma hususunda sosyal medyayı tercih ettiklerini göstermiştir.

Ayrıca bulgular, tüm öğrencilerin sosyal medyada kendilerini sunarken, kimliklerini idealize ettiklerini, özellikle kız öğrencilerin, imgelerini savunma ve çevreden yardım istemeye yönelik iletişimsel taktikleri daha fazla kullandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gençlik Kültürü, Sanal Alan, Sanal Alanı Kullanım Amacı, Kendini Sunum Taktikleri.

Abstract

In this study solutions have been searched to the problems on the basis of regenerated youth culture by means of the converging communication techniques, for what purposes youngsters use these technologies and on presenting themselves in this virtual medium to their counterparts from what kind of communicational tactics they benefit.

By the study found which has been carried out on the university student revealed that the male student have spent more time on having new friends in feeling romantic emotions and done establishing relations in actual life; on the other hand, girls have spent more time, on sharing their photographs and videos with others in social media.

The findings have also revealed that, while the students presenting themselves, to their counterparts they have the tendency of using the communication tactics in creating ideal images, in defending present images of the city girl students and in forming new images asking others for their help.

Keywords: Youth Culture, Virtual Field, Purpose of Using Virtual Field, Tactics of Presenting Oneself.

* Doç.Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi, ahsenar@mynet.com

Giriş

Yeni iletişim teknolojileri ve dünyayı saran iletişim ağları, insanlara sundukları çeşitli imkanlarla günümüz toplumlarının her katmanların gündelik yaşam pratikleri içinde yaygın bir kullanım alanına erişmiştir.

Geleneksel mekanın dışındaki sanal yapılanma, yeniliklere ve değişime açık olan günümüz genç kuşaklarını daha çok etkilemekte ve gençler bu teknolojileri yaşam alanlarının merkezine taşımaktadır. Kendisinden önceki kuşaktan farklılık taşıyan bu gençler, yeni teknolojilerin yarattığı etkileşim coğrafyasının içinde doğmuş ve toplumsallaşma sürecini bu akışlar evreninin ona sunduğu tekno-kültür içinde deneyimlemiştir. Yaşam boyu süren eğitimlerini, gündelik yaşamlarında farklı amaçlara ulaşmanın başarısını, duygusal boşluklarını gidermenin ve iletişimde bulunduğu kişilere farklı iletişimsel teknikler kullanarak kendine yönelik izlenimleri yönetmenin hazzını, tekno-dünyanın etkileşimsel örüntüsünde bulmaktadır. Bu bağlamda, bir yandan bu yeni kültür içinde kimlikleri inşa olurken ve biçimlenirken diğer yandan da yeni kültürün üretilmesine girdi sağlamaktadırlar (Merkle ve Richardson, 2000: 187-193; Rheingold, 1993: 6; Castells, 2002: 214).

Bu çalışmada, iletişim teknolojilerinin yarattığı, yeni etkileşim alanlarına bağlı olarak yeniden yapılanan gençlik kültürü analitik olarak irdelenmektedir. Genç kuşaklarının bu kültür içinde yöndeşen iletişim araçlarını ve uzamlarını kullanım biçimleri, ayrıca kendilerini muhataplarına sunarken kullandıkları iletişimsel sunum taktiklerini hangi amaçla kullandıkları belirlenmeye çalışılmaktadır. Daha sonra; Gençlik kültürünün temsilcisi ve taşıyıcısı olarak görülen üniversite gençliği özelinde bir uygulama gerçekleştirilmektedir.

1- Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Gençlik Kültürü

Gençlerin topluma uyum ve toplumla bütünleşme sürecini belirleyen gençlik kültürü, kuşaklararası farklılaşmanın bir göstergesi olduğu kadar, içinde bulunulan çağın temel özelliklerini, sembol, gösterge ve değerlerinin ne olduğunu yansıtan bir ayna işlevi görmektedir.

Günümüzün 15-25 yaşları arasındaki dönemini oluşturan gençlik çağı, ergenlik çağı sonrasını ve yetişkinlik dönemi öncesini belirleyen bir kategori olarak ortaya çıkmaktadır. Zamanın çağcıl toplumları için gençlik kültürünün yerel, ulusal ve uluslararası (küresel) kültürün harmanlaşmasından oluşan bir "ara" kültür olduğu kabul edilmektedir (Önür, 2007: 195). Dolayısı ile gençlik, bir yandan günümüzün hakim paradigması olan tüketim kültürünün değer ve göstergeleri üzerinden kendi toplumunun kültürüne bağlanırken, diğer yandan da, yeni iletişim teknoloji ve ağları üzerinden küresel kültüre açılmakta, giderek kendi kültürel değerlerinden uzaklaşıp, değişerek, yeni anlam dizgeleri içinde, yeni kültürün melez bir üyesi olarak kendilerini inşa etmektedirler (Featherstone, 2005: 140-148).

Genç kuşak yeni iletişim teknolojinin ve uzamlarının içinde doğmuş ve onu deneyimlemiş, aileleri tarafından, ihtiyaç duydukları hemen hemen çoğu tüketim nesnesine eriştirilebilmiş ve ailelerin odağı konumuna yükselmiştir (Warschauer, 2008: 157 ve Önür, 2007: 159). Üstelik bu koşullara herhangi bir sosyal, ekonomik çaba ve emek sarf etmeden erişmişlerdir. Referans aldıkları kişiler, kendileri gibi tüketim toplumunun içinde yetişen ve iletişim ağları üzerinden tanıdık hale gelen batılı akranlarıdır ve lisans eğitimini almak, yeniliğin onlara sunduğu farklı mesleklere yönelik, statü edinmek istemektedirler.

Gençlerin içinde buldukları konumları gereği tekno-dünyaya yükledikleri sosyo-kültürel anlam oldukça merkezi konumdadır. Onların özgürlüğünü, farklılığını ve dünya görüşlerini sergileyebilecekleri yegane yer burasıdır. Ayrıca gerek aileleri ve gerekse eğitim kurumları tarafından tekno-dünyasız olunamayacağı, kültürel etkileşimin yegane alanının burası olduğu konusunda stereotipleştirilmişlerdir (Bauman, 1997: 36-41). Tüm gençlik,

kendilerini yeniliklere ulaştırabilecek alanın, teknoloji ile buluşmak ve teknolojinin okur yazarı olmak konusunda geniş bir katılım sergilemektedir.

Değişen ve genişleyen dünyalarının her köşesinden aldıkları medyatik yönlendirmelerle sorunlarının nitelikleri ve bunlara buldukları çözüm yöntemleri farklı ve geçici nitelik taşımaktadır (Paik, 2005: 212). Gün geçtikçe daha güçlü olabilmek ve statüsel imaj sergilemek için, daha moda olan ve en moda olan yüksek bütünlük teknolojileri talep etmekte ve ona yönelmektedirler.

Prensky'nin (2004: 15), öğrenciler üzerinde odaklandığı, "dijital yerliler ve dijital yabancıları" başlıklı çalışması son yıllarda oldukça ses getiren bir çalışma olmuştur. Prensky yeni kuşak kültürünü açıklamakta oldukça önemli ipuçları vermektedir. Prensky 80 öncesi doğan kuşağı "Dijital Göçmenler", 80'ler sonrası doğan kuşağı ise "Dijital Yerliler" olarak kategorilendirmektedir. Dijital yerlileri "net kuşağı" (öğrencileri) içinde doğan, teknoloji ile eğitilen ve gündelik yaşam pratiklerini teknoloji ile deneyimleyen kuşak olarak nitelendirilmekte ve bunların; bilgisayarların, internetin, cep telefonlarının, video oyunlarının, dijital dilini anadili olarak benimsediklerini ifade etmektedir. Dijital göçmenleri (anne, baba, hoca ve önceki kuşak) ise, teknolojiye uyum sağlamaya çalışan, ancak dijital yerliler kadar yoğun kullanamayan, gerçek dünyanın ona sunduğu verilerle teknoloji arasında git-geller yaşayan kuşak olarak tanımlanmaktadır. Çalışmasında iki kuşağında değerleri, tercihleri, beklentileri arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır.

Dijital yerliler; bilgiye hızlı erişen, metin yerine grafik kullanan, bilgiyi depolamaktan çok kullanıp atan, bilgisayar üzerinden farklı pencereler açarak aynı anda mesajlaşan, oyun oynayıp eğlenen, alışveriş yapan kuşaktır (Bilgiç, 2011: 1-17). Bunlar yaşam habitatlarındaki izlenimleri tıpkı bir scanner (tarayıcı) gibi tarayıp fotoğraflamakta, düşünme ve analitik kavramaya önem vermemektedir. Onlar için önemli olan, yaşam hızını ve hazzını yakalayabilmektir (Callinicos, 2011: 17).

Günümüz gençliğinin bir başka kültürel kodu, sergiledikleri eylemleri kadar girişimlerinin de onaylanması konusunda yüksek beklenti içinde olmalarıdır. Bireysel özelliklerini oluştururken küresel pazarın kendilerine sunduğu seçeneklere sorgulamadan yönelmektedirler. Medya yoluyla kurulan görselliğin etkisiyle, dışavurumları farklılığı yaratma yönündedir. Modern ve özgür birey göstergeleri içinde kendi kodlarını sergilemektedirler. Rossenau, (1998: 48) sanal ortamda, sanal kimliklerle sanal gerçekliğini kuran gençlerin, kişisel anlam arayışlarını bu alanda sürdürmeleri nedeniyle, planlanmamış, sıra dışı olanı doyusuya tadararak anlık arzuların peşinden sürüklendiğini belirtmektedir.

Kellner (2001: 199), kendi anlam arayışı içinde kendi gerçekliğini yaratan postmodern gençliğin benlik ve iradesel bütünlüğe erişemediği için eylemlerinden sorumlu olmadığını, giderek ailesel, dinsel, ulusal bağlılık ve değerleri önemsemediğini belirtmektedir.

Dunn (1998: 66), günümüzde medya reklamları ve mesaj bombardımanı altında kalan gençliğin, giderek özne konumundan çıkarak nesne konumuna sürükleniş sürecinin nasıl işlediğini belirtmektedir. Ona göre biçimlenmenin ilk aşamasında gençler tüketim kültürünün simge, sembol ve göstergelerinin yoğun etkisi altında kalmaktadır. İkinci aşamada görsel simge ve semboller talep etmekte, üçüncü aşamada imaj tüketicisine dönüşmektedir. İmaj tüketicisi olan birey tüm yanılsamaları da içine alan bir özgürleşme içine itilmiştir. Egzotik arzular, estetik beğeniler, doyumsal duygular gibi yaşamsal imgelerin tutsağı olmuştur (Featherstone, 2005: 39).

Gençler, sanal alemin iletişim ortamında sanal gruplarla etkileşime geçip, onların üyesi olmaktadır. Üyesi olduğu sanal gruplarla bir yandan aidiyet ve birleşme duygusunu yaşarken, diğer yandan da ayrışma, kırılma ve çatışmanın içine sürüklenebilmektedir. Artan yalnızlaşma duygusu ile postmodern kabileleşme ve cemaatleşme içine sürüklenen bireyler, reel toplumsal mekan ortamlarında toplumsal izolasyon içine girmekte, aidiyet bağları çözülerek bir tür yersizlik, yurtsuzluk içine sürüklenebilmektedir (Gurstein, 2000: 177).

Özetle bu çağın gençliği; Yeni teknolojilerin zaman ve uzam anlayışını yok etmesi ve sınırsız etkileşime ve açılıma imkan tanınması sonucunda çok katmanlı, devingen, özdüşünümsel, değişimin hızına açık, kaygan bir ontolojik özellik göstermektedir (Uluç, 2009: 54). Farklılığı, çeşitliliği, çoğulluluğu talep eden, dil ve söylemleri ile sürekli oluş halinde olan, çevreyi etkileyip kullandığı iletişimsel sunum teknikleri ile muhataplarını yönetebilen, bütünlüklü ve tutarlı olmaktan çok, çeşitli ve özne gruplarından konuşan, çelişkilere düşen özellikleri ile yeni bir ara kültür oluşturmaktadırlar (Smith, 1998: 46). Bu teknolojik akış içinde; kendi zevk, stil ve ilgi alanlarını yansıtan yeni bir kültür yaratmaktadırlar.

1.1 Gençliğin Sanal Alanı Kullanım Tercihleri

Gençler sanal ortamdan bireysel özellikleri, becerileri ve kültürel sermayeleri temelinde yararlanmaktadırlar (Gurstein, 2000: 177).

Yapılan araştırma sonuçlarının ortak noktası, bu yaş grubu gençlerin network ortamını en fazla bilgiye erişme, dersleri ile ilgili projeleri gerçekleştirme, çevrimiçi öğrenme gibi eğitimsel faaliyet için kullanmayı tercih ettiklerini göstermektedir. Özellikle örgün ve yaygın eğitim kurumlarında bu kuşağa empoze edilen yaşam boyu eğitim mottosunun gençler üzerinde ne kadar etkili olduğunu araştırma sonuçları ortaya çıkarmaktadır (Özkul, 2012: 1-5).

Gençlerin sanal mecrayı kullanım tercihinin ikinci sıralamasını gündelik yaşam pratiklerini gerçekleştirme oluşturmaktadır.

Gündelik yaşam, fenomenolojik olarak, bireyin sosyal ve kültürel yaşama atfettiği kanıksanmış bir dünya içindeki (Gardiner, 2000: 175), rutine işaret etmekte ve sayısız etkileşimler örüntüsünü içermektedir (Simmel, 2005: 219). Bourdieu, bireylerin deneyimlediği bu rutinleri onların pozisyonlarının ayırımına dayandırır (Swartz, 2011: 202). Açık bir anlatımla benzer pozisyonda olanların, toplumsal yakınlıklarının da benzer olduğunu bu edimlerin kendi içinde bir grubu temsil ettiğini ifade eder. Dolayısı ile genç kuşak aynı habitusa sahip bireyler kümesi olarak kendi yaşam biçimlerinin ilişkilerinin yeniden üretilmesini sağlayan kültürel pratiklerin de temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda sanal alan gençlere yeni aidiyet biçimlerini oluşturabileceği kendi topluluğunu kurmaya davet etmektedir. Gerçek yaşamdan izole olduğunu düşünen gençlik özgürce, hiyerarşilerin, önyargıların ortadan kalkıp, ötekilerin yaratılmadığı ortamda kendi grupları ile tartışmakta, yazışmakta, paylaşmakta ve sohbet (chat) edebilmektedir. Zaman zaman cinsiyetin bile gizlenebildiği ve süper-egonun baskısının hissedilmediği bu sanal ortamda gençler yalnızlık ve güvensizlik hissini görece hafifletebilmektedir (Rheingold, 1993: 140).

Gençlerin dijital alanı kullanım tercihlerinden bir diğeri de eğlencedir. Özellikle sanal alandaki video, müzik, oyun ortamları gençliğin tüketim nesnesi haline gelmiştir. Oyunlar, oyuncular üzerinden kontrolü kuran kurallar manzumesi üzerinden yürütülmektedir. Oyunun kuralları, izleği, yapısı kullanıcıya sınırlı sayıdaki opsiyonlar arasında seçme şansı vermekte ve gençler bu oyunları gerek ekranları ile gerekse tek başlarına oynayabilmekte, oyunun kurgusal dünyası ile kendi kurgu dünyasını bütünleştirebilmektedir.

Bunun dışında gençliğin maceraya atılıp, para kazanıp, alışveriş yaptığı yegane yerler yine dijital ortamlardır. Zaman sınırlamasının olmaması nedeniyle sanal kartlar üzerinden bu rutinleri yerine getirmek mümkündür. Günümüz koşullarında gençlik her türlü amaçlarının ve tercihlerinin karşılanmasında ve sorunlarının giderilmesinde bu araçlara giderek bağımlılık kazanmaktadır.

1.2 Gençlerin Sanal Alanda Kendini Sunarken Kullandıkları İletişimsel Taktikler

Sanal ortamdaki iletişim örüntüsü, gerçek yaşamdan farklı olarak metinler üzerinden kurulmakta ve anlamlandırılmaktadır. Farklı bir ifade ile, bireyin gerçek imajını sunarken kullandığı jest, mimik, ses tonu ve artifaklar yerini; sembol, simge ve göstergelerden oluşan dile bırakmaktadır. Gençler dil üzerinden ve dil aracılığı ile kendini sunmaktadır.

Kendini sunum; gençlerin, diğerleri ile iletişim kurarken kendisine ilişkin algı ve izlenimleri, bilinçli ya da bilinçsiz olarak kullandığı iletişimsel taktikler yoluyla yönetebilmesi ve muhatabında kendisi ile ilgili, istendik imajı yaratma edimi olarak tanımlanabilir. Sanal alanın simgesel evreninin akışkanlığı içinde gençler; sınırsız olarak kendini, sunum taktikleri kullanarak hangi rol elbiselerini giyip hangilerini çıkaracaklarına, kimleri nasıl yönetip yönlendireceklerine hangi senaryoyu yazıp nasıl oynayacaklarına karar vererek, karşısındakini etkileyip yönetip ve yönlendirme gücüne, gerçek yaşamda olduğundan daha kolay olarak erişebilmektedirler (Kellner, 2001: 147).

Jung (Stein, 2005: 1-14) başkaları ile iletişimin ve kendini sunumun temelinde, onlarla toplumsal bağ kurmaya ve sürdürmeye yarayan farklı sosyal maskelerin kullanıldığından söz etmektedir. Bu maskeleri bireyin kendisi ile ilgili izlenimleri yönetmede kullanılan iletişimsel taktikler olarak betimlemektedir. Bireyler kendi imgesinden farklı, olumlu imaj sergilemek istiyorlarsa “persona” buna karşın yüzleşmekten çekinme, gizlenme ya da hoşnut olmayan durumlar için “shadow” (gölge) maskeleri kullanarak karşısındakileri etkilemektedirler. Sanal kurgusal alan gençlerin sıkça kullandıkları “persona” ve “shadow” maskelerini bir yandan görünmez kılarken diğer yandan da uygulamayı daha kolay ve daha akışkan hale getirmektedir.

Kohut, sanal alan içinde gençlerin, dolaşıma soktuğu stratejik iletişim taktiklerinin kurgusal senaryolarla dolu olsa da gençlere sağlayacağı bazı sosyal-psikolojik yararlarından da söz edilebileceğini belirtmektedir. Kullandıkları bu iletişimsel taktikler gençlere; duygusal düzenleme yapabilme, geçici dürtüleri doyurabilme, egoyu onarma, yorumsamada derinlik kazanma, empati geliştirme, farkındalığı artırma, mevcut imajı ile ideal imajı arasındaki farkı kapatma, amacına ulaşmanın hazzını yaşama, diğerlerinin kendisi ile ilgili algı ve tutumlarını düzenleme yolu ile özsaygı ve özgüven kazanma gibi bazı yararlar ve ödüller elde edebilmesine katkı da sağlayabilmektedir (Kohut, 1986: 233; Bozmen ve Kaçmar, 1997: 30).

Araştırmacılar, iletişimsel sunum taktiklerini kendi içinde sınıflandırmışlardır.

Jones (1990), bu taktikleri *biçimlendirici* (kendini sevdirme, yıldırma, örnek olma, yardım isteme, niteliklerini övme) ve *biçimlendirme sonrası* (otorite, çekicilik, dürüstlük, prestij ve statü kazanma) taktikler olarak iki gruba ayırmaktadır.

Bolino ise taktik sınıflamasında *çevre odaklı* (övgü, görüş birliği, yardımcı olma, öğrenilmiş çaresizlik) ve *kendine odaklı* (örnek olma, niteliklerini tanıtmaya) ayırımını temel almıştır (Ünalı, 2005: 33).

Bir başka kategorileme Tedeschi ve Melburg’a ait olup taktikleri (Özdevecioğlu, 2008: 41), *saldırgan, savunmacı ve kendini tanıtmaya başlıkları altında gruplandırmıştır*.

Bu çalışmada; adı geçen araştırmacıların kendi içinde sınıfladıkları iletişimsel sunum taktiklerden yararlanılmakla birlikte, sanal ortamın özellikleri dikkate alınarak sunum taktikleri, *ideal imaj oluşturma, savunmaya yönelik ve oyun oynama* başlıkları altında toplanmaktadır.

İdeal İmaj Oluşturmak: Genç kuşağın sanal alanda kullandığı en önemli kendini sunum taktiklerinin başında, ideal imaj oluşturabilmek için en iyi ve istendik özelliklerini muhataplarına yansıtma gelmektedir (Luthans, 2001: 336). Goffman (Özdevecioğlu, 2008: 33-54), sosyal beğeni oluşturma ve sosyal onay almanın, bireyin temel gelişiminin ve sürekliliğinin ham maddesi olduğunu söyler. Bireyin öz imajı (kendisini nasıl gördüğü) ile, idealize ettiği imajı (kendisini nasıl görmek ve görünmek istediği) arasındaki farkın büyüklüğü ve küçüklüğü kendini sunumda etkilidir. Farkın büyüklüğü ego yıpratıcı bir durum yaratacağı için, birey egosunu onarmaya ve kendi iç tutarlılığını korumaya yönelmekte ve ideal özelliklerini yansıtma yolu ile hem çevredeki etki gücünü arttırmakta hemde çevresi ile yakınlaşma sağlayabilmektedir.

Sanal dünyanın çoklu ve hipermetinselli özgür doğası gençlere ideal imaj yaratmak için; çağrışım ve benzeşimlerden yararlanıp iletişimsel taktikleri uygulamasına fırsat yaratmaktadır. Sosyal ağlarda gençlerin kendisine odaklı (kendisini övmek, örnek kişi olarak sunmak, sevecen ve sempatik olmak, niteliklerini yüceltmek, kendisini güçlü göstermek) iletişimsel taktikleri kullanarak ideal imaj yaratması ve izlenimleri yönetmesi kolaylaşmaktadır (Ünalı, 2005).

Savunma Taktikleri: Gençlerin sanal alanda kullandığı bir diğer iletişimsel sunum taktiği de mevcut imajını tehlikelerden koruma ve onu savunma yönündedir. Ardalanında; yaşamdaki ertelenmişlik hor görülmüşlük ve yetersizliğe bağlı olarak yaşanan iç çatışmalar bulunmaktadır (Luthans, 2001: 327). Bu yolla korku, kaygı ve güvensizlik gibi duygular savunma mekanizmaları ile bastırılıp iletişimsel yoldan çevreye yansıtılmaktadır. Otomatikleşmiş ve alışkanlık yapmış tepkilerle gerçek çarpıtılmaktadır. Gençlerin muhatabına kullanabileceği engel koymak, gözdağı vermek, rol yapmak, masum görünmek ya da özür dilemek gibi taktikler bu gruptadır.

İmaj Oluşturmada Çevrenin Desteğini Alma Yada Oyun Oynama Taktikleri: Baumeister (1992: 28) kendini sunum ile ilgili yaptığı çalışmada, karşısından yardım isteme, destek ve onay bekleme, kendini savunma, onları hor görme gibi iletişimsel sunum taktikleri ile ilgili veriler elde etmiş bunu, karşısındakilerle oynama ritueli (playing audience) olarak değerlendirmiştir. Çoğu zaman gençler sanal alanda farklı rol elbiselerini deneyerek daha tiyatral bir imge yaratmaya yönelimli olmaktadır (Gümrükçü, 2006: 126).

Çevreden yardım isteyerek imaj oluşturmak çevreye bağımlı olma ya da yetersizlik olarak algılanabilse de, durumun neden kaynaklandığını analiz edebilmek için derinlemesine araştırma yapmak gerekmektedir.

Literatürler tarandığında; gençlerin sanal alanı kullanım amaçları ile ilgili oldukça fazla yabancı ve yerli araştırma yer almaktadır (Fetscherin, Latleman, 2007; Boellstorf, 2008; Nelson, 2008; Çakmak, 2010 ve diğerleri). Buna karşın gençlerin sanal alanda kullandığı iletişimsel sunum taktiklerini ele alan araştırma sayısı oldukça kısıtlıdır (Gümrükçü, 2006: 148).

Sanal alanda gençlerin kullandıkları iletişimsel sunum taktikleri ile ilgili araştırmamızın bu alanda daha sonra yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2- Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

Araştırma dijital kültür içinde doğmuş ve toplumsallaşma sürecini bu kültür içinde tamamlayan ve gündelik yaşamlarını dijital dille konuşan ve yine eğitimlerini yoğun olarak dijital teknolojilerle yürüten Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Amacı: Kavramsal bölümde belirtilen bilgiler ışığında araştırmanın temel amacını üniversite öğrencisi dijital yerlilerin, akademik amaçla zaten kullanmak zorunda oldukları dijital ortamı, gündelik yaşam pratikleri içinde hangi amaçla ve hangi biçimde kullandıkları, ayrıca kullanım sürecinde kendilerini sunarken hangi iletişimsel taktiklerden yararlandıklarına cevap aranmaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri:

H1: Üniversite öğrencilerinin *cinsiyet ayrımı* dikkate alındığında, sosyal medyayı kullanım amaçları farklılaşmaktadır.

H0: Öğrencilerin *cinsiyet ayrımı* dikkate alındığında, sosyal medyayı kullanım amaçları farklılaşmamaktadır.

H2: Öğrencilerin *cinsiyet, ikamet ettikleri coğrafi alan ve yaş dağılımları* dikkate alındığında sosyal medyada kendini sunarken kullandıkları iletişimsel taktikler farklılaşmaktadır.

H02: Öğrencilerin *cinsiyet, ikamet ettikleri coğrafi alan ve yaş dağılımları* dikkate alındığında sosyal medyada kendini sunarken kullandıkları iletişimsel taktikler farklılaşmamaktadır olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Yöntemi: Araştırma; betimsel ve çıkarımsal özellik taşımaktadır.

Araştırmanın Evreni: Araştırma evreni, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören (Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo-TV) 1872 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklemi ise; tüm bölüm ve sınıflardan denge gözetilerek, tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak seçilen, 300 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada; çoktan seçmeli ve evet hayır yanıtına bağlı olarak hazırlanan görüşme formundan yararlanılmıştır. Alınan yanıtlar incelendiğinde hatalı yanıtla bağlı olarak 16 kişi elemine edilmiştir. Araştırma Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri ile sınırlandırılmıştır.

Verilerin Toplanması ve Kullanılan İstatistiksel Testler

284 öğrenciden elde edilen veriler, istatistiksel olarak SPSS 16.0 programında değerlendirilmiştir. Veriler genel bulgulara ilişkin (42 soru), sosyal medyayı gündelik yaşam pratiklerine yönelik kullanım için (16) soruyu ve kendini sunumda kullanılan iletişimsel taktiklere ilişkin (15) soruyu içermekte ve değerlendirmeler belirtilen üç başlık altında toplanmaktadır.

Genel değerlendirmede frekans ve yüzdellik testinden H₁ hipotezinin değerlendirilmesinde nonparametrik Pearson Chi-Square testinden yararlanılmış ayrıca sonuçlar Fisher's Exact Testle doğrulanmıştır. H₂ Hipotezi için sırası ile, güvenilirlik testi, frekans dağılımı, Nonparametrik Kendalls korelasyon testi, açıklayıcı Faktör Analizi yapılmış ve alt kategoriler için, N Par Mann Whitney - U testi, N Par Kruskal Wallis H testi (Wilcoxon Testi) kullanılmış, sonuçları onaylayabilmek için ayrıca Cluster Mroximity testinden de yararlanılmıştır.

1.Bölüm: Genel Bulgular

Araştırma bulgularının ilk bölümü öğrencilerin demografik özelliği ile ilgilidir.

Cinsiyete ilişkin bulgular; Araştırmaya katılan 284 kişinin % 53,9'unu kız, % 46,1'ini erkek öğrenciler oluşturmaktadır.

İkamet ettikleri coğrafi alan; 284 öğrencinin % 62,3'ü illerde, % 31,3'ü ilçelerde, % 6,3'ü kırsal kesimde yaşamaktadır.

Yaş dağılımları; öğrencilerin % 14,8'i 17-20 yaşları; % 79,9'u 20-25 yaşları; % 5,3'ü ise 25 yaş ve üstünde dağılım göstermektedir.

Sosyal ağ kullanımı; öğrencilerin % 96,8'i sosyal ağları kullandıklarını, % 3,2'si kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Sosyal ağlara ayrılan zaman dilimi; 1-3 saat ayıran % 48,6, 3-5 saat zaman dilimi ayıranlar % 22,5, 5 saat ve üstü % 7,4, 0-1 saat % 21,5'tir. Sosyal ağları 1-5 saat dilimi içinde kullananların oranı oldukça yoğun olup % 71,1 teşkil etmektedir.

2.Bölüm: H₁ Hipotezi ve Değerlendirilmesi

H₁ hipotezine ilişkin alt sorular: Bilgi edinmek; Bir konuyu araştırmak; Haber edinmek; Chat yapmak; Eğlenceli vakit geçirmek; Yeni arkadaş bulmak; Düşüncelerini diğer kişilerle paylaşmak; Sosyal medya içeriklerine yorum yazmak; İlişkileri kontrol etmek; Duygusal boşluğu gidermek; Gerçek yaşamda onlarla ilişki kurmak; Kendine ait resim ve videoları paylaşmak; Müzik dinlemek; Oyun oynamak; Eş bulmak; Romantik ilişkiler amacıyla yazışmak olarak belirlenmiştir.

Bağımsız değişkenin cinsiyet ayrımı ve bağımlı değişkenin sosyal medyayı kullanım amacı olduğu bu hipotezin değerlendirilmesinde elde edilen veriler nonparametrik, Pearson Chi-Square testine tabi tutulmuştur. Bulgular aşağıda değerlendirilmektedir.

Kız öğrencilerin % 98,4'ü, erkek öğrencilerin % 96,9'u bilgi edinmek için,

Kız öğrencilerin % 88,0'ı, erkek öğrencilerin % 82,3'ü bir konuyu araştırırken,

Kız öğrencilerin % 96,7'si, erkek öğrencilerin % 95,4'ü enformasyon edinmek için,

Kız öğrencilerin % 77,6'sı, erkek öğrencilerin % 84,6'sı düşüncelerini diğer kişilerle paylaşmak için,

Kız öğrencilerin % 46,3'ü, erkek öğrencilerin % 41,3'ü sosyal medya içeriklerine yorum yazmak için,

Kız öğrencilerin % 13,5'i, erkek öğrencilerin % 21,5'i ilişkileri kontrol etmek için,

Kız öğrencilerin % 25,3'ü, erkek öğrencilerin % 32,3'ü duygusal boşluğunu gidermek için,

Kız öğrencilerin % 69,5'i, erkek öğrencilerin % 76,9'u chat yapmak için,

Kız öğrencilerin % 79,6'sı, erkek öğrencilerin % 78,5'i eğlenceli vakit geçirmek için,

Kız öğrencilerin % 86,2'si, erkek öğrencilerin % 86,8'i müzik dinlemek için,

Kız öğrencilerin % 45,7'si, erkek öğrencilerin % 56,2'si oyun oynamak için,

Kız öğrencilerin % 5,3'ü, erkek öğrencilerin % 2,1'i eş bulmak için;

Sosyal medyayı kullandıklarını belirtmiş ancak gözlenen ve beklenen değerler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. *Bu nedenle Ho hipotezi yukarıda belirtilen maddeler için kabul edilmiştir.* Farklı bir anlatımla cinsiyet farklılığı değişkeni dikkate alındığında, sosyal medyayı kullanım amaçları bu değişkenler için farklılık göstermemektedir.

Buna karşın aşağıdaki Tablo (1) gözlemlendiğinde;

Sosyal medyayı; Kız öğrencilerin % 15,9'u, erkek öğrencilerin % 60,0'ı romantik ilişki amacıyla kullandıklarını,

Kız öğrencilerin % 21,2'sinin, erkek öğrencilerin % 33,8'inin yeni arkadaş edinmek için,

Kız öğrencilerin % 82,6'sını, erkek öğrencilerin % 98,3'ünün gerçek yaşamda da diğerleri ile ilişki kurduğu,

Kız öğrencilerin % 83,6'sının, erkek öğrencilerin ise % 73,1'inin kendisine ait resim ve videolarının başkaları ile paylaştığını belirttikleri gözlemlenmektedir.

Cinsiyet farklılığına göre, yukarıda belirtilen değişkenler için sosyal medyanın kullanım amaçlarının istatistiksel olarak anlamlı farklılaşma gösterdiği anlaşılmaktadır. İlk üç amaç için erkek öğrencilerin kızlardan daha fazla, son amaç için ise kızların erkeklerden daha fazla sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir. *Bu nedenle H1 hipotezi istatistiksel veriler dikkate alındığında sadece belirtilen dört amaç için kabul edilmiştir.*

Tablo 1: Cinsiyete Göre Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları

Amaçlar		KIZLAR				ERKEKLER				EVET N ve %	HAYIR N ve %	Chi-Square Anlamlılık Düzeyi
		EVET		HAYIR		EVET		HAYIR				
		N	%	N	%	N	%	N	%			
Romantik İlişkilerde Kullanım			15,9		84,1		60,0		42,3			x ² = 5,963 p= 0,011
	Toplam	24	8,6	127	45,4	36	12,9	93	33,2	21,4	78,6	
Yeni Bir Arkadaş			21,2		78,8		33,8		66,2			x ² = 5,699

Bulmak İçin	Toplam	32	11,4	119	42,3	44	15,7	86	30,6	27,0	73,0	p= 0,012
Gerçek Yaşamda İlişki Kurmak			82,6		17,4		98,3		31,7	211	68	x ² = 8,315
	Toplam	123	44,1	26	9,3	88	31,5	42	15,1	75,6	24,4	p= 0,003
Kendine Ait Resim Ve Video Paylaşmak			83,6		16,4		73,1		21,3	222	60	x ² = 4,591
	Toplam	127	45,0	25	8,9	95	33,7	35	21,3	78,7	21,3	p= 0,023

Bu durum bize; Dijital yerli olan öğrencilerin sosyal medyada amaçlarını gerçekleştirmek için sık kullanıldığını gösterse de, toplumsallaşma sürecindeki birincil ve ikincil çevreden kazandıkları geleneksel değerlerin kız öğrenciler üzerindeki etkisinin hala önemli olduğunu göstermektedir. Buna karşın kız öğrenciler, resim ve videoları üzerinden erkeklere nazaran daha fazla iletişim kurmayı yeğlemektedirler.

3.Bölüm: Öğrencilerin Kendini Sunarken Kullandıkları İletişimsel Taktikler

Öğrencilerin kendini sunarken kullandıkları taktikler H2 hipotezinde belirtilmektedir.

H2 Hipotezi kurulurken; Bağımsız değişken olarak *cinsiyet farklılığı, yaşadığı coğrafi alan ve yaş dağılımı farklılığı temel alınmış, bağımlı değişken sosyal medyada kullanılan iletişimsel taktikler olarak belirlenmiştir*. Taktikler 15 maddeden oluşmaktadır. Kendimi örnek bir kişi olarak gösteririm; Kendimi sevecen ve sempatik sunarım; Niteliklerimi yüceltirim; Kendimi güçlü gösteririm; Engel koyarım; Gözdağı veririm; Rol yaparım; Olduğumdan masum görünürüm; Eleştirileri çürütürüm; Özür dilerim; Onlarla olmasam da aynı görüşte olduğumu vurgularım; Alçakgönüllü davranırım; Karşımdakinden destek ve onay beklerim; Karşımdakinden yardım isterim; Kendimi savunurum).

3.1. Öğrencilerin Kendini Sunumda Kullandıkları İletişimsel Taktiklere İlişkin Genel Dağılım

İletişimsel taktiklerle ilgili öğrencilerin genel olarak verdiği yanıtların; Niteliklerimi yüceltirim % 69,4; Kendimi savunurum % 78,9; Kendimi örnek bir kişi olarak sunarım % 53,9; Kendimi sevecen ve sempatik sunarım % 51,4; Karşımdakinden yardım isterim % 51,8; Karşımdakinden destek ve onay beklerim % 50,7; Alçakgönüllü davranırım % 72,1; Kendimi güçlü gösteririm %55,9; Onlarla olmasam da aynı görüşte olduğumu vurgularım % 73,2; Özür dilerim % 51,4; Engel koyarım % 51,8; Eleştirileri çürütürüm % 57,1; Gözdağı veririm % 25,6; Olduğumdan masum görünürüm % 21,3; Rol yaparım % 21,6 olduğu belirlenmiştir.

Bulgular gözlemlendiğinde; Öğrencilerin sanal alanda iletişim kurarken farklı taktikleri kullanmayı tercih ettiklerini göstermektedir. Gene bulgular, çoğu taktik kullanımının % 50'lerin üzerinde olduğunu gösterirken buna karşın; Rol yapma, karşımdakine gözdağı verme, kendini olduğundan masum gösterme taktiklerinin öğrencilerce az kullanıldığını göstermektedir. Bu durum, üniversite öğrencilerinin sanal alemde daha gerçekçi kimlik sunumlarını tercih edip tiyatral taktiklere fazla yönelmediklerini de bir göstergesi olarak algılanabilmektedir.

3.2. Kullanılan İletişimsel Taktiklerin Gruplanması

Öğrencilerin kendilerini sunumda kullandıkları (15 maddelik) iletişimsel taktiklerin yorumunu kolaylaştırmak için bulgular Faktör Analizine tabi tutulmuştur. Açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo-2 ve Tablo-3'te gösterilmektedir.

Tablo 2: Grupların Varyans Yüzdeleri

Gruplar	Toplam	Variance %	Toplam %
1	6,105	40,699	40,699
2	1,382	9,216	49,914
3	1,250	8,335	58,249

1.Faktör varyansı: Tüm faktörlerin; % 40,699'unu

2.Faktör varyansı: Tüm faktörlerin; % 9,216'sını

3.Faktör varyansı: Tüm faktörlerin; % 8,335'ini

Tüm faktörlerin açıkladığı varyans; % 58,249 oluşturmaktadır.

Güvenirlilik testi sonucunda toplam Cronbah Alpha = ,892 olarak bulunmuştur. Böylece araştırmanın güvenilir olduğu saptanmıştır. Ayrıca madde bazında faktör cetvelinde gösterilmektedir.

Tablo 3: İletişimsel Taktiklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

	Faktör 1		Faktör 2		Faktör 3	
Kendisini örnek kişi olarak göstermek (Dürüst, ahlaklı, değerlere bağlı)	,745	,884				
Kendisini sevecen ve sempatik sunmak	,734	,883				
Niteliklerini yüceltmek	,673	,881				
Kendisini güçlü göstermek	,646	,883				
Engel koymak			,738	,890		
Gözdağı vermek			,667	,882		
Rol yapmak			,654	,882		
Olduğundan masum görünmek			,605	,881		
Eleştirileri çürütmek			,597	,888		
Özür Dilemek			,563	,884		
Onlarla olmasa da aynı görüşte olduğunu vurgulamak			,547	,883		
Alçakgönüllü davranmak					,746	,891
Karşısındakinden destek ve onay beklemek					,650	,884
Karşısındakinden yardım istemek					,630	,885
Kendini savunmak					,501	,890

*Rotated Component Matriks Analysis

*Rotation Method : Varimax With Kaiser Normalization

*Madde bazında Güvenirlilik Katsayıları

Tablo'dan da izleneceği üzere;

"Faktör 1" dört maddeyi içermektedir (Kendini örnek kişi olarak göstermek, sevecen ve sempatik davranmak, niteliklerini yüceltmek, kendini güçlü göstermek) % 40,66 varyans ağırlığını oluşturan bu maddeler öğrencilerin *İdeal İmaj Yaratmak* için kullandıkları tekniklerdir. En belirgin madde faktör ağırlığı , 745 olan "kendisini örnek kişi olarak sunmak" olduğu dikkat çekmektedir.

"Faktör 2" yedi maddeyi içermektedir; Tabloya bakıldığında varyans yüzdesi % 9,216 ile ikinci sırayı alan bu maddeler öğrencilerin kendi imajını koruyabilmek için geliştirdikleri *savunma mekanizmalarına* ilişkin taktiklerdir. Faktör ağırlığı, 738 ile en çok kullanılan savunma mekanizması taktiği ise "engel koymak"tır.

"Faktör 3" dört maddeyi içermektedir. Varyans yüzdesi 8,33'le en az kullanılan taktikler grubudur. Öğrencilerin kendi imajını oluşturabilmesi için çevreden yardım talep etmesidir. Bu nedenle olgusal olarak *Çevre ile işbirliği içinde imaj oluşturmak* ya da "*Çevreyle oyun oynamak*" başlığı altında değerlendirilebilir. Faktör ağırlığı ,746 ile bu gruba giren taktikler arasında en fazla kullanılanı alçak gönüllü davranarak karşısındakinden yardım talep etme taktiği yer almaktadır.

3.3. Cinsiyet Farklılığı Temelinde Kendini Sunumda Kullanılan İletişimsel Taktikler

Cinsiyet ayırımına bağlı olarak, sosyal medyada öğrencilerin kendini sunumlarında (İdeal imaj oluşturma, savunma mekanizması geliştirme ve imaj oluşturmada çevreyle işbirliği içinde olmak) kullandıkları iletişimsel tekniklerin farklılaşıp farklılaşmadığı konusundaki alt hipoteze ilişkin bulgular Tablo 4'te gözlemlenmektedir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Kullanılan İletişimsel Taktik İlişkisi

Faktörler	Cinsiyet	N	%	Mean Rank
Faktör 1 İdeal imaj yaratmak	Kız	152	53,9	146,64
	Erkek	130	46,1	135,49
	Toplam	282	100	
Faktör 2 Savunma mekanizması ile imaj korumak	Kız	152	53,9	153,02
	Erkek	130	46,1	128,03
	Toplam	282	100	
Faktör 3 Çevre ile işbirliği içinde imaj oluşturmak	Kız	152	53,9	150,60
	Erkek	130	46,1	130,87
	Toplam	282	100	

Nonparametrik Mann Whitney-U Test

Sonuç

	Faktör 1 İdeal imaj yaratmak	Faktör 2 Savunma mekanizması ile imaj korumak	Faktör 3 Çevre ile işbirliği içinde imaj oluşturmak
Mann Whitney-U	9098.500	8128.500	8497.500
Wilcoxon-W	17613.500	16643.500	17012.500
Z	-1,182	-2,604	-2,094
Asymp.Sig (2 tailed)	,237	,009	,036

Öğrencilerin cinsiyet farklılığına bağlı olarak sosyal medyada kullandıkları iletişimsel taktiklerle ilgili Faktör 1, 2, 3 ilişkisi karşılaştırıldığında;

Kız ve erkek öğrenciler arasında, ideal imaj yaratma (Faktör 1) konusunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma yoktur. *H02 Hipotezi kabul edilmiştir.*

Kız ve erkek öğrenciler arasında, (Faktör 2) imajlarını korumak için savunma mekanizmasına ait teknikleri kullananlar arasında ($p=0,009$), anlamlı bir farklılaşma vardır. Farklı bir anlatımla kız öğrenciler (153.02), erkek öğrencilerden (128.03) daha fazla savunma mekanizması kullanmaktadırlar. *H2 Hipotezi kabul edilmiştir.*

Kız ve erkek öğrenciler arasında, (Faktör 3) çevre ile işbirliği içerisinde, imaj oluşturmaya yönelik iletişimsel taktik kullanımı arasında ($p=0,36$) anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir. Kızlar erkeklerden daha fazla (150.60) kendini çevreye bağımlı hissetmektedir. *H2 Hipotezi kabul edilmiştir.* Ya da çevredeki muhatapları ile oyun oynamaktadır.

Genel olarak bakıldığında; Hem kız hem erkek öğrencilerin ideal imaj yaratma konusunda kullandıkları iletişimsel taktikler arasında bir farklılaşma olmadığı buna karşın kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla savunma mekanizma taktiklerine ve çevreden yardım isteme talebine açık oldukları ifade edilebilir. Bu durumun toplumun cinsiyetçi yönelimlere yüklediği değerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Kızların üniversite öğrencisi olmalarına karşın sanal alemde bile otonom olamayıp, çevreye bağımlılıklarının devam ettiğinin de bir göstergesi olarak yorumlanabileceği gibi onların rol yeteneklerine de bağlı olduğu sanısını uyandırmakla birlikte sonuçlar hayli düşündürücüdür.

3.4. Yaş Dağılımı Farklılığı Temelinde Kendini Sunumda Kullanılan İletişimsel Taktikler

Yaş dağılım skalası ile; İdeal imaj oluşturmak, savunma mekanizması geliştirmek ve çevrenin yardımı ile imaj oluşturmaya ilişkin geliştirilen alt hipoteze ilişkin bulgular Tablo 5'te izlenmektedir.

Tablo 5: Yaş Dağılımına Göre Kullanılan İletişimsel Taktikler

Faktörler	Yaş Dağılımı	N	%	Mean Rank
Faktör 1 İdeal imaj oluşturmak	17-20	42	14,8	113,85
	20-25	225	79,9	146,41
	25 üstü	14	4,9	135,57
	Toplam	281	100	
Faktör 2	17-20	42	14,8	105,73

Savunma mekanizması ile imaj korumak	20-25	225	79,9	149,30
	25 üstü	14	4,9	113,50
	Toplam	281	100	
Faktör 3 Çevre ile işbirliği içinde imaj oluşturmak	17-20	42	14,8	122,20
	20-25	225	79,9	144,43
	25 üstü	14	4,9	142,29
	Toplam	281	100	

Nonparametrik Kruskal-Wallis-H

Sonuç

	Faktör 1 İdeal imaj oluşturmak	Faktör 2 Savunma mekanizması geliştirmek	Faktör 3 Çevrenin yardımı ile imaj oluşturmak
Chi-Square	6,131	12,219	2,883
dF	2	2	2
Asymp.Sig (2 tailed)	p=0,047	p=0,002	p=0,243

Yaş dağılımları ile kullanılan iletişimsel taktikler arasındaki ilişki analiz edildiğinde;

Yaş dağılımları ile ideal imaj oluşturmak için kullanılan iletişimsel taktikler arasında (p=0,047) az da olsa, istatistiksel anlamda bir farklılaşma vardır.20-25 yaş grubu arası 25 yaş ve üstüne, ikinci olarak 17-20 yaş grubuna oranla imajlarını idealize etmeye daha çok eğilimlidirler. *H2 Hipotezi kabul edilmiştir.*

Yaş dağılımları ile öğrencilerin kullandıkları savunma mekanizmasına yönelik olarak kullanılan taktikler arasında (p=0.002) anlamlı bir farklılık vardır. Burada da 20-25 yaş grubundaki öğrenciler (149.30) gruplarına oranla daha fazla savunma mekanizmasına yönelik taktikleri kullanmaya eğilimlidirler. *H2 Hipotezi kabul edilmiştir.*

Yaş dağılımları ile, çevrenin katkısı ile oluşturulan imaja yönelik kullanılan iletişimsel taktikler arasında anlamlı bir farklılaşma gözlemlenmemiştir. *H02 Hipotezi kabul edilmiştir.*

Genel olarak; üniversite öğrencilerinin 20-25 yaş grubu arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu yaş grubu ikinci sosyalizasyon sürecini yaşayan ve birinci sosyalizasyon grubu ile göbek bağlarını kesen en aktif kişilerdir. Farklı alt grupların üyesi olmaya yönelimleri fazladır. Bu nedenle kimliklerini idealize etmeye ve çevreden gelecek ve kimliklerini olumsuz etkileyecek uyarılara tepki gösterip savunma mekanizması oluşturmaya yönelik iletişimsel taktikleri kullanmaya diğer yaş gruplarına göre daha yönelimli olmaktadır.

3.5. Yaşanılan Coğrafi Alan Farklılığı Temelinde Kendini Sunumda Kullanılan İletişimsel Taktikler

Yaşanılan coğrafi bölgeler ile, ideal imaj oluşturma, savunma mekanizması geliştirme ve çevrenin yardımı ile imaj oluşturmaya ilişkin geliştirilen alt hipoteze ilişkin bulgular Tablo 6'da izlenmektedir.

Tablo 6: Yaşanılan Coğrafi Alana Göre Kullanılan İletişimsel Taktikler

Faktörler	Yaşanılan Yer	N	%	Mean Rank
Faktör 1 İdeal imaj oluşturmak	İl	175	63.2	144.98
	İlçe	89	31.8	133.76
	Kırsal Kesim	14	5.0	107.54
	Toplam	278		
Faktör 2 Savunma mekanizması geliştirmek	İl	175	63.2	150.13
	İlçe	89	31.8	121.01
	Kırsal Kesim	14	5.0	124.21
	Toplam	278		
Faktör 3 Çevrenin yardımı ile imaj	İl	175	63.2	142.90
	İlçe	89	31.8	131.96

oluşturmak	Kırsal Kesim	14	5.0	144.96
	Toplam	278		

Nonparametrik Kruskal-Wallis-H

Sonuç

	Faktör 1 İdeal imaj oluşturmak	Faktör 2 Savunma mekanizması geliştirmek	Faktör 3 Çevrenin yardımı ile imaj oluşturmak
Chi-Square	3.710	8.528	1.240
df	2	2	2
Asymp.Sig (2 tailed)	p=0,156	p=0,014	p=0,538

Öğrencilerin yaşamlarını sürdürdükleri coğrafi alanlar ile, sanal ortamda kullandıkları iletişimsel taktikler arasındaki ilişki irdelendiğinde; Farklı coğrafi alanda yaşayan öğrenciler ile, ideal imaj oluşturmak (Faktör 1) ve çevreden yardım talep ederek imaj oluşturmak (Faktör 3) için sanal alanda kullanılan iletişimsel taktikler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır. Bu değişkenler için *H02 Hipotezi kabul edilmiştir*.

İllerde yaşamını geçiren öğrencilerin ilçe ve kırsal kesimde yaşayan öğrencilere göre sanal alanda da olsa daha fazla savunma mekanizmasına yönelik taktikleri kullanma eğiliminde oldukları ($p=0.014$) izlenmektedir. *H2 Hipotezi kabul edilmiştir*.

Genel olarak bu durum illerin kişilere sunduğu yaşam dinamiklerinden kaynaklanmaktadır. Farklı bir anlatımla; İller daha kozmopolit, kaotik ve mobilitesi yoğun yerler olarak, ikincil ilişkilerin ve güvensizliğin daha yoğun yaşandığı ortamlardır. Bu durum öğrencileri; kendi imgesini koruyabilmek için daha fazla savunma mekanizmasına yönelik iletişimsel taktikleri kullanmaya yönelttiği düşüncesini çağrıştırmaktadır.

Sonuçlar

Dijital yerliler olarak adlandırılan genç kuşaklar, dijital kültür içinde toplumsallaşmakta, kimliklerini oluşturmada, eğitimlerinde ve gündelik yaşamlarında dijital araçlarla her türlü gereksinimlerini giderip sorunlarını çözmektedirler. Kullandıkları dijital diller ve tekniklerle, bir yandan gündelik yaşamlarındaki amaçlarını gerçekleştirirken, diğer yandan da kendine yönelik izlenimleri yönetmektedirler.

Kavramsal kısımda, üzerinde yoğun olarak durulan bu konu ile ilgili olarak yapılan araştırma sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Öğrencilerin neredeyse tamamına yakını sosyal ağları bir gün içinde 1-5 saat kullandıklarını belirtmişlerdir.

Cinsiyet ayırımına bağlı olarak gençlerin sosyal medyayı kullanım amaçlarının farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular; Bilgi edinmek, bir konuyu araştırmak, enformasyon edinmek, düşüncelerini diğerleri ile paylaşmak, yorum yazmak, ilişkileri kontrol etmek, duygusal boşluk gidermek, chat yapmak, eğlenmek, oyun oynamak ve müzik dinlemek ile ilgili alanlarda, bir farklılaşmanın olmadığı yönündedir. Aşağıda belirtilen değişkenler için ise cinsiyet ayırımına bağlı olarak anlamlı farklılaşma olduğu gözlenmiştir.

Romantik ilişkilerde sosyal medyayı, erkek öğrencilerin kızlardan daha fazla,

Yeni arkadaş edinmede ve gerçek yaşamda sosyal medyada tanıştığı kişilerle yüz yüze ilişki kurmada, erkeklerin kız öğrencilerden daha fazla,

Buna karşın; Kendine ilişkin resim ve video paylaşma konusunda, kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla, amaçlarını gerçekleştirmek için sosyal medyayı kullandıkları saptanmıştır.

Öğrencilerin cinsiyet ayırımı, yaşadığı coğrafi alan farklılığı ve yaş dağılımları dikkate alındığında; Kendilerini sunumda kullandıkları iletişimsel taktiklerin farklılaşmış farklılaşmadığına dair araştırma bulguları;

20-25 yaş arasındaki gençlerin diğer yaş gruplarına göre sosyal medyada kendilerini sunarken, daha çok ideal imaj oluşturmak eğiliminde olduklarını,

İllerde yaşayan, 20-25 yaş grubunda olan kız öğrencilerin, mevcut imajını koruyabilmek için, savunma mekanizmasına yönelik iletişimsel taktikleri kullandıklarını,

Kız öğrencilerin kendi imajlarını oluştururken çevreden daha fazla beklenti içerisinde olup çevrenin yardımını talep etme taktiklerine başvurduğunu belirlemiştir. Bu durum oyun oynama olarak değerlendirilmektedir (Baumeister 1992: 236). Olaya bu bağlamda bakıldığında kızların oldukça fazla tiyatral niteliklerini sergilediği ifade edilebilirse de bu konunun nereden kaynaklandığını belirleyecek daha derinlikli araştırmalara gereksinim duyulduğu ortadadır.

Özetle; dijital kültürün dijital yerlileri olan İletişim Fakültesi öğrencilerinin, bu kültürün özelliklerini sembolize etmekle birlikte özellikle kız öğrencilerde geleneksel kültürün etkilerinin sanal ortamda da devam ettiği ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- BAUMAN, Zygmunt (1997). *Küreselleşme Toplumsalın Sonuçları*. Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMEISTER, Raf (1992). "A Self Presentation View of Social Phenomena". *Psychological Bulletin*. 91 (1) 3-26.
- BİLGİÇ, Gökçe ve Duygu Duman (2011). "Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri". *Malatya Akademi Bilişim 2-4 Şubat 2011*.
- BOLINO, Mark C. (1999). "Citizenship and Impression Management". *Academy of Management Review* 24 (1): 112-128.
- BOZMEN, Dennis ve K.Michale Kaçmar (1997). "A Cybernetic Model of Impression Management". *Organizational Behavior*. 69 (1).
- CALLINICOS, Alex (2011). *Postmodernizme Hayır*. Çev. Şebnem Pala, Ankara: Ayraç Yayınları.
- CASTELLS, Manuel (2002). "Gerçek Sanallık Kültürü". *Coğito Dergisi* (30).
- DUNN, Robert (1998). *Identity Crises. A Social Critique of Postmodernity*. London: Minepolis Press.
- E.,C. (2010). *Lifelong Learning Programme General Call For Proposals. 2011-2013 Strategic Priorities*.<http://ec.europa.eu/education/Lifelonglearning.programme/doc78en.htm> (25.12.2012).
- FEATHERSTONE, Mike (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- GARDINER, Michael E. (2000). *Critiques of Everyday Life*. London: NY Routledge Pub.
- GOFFMAN, Erving, (1960). *The Presentation of Self in Everyday Life*. N.Y.: Garden City Pub.
- GURSTEIN, Mark (2000). *Community Informatics Enabling Communities with Information and Communication Technologies*.<http://site.ebrary.com/lib/ege/Doc?id=10001/9264&pp> (20.12.2012).
- GÜMRÜKÇÜ, Nilhan (2006). *Sanal Topluluklarda İzlenim Yönetme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi S.B.E.
- JONES, Edward (1990). *Interpersonal Perception* N.Y.: W.H.Freeman Com.
- KELLNER, Douglas (2001). *Identity and Politics Between the Modernism and Postmodernism*. London: Rou Hedge.
- KOHUT, H.Walf (1986). *The Disorders of The Self and Their Treatment*. N.Y.: Un.Press.
- LUTHANS, Fred (2001). *Organizational Behavior*. Scott, Lenview: Pub.
- MERKLE, Erich ve Richardson Rhonda (2000). *Digital Dating and Virtual Relating: Conceptualizing Computer Mediated Romantic Relationships*. USA, Minneapolis: Pub.
- ÖNÜR, Nimet (2007). "Dijital Bölünme ve Gençlik: Bilgi Toplumunun Sınırlarında Erişilen Toplumsallık". *İzmir Sosyoloji Dergisi* (17). 190-207.
- ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut ve Erdem Sinem (2008). *İzlenim Yönetimi Davranışı*. Ankara: İlke Yayınları.
- ÖZKUL, Ekrem (2012). "Sürekli Eğitim Stratejisi Olarak e-öğrenme". *1.Ulusal Sürekli Eğitim Kongresi. Aydın 19-21 Nisan 2012*.
- PAIK, Sam (2005). *Youth and Information Technologies*. <http://www.i4donline.net/nov05/youth.asp> (31.01.2013).
- PECK, Bryan (1996). "European Lifelong Learning Initiatives". *Phi Delta Kappan* Vol.77 No: 9.
- PRENSKY, Mark (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants Do They Really Think Differently*.<http://d.scribd.com/docs/25ffw2guramobinj3vt.pdf> (12.11.2012).
- RHEINGOLD, Howard (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. USA: A.William Patrick Books.
- ROSSENAU, P. Marie (1998). *Postmodernizm ve Toplumbilimleri*. Çev. Tuncay Birkan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- SIMMEL, George. (2005). *Modern Kültürde Çatışma*. Çev. Bora Tanıl, N.Kalaycı ve Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.
- SOTTEK, T.C. (2012). *Study: Dijital Natives Switch Devices and Platforms Every Two Minutes*.<http://www.theverge.com/2012/4/9/2935966/time.digital-native-media-study> (25.12.2012).
- STEIN, Murray (2005). "Individuation". *Journal of Jungian Theory*. Vol.7 No: 2
- SWARTZ, David (2011). *Kültür ve İktidar, Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi*. Çev. Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.

ULUÇ, Güliz (2009). *Medya ve Oryantalizm*, İstanbul: Anahtar Yayınları.

ÜNALDI, Serdar (2005). *Emniyet Örgütü Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara: Ankara Üniversitesi E.B.E.

WARSCHAUER, Mark (2008). *A Literacy Approach to the Digital Divide*. Spain: Malaga.