



akademia

İNTERNET ARAŞTIRMALARINDA YÖNTEM SORUNU

Özet

İnternetin geniş kitlelerce kullanılmaya başladığı 2000'li yıllardan itibaren, internet çalışmalarındaki yöntem sorunu araştırmacıların ilgisini daha fazla çekmeye başlamıştır. Bu ilgi, özellikle web 2.0 dönemi ve sosyal medya araçlarıyla birlikte daha da artmıştır. Disiplinlerarası çalışmaların odağı olan internet sunduğu sanal yöntemlerle, sosyal bilimcilerin araştırmalarına konu olmaya devam etmektedir.

Bazı araştırmacılara göre, internet zamanında sosyal bilimler araştırması yapmak bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. İnternet ortamında sürekli değişen verilerle araştırma yapmak, çoğu zaman ceteris paribus¹ koşulunu sağlamayı imkansız kılmaktadır. Bu da yapılan araştırmaların yönetsel olarak geçerliliği sorununu gündeme getirmektedir. Diğer taraftan, geleneksel medyaya kıyasla, internet üzerinden veri toplamanın kolaylığı ve ucuzluğu ve de daha geniş bir örnekleme ulaşılma imkanı, internetin çalışma alanı olarak ortaya koyduğu artılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerek iletişim araştırmaları, gerek pazar araştırmaları gerekse sosyolojik araştırmalar bakımından farklı eğilimlerle ele alınan internet araştırmalarında, amaç ne olursa olsun, bazı yöntem sorunları yaşanabilmektedir. Bu çalışmada, web 1.0 döneminden web 2.0 dönemine geçişte, internet tabanlı veri toplama yöntemleri ve sosyal medyayı temel alan araştırmaların sunduğu yöntemler açıklanarak uygulamaya ilişkin eksikliklere değinilecektir. Niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemlerinin, web 2.0 araçlarını araştırırken nasıl uygulanabileceği ve bu uygulamaların eksiklerinin giderilmesi için neler yapılabileceği tartışılacaktır. Böylelikle farklı alanlarda yapılan ve farklı yöntemleri kullanan çalışmalar üzerinden yapılan literatür taraması ile yöntem sorunları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: internet, web 2.0, yöntembilim, nitel ve nicel araştırma.

Methodological Issues in Internet Research

Abstract

The question of methodology in internet studies has started to attract the attention of researchers since this tool began to be used widely since the 2000s. This interest, especially in the period of web 2.0 and social media tools has increased more and more. Internet, being the focus of interdisciplinary studies and which is offering virtual methods, continues to be a subject for social scientist.

According to some researchers, Internet also brings some risks to perform research in the social sciences. The ever-changing Internet environment and data, make it impossible to secure ceteris paribus condition. This also raises the question of the validity of the research methodology. On the other hand the ease and cheapness of data collection on the internet compared to traditional media, as well as the opportunity to reach a wider sampling via Internet appear to be the positive aspects of the study area. In this study, internet based data collection methods with the transition from the web 1.0 era to web 2.0, and research methods based on social media are explained. The shortcomings of these applications will be discussed. How quantitative and qualitative research methods can be applied to investigate web 2.0 tools and what can be done to remedy the deficiencies of these applications will be discussed. Thus, different methods used in different fields and studies carried out by the literature review and new methodological problems will be revealed.

Key Words: internet, web 2.0, methodology, qualitative and quantitative research.

¹ Diğer bütün koşullar aynı iken.

Giriş

İnternet çalışmalarının ilk yılları olan 1990’larda, interneti diğer iletişim araçlarından farklı kılan bazı özellikler ön plana çıkmıştır. Bunlar çoklu ortam, hipermetin, paket anahtarlama, eşzamanlılık ve etkileşimdir (Newhagen ve Rafaeli, 1996, 4-5).

Araştırmacılar bu özellikleriyle interneti incelerken bazı yöntem sorunlarıyla karşılaşmışlardır. Bu sorunların başında yukarıda bahsedildiği gibi hipermetinsellikten doğan bazı yöntem sorunları gelmiştir. Web sitelerinin geçiciliği; sayfaların birden ortaya çıkması ve aniden kaybolabilmesi durumuyla ilgilidir. Bu özellik, web sitelerinin ve sitelerin içeriğini oluşturan metinlerin sabit olmamasına sebep olur.

Araştırmacıları zorlayan diğer bir konu internetin çok hızlı değişmesi ve araştırmacıların bu hızlı değişen alanı araştırırken yaşadığı zorluklardır. Örneğin web siteleri ve metinleri arasında araştırma yapmanın en kritik tarafı nereden başlayacağımızı ve nerede duracağımızı kestirememektir. Web işaretleme araçları çoğu zaman iyi bir başlangıç için seçilecek bir yol olabilir; ancak webin geçicilik özelliğinden dolayı daha araştırma başlamadan seçilen siteler ortadan kaybolabilir.

Diğer taraftan Barry Wellman (2001, 2034) bir makalesinde internet hızından bahsederken “internet yılı köpek yılı gibidir. İnsan yılına göre 7 kat daha hızlı gelişir” önermesi de bize bu alandaki hızlı gelişmeleri ironik bir şekilde aktarmaktadır. Bu durum internet üzerinden yapılan araştırmaları etkilemektedir. Özellikle araştırmacılar, internet ortamı üzerinde yaptıkları araştırmaların, yayımlandığı an itibarıyla değişim hızına ayak uyduramaması sonucu, demode kalması gibi bazı sorunlar yaşamaktadır:

Geleneksel olarak büyük araştırmalar yavaş ilerleyen adımlarla ortaya çıkar. Araştırma fonu için başvuru süreci, veri toplama süreci, yazmak, hakem aşaması ve son olarak yayımlanması. Araştırma projelerinde fikrin bulunması ve yayımlanma arasında geçen süre 5 yıl ya da daha fazladır. 2006 verileri kullanarak yazılan pek çok araştırma ancak 2011 yılında yayımlanmıştır (...) medya ortamlarındaki değişimin çalışmalarımızı geçersiz kılacağı konusunda hepimiz endişeliyiz (Karpf, 2012, 640).

İnternetin ve yeni iletişim teknolojilerinin günlük hayatımıza girmesiyle birlikte, araştırmalar interneti kim kullanıyor odağından çıkararak, insanlar çevrimiçi ortamlarda neler yapıyor sorusuna odaklanmıştır. Bununla birlikte, internetin farklı örgütsel yapıların tüm seviyelerinde bağlantıyı nasıl teşvik ettiği sorusu gündeme gelmiştir. Tüm bu yönelimler de internetin disiplinlerarası bir çalışma alanı olarak araştırılmasına sebep olmuştur.

Tarihsel süreç içerisinde baktığımızda internet çalışmalarının öncüleri arasında Howard Rheingold (1993) ve Sherry Turkle (1995) sayılabilir. Bu çalışmalar daha sonra çeşitlendirilerek ve farklı sorunsallar üzerinden başka çalışmalara ilham vermiştir. Bunlar arasında da Roger Burrows’un (1995) siber punk ve siber kültür ile ilgili çalışmaları; Sara Kiesler’in (1997) internet kültürü, Fay Sudweeks, Margaret L. McLaughlin, ve Sheizaf Rafaeli’nin (1998) sanal topluluklar üzerine çalışmaları ilk akla gelenlerdir.

Farklı disiplinlerde çalışan ve interneti araştırma konularına dahil eden araştırmacıların konu seçimleri, konuyu tanımları ve araştırma yöntemleri farklılıklar göstermiştir. Son yıllarda yapılan web 2.0 ve sosyal medya çalışmalarında, tekno-determinist bir yaklaşımla, teknolojinin yükselişinin daha demokratik bir toplumla sonuçlanacağını öngörüsü hakim olmaya başlamıştır (Fuchs, 2013). Diğer tarafta ise webi demokratik olmaktan uzakta gören ve yeni çevrimiçi ekonomiyi, neo liberal gözetimi ve kurumsal kontrolü kullanıcıların istismarı bakımından eleştiren çalışmalar yer almaktadır (Van Dijck ve Nieborg, 2009; Zimmer 2008; Terranova, 2000). İnternet çalışmalarında amaç ya da eğilim ne olursa olsun, araştırmanın yapısına yönelik bazı temel sorunlar karşımıza çıkmaktadır. Bu temel sorunların ekseninde, internet üzerinde bulunan verilere ulaşmanın ve bu verileri değerlendirmenin zorluğu ve de verilerin geçici olması yatmaktadır.

Bu çalışma, farklı amaç ve yöntemlerle yapılan internet araştırmalarını değerlendirerek yöntem sorununa ışık tutmayı amaçlamıştır. Bu amaçla ilk olarak geçmişten günümüze internet

çalışmalarının gelişimi özetlenecek ve çevrimiçi ortamlardaki gelişmeler anlatılacaktır. Ardından bu çalışmalarda kullanılan yaklaşımlar tartışılacak ve son olarak niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemlerinin web 2.0 araçlarını araştırırken nasıl uygulanabileceği ve bu uygulamaların eksiklerinin giderilmesi için neler yapılabileceği tartışılacaktır.

İnternetin İlk Yılları: Bilgisayar Ortamlı İletişim

Bilgisayar ortamlı iletişim, birden fazla ağ bağlantılı bilgisayar üzerinden gerçekleşen iletişim işlemleri olarak tanımlanır (McQuail, 2005). Bilgisayar ortamlı iletişimin, insan grupları ve örgüt yapıları üzerindeki etkilerini anlamak için sosyal bilimlerde yapılan çalışmalar, bu kavramın iletişimsel boyutunu ön plana çıkarmıştır (Schuler, 1994). Bu da, bilgisayar ortamlı iletişimin sadece insan-makine ve makine-makine etkileşimi üzerinden tanımlanmasını ortadan kaldırmıştır. Nass ve Stuer (1993, 522) yaptıkları araştırmalarda bilgisayar ortamlı iletişimin sosyal boyutunun, teknolojik boyutuna göre daha etkileşimli olduğunu ortaya koymuştur:

Bilgisayar ortamlı iletişimin psikolojik süreçleri, teknolojik süreçlerine göre kişilerarası etkileşimle daha yakından ilgilidir. Teknolojik süreçler insan-insan ilişkisini yeniden üretmezler bilgisayarın hesap makinesi olarak kullanılmasında olduğu gibi.

Shannon ve Weaver (1949) tarafından ortaya atılan enformasyon kuramında; iletişim, enformasyonun bir kişiden diğerine iletilmesi yoluyla gerçekleşmekteydi. Ancak günümüzün elektronik ortamları ile birlikte Shannon ve Weaver tarafından ortaya atılan enformasyon kuramı geçersiz kalmıştır. Özellikle elektronik ortamların bazı özellikleri, örneğin mesajı yollayan ve alan arasındaki senkronizasyon olmaması durumu, yeni ortamları da içine alan iletişim modellerinin tanımlanmasına sebep olmuştur.

İletişimde bulunan taraflar arasında bazı ortak değerler, karşılıklı beklentiler ve etkileşimin getirdiği kuralların kabul edilmesi durumu da önemlidir (Clark ve Schaefer, 1989, 259). Ancak bunların varlığı ile görüşme devam edebilir. İşte tam bu noktada bilgisayar ortamlı iletişim, anlamın inşası için yeni alternatif iletişim anlayışı yaratmaktadır (Kraut ve Streeter, 1995). İletişimin sosyal boyutunu teknolojik boyuta göre daha ön plana alan tanımlar ile birlikte, bilgisayar ortamlı iletişim kavramı sadece bilgisayar donanımı, yazılım ve program olarak algılanmaz olmuştur. Teknolojik odaklanmadan uzaklaşarak yapılan bilgisayar ortamlı iletişim tanımlarından biri de Jones'a (1995, 17) aittir:

Bilgisayar ortamlı iletişim, elbette sadece bir araç değildir. Aynı zamanda teknoloji, araç ve sosyal ilişkilerin motorudur. Sadece sosyal ilişkileri düzenlemekle kalmaz; bu sosyal ilişkilerin oluşturduğu ortamdır ve bireylerin bu ortama girmek için kullandıkları araçtır.

Bilgisayar ortamlı iletişimin, iletişim modeline getirdiği bir diğer değişiklik ise etkileşim kavramıdır. Birçok bilgisayarın birbirine bağlı olduğu ağ iletişimi, kendi gerçekliğini yaratarak etkileşime izin vermeye başlamıştır. Sanal gerçeklik şimdiye kadar hiçbir teknolojinin yapamadığını yaparak, etkileşimde bulunan kişiler arasında fiziksel varlığı ortadan kaldırmıştır (Riva ve Galimberti, 1998).

Bilgisayar ortamlı iletişim üzerinde yapılan sosyal bilimlerdeki temelli araştırmaların ilk yıllarında, bu ortamın doğası gereği yazılı metinlere mi sözlü söylemlere mi daha yakın olduğu ya da yeni bir oluşum olarak mı karşımıza çıktığı araştırılıp, tartışılmıştır (Kaye, 1991). Bu ortam hem yazılı hem de sözlü iletişime olanak sağlarken, sunduğu araçlarla eş zamanlı olan ve olmayan iletişimi sağlamaktadır. Sosyal medyanın olmadığı internetin ilk yılları düşünülürse, eş zamanlı iletişim için verilen örnekler IRC (Internet Relay Chat) ile sınırlıydı. Bilgisayar ortamlı eş zamanlı olmayan iletişim için ise verilen en tipik örnek elektronik posta yazışmalarıydı. Eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan bilgisayar ortamlı iletişime teknik açıdan baktığımızda, klavye ve bilgisayar ortamıyla kurulan iletişim yüz yüze iletişime göre daha uzun sürmektedir. Yüz ifadesi, duruş ve tonlama gibi meta iletişim özelliklerinin eksikliği, kullanıcıları iletişimin tam anlaşılması için başka yollar aramaya teşvik etmiştir (Riva ve Galimberti, 1998). Bu kısıtlar, bilgisayar ortamlı iletişimi, normal bir iletişimin gerçekleştiği ortama göre daha zengin kılmaktadır. Diğer taraftan

alıcı ve verici arasındaki eş zamanlı olmama durumu, alıcının kendi kendine kaldığında mesajı yorumlaması ve tekrar etkileşime devam edip etmemeye karar vermesiyle sonuçlanır. Riva ve Galimberti'ye (1998, 457) göre “bu karar nedensel değildir: alıcının durumu nasıl yorumladığı, amacının ne olduğu ve davranışlarını yöneten sosyal kurallara bağlıdır”.

Görüldüğü gibi, dijital etkileşime kaynak olan iletişim öğeleri internetin ilk yıllarından beri değişim ve gelişim göstermiştir. Her yeni değişim ve gelişimle birlikte özellikle internetin sosyal yönünü araştıran araştırmacılar, bu sanal ortamı ve onu kullananları tanımlamak ve araştırmak için yeni yöntemler denemişlerdir. Newhagen ve Rafaeli (1996, 4-5) bilgisayar ortamı iletişimi, diğer iletişim ortamlarından farklı kılan beş temel özelliğin (çoklu ortam, hipermetin, paket anahtarlama, eşzamanlılık ve etkileşimin yol açabileceği metodolojik sorunlara değinmiştir. Bu çalışmanın üzerinden geçen zaman ve internet araçlarının kendi içinde gelişimi ve dönüşümüyle birlikte internet araştırmalarında yöntem sorunlarına yenileri eklenmiştir. Bu ilk dönem araştırmalarının da öngördüğü gibi, geleneksel sosyal bilimler araştırma yöntemlerinin, internetin belli özellikleri ele alınarak yeniden gözden geçirilmesi gereklidir. Tüm bunlarla birlikte internetin araştırma, veri sağlama, veri çözümlene için sunduğu yeni olanakların araştırma yöntemlerine yenilik ve canlılık getirdiği bir gerçektir. Hine'e (2005, 239) göre sanal araştırma yöntemlerinin araştırma gücünü tartışmak ve olası gücünü ortaya çıkarmak bile, alan için değerli bir katkı sunmaktadır.

Web 1.0'dan Web 2.0'a

Web 2.0 terimi, son yıllarda web uygulamalarındaki yeniliklerin birleşimini içermektedir. Terimin tam tanımlamasını yapmak güçtür ve pek çok web sitesini web 1.0 ya da web 2.0 olarak kategorize etmek de kolay değildir. Ayrıca web 1.0'ın nerede bittiği ve web 2.0'ın nerede başladığı konusunda fikir birliği çok fazla değildir (Boutin, 2006). Ancak yine de Facebook, YouTube ve Twitter gibi çok popüler olan web 2.0 siteleri ile eski web siteleri arasındaki ayrım oldukça belirgindir. Web 2.0 araçlarıyla birlikte, internet kullanma deneyimi, dönüşüm geçirmiştir.

Web 2.0 kavramı Tim O'Reilly ve MediaLive tarafından 2004 yılında yapılan bir konferansta ortaya atılmıştır. Aynı konferansta, Socialtext Incorporated adlı sosyal yazılım şirketinin ortak kurucusu ve başkanı Ross Mayfield (2004) web 1.0 döneminin ticareti, web 2.0 döneminin ise insanları ifade ettiğini belirtmiştir². Web 2.0 gerçekte katılımcı webi belirtmek için de kullanılmaktadır. Tim O'Reilly “Web 2.0 nedir” (2005) başlıklı makalesinde interneti bir medyadan çok (web sitelerinin dağıtık bilgiler adacığ şeklinde konumlandığı) bir platform olarak tanımlamıştır. Diğer taraftan web 2.0 ile birlikte, web sitelerinde ve kullanıcı deneyimlerinde bir değişim başladığı iddiası aslında bazı araştırmacılara göre çok da doğru değildir (Boutin, 2006):

Sosyal ağlar ve bloglar sadece Web 1.0'ın geç bir dönemini temsil etmektedir ve Web 2.0 henüz başlamıştır.

Buna göre web 2.0'ın adem-i merkezîyet, paylaşılan diyalog ve bilgi iddiası; web 1.0 döneminin bir parçası olan ve temeli Howard Rheingold tarafından atılan sanal toplulukların işleyişine oldukça yakındır. Örneğin Amazon sitesi de 1990'ların ortasında kurulmuştur ve yıllar içinde siteye değişik özellikler eklenmiştir. Sitenin temel içeriği ürün tanımlamalarıdır ve kullanıcı tarafından oluşturulmuş içerikler daha çok ürünlerle ilgili eleştiri yazıları olarak karşımıza çıkmaktadır. Sitede kullanıcı profilleri olmamasına karşın, arkadaş bağlantıları gibi bazı sosyal özellikler mevcuttur ama çok da tercih edilmemektedir (Cormode ve Krishnamurthy, 2008, 4).

Web 1.0 ve Web 2.0 farklılıklarını ortaya konması araştırma yöntemleri açısından önemlidir. Her ne kadar aradaki farkların belirgin olmadığından ve web 2.0 döneminin başlangıcının kesin olmadığından bahsetmiş olsak da, web 2.0 sitelerinin bazı özelliklerinin, web 1.0 döneminde olmadığı görülebilir. Kullanıcı profillerinde doğrudan yayınlanan yorumlar ve kullanıcı profillerine eklenen verilerin çeşitliliği, (örneğin eğitim durumu, iş, beğenilen müzik,

² Web 2.0 Conferences 2004. <http://www.web2summit.com/web2009> adresinden Temmuz 2012 tarihinde alınmıştır.

film vb bilgiler) web 1.0 sitelerinde bu tür bilgilerin sadece iletişim bilgisi olarak elektronik posta ile sınırlı olması bakımından farklılık göstermektedir. Teknik olarak zengin site özeti olarak adlandırılan RSS³ beslenmesi ise web 2.0 döneminin en çok öne çıkan özelliklerindedir ve yeni eklenen içeriğin kolayca takip edilmesini sağlar.

Öncelikle web 2.0 sitelerini incelemenin, web 1.0 sitelerini incelemeye göre daha detaylı bir çalışma gerektirdiğini belirtmek gerekir. Site yapısından kaynaklı farklılıklar olduğu gibi, kullanıcının maruz kaldığı içeriğin çoğalmasında araştırmalar arasındaki farkı ortaya koyabilir. Öyle ki web 2.0 siteleri incelenirken dahi güncellenme sürecine geçebilir. Ayrıca hiç şüphesiz web 2.0 siteleri sadece metinden oluşmamakta bunun yanı sıra görsel, işitsel pek çok veri içermektedir. Web 1.0 sitelerinin metin ağırlıklı yapısı düşünüldüğünde, web 2.0 sitelerinin analizlerinin daha derinlemesine olması gerekmektedir. Sosyal amaçların ön planda olduğu web 2.0 sitelerinde geçirilen zaman da web 1.0 sitelerine göre farklılık göstermektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak araştırma yaparken sorulması gereken bazı sorular vardır (Cormode ve Krishnamurthy, 2008, 10):

- Aynı kullanıcı farklı siteleri kullanırken, aynı davranış biçimlerini mi sergilemektedir yoksa sitenin sunduğu farklı özelliklere göre davranış değişikliği mi göstermektedir?
- Kullanıcıların belli bir siteye üye olmasında grupların önemi nedir?
- Kullanıcıları aynı siteye tekrar dönmeye teşvik eden sebepler nelerdir?
(örneğin oyunlar, ilanlar, arkadaş güncellemelerini takip etmek gibi ekonomik olmayan sebepler)
- Bu tür teşviklerin etkisi nasıl ölçülür?
- Web 2.0 sitelerinde trafik ölçümü yapmak için doğru metrik nedir?

Web sitelerinin trafiğinin ölçülmesi konusu da web 2.0 ile birlikte farklılıklar göstermeye başlamıştır. Web 1.0 sitelerinin sunduğu olanakların, web 2.0 sitelerine kıyasla daha sınırlı olması sonucunda web sitesi trafiği ölçümlenmesi de dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşüm ile birlikte, sitenin rağbet görmesinin ölçülmesi ön plana çıkmıştır ve daha az teknoloji odaklı ölçümlenmeyi beraberinde getirmiştir: “kullanıcıların görüntülediği sayfa sayısı değil de, sayfada geçirdiği toplam sürenin ölçülmesi daha yaygınlaşmıştır” (Bausch, 2007).

Zaman içinde gelişen internet kullanım alışkanlıkları da web 1.0 ve web 2.0 sitelerini araştırırken doğan farklılıkların temelinde yatmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi web 1.0 sitelerinde içerik önemliken, web 2.0 siteleri daha çok sosyal amaçlı kullanımı teşvik etmektedir. Bu sebeple web 2.0 sitelerinde yapılan araştırma analizleri çok yönlü olmak durumdadır. Kullanıcının sadece sitede ne kadar kaldığı değil, bunun yanı sıra kullanıcının sitede içerik yaratıp yaratmadığı, yaratılan içeriğe yorum yazıp yazmadığı ya da yaratılan içeriğe etiketleme yapıp yapmadığı da araştırılmak durumundadır.

İnternet Araştırmalarının Güncel Sorunları

İnternet ile birlikte yeni araştırma yöntemleri için bir arayış ve yöneliş başlamıştır. Netnografi⁴ ya da çevrimiçi etnografi, bilgisayar ortamı söylem analizi ve sosyal medya analizleri gibi yöntemler internet araştırmacıları arasında yaygınlıkla kullanılır hale gelmiştir. İnternet, araştırmacılara her ne kadar sosyal araştırmalar için yeni imkanlar sunsa da, bazı kısıtlamalar da getirmektedir. Son zamanlarda sosyal bilimlerde araştırmalarındaki üretim artışına, dijital teknolojilerle birlikte internette üretilen araştırmalar damga vurmuştur (Christians ve Chen, 2004). Buna rağmen, internetin kendisi olduğu kadar internet çalışmaları alanı da henüz oturmamıştır ve disipline ait kökleri muhtelifdir ve yöntemi henüz oluşmaktadır (Livingstone, 2005). Bu yeni sosyal

³ Really Simple Syndication. Yeni eklenen içeriğin kolay takip edilmesini sağlayan içerik besleme yöntemidir.

⁴ İnternet veya teknolojik ağ etnografisi olarak adlandırılan Netnografi, teknoloji aracılı ortama uyarlanmış etnografidir. Çevrimiçi etnografi olarak da adlandırılan bu araştırma yöntemi farklı sosyal medya ortamlarını kullanarak kaynak toplama, izleme, işaretleme, derleme ve görselleştirme gibi amaçlarla kullanılmaktadır.

alanda, araştırmacılar yeni uzamsal düzenlemelerle ve karmaşık yöntem sorunlarına yol açan yeni sosyal etkileşim biçimleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Teela Sanders (2005, 78) nitel araştırma yöntemlerinin; bu yeni iletişim biçimlerine, çevrimiçi sosyal davranış biçimlerinin de dahil etmesi gerektiğini ileri sürmektedir.

İnternet araştırmalarında karşılaşılan yöntemsel sorunlar ve kısıtlara geçmeden önce, internetin araştırma alanına getirdiği avantajlara ve dezavantajlara değinmeye çalışılacaktır. İnternetin araştırma yöntemleri için getirdiği avantajlar özellikle veri toplama açısından ön plana çıkmaktadır. Buchanan ve Smith (1999) çalışmalarında, internet üzerinden toplanan örneklemin bizzat toplanan örnekleme göre dört kat daha geniş olduğunu ortaya koymuştur. Aynı şekilde zaman kullanımı açısından internet üzerinden toplanan örneklemin, bizzat toplanan örnekleme -yüzyüze ya da posta yoluyla yapılan anketler- göre daha etkili olduğu ortaya konmuştur (Mehta ve Sivadas, 1995, 429-439). İnternet aynı zamanda ulaşılmanın zor olduğu belirli popülasyon bazlı araştırmalar için iyi ve zengin bir araç oluşturmaktadır (Hewson ve diğerleri, 1996, 187). Konuya dezavantajlar açısından baktığımızda, internet kullanıcıları çeşitlenmiştir ve örnekleme açısından daha geniş bir popülasyona ulaşma imkanı vardır ancak araştırmacılar için internet örneklemini üzerinden daha geniş bir popülasyona genelleme yapmak zordur. İnternet kullanıcılarının sosyo-demografik yapısıyla ilgili yapılan araştırmalar aşağı sosyo-ekonomik gruba ait kullanıcıların düzenli internet kullanıcısı olmadığını ortaya koymuştur (Beddows, 2008, 126):

(...) Araştırmacılar internet tabanlı araştırmalarında örneklemin demografik olarak temsil edilme durumunu bozduğunu ya da etkilediğini göz önüne almalı. Örneğin araştırmalarda internet kullanıcısı olmayanlar otomatik olarak araştırmanın dışında tutulmaktadır.

Cairns ve Blythe (2009) çalışmalarında, var olan nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin sanal topluluklarla ilgili temel verileri araştırmak için nasıl kullanılabileceğini incelemişlerdir. YouTube içeriği üzerinden yapılan çalışmada; farklı yöntemlerin nasıl sanal topluluk araştırmasına uyarlanabileceği ve bu yöntemlerin olası sınırlılıklarına değinilmiştir. Kullanılan farklı yöntemler arasında istatistiksel yaklaşımlar, içerik analizi, gömülü (grounded) kuram ve eleştirel kuram vardır. Bu yöntemler temel alınarak YouTube üzerinden araştırma yapılmış ve bu yöntemlerin eksik yanlarına vurgu yapılmıştır. İstatistiksel yöntemler ve içerik analizinde, YouTube gibi bir ortamı incelerken verilerin çok olması ve sabit olmamasından kaynaklanan bazı kısıtlamalar yaşanmıştır. Gömülü kuramdan yola çıkarak yapılan araştırmada ise ilginç bir kuram ortaya çıkmıştır. Ancak bu kuram sadece seçili bir başlık altında aranan tek bir video ve ona bağlı yorumları kapsamaktadır. Cairns ve Blythe'e (2010, 65) göre daha fazla yorum analizi yapmak çalışmayı sonu gelmeyen bir sürece sürüklemektedir:

Aynı problem istatistiksel yaklaşım için de geçerlidir. Hangi noktada analiz yapmayı bırakıp genelleme yapılmalıdır? Ve hangi temele dayanarak?

Eleştirel kuram her ne kadar YouTube'u araştırmak için en uygun kuram olmasa da, YouTube aracını kültürel artefakt olarak ele alır ve iç yüzünü kavramak için bazı fikirler ortaya atar.

Bu çalışmada ortaya konduğu gibi sanal toplulukları ya da bu toplulukların yarattığı içeriği tek bir yöntemle ele alarak incelemek bazı eksiklikleri de beraberinde getirmektedir. Çevrimiçi davranışları araştırmak için internetin sürekli değişen bir araç olduğu unutulmamalıdır. Araç değiştikçe, kullanım özellikleri de değişiklik göstermektedir. Karpf (2012, 652) bu durumu internet araştırmalarının raf ömrünün kısalığıyla ifade eder:

(...) sonuç olarak belirli zaman için internetin politikaya olan etkisini inceleyen akademik araştırmalar kısıtlı raf ömrüne sahip olur.

İnternetin hızlı değişim hızı göz önüne alındığında, Karpf'ın (2012, 655) da belirttiği gibi üstün nitelikli bir araştırma yürütebilmek için 'sihirli bir formül' mevcut değildir:

İnternet zamanı en sağlam araştırmalarımıza entegre ettiğimiz ceteris paribus varsayımını bozmuştur.

Bu bölümde özetlemeye çalıştığımız internet araştırmalarında güncel sorunlar, genellikle belli akslar etrafında toplanmıştır. Değişik araştırmacıardan konuya ilişkin değişik çözümler önerileri gelmektedir. Bu öneriler, alanın bir disiplin olarak gelişmesi ve yöntem çalışmalarında açılımlar getirmesi bakımından önemlidir.

Sosyal Medya Araştırmalarında Fırsatlar ve Zorluklar

Son yıllarda sosyal medya, internet araştırmalarının vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır. Yükselen kullanım yaygınlığı, gelişen tasarım özellikleri ile sosyal medya araçları, hem araştırmacılar hem de şirketler için internet çalışmalarının en popüler alanını oluşturmaktadır.

Tüm bunlara karşın bu alanın araştırılması için, dijital gözlemin sosyal özelliklerini yansıtan oturmuş bir sosyal bilim yöntemi yeni oluşmaya başlamıştır. Jürgen (2012) bu alanda çalışan araştırmacıların, daha küçük ölçekli içerik analizi, anket ve deneysel tasarım çalışmalarına güvenerek araştırmalarını yürüttüklerini belirtmiştir. İnternet çalışmalarında kullanılan yöntemlerle ilgili kısıtlamaların ve sınırlılıkların sosyal medyayı araştırırken de karşımıza çıkması şüphesiz çok olağandır. İnternet çalışmaları, artık ilk yıllarında olduğu gibi kısıtlı bir popülasyona ait bir medya olmaktan çıkmıştır. Hızla yayılan bu alan için, var olan araştırma yöntemlerinin de eksikliği fark edilmektedir (Jürgens, 2012, 191):

Örneklem üzerinden yapılan anketler, internet kullanımının ve günlük hayatla olan bağının açıklanmasında derinliksiz kalmaktadır. Diğer taraftan web sitelerine özgü yapılan araştırmalar da genelleştirme problemi yaşamaktadır.

Richard Rogers (2009) web üzerinden yapılan araştırmaların, web sitelerine özel ve web sitesi modeline uygun olması gerektiğinin altını çizmiştir. Yeni yöntemlerle, teknolojik tasarımların yakından izini sürerek yapılan çalışmalar toplumdaki büyük resmi daha kolay görebilmemizi sağlayabilir. Rogers (2009, 29) interneti anlayabilmek için bu aracı hangi yöntemle araştırıldığının önemine vurgu yaparken “tartışmaları ontolojiden (nitelik ve özelliklerden) epistemolojiye geçirmek gerekir” diye belirtmiştir.

Web epistemoloji olarak adlandırılan yöntemde, link gibi internete ait olan dijital nesnelerin, araçlar tarafından nasıl ele alındığı incelenmektedir. Web epistemolojisi internet araştırmalarında, içeride olanı açığa çıkarmak için farklı bir yol önermektedir ki bu da “dijitalize olan yöntemden dijital yönetime” geçişle ifade edilir (Rogers, 2009, 5).

Sosyal medya araştırmaları, Facebook, Twitter, Google Plus ve LinkedIn gibi sitelerin artmasıyla birlikte araştırmacıların ilgi odağı olmaya başlamıştır. Farklı araştırmalara konu olan sosyal medya siteleri özellikle davranışsal verilerin incelenmesinde yeni yöntemlerin yolunu açmıştır. Jürgen (2012, 189-190) sosyal medyanın araştırmalar için sunduğu fırsatları dört başlık altında toplamıştır: performans, çok yönlülük, araştırma ekonomisi ve epistemoloji. Örneklemde daha az yanılıya düşülmesi, daha geniş verilere daha düşük maliyetle ulaşılabilmesi gibi sosyal medya dışında internet araştırmaları için de eski zamanlarından beri söylene gelen bazı fırsatlar, sosyal medya araştırmaları için de geçerlidir. Bunun yanı sıra karşılaştırmalı araştırmalar için de sosyal medyanın sağladığı fırsatlara değinilmektedir. Sosyal medya araştırmalarındaki fırsatlardan biri de, bu ortamlarda gözlemlerin teşhisinin artık yanılığını azaltarak, araştırmacıardan bilgisayarlara geçmiş olmasıdır.

Sabit teknolojik çerçevenin yarattığı birbirine çok yakın yapay sistemler deseni, farklı toplumların özdeş koşullarda karşılaştırılmasına olanak vermiştir (Jürgens, 2012, 188-190).

Tüm bu fırsatların yanında, tıpkı sosyal medya öncesinde internet araştırmalarında bahsi geçen zorluklar gibi (Buchanan ve Smith, 1999; Karpf, 2012) sosyal medya araştırmaları da yöntemsel bazı zorlukları içermektedir. Bu yöntemsel zorlukların ve kısıtlamaların temelinde verilerin sabit bir şekilde durmaması, değişken olması ve tam olarak araştırmanın dayandığı popülasyonun bilinmemesi yatmaktadır: “(...) çevrimiçi toplanan verilerin bir araya gelerek kümelenmesi hemen fark edilmeyebilir ve gözlemler uzun bir süre devam edebilir” (Jürgens,

2012, 190). Diğer taraftan, her ne kadar dijital verilerin toplanması kolaylaşmış olsa da, bu verilerin analizi ile ilgili başka sorunlar yaşanmaktadır. Örneğin verilerin aniden kaybolmasına karşın arşivlenmesi için sistemli bir yaklaşım geliştirilmelidir. Bir başka sorun ise özel şirketlerin sahip olduğu dijital veriler sorunudur. Özel şirketler, ellerinde bulunan verileri araştırmacılarla paylaşarak işbirliği kurmayı tercih etmemekte, dolayısıyla kamu araştırmalarının önünü tıkamaktadır (King, 2011). Bu tür sorunların çoğu, iletişim ortamlarının özellikleri göz önüne alınarak ve araştırmanın motifi iyi belirlenerek hafifletilebilir. Belirli bir çaba ortaya konularak, verilerin toplama ve analiz edilme aşamaları dikkatli seçilebilir.

Bilişimsel Dönüşüm ve Tehditleri

Değişen medya ortamlarını takip etmek için disiplinlerarası yöntemlerin, ki bunlar içinde özellikle bilişimsel yöntemlerin gelişmesi, verilerin toplanması, takip edilmesi ve analiz edilmesine katkı sağlayacaktır. Son dönemlerde sosyal bilim araştırmalarında bir dönüm noktası olarak görülen, yarı otomatik ve veri kaydetmeye yarayan yazılım ve bilgisayar programların artışı ‘bilişimsel dönüşüm’ olarak adlandırılmaktadır (Berry, 2012, 12-18).

Rogers (2009) da sosyal değişimleri tanımlayabilmek için geleneksel ya da sanala uyarlanmış geleneksel araştırma yöntemlerini bırakarak yerel dijital yöntemlere geçilmesi gerektiğini savunur. Aslında internet robotu⁵ yazılımları kullanarak, araştırmacının sağlayacağı çekirdek web sitelerinden yola çıkarak, bu sitelerin linklerle hangi sitelere bağlandığını araştırmak mümkündür ve uygulanmaktadır. İnternet robotu programları aslında webin kendisi kadar eskiye dayanmaktadır (Risvik ve Michelsen, 2002). İnternet robotunu kullanarak nasıl etkili indeksleme⁶ yapılabilir ile ilgili ilk yayınlar Google kurucuları tarafından yayınlanmıştır (Brin ve Page, 1998). Ancak bu yazılımlarla elde edilen araştırma sonuçları da çeşitli sınırlılıklarla karşılaşmaktadır. Örneğin bu yazılımlar, web siteleri ve blogları birbirinden ayıramamaktadır. Bruns ve Burgess (2012a) bloglar ile ilgili yaptığı bir çalışmada, internet robotlarının yetersizliğini ve araştırmaya getirdiği kısıtlılıkları özetlemiştir. Buna göre, araştırmanın özel amacına yönelik olarak linklerin ayrılması gerekirken, internet robotu bunları ayırmamakta ve çalışmanın amacı dışında veriler de araştırmanın parçası haline gelmektedir. Bu da verilerin tek tek ayrılması zorunluluğunu doğurmaktadır (Burns ve Burgess, 2012b).

Sadece bilişimsel ve niceliksel yöntemlere dayanan araştırmalar, her ne kadar gelişmiş yazılımlar kullansalar da, analiz aşamasında yetersiz kalabilmektedirler. Metinsel analizler için kullanılan bazı yazılım programlarıyla elde edilen sonuçlar, araştırmacının ortaya çıkan verileri ve sonuçları tekrar incelemesiyle, eksiksiz ve bütün olarak resmi ortaya koyabilir. Örneğin yazılım programlarıyla yapılan metinsel analizlerde politik liderlerin isimleriyle ‘akıllı’, ‘yetenekli’ gibi bazı anahtar kelimelerin bir arada bulunması yüksek derecede onaylanma ve kabul edilme olarak ele alınır (Bruns ve Burgess, 2012b, 163). Ancak bu anahtar kelimeler ironik bir şekilde metnin içinde bulunabilir ve tam tersi anlama gelebilir.

Ayrıca büyük verileri toplamak ve analiz etmek için kullanılan bu tür otomasyon araçlarının iç işleyiş sistemi, araştırmacılar tarafından bilinmemektedir. Dahası araştırmacılar, doğru gözükken veriyi sağladığı sürece bu araçlara ‘kara kutu’ muamelesi yaparak araştırmanın sonucunu oluşturan verilere yakından bakmazlar: “Bilişimsel dönüşüm aslında veri görselleştirmeye dönüşmüştür (Bruns ve Burgess, 2012a, 207). Aslında işlenmemiş verinin grafiksel veriyeye dönüşmesi için pek çok yaklaşım ve yol vardır.

Sosyal medya çağında tek bir bakış açısı ve disiplinle elde edilen araştırma sonuçlarındaki olası saplamalar, araştırmacıları disiplinlerarası bir yaklaşımla hareket ederek, analitik işlem, iletişim çalışmaları, sosyoloji ve ağ haritalama gibi alanları birleştirerek araştırma yapmaya çağırılmaktadır. İnternetin sunduğu verinin toplanması ve analiz edilmesi için bilgisayar programlarından yararlanılmasının gerekliliği de bir takım sorunları beraberinde getirmektedir.

⁵ Örün (web) ve diğer internet kaynaklarını sürekli bilgi toplamak amacıyla tarayan, HTML dosyalarından edindiği verilerle örün dizinlerini besleyen arama motorunun parçası.

⁶ Belgelere, daha sonraki depolama ve arama çalışmalarına destek olmak üzere belirleyici ve çoğu zaman da içeriğini yansıtıcı birer anahtar sözcük vermek.

Örneğin Twitter üzerine yapılan araştırmalarda, verileri pek çok sosyal medya servisi tarafından da sağlanan API'ler⁷ kullanılmaktadır. Ya da bu verilere, ücretli ya da ücretsiz sağlayan yerlerden ulaşılabilir. Ancak bu toplanan verileri analiz edebilmek için belli seviyede bilgisayar programlama bilgisine sahip olmak gerekmektedir (Manovich, 2011).

İnternetin sunduğu veriler aslında ulaşılma sorunun yanında, analiz ile ilgili de sınırlılıklar getirmektedir. Boyd ve Crawford ise konuyu cinsiyet ayrımcılığı ve eğitim açısından da eleştirmişlerdir (2011):

(...) Bu büyük ölçüde cinsiyet ayrımcılığıdır. Bilgisayar temel bilgilerine sahip olan araştırmacıların çoğu erkeklerden oluşmaktadır. Feminist tarihçi ve filozofların da gösterdiği gibi soruları sorular aslında hangi soruların sorulacağına karar verenlerdir (Forsythe 2001; Harding 2010). Gelecekte ne tür araştırma bilgilerinin önemleneceği ve bu bilgilerin nasıl öğretileceği ile ilgili karmaşık sorular bulunmaktadır. Öğrenciler algoritma ve veri analizleri ve de sosyal bilimler teorilerini ve analizlerini eşit şekilde öğrenebilecekleri bir eğitim nasıl alacaklardır?

Her ne kadar internetin sunduğu verilere ulaşma ve analizi konusunda yukarıda bahsedilen engeller olsa da, gelecekte bu alanı araştıranlar, veri toplama ve verilerin doğru çözümlenmeleri için temel bilgisayar programlama bilgisine sahip olacak gibi gözükmektedir. Diğer taraftan bilgisayar programlarıyla toplanan ve analizi yapılan verilerin, geleneksel sosyal bilim yöntemleri kadar ince ayrıntılı yorumlamalara dayanması zordur. Yukarıda da bahsi geçen bazı durumlarda olduğu gibi, insan yorumu bilgisayar yorumuna göre daha gerçekçi sonuçları vermektedir. Başka bir deyişle sosyal medyada oluşturulan veriler, kendimizin seçerek ve düzelterek girdiği verilerden oluşmaktadır ve gerçeği yansıtmama ihtimali vardır. Bu da toplanan verilerin güvenilirliği sorununu ortaya çıkarır (Manovich, 2011, 6):

Erwin Goffman ve diğer sosyologların çok uzun zaman önce işaret ettiği gibi; insanlar kamusal görüntülerini, kendilerini diğerlerine nasıl takdim etmek istediklerine göre dikkatlice inşa ederler. Sosyal medya da bu durumun bir istisnası kesinlikle değildir. Örneğin birçoğumuz Facebook üzerinde, flört sitesi ya da iş arama sitesi gibi herhangi başka bir sosyal medya sitesinde olduğundan daha az sansür kullanırız. Yine de kullanıcılar, bir kısım profil resimlerini dikkatlice seçerek yaratmak istedikleri sureti yansıtır. Günlük hayatımızda olduğu gibi, çevrimiçi ortamlarda da söylediklerimiz, yüklediklerimiz ve paylaştıklarımız aslında çevreye vereceğimiz imaja bağlı olarak bizim kontrolümüzdedir.

Yöntem ve araştırma sorunu açısından bu durum görüldüğünden daha karmaşık bir hale gelmiştir. İnternetin ilk zamanlarında kavramsallaşan dijital bölünme bugün internetin sunduğu araştırma verilerine ulaşma ve bu verileri analiz etme konusunda da karşımıza çıkmaktadır. Boyd ve Crawford'a (2011) göre büyük veriye sahip olanlar ve olmayanlar arasında yeni bir dijital bölünme olacaktır. Twitter'da araştırmacı olan Jimmy Lin⁸, sosyal medya ve bloglarla ilgili bir konferansta yaptığı konuşmasında, Twitter içindeki araştırmacıların verileri toplama daha başarılı olduğuna değinmiştir. Dolayısıyla şirketlerde sosyal medya araştırmaları yapan profesyoneller ve akademisyenler arasında, Boyd ve Crawford'un (2011, 13) deyişiyle, 'içerideki araştırmacı' ve 'dışarıdaki araştırmacı' ayrımı dikkat çekicidir ve bu da dijital bölünmenin sinyallerini vermektedir.

Sonuç ve Çözüm Önerileri

Araştırma alanı ve sosyal ilgi alanı olarak internet, kendine özgü yöntemsel sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların bir kısmı veri toplanması ve verilerin çözümlenmesi aşamasında sosyal bilimcilerin sıkıntı yaşadıkları temel bilgisayar programlama bilgisi eksikliği ile alakadır. Diğer bir kısmı ise sosyal bilimlerin geleneksel araştırma yöntemlerinin internet üzerinde uygulandığında yaşanan yetersizliklerle ilgidir.

⁷ Application Programming Interface (Uygulama Programı Arayüzü): Bir programın diğer program ve işletim sistemleri ile etkileşimini sağlayan arabirim.

⁸ Jimmy Lin'in 19 Temmuz 2011'de Barcelona'da düzenlenen weblog ve sosyal medya ile ilgili olan uluslararası ICWSM Konferansı açılış konuşması.

Veri toplama ile ilişkili olarak akademik kurumlar arası fırsat eşitsizlikleri, belli enstitü ve kurumların verilere daha kolay ulaşma imkanı da sorunlara yol açmaktadır. Hem bu fırsat eşitsizlikleri, hem de sosyal bilimcilerin bilişimsel konularda bilgilerinin sınırlı kalması, internette veri araştırma ve toplama konusunun gelecekte nasıl şekilleneceği sorusunu gündeme getirmiştir (Boyd ve Crawford, 2011; Manovich, 2011). İnternette bulunan verilerin toplanması ve araştırılması sadece bilim dünyasını ilgilendirmemektedir. Bu veriler aynı zamanda endüstri hareketlerini ve hükümetleri de ilgilendirmektedir. Çünkü bu dijital verileri toplamak ve onlardan azami değeri çıkarmak; daha iyi hedeflenmiş reklamlardan, ürün tasarımlarına kadar pek çok işe yarayacaktır (Boyd ve Crawford, 2011). Bu durum, Ekonomist dergisinin internet tabanlı veriler ile ilgili özel raporunda ‘verinin endüstri devrimi’ olarak ifade edilmiştir⁹.

Diğer taraftan geleneksel araştırma yöntemlerinin, internet ve sosyal medya çalışmalarında uygulanmasında yaşanan kısıtlama sorunu için, internete özgü araştırma yöntemleri geliştirilmektedir. Örneğin Robert Kozinet tarafından ortaya atılan ‘netnografi’ pazar araştırmaları için çevrimiçi ortamları ve toplulukları incelemek için geliştirilmiştir. Kozinets (2002, 68) terimi “teknoloji aracılı çağdaş sosyal dünyamızın karmaşıklığına uyarlanmış etnografi” olarak tanımlar ve netnografinin farkını şu şekilde özetler:

Netnografi farklıdır çünkü çevrimiçi iletişimleri sadece içerik olarak değil, sosyal bir etkileşim, içinde anlamlar saklı ifadeler bütünü ve kültürel bir insan yapıtı olarak ele alır.

Bu yöntem internet araştırmalarında bahsedilen tüm sorunlara çözüm olmasa da, gelecekte internet araştırmalarının nasıl şekilleneceği konusunda fikir vermektedir. İnternet gibi bir araştırma ortamının özellikleri düşünülerek ve geleneksel yöntemlerden esinlenerek geliştirilen yöntemlerle şüphesiz internet çalışma ve araştırmaları daha da gelişecektir.

İnternet araştırmalarında dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise, çalışmalarını tek bir örnek olay üzerinden alarak incelemek yerine daha geniş verilere ulaşıp ülke bazında sonuçlara ulaşmaya çalışmaktır. Bu hem uluslararası bazı karşılaştırmalar için kolaylık sağlar, hem de daha geniş çaplı başka araştırmalar için yol gösterici olabilir (Burgess ve Green, 2009). Aynı zamanda bu tür araştırma girişimleri, sosyal bilimcilerin internet verilerini toplaması ve analiz etmesine yönelik bazı yöntemlerin geliştirilmesi için de yararlı olacaktır.

İnternet üzerinde yapılan araştırmalar, ortamın gereği, bazen araştırmacılara kolaylıklar sağlarken bazı önemli noktaların da göz ardı edilmemesi gerekir. Bu kolaylıklar arasında internet ortamında farklı gruplara ait sunulan zengin veri gelmektedir. Bu veri gruplarının kendisi tarafından paylaşılmaktadır ve ortamın yarattığı anonimlik; yüz yüze görüşmelere göre daha samimi bilgilerin paylaşımını sağlamaktadır. İnternet ortamının veri zenginliği bakımından bu tür kolaylıklar sağlaması, bu alanda yapılan araştırmaların fazlalaşmasına sebep olmuştur. Diğer taraftan, çevrimiçi ortamda bulunan verinin aslında araştırma amaçlı paylaşılmadığı sorunu ise, etik çerçevede tartışılabilir.

İnternet ilk yıllarında gerçek hayattan tamamen bağımsız olarak kavramsallaştırılmıştır ancak yeni söylem, interneti daha geniş bir sosyal ortamın içinde bulunan ve bu ortamın parçası olan bir yapı olarak konumlandırmıştır (Beddows, 2008). Bu konumlandırma ile birlikte çevrimiçi araştırmalar için belli açılımlar sağlanmaya başlamıştır. Diğer taraftan internet araştırmalarının dikkatli bir şekilde tasarlanmalıdır ve insan yorumu olmaksızın yapılan istatistik sonuçlarının eksiklikleri göz ardı edilmemelidir. Bu çalışmada, internetin gelişim süreciyle birlikte karmaşık bir hal alan yönetsel sorunlara yönelik literatüre değinilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma, yöntemle ilgili sorunlara kesin bir çözüm sunmaktan ziyade, farklı araştırma modelleri üzerinden yapılan çevrimiçi araştırmalara yönelik sorunları ortaya koymaya çalışmıştır. Çevrimiçi araştırmaları yönetmek için, internetin kendine özgü yapısı göz önüne alınarak geliştirilecek, yöntemlere ilişkin kılavuzların gerekli olduğu düşünülmektedir.

⁹ Economist. (25.02.2010). Special Report: Data, data everywhere. <http://www.economist.com/node/15557443>

İnternet, sosyal ağlar, sosyal medya, web anketleri, web analizleri, bilgisayar aracılı söylem analizleri üzerinden geçmişten günümüze yapıla gelmiş ve yapılmakta olan araştırmalarda kullanılan yöntemlerin gelişimine bakıldığında internet araştırmalarındaki farklılaşma daha net görülebilir. Küçük alan araştırmalarından büyük ölçekli araştırmalara kadar farklı sorunsalları temel alan bu çalışmaların bir araya getirilerek yöntem sorunu ele alınmalıdır. Bu da ancak üniversitelerin ya da araştırma kurumlarının girişimiyle gerçekleşebilir. Yurtdışında örneklerine rastladığımız böyle bir açılım, alanda sorunları gidermeye büyük katkılar sağlayacaktır. Böylelikle geleneksel nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin yanı sıra internetin kendine özgü ortamının araştırılması ve bu ortama uyarlanmış yöntemlerin gelişmesi mümkün olabilir.

Kaynakça

- Bausch, S. (2007). Nielsen//netratings Adds 'Total Minutes' Metric. Erişim 1 Temmuz 2012: http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_070710.pdf.
- Beddows, E. (2008). The Methodological Issues Associated With Internet-Based Research. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 6(2), 124- 139.
- Berry, D. (2012). Introduction: Understanding the Digital Humanities. D. Berry (Ed). *Understanding Digital Humanities* (s.1-21). London: Palgrave Macmillan.
- Boutin, P. (2006). Web 2.0: The New Internet 'Boom' Doesn't Live Up to its Name. Erişim: 01 Aralık 2012, <http://www.slate.com/id/2138951/>
- Boyd, D., Crawford, K (2011). Six Provocations for Big Data. A Decade in Internet Time. Symposium on the Dynamics of the Internet and Society: 21 Eylül 2011- Amsterdam. Oxford Internet Institute. Erişim: 15 Kasım 2012, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1926431>
- Brin, S., Page, L. (1998). The anatomy of a large-scale hypertextual Web search engine. *Computer networks and ISDN systems*, 30 (1-7),107-117. Erişim: 15 Aralık 2013, <http://ilpubs.stanford.edu:8090/361/1/1998-8.pdf>
- Bruns, A., Burgess, J. E. (2012a) Doing blog research. Arthur, James, Waring, Michael, Coe, Robert, Hedges, Larry V. (Ed.). *Research Methods and Methodologies in Education* (202-209). Washington DC: Sage Publications Ltd.
- Bruns, A., Burgess, J. E. (2012b). Notes towards the Scientific Study of Public Communication on Twitter. Tokar, A, Beurskens, M., Keuneke, S., Mahrt, M., Peters, I., Puschmann, C., van Treeck, T., &Weller, K. (Ed.). (2012). *Science and the Internet* (159-171). Düsseldorf: Düsseldorf University Press.
- Buchanan, T., Smith, J.L. (1999). Using the Internet for psychological research: Personality testing on the World Wide Web. *British Journal of Psychology*, 90, 125-144. Erişim: 01 Eylül 2013: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1348/000712699161189/abstract>
- Burgess, J., Green, J. (2009). *Digital Media and Society Series*. Malden, MA: Polity Press.
- Cairns, P., Blythe, M. (2009) *Research Methods 2.0: doing research using virtual communities*. P. Zaphiris, J. Ang, (Ed). *Social Computing and Virtual Communities* (s.37-67). Chapman and Hall. Erişim: 01 Ekim 2013, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.157.4519&rep=rep1&type=pdf>
- Christians, C. D., Chen, S.S. (2004). Introduction: Technological environments and the evolution of social research methods. M. D. Johns, S.S. Chen, G.J. Hall (Ed.) *Online Social Research: Methods, Issues & Ethics* (s.15-23). New York : Peter Lang Publishing Inc.

- Clark, H.H., Schaefer, E.F. (1989). Contributing to discourse. *Cognitive Science*, 13, 259-294. Erişim: 4 Aralık 2013, http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1207/s15516709cog1302_7/abstract
- Cormode. G., Krishnamurthy, E. (2008). Key Differences between Web1.0 and Web2.0. *First Monday*, 13 (6). Erişim: 10 Mayıs 2013, <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/2125/1972>
- Fay, S., McLaughlin. M. L., Rafaeli. S. (1998). *Network and netplay: Virtual groups on the Internet*. Menlo Park, CA: AAAI Press.
- Featherstone, M., Burrows R. (1995). *Cultures of Technological Embodiment: An Introduction*. M. Featherstone, R. Burrows (Ed). *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk* (s.1-21). Sage Publications.
- Fuchs, C. (2013). Social media and capitalism. T. Olsson (Ed). *Producing the Internet. Critical perspectives of social media* (s.25-44). Göteborg: Nordicom.
- Harding, S. (2010). Feminism, science and the anti-Enlightenment critiques. A. Garry, M. Pearsall (Ed). *Women, knowledge and reality: explorations in feminist philosophy* (s.298-320). Boston: Unwin Hyman.
- Hewson, C.M., Laurent, D., Vogel, C.M. (1996). Proper methodologies for psychological and sociological studies conducted via the Internet. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 28, 186-191. Erişim: 5 Kasım 2012, <http://www.websm.org/uploadi/editor/proper.pdf>
- Hine, C. (2005). Internet Research and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge. *The Information Society: An International Journal*, 21(4), 239-248. Erişim: 1 Eylül 2013, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01972240591007553>
- Jones, S. G. (1995). Understanding community in the information age. S. G. Jones (Ed.). *Cybersociety - computer-mediated communication and community* (s.10-35). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Jürgens, P. (2012). Communities of Communication: Making Sense of the “Social” in Social Media. *Journal of Technology in Human Services*, 30:3-4, 186-203. Erişim: 10 Aralık 2013, <http://www.tandfonline.com/loi/wths20>
- Karpf, D. (2012). Social Science Research Methods In Internet Time. *Information, Communication & Society*, 15(5), 639-661. Erişim: 10 Eylül 2012, <http://www.tandfonline.com/doi/ab/10.1080/1369118X.2012.665468>
- Kaye, A. (1991). Learning together apart. A. R. Kaye (Ed.). *Collaborative learning through computer conferencing: The Najaden papers* (s.1-24). NATO ASI Series. Erişim: 08 Ocak 2014, <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-642-77684-7>
- Kiesler, S. (1997). *Culture of the Internet*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- King, G. (2011). Ensuring the data-rich future of the social sciences. *Science*, 331(6018), 719-721. Erişim: 16 Aralık 2013, <http://www.sciencemag.org/content/331/6018/719.short>
- Kozinets, R. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39 (February), 61-72.
- Kraut, R.E., Streeter, L.A. (1995). Coordination in software development. *Communication of the ACM*, 38(3), 69-81.
- Livingstone, S. (2005). *Critical debates in Internet Studies: Reflections on an Emerging Field*, London: LSE Research. Erişim: 15 Ekim 2013, <http://eprints.lse.ac.uk/1011/1/CriticaldebatesTODAY.pdf>

- Manovich, L. (2011). Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data. M.K.Gold (Ed). Debates in the Digital Humanities (s.1-17). The University of Minnesota Press: Minneapolis.
- McQuail, D. (2005). Mcquail's Mass Communication Theory. 5th ed. London: SAGE Publications.
- Mehta, R., Sivadas, E. (1995). Comparing response rates and response content in mail versus electronic mail surveys. Journal of Market Research Societ., 37, 429-439.
- Nass, C., Steuer, J. (1993). Voices, boxes, and sources of messages: Computers and social actors. Human Communication Research. 19(4), 504-527.
- Newhagen, J. E., Rafaeli, S. (1996). Why Communication Researchers Shouls Study the Internet: A Dialogue. Journal of Communication, 46/1, 4-13. Erişim: 18 Kasım 2013, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01458.x/abstract>
- O'Reilly Tim. (2005). What is Web 2.0 ?. Erişim: 1 Temmuz 2012, <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Rheingold, H. (1993). The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Risvik, K.M., Michelsen. R. (2002). Search Engines and Web Dynamics. Computer Networks, 39, 289-302.
- Riva, G., Galimberti, C. (1998). Computer-mediated communication: identity and social interaction in an electronic environment. Genetic, Social and General Psychology Monographs, 124, 434-464.
- Rogers, R. (2009). The end of the virtual. Digital methods. Amsterdam, The Netherlands: Amsterdam University Press.
- Sanders, T. (2005). Researching the online sex work community. C. Hine (Ed.) Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet (67-81). Berg: New York.
- Schuler, D. (1994). Community networks: building a new participatory medium. Communication of the ACM, 37 (1), 38-51.
- Shannon. C.E., Weaver W. (1949). The mathematical theory of communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Terranova, T. (2000). Free Labor: producing culture for the digital economy. Social Text, 63, 8(2), 33-58. Erişim: 17 Eylül 2013, <http://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2terranova.pdf>
- Turkle, S. (1995). Life on the screen: Identity in the age of the Internet. New York: Simon and Schuster.
- Van Dijck, J., Nieborg, D. (2009). Wikinomics and its Discontents: A Critical Analysis of Web 2.0 Business Manifestos. New Media & Society, 11(4), 855-874. Erişim: 6 Ocak 2014, http://www.gamespace.nl/content/Wikinomics_and_its_discontents_2009.pdf
- Wellman, B. (2001). Computer networks as social networks. Science, 293 (5537), 2031-2034. Erişim: 16 Nisan 2013, http://www.ee.oulu.fi/~vassilis/courses/socialweb10F/reading_material/1/Wellman01-ComputerNetworksAsSocialNetworks.pdf
- Zimmer, M. (2008). The externalities of Search 2.0: The emerging privacy threats when the drive for the perfect search engine meets Web 2.0. First Monday, 13(3). Erişim: 19 Aralık 2013, <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2136/1944>