

SANAL SOSYAL AĞ AİDİYETİ VE DİJİTAL YERLİ GENÇLİK

Arzu BOZDAĞ TULUM*

Yaşar KAYA**


Öz


Dünyada ve Türkiye’de yoğun olarak kullanılan sanal sosyal ağlar hem bireysel hem de sosyal hayatı etkileyen ve değiştiren çok önemli bir etken haline gelmiştir. Bu çalışmada bilimsel ve teknolojik gelişimin ortaya çıkardığı dijitalleşme ve bunun toplumsal yaşama olan etkileri sonucunda ortaya çıkan sanal sosyal ağların, geleceğin yetişkin kuşağı olacak “Dijital yerliler” in aidiyet tutumlarında nasıl bir etkiye sahip olduğu araştırılmaktadır.

Etkili görünümleri ile bir problem alanı haline gelen sanal sosyal ağlar Barnes’ in tanımiyla “bireyler arasındaki rastlantısal tanışmalardan, ailevi bağlara kadar uzanan ilişkilerin bir haritası”dır. Bu bağlamda her türlü ilişki ve etkileşimde baş rollerde karşımıza çıkan sanal sosyal ağlar bir şekilde hayatımızda yer almakta ve eski ile yeniyi tamamen değiştirmektedir.

Sanal ortamda veya başka bir ifadeyle siber uzayda; ortak amaç, ilgi veya ortak değerler etrafında birleşen insanların oluşturduğu grupları ifade eden sanal sosyal ağlar, bu ağlara dahil olan bireyler için kullanılacak bir araç olmaktan daha fazla anlamlar kazanarak, en içteki âlemlerimizin bir bileşeni olarak, kimliğimizin inşa edildiği merkezi bir eksen haline gelmektedir. Bu bağlamda bireyler, kendilerini sosyal ağlara bağlı varlıklar olarak sunma eğilimi göstermektedirler.

Anahtar Kelimeler: Sanal sosyal ağlar, aidiyet, dijital yerli.

*  Öğretmen, Millî Eğitim Bakanlığı, arzubozdagtulom@hotmail.com, Malatya, Türkiye

**  Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, yasar.kaya@inonu.edu.tr, Malatya, Türkiye

VIRTUAL SOCIAL NETWORK AND DIGITAL NATIVE YOUTH

Abstract

Virtual social networks, which are used extensively in the world and in Turkey, have become a very important factor that affects and changes both individual and social life. In this study, it is investigated how virtual social networks, which emerged as a result of digitalization brought about by scientific and technological development and its effects on social life, have an effect on the attitudes of belonging of "Digital natives", who will be the adult generation of the future.

Virtual social networks, which have become a problem area with their effective appearance, are "a map of relationships between individuals, ranging from accidental encounters to family ties," as Barnes defines them . In this context , virtual social networks, which appear in the leading roles in all kinds of relationships and interactions, somehow take place in our lives and completely change the old and the new.

In the virtual environment or in other words, in cyberspace; Virtual social networks, which express groups of people who unite around a common purpose, interest or common values, gain more meaning than being a tool to be used for the individuals involved in these networks, and become a central axis on which our identity is built, as a component of our innermost realms . In this context, individuals tend to present themselves as beings connected to social networks.

Keywords: *Virtual social networks, belonging, digital native.*

1. GİRİŞ

Bilimsel ve teknolojik ilerleme insanlık tarihinde son 50 yılda daha önce görülmemiş bir büyüklükte değişimin yaşanmasına yol açmıştır. Bu değişim eğitimden ticarete, dini inançlardan yaşam alışkanlıklarına kadar insanlığın tüm yaşamını etkilemiştir. Özellikle internet ve mobil cihazların hayatımıza girmesi bu değişimin hızını ve etkisini arttırmış ve hayatımız geri dönüşmez bir şekilde değişmiştir.

İnsanlar, yalnız yaşayamayan sosyal varlıklardır. Sosyal ilişkiler kurarak var olabilirler. 21. yüzyılda bilimsel ve teknolojik gelişmelerle toplumsal düzen

internetin yarattığı sanal ortama kaymaktadır. Bu değişim, tarihsel gelişim sürecinde toplum tasnifine bir yenisini ekleyerek “dijital toplum” veya diğer bir deyişle “sanal toplum” kavramlarının eklenmesine yol açmıştır.

Bugün içinde yaşadığımız “dijital toplum” ya da diğer adıyla “sanal toplum” ortamında zaman ve mekân engelleri ortadan kalkmış, her an her şeye ulaşabileceğimiz, her an her olaydan saniyeler sonra haberdar olabildiğimiz küresel bir çağ yaşanmaya başlamıştır.

İnternetin hayatımıza girmesi ve kullanımı kuşakları da nitelik olarak birbirinden ayırmış ve yeni kuşak tanımlamalarının yapılmasını zorunlu kılmıştır. İnternet teknolojilerini çok iyi kullanan ve onsuz bir hayatı hayal dahi edemeyen dijital yerli genç kuşak ile internetle sonradan tanışan ve ona uyum sağlamaya çalışan dijital melez ve dijital göçmen insanları nitelik yönünden birbirinden ayırmaya başlamıştır.

Söz konusu kuşaklardan hangisi içerisinde yer alırsak alalım internet bir şekilde hayatımızda yer almış ve eski ile yeniyi tamamen değiştirmiştir.

2. SANAL SOSYAL AĞLAR

“Sosyal ağ” kavramı internet çağından çok önce oluşturulmuş olsa da, ilk olarak 1954 yılında J.A. Barnes tarafından kullanılmıştır. Barnes'a göre sosyal ağ, “sıradan tanıdıklardan aile bağlarına kadar bireyler arasındaki ilişkilerin haritasıdır”. Ayrıca bir dizi toplumsal ilişki aracılığıyla insanların birbirine bağlanması ile ortaya çıkan gruplar da sosyal ağ olarak ifade edilebilir (Gürsakal, 2009: 513; Garton, Haythornthwaite ve Wellman, 1997).

Sosyal ağlar, toplumsal ilişkiler ile birbirine bağlanan ve düğüm olarak adlandırılan parçalardan, bireylerden veya örgütlerden oluşmaktadır. Bu düğümler aralarındaki toplumsal ilişki ve etkileşimlerin şekli doğrultusunda bir ağ

yapısı oluşturmaktadır (Gürsakar, 2009: 513). “Toplumsal aktörler” olarak isimlendirilen bu düğümler; tanışıklık, yakınlık, benzerlik, ticari etkileşim gibi farklı şekillerde görülebilir ve bu etkileşimler aracılığıyla bireyleri birbirine bağlar (Gürsakar, 2009: 5).

Bilgisayar ve mobil araçların günlük yaşantımızda kullanılması ve yaygınlaşması ile diğer insanlar ve kurumlar arasında kurulan iletişim, “web” denilen internet ağları üzerinden kurulmaya başlanmış ve bu yeni iletişim araçları yeni etkileşim ve iletişim şekillerini ortaya çıkarmıştır. Bu gün sosyal ağlar, sosyal medya olarak ifade edilen internet tabanlı ve Web2.0 araçlarının kullanımıyla oluşturulan platformlar üzerinden, kişilerin internet vasıtasıyla içerik üretebildiği, paylaşım yapabildiği, akrabaları, arkadaşları ya da hiç tanımadığı ancak ortak paydada buluşabildiği başka insanlarla ilişkiler kurduğu her türlü sanal ortam olarak değerlendirilmektedir.

Sanal sosyal ağlar farklı niteliklere sahip olmalarına rağmen, genel olarak insanları, ortak ilgi alanlarına sahip yabancılarla tanıştırmak ilişki ve iletişim kurmalarına imkan sağlayan ortamlar olarak karakterize edilirler. Sanal sosyal ağlar, internet ortamında oluşturulmuş platformlar aracılığıyla, ortak ilgi alanlarına sahip insanlar için bir tanışma mekânı oluşturulması, oyun odalarının kurulması gibi birçok etkinliğin bir arada ve aynı zamanda gerçekleştirilebildiği ortamlar olarak nitelendirilebilir. Sanal platformlarda, örneğin chat odaları, Yahoo, Google veya Whatsapp grupları gibi ortamlarda, bireylerin bir araya gelerek oyun oynamaları, hatta eğitim almaları veya vermeleri, spor yapmaları, çeşitli eğlence ve sanatsal faaliyetlere katılmaları sanal ağların kurulmasını ve geliştirilmesini sağlamaktadır.

Günümüzde sanal platformlarda gerçekleşen iletişim, mesafeleri yakınlaştırmış ve sosyal hayatı önemli ölçüde etkilemiştir. Bilimsel ve teknolojik gelişimin ortaya çıkardığı dijitalleşme ve bunun toplumsal yaşama olan etkileri sonucunda ortaya

çıkan sosyal ağlar, sosyal medya ile karıştırılmaktadır. Bu çalışmada araştırma konusu edilen sanal sosyal ağlar, sosyal medya platformları üzerinden kurulan, ortak hedefler, ortak ilgi alanları ve ortak değerler etrafında bir araya gelen insan gruplarını ifade etmektedir. Örnek vermek gerekirse; “ChristianNetwork” ve “Hisholyspace” Hıristiyan insanların Facebook üzerinden Hıristiyanlık ortak değerini paylaşmaları neticesinde ortaya çıkmış sosyal ağlardır.

3. AİDİYET KAVRAMININ SOSYOLOJİK İZAHI

Çalışma konusunda odaklanılmış olan ve dijital yerli olarak adlandırılan genç kuşağın sanal sosyal ağlara olan aidiyet ve bağlılık konusunu daha iyi anlayabilmek ve açıklayabilmek için öncelikle aidiyet kavramı üzerinde durulması gerekir. İnsanlar için zaruri olan ihtiyaçları arasında olan aidiyet ihtiyacı, bireyin kim olduğunu, kimlerden olduğunu belirleme noktasında önemli bir faktördür. Bireyin farklı türlerde ve düzeylerde gerçekleşen aidiyet duygusu, onun toplumla bütünleşmesini sağlayan önemli bir ihtiyaçtır.

3.1. Aidiyet Kavramı

Aidiyet kavramı; bir sistem ya da ortama dahil olan bireylerin, kendilerini sistemin ya da ortamın bir parçası olarak ifade etmeye yönelten duygular (Güneş, 2014: 15, Levett-Jones vd., 2007: 211). Şeklinde açıklanabileceği gibi, bireyin var olma deneyimi olarak ta ifade edilebilir.

Sosyoloji ve psikoloji gibi beşerî bilimler tarafından ele alınan aidiyet kavramı, insanların bir toprağa, bir millete, bir dine, bir dile, bir topluluğa, bir kuruma ya da kuruluşa, ideolojik bir fikir, bir spor takımı, bir kişi ve hatta bir nesneye, bir gruba karşı hissettiği güçlü bağlılık duygusu olarak tanımlanmaktadır. Bu sayılan aidiyet türleri elbette aynı zamanda eşit öneme sahip olmayabilir ancak bireyler için hiçbiri tamamen anlamsız değildir (Maalouf, 2014: 16).

Bauman (1999: 51) aidiyet duygusunu “biz” ve “onlar” kavramlarına vurgu yaparak açıklamaktadır. Ona göre “biz”, birincil ve samimi ilişkilerin gerçekleştiği, bireyin kendini güvende ve mutlu hissettiği yerdir. “Onlar” olarak isimlendirilen çevre ise; kişinin bağıllık hissetmediği, istenmeyen bir yerdir. “Onlar”, “bizden” olmayan her şeydir. Buna göre “onlar” ve “biz” iki farklı sosyal grubu tanımlamakla birlikte, aynı zamanda sempati ve antipati, güven ve güvensizlik, güvende hissetme ve korku, iş birliği ve mücadele gibi birbirine zıt iki tutum arasındaki farkı da göstermektedir.

Aidiyet, toplumsal bir canlı olan insanın tüm yaşamı boyunca yaptığı seçimler neticesinde oluşabileceği gibi; içine doğduğu toplumun sunduğu toplumsal çevreye örneğin millî kimlik, aile, din, vatan gibi etkenlere göre de şekillenebilir. Ancak aidiyet duygusu zaman içinde bireyin ilgi ve ihtiyaçlarına göre güncellenebilir ve değiştirilebilir. Bu nedenle bireyin aldığı eğitim, muhatap olduğu siyasi ve ekonomik ortamlar gibi değişkenlerin de etkisiyle aidiyet duygusunun değişebilir olduğunu söylemek mümkündür. Doğumdan itibaren bireyin bir hikâyesini andıran bu değişim ve gelişim, yavaş yavaş içine doğduğu sosyal kategori, kendi çabaları ve çevre ile kurduğu ilişkilerle şekillenir (Alptekin, 2011).

Son yıllarda insanların kendilerini ait hissettikleri sosyal çevrelere sanal sosyal ağlar da katılmıştır. İnsanlar çok çeşitli nedenlerle girdikleri bu sanal ortamlarda zaman geçirmekte ve bu sanal ağlarda sosyalleşmektedir. Bu bağlamda sanal sosyal ağların insanlar için yeni aidiyet ortamları oluşturduğu görülmektedir. Geleneksel cemaatlardan farklı özelliklere sahip olsa da insanlar bu sanal topluluklarda yalnızlıklarını ve sorunlarını paylaşabilecekleri veya bu sorunların çözümüne katkıda bulunabilecek yeni arkadaşlar edinirler. Böylece sanal sosyal ağlar, bir taraftan insanların yalnızlık duygularından kurtulmalarına yardımcı

olurken bir taraftanda, kendilerini ait hissettikleri yeni grupları bulma fırsatı sunar (Robins, 1999: 148).

Aidiyet hissedilen grup ister gerçek ister sanal bir mekân olsun, milli veya dini bir mensubiyet olsun, isterse bir barın müdavimliği olsun insanların önemli bir ihtiyacını karşılamaktadır. Önemli bir ihtiyaç olan ait olma ihtiyacının karşılanmaması bireyde çeşitli yoksunluklara ve bazı sorunlara yol açmaktadır. Kaygı, duygu durum bozuklukları, depresyon, yalnızlık ve yabancılaşma gibi duygusal ve sosyal sorunlar, ilişki kurma ve sürdürmede yaşanan sorunlar, bireylerin aidiyet ihtiyacını karşılayamamalarından kaynaklanmaktadır. Aslına bakılırsa yeme bozukluklarından intihara kadar pek çok davranışsal patoloji aidiyet bağı olmayan kişilerde yaygın bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Baumeister ve Leary, 1995).

Ait olma ihtiyacının karşılanması bireyin yaşam doyumunu ve yaşamdan beklentilerini etkiler. Ancak ait olma ihtiyacını karşılayamamanın ortaya çıkardığı yoksunluk ile intihar arasındaki bağlantıya vurgu yapan Durkheim, yapmış olduğu “intihar” adlı araştırmasında bu durumun bencil intiharlarla sonuçlanabileceğini belirtmektedir. Durkheim’e göre bencil intihar, insanların içinde yaşadıkları toplumun ortak hedefleriyle ve amaçları ile bütünleşememesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu bütünleşememe, insanın yaşamı anlamsız olarak hissetmesine ve bu duygu ile intihar davranışına yönelmesine neden olur.

Fichter'e (2009: 232) göre sosyal bütünleşme, “uyum, dayanışma, birlik” kelimeleri ile eş anlamlıdır ve çoğu zaman toplumun değerlerini özümseyerek sosyalleşme süreçlerini ifade eder. Bütünleşmeyi, özellikle maneviyat açısından, toplumun inanç, dil, gelenek, görenek, estetik beğeni vb. değerlerini benimsemesi olarak ta tanımlayabiliriz.

İnsanlar bir toplumda yaşarlar ve o toplumun normlarına uyum sağlarlar. Bu, bireye bir gruba ait olması nedeniyle hem bireysel kimlik hem de grup üyeliği verir. Birey kendi kimliğini sunarken, genellikle grup aidiyetini gösteren unsurlarla karşılık verir. Buna bağlı olarak insanın bireysel kimliğinin aidiyet ve aidiyet unsurlarıyla şekillenmekte olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda bireysel kimlik bireyin içinde bulunduğu toplumun kimliğine göre şekillenmektedir (Göka ve Beyazyüz, 2005: 21).

Sherif ve Tajfel'e göre insanlar kendilerini parçası oldukları gruplarla özdeşleştirerek kendi kişisel kimliklerini oluştururlar (akt. Schnaper, 2005:151). İnsanların mensubu oldukları milliyet, din veya siyasi görüş vb. onların ait oldukları grupları belirlemektedir ve insanlar bu grupları diğer gruplardan üstün görme eğilimindedirler. Böylece insanlar kendileri açısından en güvenilir, doğru ve diğerlerinden üstün gördükleri gruba sıkı sıkıya bağlanır ve o grupla özdeşleşir ve bütünleşir.

Bireylere kim oldukları sorusu sorulduğunda toplum içindeki konumlarına örneğin; aile, millet, etnik köken, vatan, bölge, kent, mahalle vb. gibi sosyal statülerine göre yanıtlar verirler. Bireyler yaşamları boyunca bazen bu gruplara dahil olarak, bazen de vazgeçerek farklı gruplara ait olma duygusu geliştirebilmekte, bu süregelen sosyal etkileşim ve bütünleşme sürecinde, yeni bağlantılar kurarak veya eskilerinden vazgeçerek kendilerini yeniden konumlandırmaktadırlar.

3.2. Toplumsal Grup Aidiyeti ve Toplumsal Grup Aidiyetine İlişkin Kuramlar

İnsanlar toplumsal varlıklardır ve hayatlarını yalnız başlarına sürdürmeleri imkansızdır. Tarihsel gelişim sürecinde ilk olarak ortaya çıkan toplumsal grup örneği ilkel klan ailesinden bu günün modern toplumlarına kadar insanlar, sosyal

gruplar halinde hayatlarını sürdürürler. İnsanlar için bir gruba girmek, kendilerini bir grubun mensubu olarak görmek vazgeçilmez bir ihtiyaçtır.

Bireyler ister sanal isterse gerçek olsun içinde bulunduğu grubun kurallarını benimseyerek o grubun mensubu olurlar. Gruplar en az iki kişinin oluşturduğu, ortak bir amaç etrafında birleştiği ve en azından bu amacı gerçekleştirinceye kadar belirli bir süre bir arada olan ve bu grubun sağladığı ortak bir sosyal kimliği paylaşan bireyler tarafından oluştururlar.

Bireyin gruba ait olması, grubun sosyal kategorizasyon süreçleri ile yakından ilişkilidir. Kuruluş amaçlarına, üye sayılarına, kapsamına, yapılarına, sürekliliklerine, işlevlerine vb. göre farklı biçimlerde ortaya çıkan toplumsal gruplar, çeşitli, karmaşık ve geniş kapsamlı durumlar içinde gözlenmektedir. Aidiyet duygusunun bu çeşitli, karmaşık ve geniş kapsamlı süreçlerin temel etkenlerinden biri olduğu söylenebilir. Aidiyet hissi, gruplar halinde yaşamının karmaşık taraflarını içinde barındırmaktadır. Aidiyet duygusunun, grubun varlığını ve devamını sağlayan en önemli etken olduğu söylenebilir. Gruba mensup olan bireylerin aidiyet hisleri güçlü bir şekilde paylaşıldığı sürece varlığını sürdürmesi mümkün olabilir. Öte yandan, üyeler grubun hedefleriyle uyumsuzluk hissedersen, gruba dair bağlılıkları yani grup aidiyeti ortadan kalkmaya başlar ve sonunda grup dağılma sürecine girer.

Bu başlıkta insanların ait oldukları gruplarla olan ilişkilerine odaklanan teorilere yer vermek konuyu daha iyi açıklamaya yardımcı olacaktır. Bu bağlamda yapılan literatür taramalarında, kimliğin bireysel ve sosyal yönlerini vurgulayan iki önemli teoriye rastlanmıştır. Bu teorilerden ilki Turner'ın "Benlik kategorizasyonu" teorisidir. Turner teorisinde, insanın bilişsel yapısı üzerinde durarak açıklamalarını bilişsel yapı çerçevesinde ele almıştır. O'na göre bireysel kimlik, bireyin özerklik ve bağımsızlığına dair yönünü açıklarken, sosyal kimlik, tam tersine bireysel kimliğin kaybedilmesidir.

Tajfel tarafından geliştirilen “Sosyal kimlik teorisinde” ise, bireysel ve sosyal kimlik arasındaki farklara vurgu yapılmaktadır. Tajfel’e göre toplumsal kimlik, bireyin grubun diğer üyeleriyle olan benzerliklerine vurgu yaparken, kişisel kimlik, bireyin grup içindeki benzersizliğine vurgu yapar. İnsanın kendi bireysel kimliğine dair olumlu yaklaşımı onun mensup olduğu grup içinde olumlu bir konuma sahip olmasına bağlıdır. İnsanın olumlu kimliğe sahip olma ihtiyacı, bir gruba mensup olma ve o grupla özdeşleşme duygusuna bağlı olarak karşılanmaktadır. Bireyin kendine dair algısı kendini özdeşleştirdiği gruplardan etkilenir (Zıllıoğlu, 2008:21-22; Kağıtçıbaşı, 2006: 279).

3.3. Toplumsal Aidiyet Türleri

Bireylerin aidiyet hisleri; aile veya okul gibi bir kuruma yönelik olabileceği, ideolojik, dini veya ulusal/etnik ve kültürel kimlik gibi kolektif bir yapıya ya da herhangi bir mekân (vatan) veya yere karşı da olabilir (Ryzin, Gravely ve Roseth, 2009; Hill, 2006; Peled & Muzicant, 2008). Ayrıca bugün dijitalleşme ile birlikte yeni bir aidiyet alanı olarak ortaya çıkan sanal topluluklara da aidiyet duygusu ile bağlanıldığını gözlemlemekteyiz. Bireyler bu sayılan yer, kurum ya da yapıların birine, birkaçına veya tamamına aynı anda bağlılık gösterebilir. Örneğin, birey aynı anda kendisini hem Türk milletinin hem İslam dünyasının hem de kendi ailesinin ya da bir meslek kuruluşunun mensubu, sanal oyunlardan birinin baş rol oyuncusu olarak görebilir ve bütün bunlara göre kendine yeni bir kimlik inşa edebilir.

3.3.1. Ulusal-Etnik ve Kültürel Aidiyet

Bireyler sosyal kimlik gereksinimlerini gidermek için bazı sosyal, kültürel veya etnik gruplara aidiyet duygusu ile bağlanmaktadır. Sosyal kimlik “Biz” dışında “Öteki” ile toplumsal ilişkiler kurulması ile ortaya çıkan toplumsal davranış ile şekillenir. İnsanlar "Biz" ve "Öteki" arasındaki farkı gösteren özellikleri

vurgulayarak kendi kimliğini yaratır. Ötekine yapılan göndermelerle, kendimizi ait hissetmediğimiz grubun tanımını yaparak, kendimizin ne olmadığını vurgulayarak, aidiyet hissettiğimiz grubun daha net ve doğru bir şekilde tanımlamasını yaparız (Taylor, 1996).

Delanty (2001), yapmış olduğu çalışmada ortak bir kültüre karşı duyulan aidiyetin varlığının, milli ve etnik aidiyetin ortaya çıkması ve devamlılığı açısından önemli olduğunu ifade etmektedir. Ona göre bir toplumun bireyleri arasında paylaşılan en önemli kültürel unsurlar, milliyet, dil ve dindir.

Bireylerin mensup oldukları milliyet ve kültürleri, onların kendilerini tanımlamalarında ve kendi kimliklerini oluşturmada, kendilerini diğerlerinden ayıran ve onlara ortak bilinç ve ortak aidiyet üretmelerinde merkezi bir öneme sahiptir. Schlesinger'e göre "kültür, toplumları birbirinden ayıran ve kendi içinde birleştiren unsurların bir bileşimidir" (1994: 244).

Bireyler, kendilerini diğerlerinden ayıran ve kendisi gibi olanlarla birleştiren, belli bir kültürün parçası olarak görürler. Mensup oldukları kültürün gerekliliklerini yerine getirdikleri için de mutluluk duyarlar. Böylelikle bireyler; içinde yer aldıkları gruba karşı sosyal bağlar geliştirmekte, ona karşı bağlılık hissetme ve o grubun bir parçası olmaktan gurur duyma gibi ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

3.3.2. Dini ve İdeolojik Aidiyet

Din, bireyin kimliğinin belirlenmesinde merkezi öneme sahiptir. Bir dine mensup olmak sadece o dinin inançlarına ve uygulamalarına katılmak değil hatta bundan daha fazlasına karşılık gelmektedir. O'na göre din aynı zamanda bir grubun, bir topluluğun ve bir kültürün parçası olmak anlamına da gelir.

Sosyoloji biliminin önde gelen kurucularından Durkheim'e göre, din toplumlar için bir gerekliliktir. O'na göre din bireyleri birbirine bağlayan ve toplumsal

bütünleşmeyi sağlayan önemli bir kurumdur. Çünkü din, insanlar arasında birlik ve beraberliği sağlayarak, içinde yer aldıkları topluma aidiyet duygularını ve bağlılıklarını güçlendirir (Özkalp, 1995: 176).

İnsanlar kendilerine kimlik sunan ve kendilerini güvende hissedecekleri bir yere ihtiyaç duyarlar. Din, bu açıdan insanlar için önemli bir sığınak ve aynı zamanda onlara topluluk ve aidiyet duygusu sağlayan önemli bir kurumdur.

3.3.3. Örgütsel-Kurumsal Aidiyet

Literatürde en çok vurgulanan tanımına göre örgüt, insanların yalnızca kendi güçlerini kullanarak ulaşmakta zorlanacakları hedeflere, gruplardaki işbölümü ve koordinasyonun sağladığı çaba, bilgi ve beceri birlikteliğinden doğan sinerji ile diğer insanlarla güçlerini birleştirerek başarmalarını mümkün kılan bir sistemdir (Koçel, 1998:108).

Bir örgütün var olması ve devamı için üyelerinin örgüte bağlılık duymaları ve kişisel yeteneklerini örgütün başarısına katkıda bulunmak için kullanmaya arzu duymaları gerekir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalar, örgüt üyelerinin örgütlerine duydukları güçlü aidiyet bağı sonucunda örgüt varlığını devam ettirebilmektedir. Birey örgütün amaçlarını ve bu amaçlara ulaşmak için paylaşılması gereken değerleri benimseyerek, örgüt üyeliğini sürdürmekte ve kendisini örgüt kimliğiyle özdeşleştirmektedir (İbicioğlu, 2000:14-16).

Mensupların, kendilerini bağlı hissettikleri kurumların örgütsel değerlerini ve hedeflerini benimsemeleri olarak tanımlanabilecek kurumsal aidiyet duygusunun, kurum mensupları tarafından üst düzeyde paylaşılması sonucunda; üyeler bu amaçlara ulaşmak için çaba sarf ederek kurum üyeliğini sürdürme isteği duymakta, kuruma katkı sağlayacak yetkinliklerini artırmaya çalışmakta ve

böylece kurumun verimliliğinin ve başarısının artmasına katkıda bulunmaktadır (Öztop, 2014: 304).

3.3.4. Vatan-Mekânsal (Coğrafi) Aidiyet

İnsanların varlıklarını devam ettirebilmek için bir mekâna gereksinimleri olduğu gibi hatta kendilerini ait hissettikleri mekân ile ilgili bir kimliğe gereksinimleri olduğu da bilinmektedir. Bu konuda Proshansky (1978), insanların üzerinde yaşadıkları bir mekâna ilişkin duygularının mekânsal bağlılıklarını oluşturduğunu ve bununda bireylerin kimlikleriyle ilişkili olduğunu belirtmektedir. O insanın kimliğine ilişkin mekânsal bağı “yer kimliği” ifadesiyle kavramlaştırmıştır. O’na göre “yer kimliği”, “bireylerin içinde yaşadıkları tabii ve yapay çevre ve başka bireyler ile olan toplumsal ilişkilerinde ortaya koydukları bazı tercihler, beklentiler, duygular, değerler ve inançlar bağlamında ortaya çıkan bir örüntüdür” (akt. Göregenli, 2010:179; Karakuş vd., 2014:124).

İnsanların bir mekâna dair hissettikleri bağlılık ve aidiyet hissi, onların çevresel doyumlarını artıran ve o mekân ile bütünleşmelerini sağlayan bir etkidir (Göregenli, 2010:187).

Milligan (1998) mekânsal aidiyetin, bireyler ve onlar açısından anlamlı olan binalar, bölgeler, evler, nesnelere, yaşam alanları arasında kurulan duygusal bağ sonucunda kurulduğunu belirtmektedir. O’na göre fiziksel mekânlar sosyal etkileşimlerin gerçekleştiği mekânlardır ve bu mekânlar fiziksel ve sosyal yapılanmayı sağlamaktadır. İnsanların kurdukları toplumsal etkileşimlerin mekânı olan ve kişisel açıdan anlamlar yüklenen fiziksel mekânlara duygusal bağlılık hisleri gelişir ve böylece mekânsal aidiyet kavramı ortaya çıkar (Bracato, 2006 akt. Bezirgan, 2014:49).

3.3.5. Sanal Aidiyet

Sanal sosyal ağların, insanların bir gruba aidiyet duyguları ile bağlanmaları, sevmeye ve sevilme, insanlar arasında sayılan kişiler olarak tanınma gibi temel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanıldığı ifade edilmişti (İnceoğlu, 2010:111-112). Buna göre bireyin aidiyet ihtiyacının neredeyse beslenme seviyesinde temel ve giderilmediği durumlarda intiharlarla sonuçlanabilecek, zorlayıcı bir gereksinim olduğu görülmektedir (Baumeister ve Leary, 1995: 498).

Aidiyet duygusu ile ilgili yapılan çalışmalar, insanların kendilerini ait hissedebilecekleri bir grup içinde yaşamak için şartlanmış olduklarını göstermektedir (Furman ve Robbins, 1985'ten akt. Quinn ve Oldmeadow, 2013: 136). Son yıllarda bireylerin ait olma ihtiyaçlarını sanal sosyal ağ kullanımı ile gidermeye çalıştıkları görülmektedir. Sanal sosyal ağların konu edildiği çalışmalarda, insanların başka insanlarla etkileşim ve işbirliği yapma ihtiyacıyla sanal ağlara yöneldikleri tespit edilmiştir. İnsanlar aidiyet ihtiyaçlarını karşılamak için başka insanlarla ilişki ve etkileşim kurmak ve bunları sürdürmek için çaba gösterdikleri görülmektedir (Baumeister ve Leary, 1995: 497).

Bu gün insan hayatının pek çok alanında kullanılan internet teknolojileri, insanlar açısından kullanılan bir araçtan çok daha fazlası haline gelmiştir. İnternet ve dolayısıyla sanal sosyal ağlar iç dünyamızın bir bileşeni olarak, kimliğimizin üzerine oturtulduğu merkezi bir konuma gelmiş durumdadır. Bu bağlamda insanları, sanal sosyal ağlara bağlı varlıklar, olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır (Fisher, 2010: 163).

Son zamanlarda insanlar yaşadıkları bölgelerin fiziki sınırlarının ötesinde özellikle internet teknolojileri sayesinde dünyanın her yerinden farklı insanlarla iletişim kurabilmektedirler. Ulusal sınırlar ne olursa olsun bireyler farklı kişi ve gruplarla iletişim kurabilmektedir. Bireyler kendi seçtikleri değişkenlere göre, ilişki ve etkileşim süreçleri sonucunda aidiyet duygularını ve buna bağlı olarak kendi kişisel kimliklerini inşa edebilirler (Krzyzanowski ve Wodak, 2008).

Çakır'a (2014:368) göre günümüzde sanal da olsa ulaştığımız sanal coğrafyalar, bireylerin ihtiyaç duyduğu bir yere ait olma duygusunu karşılamak için oldukça işlevseldir. Sanal sosyal ağlar, aslında kaybedilen bir fırsat olan aidiyet ihtiyacının karşılanmaya çalışıldığı mekânlar haline gelmiştir. Bu açıdan sanal sosyal ağların, insanlara başkalarıyla iletişim kurma ve başkaları hakkındaki bilgileri elde etme fırsatı vererek, onların aidiyet duygusuna katkı sağladığı öne sürülebilir (Seidman, 2013: 402). Davis'e (2012) göre, sanal sosyal ağlar özellikle genç kuşağın kendi yaşlıları ile ilişki ve iletişim kurmalarına, arkadaşlık gruplarını genişletmelerine ve onay aramalarına imkan sağlamaktadır.

Blanchard ve Markus'ta (2004: 69) Davis gibi sanal sosyal ağların, insanlar arasında toplumsal etkileşim ve bağlantıların kurulmasını kolaylaştırdığını ve bireylerde aidiyet bağı oluşturduğunu ifade etmektedirler. Ancak konu ile ilgili yapılan bazı çalışmalar, sanal sosyal ağların tam tersine gerçek ilişkilerde aidiyet hislerini zayıflattığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle sanal sosyal ağ kullanımının süresinin ve sıklığının artması ile özellikle sanal ağlarda uzun zaman geçiren genç kuşaklar arasında, aidiyet duygusunun olumsuz etkilenebildiği görülmektedir (Elciyar ve Küçük, 2020).

Sanal sosyal ağların kullanıcılarına sunduğu; sanal ortamlarda sınırsız hareket edebilme imkanı, kendilerini sınırlandıracak bir otoritenin bulunmaması, diledikleri gibi göç edebilme ve anlaşmazlık durumlarında üyelikten ayrılabilme kolaylığı gibi imkanlar, bireylerin grup aidiyet pratiklerini etkilemektedir (Narmanlıoğlu, 2016: 12). Bu tür kolaylaştırıcı imkanlar, aidiyet duygusunu azaltabilmekte ve hatta ortadan kaldırabilmekte ve ayrıca bireylerde sosyal izolasyon, dışlanma ve sosyal kopukluk ile sonuçlanabilmektedir (Williams, 2007).

3.4. Dijital Yerlilerin Toplumsal Aidiyeti: Akışkan/ Hibrit Aidiyetler

Günümüzde akışkan bir toplumun üyesi olan bireyler ait olma ihtiyacından dolayı kendilerini bu ihtiyaçlarını karşılayacak yeni bir mekânda/çevrede tanımlama ve çevreleriyle bağlantı kurabilecekleri bir ortamda kendilerine yeni bir yer bulma ihtiyacı duymaktadırlar. Giddens, küreselleşmenin bu döneminde insanların istediği ve ihtiyaç duyduğu şeyin “ait olunacak bir yer” olduğunu ancak bu ihtiyaçlara rağmen bu yerin dışında olanı keşfetmek için bu “yer” i terk etme riskini de göze aldıklarını belirtmektedir (Servaes ve Lie, 2018: 159). Günümüzde sanal sosyal ağlar, başta dijital yerli kuşak olmak üzere, insanların bu gereksinimlerini karşılamak amacıyla girdikleri vazgeçilmez ve eşsiz mekânlar haline gelmiştir.

Dijital yerli olarak ifade edilen genç nesil, internetin, bireysel bilgisayarların ve sosyal medya platformlarının egemen olduğu bir sosyal çevrede büyüyen ilk kuşaktır. Bu yeni medya ve teknoloji, bu genç kuşağın kimliğini ve aidiyet duygusunu hem olumlu hem de olumsuz şekillerde etkilemiştir. Ingeborg Kjaerstad'ın (2014) araştırmasına göre sanal sosyal ağlar, dijital yerli genç kuşağın bireysel kimliklerini oluşturmalarına ve kişisel aidiyet alanlarını şekillendirmelerine olanak sağlamış ve sosyal ağlar aracılığıyla kişisel iletişimde bu kimliği daha iyi ifade etme fırsatı bulmuşlardır. Bununla birlikte, sosyal ağların, kişinin birlikte büyüdüğü belirli kimliklerin yanı sıra, kendilerinin birçok versiyonunu sürdürme eğiliminde oldukları için kimlik karmaşası yaratmıştır (Kjaerstad, 2014).

Boyd tarafından ‘ağa bağlı halklar’ olarak ifade edilen, dijital yerli gençler, sosyal ağlarda ortak davranışsal değerleri ve normları paylaşarak sosyal ağlarda başkalarıyla etkileşim kurabilir ve tartışabilir (Facer, 2011). Ayrıca bunların dışında, sanal dünyanın sunduğu çevrimiçi sosyalleşme bazı dijital yerlilerin sosyal etkileşime girmek için daha az risk alacakları bir alan haline gelmiştir.

Ito ve arkadaşları (2009) tarafından sosyal ağlardaki gençlik kültürü ve sosyal ağ yapısı üzerine yapılan bir araştırmada; dijital yerliler belirli etkinliklere, özel ilgi alanlarına, hobilere ve kariyer hedeflerine vb. odaklanan, ilgi odaklı uygulamalarda, farklı yaşlardan ve geçmişlerden gelen katılımcılar ile işbirliği yapmaktadırlar. Yine aynı araştırmaya göre; dijital yerli gençler, geleneksel kurumsal bağlılık yerine “ilişkisel aidiyet” aramaktadırlar. Dijital yerliler ayrıca “hoş karşılandıklarını ve kabul edildiklerini hissettikleri yerlerdeki kabilelerle ilişki kurmayı ve işbirliğinde bulunmayı tercih etmektedirler” (Ousight Network, 2015: 5).

Bu işbirliğinin konu edildiği Thorne ve Black (2011) tarafından yapılan çalışmada çevrimiçi kimlik inşası ve aidiyet konusu ele alınmaktadır. Bu çalışmada, İngilizce öğrenen Nanako'nun çevrimiçi bir hayran kurgu sitesinde nasıl çevrimiçi bir hayran kitlesi oluşturduğunu ve bunun genç insanlara yeni kimlikler ve aidiyetler inşa etmeleri için nasıl yeni fırsatlar sağlayabileceğini gösteriyor. Burada seyirci, anime veya Japon animasyonuna ortak ilgi duyan bir gruptur. Bu kitle, kurmacayı benimseyerek, uyarlayarak ve onunla etkileşime girerek popüler kültür ve dilsel kaynaklar aracılığıyla hayran kurgusu metinleri oluşturmaktadır. Nanako burada dil ve kültür açısından yazdıkları hakkında geri bildirim alabilir ve Çince ve Japonca bilgisini gösterebilir. Böylece, kullanıcıların Asya kimliği ve Asya kültürü hakkındaki bilgilerini artırarak, kendi kimlikleri ile müzakere etmelerini sağlar. Thorne ve Black (2011), dijital ortamda harekete geçen koşul ve fırsatlara odaklanmaktadır. Bu koşulların yarattığı etkileşimleri analiz ederek, bunlarda dil gelişiminin nasıl gerçekleştiğini ve çevrimiçi alanların kimlik inşası ile nasıl iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır.

Sanal sosyal ağları konu eden bazı araştırmalarda, katılımcıların çevrimiçi profillerinin ve kimliklerin manipüle edildiği ve parlatıldığı ifade edilmektedir (Horan, 2010). Bu araştırmalara göre sanal ortamlar, katılımcı olan bir aktörün ön

sahnesinin bir parçası olduğunu (Goffman, 1959) iddia etse de, bu kendini sunum şekilleri, dijital yerli gençlerin kolektif bir çevrimiçi kimlik oluşturmasıyla sonuçlanabilir. Bu durum, katılımcılar tarafından, özellikle kendilerinin azınlık olduklarını düşündükleri bir ortamda bulduklarında, olumlu bir topluluk hissi yaratır (Kjaerstad, 2014).

Dijital yerli gençler, bireysel isteklerini yerine getirme motivasyonu ile yetiştirilip eğitildiklerinden, esnek ve hareketlidirler. Ayrıca açık fikirlidirler ve bu sebeple kendilerini kimlik etiketlerine ve geleneksel gruplara ait hissetmezler. Dijital yerli kuşak özellikle çeşitliliği, kişiselliği ve akışkan kimlikleri kucaklamayı tercih etmektedir (Newswire, 2015). Ancak tüm bunların yanında, paradoksal bir şekilde hiper-bireyci olsalar da, sosyal olarak bilinçlidirler ve yurttaşlık bilincine sahiptirler. Kendileri ile ortak fikirlere sahip olan insanlarla iletişime geçmek ve zamanımızın önemli problemleri ile uğraşmak istemektedirler. Bu bağlamda bireysel olarak bir taraftan kendi kişisel kimliklerini oluştururken bir taraftan da topluluklarını büyütme, ait olmak ve paylaşımlarda bulunmak istemektedirler (Wiersum, 2015).

4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Sanal sosyal ağlar ve aidiyet üzerine yapılan araştırmalar, özellikle gençler için sosyal ilişkilerin neredeyse tamamen sanal ortama taşındığını ve internetin sunduğu sanal ortamların da zaman ve mekân sınırlamalarını bertaraf ederek, bireyler için yeni sosyalleşme biçimlerini ortaya çıkardığını göstermektedir. Sosyal paylaşım siteleri, kullanıcıların bilgi, deneyim ve fikirlerini kolaylıkla paylaşmalarına olanak sağlamakta ve bu sanal mekânlarda sosyalleşmelerini sağlamaktadır.

Sanal sosyal ağları bir yaşam alanı olarak gören dijital yerli gençler, sanal ortamlarda esnek, hareketli ve açık fikirlidir. Çünkü bu sanal ortamlarda sadece

mensup olduğu kültür ve topluma ait bireylerle değil, çok farklı toplumlardan farklı inanç, kültür ve değer yargılarına sahip diğer bireylerle de sanal sosyal ortamlarda paylaşımlarda bulunarak bir araya gelmektedirler. Bu durum dijital yerlileri kimlik etiketlerinin ve geleneksel grupların ötesinde evrensel, küresel bir dünya vatandaşı yapmaktadır.

Bu nesil özellikle bireyselliği ve akıcı kimlikleri desteklemektedir. Ancak bireyci olmalarına rağmen sosyal olarak bilinçlidirler ve kendileriyle ortak ilgi alanlarına sahip insanlarla iletişim halinde kalmak isterler. Bunu yaparken de üyesi oldukları sanal topluluklara ait olmak, topluluklarını geliştirmek ve paylaşmak isterler. Özellikle sanal ağlarda aktif ve çekirdek üye olan üyeler, içinde buldukları bu sanal topluluğun lokomotifi olma rolü üstlenirler. Çekirdek üye konumunda olan üyelerin gruba bağlılık ve aidiyet duyguları çok güçlüdür. Ancak sanal ağlarda periferik (çevresel) üyeler için sabit bir aidiyet duygusu yerine, akışkan veya başka bir deyişle hibrit bir aidiyet duygusu söz konusudur. Ancak gerçek topluluklarda olduğu gibi sanal sosyal ağlarda da topluluğa üyelik süresinin ve paylaşım sıklığının artmasının grup aidiyetini olumlu yönde etkilediği ve onları aktif ve çekirdek üyeler haline getirerek güçlendirdiği gözlemlenmiştir. Diğer bir deyişle, sanal sosyal ağa uzun süredir üye olan katılımcıların ve benzer şekilde bu sanal ağda paylaşım sıklığı yüksek olan katılımcıların sanal ortama daha yüksek düzeyde bağlılık gösterdikleri görülmektedir.

Sanal sosyal ağlarda, başka insanlarla ilişki ve etkileşim kurarak paylaştıkları ortak duygulardan doyum arayan kullanıcılar, ait olmak istedikleri ve kendi kimliklerini rahatlıkla açıklayabilecekleri sanal ağları seçerek veya bu ağları doğrudan kendileri kurarak yeni sosyal bağlar kurmaktadır. Ancak bu bağlılığın gerçek topluluklar/cemaatlerdeki bağlılık kadar güçlü olmadığı ve çok farklı sanal sosyal ağlara aitliğin hissedilebildiği görülmektedir. Gerçek topluluklarda, topluluğa sadakat göstermek ve sadece o gruba bağlılık göstermek esastır. Ancak sanal

ağlarda insanlar gerçek topluluklara olan bağlılıkları ve gösterdikleri sadakati göstermemekte ve çeşitli nedenlerle sanal ağlardan kolayca ayrılarak diğer topluluklara katılabilmektedir. Aslında katılımcılar sadece tek bir sanal topluluğa değil, aynı anda birden fazla ve birbirinden farklı, hatta birbirine zıt çizgide olan sanal topluluklara dahil olabilmektedirler.

Bozdağ Tulum (2021) bu konuda yapmış olduğu araştırmada, dijital yerli kuşak gençlerin sanal sosyal ağ tercihlerinde belirleyici olan etkenin daha çok "ortak ilgi" teması çerçevesinde gerçekleştiğini ifade etmektedir. İlgi alanları değişen ya da birden fazla ilgi alanları bulunan bireyler için yerleşik bir bağlılık ve aidiyet duygusundan ziyade göçebe, her an başka mecralara akabilme özelliği taşıyan, akışkan/hibrit aidiyetlerden bahsetmenin daha doğru olduğunu belirtmektedir.

Çıkar Çatışması Bildirimi:

Yazarların, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek/Finansman Bilgileri:

Yazarlar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanması için herhangi bir finansal destek almamışlardır.

Etik Kurul Kararı:

Bu araştırma için etik kurul kararına ihtiyaç yoktur.

KAYNAKÇA

- Alptekin, D. (2011). Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Bauman, Z. (1999). Sosyolojik Düşünmek, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Baumeister, R., Ve Leary, M. (1995). "The Need To Belong: Desire For Interpersonal Attachments As A Fundamental Human Motivation", Psychological Bulletin, 117(3), 497- 529.
- Bezirgan, M.(2014). Destinasyon İmajı, Algılanan Değer, Aidiyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Bir Araştırma, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Blanchard, A. L., ve Markus, M. L. (2004). "The Experienced Sense Of A Virtual Community, Characteristics And Processes",ACM SIGMIS Database: The Database For Advances in Information Systems, 35(1), 64-79.
- Bozdağ Tulum, A. (2021). Sanal Sosyal Ağlar Ve Aidiyetler: Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağ Aidiyetleri (Malatya İli Örneği), (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2006). "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(2), 71-96.
- Davis, K. (2012). "Friendship 2.0: Adolescents' Experiences Of Belonging And Self-Disclosure Online",Journal Of Adolescence, 35(6), 1527-1536.
- Delanty, G. (2001). "Nationalism: Between Nation And State", Hand Book Of Social Theory, (Ed: G. Ritzer ve B. Smart), Sage, London.
- Elciyar, K. Ve Küçük, M. (2020). "Sosyal Ağ Kullanımı: Sosyal Kazanımlar, Kendini Gerçekleştirme ve Aidiyet", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 33, S. 198-210

- Facer, K. (2011). Learning Futures: Education, Technology And Social Change, Uppsala Univercity.
- Fisher, E. (2010). Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit Of Networks, Palgrave, Macmillan, New York.
- Fichter, J. (1994). Sosyoloji Nedir? Çev. Nilgün Çelebi, Attila Kitapevi, Ankara.
- Garton, L., Haythornthwaite, C., Wellman, B. (1997). "Studying Online Social Networks", Journal Of Computer-Mediated Communication, Volume 3, Issue 1, 1 June 1997, Jcmc313,
- Goffman, E. (1959). The Presentation Of Self İn Everyday Life, Edinburgh, University Of Edinburgh Social Sciences Research Centre, U.K.
- Göka, E. Ve Beyazyüz, M. (2005). "Yeni Dünya Düzeninin 'Kimlik Siyaseti': Psikolojik Bir Bakış Denemesi", Türkiye Günlüğü, S: 83, Ss. 17-26.
- Göregenli, M. (2010). Çevre Psikolojisi: İnsan-Mekân İlişkileri, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Güneş, A. (2014). Tutunma Çabası Aidiyet, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Gürsakal, N. (2009). Sosyal Ağ Analizi: Pajek, Unıcet ve Gmine Uygulamalı, Dora Basım Yayın: Bilgisayar Kitapları Dizisi, Bursa.
- Hill, L. H. (2006). "Sense Of Belonging As Connectedness, American Indian Worldview, And Mental Health", Archives Of Psychiatric Nursing, 20 (5), 210–216
- Horan, D. P. (2010). "Striving Toward Authenticity: Merton's "True Self" And The Millennial Generation's Search For Identity", Merton Annual (23): 80-89.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Et Al. (2009). Hanging Out, Messing Around, And Geeking Out: Kids Living And Learning With New Media, The Mit Press, Cambridge
- İbicioğlu, H. (2000). "Örgütsel Bağlılıkta Paradigmatik Uyumun Yeri", Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(1): 13-22.

- İnceoğlu, M. (2010). Tutum, Algı, İletişim, Beykent Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2006), Yeni İnsan ve İnsanlar / Sosyal Psikolojiye Giriş, 10. Basım, Evrim Yayınevi, Ankara.
- Karakuş, P. (2014). Farklı Kimlik Gruplarında Yer Kimliği, Yerin Anlamları Ve Kültürlenme Süreçleri (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kjaerstad, I. (2014). "İ Generation Or Generation Me? Identity Development With The Millennials", Doctoral Dissertation, Faculty Of Society & Design, Bond University. Accessed May 18, 2019 (www.ingeborgkjaerstad.wordpress.com).
- Koçel, T. (1998). İşletme Yöneticiliđi, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Krzyzanowski, M. Ve Wodak, R. (2008). "Multiple Identities, Migration And Belonging: Voices Of Migrants", Identity Trouble, (Ed: C.R. Caldas-Coulthard ve R. Ledema), Palgrave Macmillan London.
- Levett-Jones, T., Lathlean, J., Maguire, J. & Mcmillan, M., (2007). "Belongingness: A Critique Of The Concept And Implications For Nursing Education", Nurse Education Today, Elsevier Ltd., Vol. 27, S. 210- 218.
- Maalouf, A. (2014). Ölümcül Kimlikler. (Çev. A. Bora), Yapı Kredi Yayınları, 16, 27, İstanbul.
- Milligan, M. J. (1998). "Interactional Past And Potential: The Social Construction of Place Attachment", Symbolic Interaction, 21 (1), 1-33.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). Yurttaş'tan Nettaş'a Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Newswire. (2015). "Top 10 Millennial Identity Factors Revealed". Newswire, December 2. Accessed On February 16, 2016 (www.newswire.com).
- Outsight Network. (2015). "Engaging Millennials in Ministry, Mequon", WI:Outsight Network
- Özkalp, E. (1993). Sosyolojiye Giriş, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

- Öztop, S. (2014). "Kurumsal Aidiyet Bilincinin Çalışanların Örgütsel Değişim Algısı Üzerinde Etkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.19, S.1, S.299-316, Isparta.
- Peled, E. Ve Muzicant, A. (2008). "The Meaning Of Home For Runaway Girls", Journal Of Community Psychology, 36 (4), 434-451.
- Quinn, S., Ve Oldmeadow, J. A. (2013). "Is The İgeneration A 'We'generation? Social Networking Use Among 9-To 13-Year-Olds And Belonging", British Journal Of Developmental Psychology, 31(1), 136-142.
- Robins, K. (1999). İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası, (Çev. Nurçay Türkoğlu), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Ryzin, M. J. V., Gravely, E. A. A. ve Roseth, C. R. (2009). "Autonomy, Belongingness, And Engagement İn School As Contributors To Adolescent Psychological Well-Being", Journal Of Youth Adolescence, 38, 1-12
- Schlesinger, P. (1994). Medya, Devlet Ve Ulus. (Çev. Mehmet Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Schnapper, D. (1994). Yurttaşlar Cemaati Modern Ulus Fikrine Dair, Çev.: Özlem Okur, Kesit Yayıncılık, İstanbul.
- Seidman, G. (2013). "Self-Presentation And Belonging On Facebook: How Personality İnfluences Social Media Use And Motivations", Personality And Individual Differences, 54(3), 402-407
- Servaes, J. & Lie.R. (2018). "Yerelleşme Aracılığıyla Medyanın Küreselleşmesi", İletişim Ve Modernleşme Cilt1-Ed. Uğur Gündüz, Çev. Hatice Irmaklı, Büyük Kitaplar Yayıncılık, 151-165, İstanbul.
- Taylor, C. (1996). Çokkültürcülük, (Haz. A. Gutman), Yky, İstanbul.
- Thorne, S. L. & Black, R. W. (2011). "Identity and Interaction in Internet-Mediated Contexts", In C. Higgins (Ed.), Identity Formation in Globalizing Contexts (Pp. 257-278). Mouton De Gruyter, New York.

- Wellman, B. (2001). "Physical Place And Cyberplace: The Rise Of Personalized Networking", International Journal Of Urban And Regional Research, C. 25 (2).
- Wiersum, N. (2015). "What About Millennials?" The Sharing Tower, February 23. Last Accessed On February 16, 2016 ([Www.Thesharingtower.Com](http://www.thesharingtower.com)).
- Williams, K. D. (2007). "Ostracism", Annual Review Of Psychology, 58
- Zillioğlu, M. (2008). "Kimliğin Kavramsal Serüveni", Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor Musun? / Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri, Ed.: Hülya Uğur Tanrıöver, Hil Yayın, İstanbul.

EXTENDED ABSTRACT

Virtual social networks, which are used extensively in the world and in Turkey, have become a very important factor that affects and changes both individual and social life. In this study, it is investigated how virtual social networks, which emerged as a result of digitalization brought about by scientific and technological development and its effects on social life, have an effect on the attitudes of belonging of "Digital natives", who will be the adult generation of the future . Virtual social networks, which have become a problem area with their effective appearance, are "a map of relationships between individuals, ranging from accidental encounters to family ties," as Barnes defines them . In this context , virtual social networks, which appear in the leading roles in all kinds of relationships and interactions, somehow take place in our lives and completely change the old and the new.

Although virtual social networks have different characteristics, they are generally characterized as environments that allow people to interact and communicate with strangers with common interests. Virtual social networks can be described as environments where many activities such as creating a meeting place for people with common interests, setting up game rooms can be carried out together and at the same time through platforms created in the internet environment.

In the virtual environment or in other words, in cyberspace; Virtual social networks, which express groups of people who unite around a common purpose, interest or common values, gain more meaning than being a tool to be used for the individuals involved in these networks, and become a central axis on which our identity is built, as a component of our innermost realms. In this context, individuals tend to present themselves as beings connected to social networks. The need for belonging, which is among the essential needs of human beings, is an important factor in determining who an individual is and from whom. The individual's sense of belonging, which occurs in different types and levels, is an important need that ensures his integration with society.

When individuals are asked the question of who they are, their position in society, for example; family, nation, ethnicity, homeland, region, city, neighborhood etc. They respond according to their social status, such as Throughout their lives, individuals can develop a sense of belonging to different groups, sometimes by joining these groups and sometimes by giving up, and in this ongoing social interaction and integration process, they reposition themselves by making new connections or giving up old ones.

In recent years, individuals and especially “Digital Indigenous” youth, who have emerged as a youth category, cross the physical borders of the regions they live with the opportunities offered by these virtual networks, and communicate with people from all parts of the world, from different countries and societies, regardless of national borders, according to the variables they choose. and as a result of these communication and interaction processes, they can construct their own (private) identity and sense of belonging.

Digital native youth, who see virtual social networks as a living space, are flexible, active and open-minded in virtual environments. Because in these virtual environments, they come together not only with individuals belonging to the culture and society they belong to, but also with other individuals from very different societies with different beliefs, cultures and value judgments by sharing in virtual social environments. This makes digital natives a universal, global citizen of the world beyond identity tags and traditional groups.

This generation especially supports individuality and fluid identities. However, although they are individualistic, they are socially conscious and want to stay in touch with people who have common interests with them. In doing so, they want to belong to the virtual communities they are members of, develop and share their communities.

Satisfaction from the common feelings they share by interacting and interacting with other people establish new social bonds by choosing the virtual networks they want to belong to and easily explaining their identities, or by establishing these networks directly themselves. However, it is seen that this commitment is not as strong as the commitment in real communities/communities and belonging to many different virtual social networks can be felt. In real communities, it is essential to show loyalty to the community and allegiance to that group only. However, people in virtual networks do not show their loyalty to real communities and they can easily leave virtual networks for various reasons and join other communities.

In this context, rather than a built-in sense of commitment and belonging for individuals with changing interests or multiple interests; It would be more accurate to talk about nomadic, fluid/ hybrid affiliations that can flow into other channels at any time.