MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

TÜRKİYEDE KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA BİR BİLİŞİM SİSTEMİ OLARAK SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: MANAV TÜRKLERİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Duygu ATEŞ

İstanbul 2011

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

TÜRKİYEDE KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA BİR BİLİŞİM SİSTEMİ OLARAK SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: MANAV TÜRKLERİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Duygu ATEŞ

Danışman: Doç. Dr. Erhan AKYAZI

İstanbul 2011

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı BİLİŞİM Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi DUYGU ATEŞ nın TÜRKİYE' DE KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA BİR BİLİŞİM SİSTEMİ OLARAK SOSYAL AĞLARIN ROLÜ : MANAV TÜRKLERİ ÖRNEĞİ adlı tez çalışması ,Enstitümüz Yönetim Kurulunun 13.07.2011 tarih ve 2011-14/26 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/~~oyçokluğu~~ ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Öğretim Üyesi Adı Soyadı	**İmzası**
Tez Savunma Tarihi	: 06/09/2011	
1) Tez Danışmanı :	**DOÇ. DR. ERHAN AKYAZI**	.....
2) Jüri Üyesi :	**DOÇ. DR. CEM SEFA SÜTÇÜ**	.....
3) Jüri Üyesi :	**DOÇ. DR. MEHMET CEM PEKMAN**	.....

ÖNSÖZ

Tez ortaya çıkana kadar desteğini bir an olsun esirgemeyen tez danışmanım Doç Dr. Erhan AKYAZI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca istatistik ve sonuç aşamasında desteklerinden dolayı Doç. Dr. Cem SÜTÇÜ'ye, Bilişim Bilim Dalı Hocalarıma, sınıf arkadaşlarıma, kaynak desteklerinden dolayı Türkiye Yazarlar Birliği Şube Başkanı Fahri TUNA'ya, SYKD Başkanı Cüneyt DEMİR'e, Taraklı Belediye Başkanı Tacettin ÖZKARAMAN'a, zümrem Önder ULU'ya, başarılarımın en büyük destekçisi, kötü gün dostum Ayşegül KÖKSAL'a ve tanıdığım günden beri en zor günlerimde manevi desteğiyle her zaman arkamda olan Sultangazi İlçe Milli Eğitim Müdürü Yaşar DEMİR'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım

Duygu ATEŞ

İstanbul, 2011

Duygu ATEŞ; 1983 yılında Kadıköy'de doğdu. İlköğretim ve ortaöğretimi İstanbul'da tamamdı ve lisans eğitimini 2006 yılında Marmara Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Eğitimi Bölümü'nde "BÖTE son sınıf öğrencilerinin görsel tasarım ve öğretim tasarımı ilkelerine dikkat derecelerinin belirlenmesi" teziyle tamamladı. 2011 yılında Marmara Üniversitesi Bilişim Bilim Dalı'nda "Türkiye'de kültürel kimlik farkındalığı yaratmada bir bilişim sistemi olarak sosyal ağların rolü; Manav Türkleri örneği" tezi ile yüksek lisans eğitimini tamamladı. Ulusal Konferanslarda sunulmuş çeşitli çalışmaları bulunmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı teknik müdür yardımcısı olarak görev yapmaktadır.

Duygu ATEŞ; She was born in 1983 in Kadıköy. Finished elementary and secondary education in Istanbul and graduated in 2006 from Marmara University Department of Computer Education and Instructional Technology Teacher Education "CEIT final year students of visual design and instructional design principles that determine the rank of" finished his dissertation. Computer Science is awarded by the Marmara University in 2011, "Turkey's cultural identity in creating awareness of the role of social networks as an information system; Grocer example of the Turks" has completed a postgraduate degree with a thesis. There are various studies presented in national conferences. Ministry of Education has been working as assistant technical director.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ I

İÇİNDEKİLER IV

ŞEKİLLER LİSTESİ VII

TABLOLAR LİSTESİ VIII

ÖZET IX

ABSTRACT X

1. GİRİŞ 1

2. KÜLTÜR VE KÜLTÜREL KİMLİK 5

2.1 Sosyal Bir Olgu Olarak Kültür 5

2.1.1 Kültür Kavramı 5

2.1.2 Kültürün Özellikleri 6

2.1.3 Kültür Çeşitleri 9

2.1.3.1 Genel Kültür-Alt Kültür 10

2.1.3.2 Maddi Kültür- Manevi Kültür 12

2.1.3.3 Diğer Kültür Çeşitleri 14

2.2 Toplumsal Farkındalık Aracı Olarak Kültürel Kimlik 15

2.2.1 Kimlik Kavramı 15

2.2.2 Kimliğin Özellikleri 17

2.2.3 Kimlik Türleri 20

2.2.3.1 Sosyal Kimlik 21

2.2.3.2 Milli Kimlik 22

2.2.3.3 Kültürel Kimlik 23

2.2.3.4 Etnik Kimlik 26

2.2.4 Toplumsal Farkındalık Unsuru Olarak Kültürel Kimlik 29

2.2.4.1 Farklılık Kavramı ve Farkındalık Felsefesi 29

2.2.4.2 Toplumsal Farkındalık Yaratmada Kitle İletişim Araçları 34
2.2.4.3 Kültürel Kimlik ve Toplumsallaşma 36
3. KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA SOSYAL AĞLAR 39
3.1 İletişimin Kültürel Boyutu ve Ağ Toplumu 39
3.1.1 İletişim Kavramı ve Unsurları 39
3.1.2 Kültürlerarası İletişim Olgusu 42
3.1.3 Bir Araç Olarak Sosyal Medya 47
3.1.4 Temel Ağ Toplumu Kavramları 48
3.1.4.1 Bilgi 48
3.1.4.2 Bilgi ve Bilişim Toplumu 49
3.1.4.3 Bilişim 52
3.1.4.4 Yayıncılık 53
3.1.4.5 İnternet 54
3.1.4.6 İnternet Yayıncılığı 56
3.2 Sosyal Ağ Kavramı 58
3.2.1 Ağ Toplumunun Medyası Sosyal Ağlar 62
3.2.2 Sosyal Ağ Ortamları ve Türleri 63
4. TÜRKİYEDE KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: MANAV TÜRKLERİ ÖRNEĞİ 65
4.1 Kültürel Bir Unsur. Manav Türkleri 65
4.1.1 Tarihteki Yerleri 66
4.1.2 Yerleşim Yerleri 69
4.1.3 Kültürel Yapı 69
4.2 Araştırmanın Amacı 70
4.3 Araştırmanın Önemİ 71
4.4 Varsayımlar – Sınırlılıklar 73
4.5 Evren ve Örneklem 73
4.6 Verİ Toplama Teknİklerİ 74
4.7 Araştırmanın Metodolojisi 76
4.8 Bulgular 77
4.8.1 Demografik Özellikler 77

4.8.1.1 Cinsiyet Kriterine Göre Dağılım 77
4.8.1.2 Din Kriterine Göre Dağılım 77
4.8.1.3 Yaş Kriterine Göre Dağılım 77
4.8.1.4 Medeni Durum Kriterine Göre Dağılım 78
4.8.1.5 Babanın Kültürel Kimliği Kriterine Göre Dağılım 78
4.8.1.6 Annenin Kültürel Kimliği Kriterine Göre Dağılım 79
4.8.1.7 Aile Durumu Kriterine Göre Dağılım 79
4.8.1.8 Sosyal Sınıf Kriterine Göre Dağılım 79
4.8.1.9 Politik Eğilim Kriterine Göre Dağılım 80
4.8.2 Deskriptif Bulgular 80
4.8.3 Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi 83
4.8.4 Yaş Değişkenine Göre Kruskal Walls Testi 84
4.8.5 Medeni Durum Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi 84
4.8.6 Babanın Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi 85
4.8.7 Annenin Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi 86
4.8.8 Aile Durumuna Göre Kruskal-Walls Testi 87
4.8.9 Sosyal Sınıfa Göre Kruskal-Walls Testi 88
4.8.10 Politik Eğilime Göre Kruskal-Walls Testi 89
4.9 ARAŞTIRMA Sonuçlarının Değerlendirilmesi 90
5. SONUÇ 92
KAYNAKÇA 95
EK-1: KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI ANKETİ 105

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Genel Kültür - Alt Kültür İlişkisi 12
Şekil 2: Kimlik Türleri 21
Şekil 3: İletişimin Öğeleri 40
Şekil 4: Anket Verilerini Toplama Aracı, manavmilletiyizs.com sitesi 76
Şekil 5: Manavmilletiyiz.biz Sosyal Ağ Sitesi 76

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılım 77
Tablo 2: Yaş Gruplarına Göre Dağılım 78
Tablo 3: Medeni Durum Gruplarına Göre Dağılım 78
Tablo 4: Babanın Kültürel Kimliği Değişkenine Göre Dağılım 78
Tablo 5: Annenin Kültürel Kimliği Değişkenine Göre Dağılım 79
Tablo 6: Aile Durumu Değişkenine Göre Dağılım 79
Tablo 7: Sosyal Sınıfı Değişkenine Göre Dağılım 80
Tablo 8: Politik Eğilimi Değişkenine Göre Dağılım 80
Tablo 9: Sosyal Ağ Öncesi-Sonrası Arasındaki Kültürel Kimlik Araştırma ve Bağlılığı Farkı 82
Tablo 10: Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi 83
Tablo 11: Yaş Değişkenine Göre Kruskal Walls Testi 84
Tablo 12: Medeni Durum Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi 85
Tablo 13: Babanın Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi 86
Tablo 14: Annenin Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi 87
Tablo 15: Aile Durumuna Göre Kruskal-Walls Testi 88
Tablo 16: Sosyal Sınıfa Göre Kruskal-Walls Testi 89
Tablo 17: Politik Eğilime Göre Kruskal-Walls Testi 90

ÖZET

Sosyal ağların bireyler ve toplumlar üzerindeki etkileri günümüz araştırmalarının birçoğunda farklı boyutlarıyla ele alınmış, çoğu zaman teknoloji üzerine yapılan tartışmaların temelini oluşturmuştur. Araştırmacılar sosyal ağların etkileri üzerindeki tartışmalarında henüz bir mütabakata varamamışken, sosyal ağların kitlelerce kullanımının yaygınlaşması tartışmaları sosyal ağların nasıl etkili kullanılabileceği yönüne çekmiş, araştırmaları bu alanda yoğunlaştırmıştır.

Teknoloji alanındaki bu araştırmalar süregelirken, gerek ülke gündemimiz gerekse içinde bulunduğumuz Batılılaşma süreci neticesinde, sosyal bilimlerin ortaya çıkışından beri araştırma alanı içerisinde bulunan kimlikler üzerine yapılan çalışmalar, kimlik türleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Çoğu zaman toplumları ayrıştırıcıymış gibi algılanan kimlik türlerinden biri olan kültürel kimliklerin, aslında toplumlar arasındaki köprüleri sağlamlaştıran, kültürel şoklar neticesinde ortaya çıkan asosyalleşmeleri önleyen yıkıcı değil yapıcı özellikleri bulunmaktadır.

Sosyal ağların kitleleri etkilemedeki tartışmasız başarılarının, kültürel kimlikler üzerinde ortaya çıkardığı değişimleri araştırmak adına yola çıktığımız çalışmamızda araştırma sonuçlarımız göstermiştir ki, sosyal ağların olmulu/olumsuz boyutları üzerinde yoğunlaşmak yerine, sosyal ağların kitlelerce yaygın kullanıldığı gerçeğini kabullenip, ideal insan ve toplum profilinde görmek istediklerimizi sosyal ağ kanalıyla kitlelere ulaştırdığımızda olumlu sonuçlar alınmaktadır.

Bu çalışmada, alanında uzman kişilerin görüşleri alınarak oluşturulmuş bir sosyal ağ sitesi ve MIT üniversitesinde hazırlanmış bir envanter yardımıyla sosyal ağların kültürel kimlikler üzerinde farkındalık yaratmadaki rolü sınanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağ, Kültürel Kimlik, Phinney, Zavalloni

ABSTRACT

Many of today's research on the effects of social networks of individuals and communities have been studied many various aspects, often formed the basis of the discussions on technology.Although researchers have not a common understanding on the effects of social Networks. The using of social Networks widely by people, debates have been focused how social Networks can be used effectively the reseaches have been focused in this area.

When this research in the field of technology, both country in the current agenda and as a result of the westernization process, since the existence of social sciences in the field of research studies on the identities, focused on the types of identification. Most of the time, cultural identies which understand is one type of identity as discriminaties of, in fact, which strengthens the bridges between communities, because of cultural shocks arising as a result of constructive, not destructive features are included to prevent asocial.

On the study , In the name of/ on the behalf of researching the changes re-vealing on the cultural identities and the undisputed success in influencing the masses of social Networks the research result indicated that instead of focusing on the positive / negative aspects of social Networks we must accept the fact social Networks are used by masses widely , positive results are obtained.when we covey to the mass whatever we want to see on the community profile and the ideal human by the way of social network

In this study,experts in the field of social networking site created and designed at the University of MIT with the help of an inventory of social networks will be checked in creating awareness on the role of cultural identities.

Keywords: Social Networking, Cultural Identity, Phinney, Zavalloni

1. GİRİŞ

İnsanlık bugün, örgütsel bilgi, kişisel yaratıcılık ve öğrenme kapasitesinin değer kaynakları olarak sermaye ve işçiliği bir yana iten bir ağ toplumunda yaşamaktadır. İçinde yaşadığımız bu ağ toplumunu tanımlayan sosyal ağlar; günlük hayatımızın niteliğini artırmaktadır. Profesyonel ve sosyal hayat, sosyal ağlar aracılığıyla gittikçe daha fazla rapor edilir, araştırılır, paylaşılır ve öğrenilir olmaktadır.[1]

Sosyal iletişim ağları, günümüzde bireylerin birbirleri ile bağlantı kurmasında en çok tercih edilen iletişim biçimi olarak yaygınlaşmaktadır. Bu yaygın iletişim şeklinin etkileriyle ilgili Manuel Castells ”Bilgisayar ağları milletimizin/insanlığın yeni sosyal morfolojisini meydana getiriyor ve ağın yayınım mantığı, üretim, tecrübe, güç ve kültür süreçlerindeki eylem tarzını ve sonuçlarını büyük ölçüde değiştiriyor.” diyerek sanal ağın değişimi ve popülaritesi üzerindeki kudretine dikkat çekmektedir.

Sosyal iletişim ağlarının bu popülaritesini genellikle ortak özelliklerden (bölge, meslek, okul vb.) hareketle yola çıkan, çok sayıda üyesi bulunan ve bu üyelerin birbirleri ile ilgili daha fazla bilgi edinebildikleri ortamlar olmalarına bağlıyoruz.

İnternetin ve sosyal ağların yapısı, aynı zamanda yaratıcısı bilinmeyen çok sayıda veriye sahip olması nedeniyle, bireyler gerçek yaşamda karşılaşma olanağı olmayan bireylerle ilişki kurabilmektedir. Bu ilişkilerin pek çoğu zayıf bağlar olarak düşünülürken, bilgi paylaşımı üzerine kurulu sık ve karşılıklı iletişimi içeren güçlü bağlar da bulunmaktadır.[2] İnternet kullanıcılara başka şekilde erişilemeyen topluluklara katılma imkanı vererek, sosyal ağların genişlemesini mümkün kılar.[3] Bu çevrimiçi topluluklar her nekadar kısıtlı bir başlık üzerinde yoğunlaşsa da, ortak bir ilgiyi paylaşabilen bireyleri bir araya getirmektedir. Wellman, Gulia, Shaw, Grant gibi araştırmacıların da dedi-

---

[1]Henk Eijkman, **Web 2.0 as a Non-foundational Network-centric Learning Space, Campus-WideInformation Systems**, Vol. 25, No. 2 ,2008, s.93.

[2]B. Wellman , **An Electronic Group is Virtually a Social Network, in Sara Kiesler,ed.,Culture of the Internet**, Chapter 9, NJ: Lawrence Erbaum, 1996, s. 436-455.

[3]Wellman,1997, s.28

ği gibi; internet kullanımı destekleyici sosyal ilişkilerin sürdürülmesi ve oluşturulmasını kolaylaştırmaktadır.[4]

Toplumsal bütündeki sosyal ilişkiler içerisinde, her bir insanın varolan niteliklerini tanımlamak ve bu tanımlamalarla her bir insanın toplum içindeki belirliliğini sağlamak, kimlik etiketi yardımıyla olur. Kimlik, hem bireyin kendisini tanımlaması, hem de bireyin dışarıdan tanımlanması şekilleriyle ortaya konabilir. Bireyler kimliklerini tanımlarken; ben kimim, hangi kültürel sisteme aitim-ait değilim, hangi toplumun üyesiyim-üyesi değilim, ötekilerden farklılığım ne?" gibi sorularla kimlik arayışlarına girerler.

Kişinin biyolojik, sosyal, siyasal, kültürel veya dîni varlığını tanımladığı, kişiye farklılık, benzerlik veya belirlilik kazandıran nitelik olan kimlik, insana özgü bir kavramdır. "Kimliğin iki temel bileşeni vardır. Bunlardan ilki tanımlama ve tanınma, ikincisi ise aidiyettir. Kendini tanımlama ve toplum içinde belli bir sıfatla, toplumsal olarak tanınma, hem insana özgüdür, hem de bir insani ihtiyaçtır"[5]

Bireyler toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlarken kimlikleri ve kişilikleri oluşur. İnsanın kişiliğini oluşturan amaç, karakter ve özgeçmişine paralel olarak toplumlarda da ortak ideal, kültürel kimlik ve tarih vardır. Bir toplumun, kültürel kimliği tanımlanmamışsa, kültürel kimlikle ilgili tanımlamalar değiştirilmişse ya da kültür şoku yaşanılıyorsa, bireyin gerilemesi söz konusu olurken, toplumun gelişmesi de durur.

Gelişimi boyunca kişi üstlendiği değişik roller ve değişik etkilerde benliğinin tutarlılığı ve sürekliliğini kavrar ve ona göre davranır. Aile bağlarıyla, arkadaş ilişkileriyle, meslek seçimiyle, toplumdaki konumuyla, dünya görüşü ve yaşam felsefesiyle bağlantılı bir kimlik duygusu kazanır. Başka bir deyişle, kimlik duygusu, kişinin kendisini çevresiyle anlamlı bağlar kurabilen bir kimse olarak görmesidir. Bu açıdan bakıldığında en önemli öğe, belli bir yere, değere (simgeye) bağlanma, belli bir gruba ait olma eğilimidir. Kimlik duygusu, bir benzetmeyle söylemek gerekirse, açık denizde yol alan gemiye yön gösteren pusula gibidir.[6]

---

[4]B.Wellman & M.Gulia, **Virtual communities as communities: net surfers don't ridealone,** London: Routledge, 1999, s.167-195.

[5]Suavi Aydın, **Kimlik Sorunu Ulusallık ve Türk Kimliği**, ÖtekiYayınevi, Ankara, 1999, s. 469.

[6]Cengiz Güleç, **Türkiye'de Kültürel Kimlik Krizi**, V Yayınları, Ankara, 1992, s.15.

Bragg(2006) Sosyal iletişim ağlarını, bireylerin internet üzerinden toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak, aynı kültürel seviyesinde rahatlıkla anlaşabilecekleri insanlarla iletişime geçmek için yarattığı sanal ortamdaki sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlar olarak tanımlamaktadır. Bragg'in sosyal ağlar tanımında; bireylerin toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlamalarına, sosyal iletişim kurmalarına ve bireylerin kültürel yapısına dikkat çektiği görülmektedir.

Toplumlar gelişme süreçleri içerisinde, kültürel aidiyetlerine göre düşünür, davranır, yer, içer, kutlamaları, yasları, bayramları ait oldukları kültürün kodlarına göre tanımlanır ve o topluma ait statik değerlere tutundurularak değişim ve dönüşüm yaşarlar. Dolayısıyla değişim ve dönüşüm yaşayan toplumlardaki kültürel farklılıklar toplumsal hayatın doğal gerçeğidir. Tarihsel süreçte farklı sosyo-kültürel ortamlar ve coğrafi şartlar, farklı toplumsal ve kültürel yapıları ortaya çıkarmıştır. Ortak toplumsal-kültürel yapılardan söz edilebileceği gibi birbirinin var olma sebebi olan kültür ve toplumun farklılığı da olağandır.

İnsan doğal ve toplumsal çevresiyle ilişkisini kültür yoluyla kurar ve içinde biçimlendiği kültüre bitişik bir kimlik taşır. Kimlik, bu bakımdan, kültürden ayrı değildir [7]. İnsan topluluklarının temel davranışlarında, o toplumun kültürünün şartladığı davranışlar vardır.[8]

İnsanların ve toplumların kimliklerini, ait oldukları kültürel sistem belirler. Toplumsal grupların kültürel özellikleri ise, tarihsel süreç ve yaşadıkları coğrafya ile şekillenir. Tarihi ve kültürel, birçok mirası bünyesinde barındıran Anadolu'nun birçok bölgesinde, çeşitli özelliklere sahip sosyal görüntüler mevcuttur. Sosyal yapıların bu kültürel zenginlikleri, araştırmalarla bilimsel literatüre kazandırılmış, kazandırılmaya da devam etmektedir.

Bozkurt Güvenç'in aktardığı gibi "İnsanoğlunun kendini, kimliğini araması günümüzün olgusu, ama bu pek de gelip geçici bir moda gibi gözükmekte. Teknolojik gelişmeler sürdükçe, toplumlar, kültürler değiştikçe, insan sanki bu sorunla uğraşacak

---

[7]Mehmed Fuat Levendoğlu, **Küresinliler Örneğinde Kültürel Kimlik,** Ankara Üniversitesi Antropoloji Anabilim Dalı, 2006, s.28

[8]Z. İlbars, **Türk ve Japon Kültüründe Çocuk Yetiştirme Usullerindeki Benzerlikler**, Antropoloji Dergisi. D.T.C. Fak. Yayını. Sayı 10, 1981, s.201

gibi görünmekte. Çağdaş insan kimliğini aramakta; çünkü kendisine verilen kimlik kartlarına razı değil. Kendi kimliğini (ne'liğini) aramak, bulmak; kendi seçtiğini kullanmak; "Ben şuyum ya da değilim" demek özgürlüğüne kavuşmak istemekte. Çağımızın egemen rüzgarları bu yönlerde esmekte, bireyleri, grupları, toplumları etkilemektedir".[9]

Çağımızım en büyük teknolojik gelişmelerinden biri olan sosyal ağlar ve sosyal ağların etkilediği en önemli alanlardan biri olan kimlikler üzerine yola çıktığımız tez çalışmamızın araştırma aşamasında, gelişmekte olan ülkelerin en büyük probleminin kültürel kimlikleri algılayış biçimleri olduğu gözlemlenmiştir. Tüm bu araştırmalar sonucunda sosyal ağların kültürel kimlikler üzerindeki etkisini gözlemlenmeye karar verilerek "Türkiye'de Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Bir Bilişim Sistemi Olarak Sosyal Ağların Rolü; Manav Türkleri Örneği" adını taşıyan çalışmamız ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde; kültür kavramından yola çıkılarak, kültürün sosyal boyutları üzerinde durulmakta, kültürün özellikleri ve çeşitleri incelenmektedir. Ardından kimlik kavramı ve türleri ile birinci bölüme devam edilerek, çalışmamızın asıl çıkış noktalarından biri olan kimlik türleri açıklanıp, kültürel kimliğin bu kimlikler ile ilişkisi ve bu kimliklerden farkı ortaya koyulmuş, son olarak da farklılık-farkındalık kavramı ve kitle iletişimin bu konudaki rolü ile araştırmanın birinci bölümü sonlandırılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise; kültürel kimlikler ile sosyal ağlar bağdaştırılmış; iletişim kavramı üzerinde durularak, çalışma ile ilgili temel kavramlar açıklanmıştır. Sosyal ağların türleri üzerinde durularak, çalışmamızın temel inşasını oluşturan sosyal ağların etkilerine de ikinci bölümde yer verilmiştir.

Son bölümde ise; araştırma evrenininin demografik özellikleri, çalışmamız sonucunda elde ettiğimiz bulgular ve bu bulgular ile ilgili sonuç bölümü yer almaktadır.

Sonuç bölümünde de çalışmamızın tamamına ait sonuçlar ve araştırmamız sonucunda elde ettiğimiz bilgiler araştırmanın bütünü çerçevesinde yorumlanarak genel bir değerlendirmeye gidilmeye çalışılmıştır.

---

[9]Bozkurt Güvenç, **Türk Kimliği**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1993, s.6

2. KÜLTÜR VE KÜLTÜREL KİMLİK

2.1 SOSYAL BİR OLGU OLARAK KÜLTÜR

2.1.1 Kültür Kavramı

Kültür, tarih bakımından mevcudiyeti kesin olarak bilinen bir toplumun, sosyal etkileşme yoluyla nesilden nesile aktardığı manevi ve maddi yaşayış tarzlarının temsil ve tecelli bakımından yüksek bir seviyedeki bir bileşiği olan, sebebi ve sonucu açısından ise, ferde ve topluma mensubiyet şuuru, özel bir kimlik kazandırma, bütünleşmiş kılma, yaşanan çevreyi ve şartları kendi hedefleri istikametinde değiştirme arzu ve iradesi veren, değer norm ve sosyal kontrol unsurlarının belirlediği bir sistemdir.[10]

İnsanı, zümreyi ve topyekûn bir toplumu, duygular düşünceler, hayaller ve davranışlar bakımından kendisine mahsus bir sistem hüviyetiyle şekillendiren kültürün tarifi, bu tarife esas olan ana unsurlara bağlı tercihler, kabulleniş ve kavrayış yönünü belirler. Kültür, kendisine mahsus bir sistem halinde, ait olduğu topluma sınırlamalar ve dinamizm kazandırır. Bir sosyal etkileşim nizamı halinde ortaya çıkan bu özellikler, kültürün varlığını ve gücünü belirleyen bir durumdur.[11]

Kültür kavramı, soyut bir felsefi kavram olarak değil, tarihi bakımdan mevcut olmuş bir insan topluluğu için düşünülmek zorundadır. Bu zorunluluk o toplumun tarih içinde oluşturduğu sosyal yapısından hareket edilmesini, tahmin ve analojiler yerine yaşadığı çağın içindeki gerçek yerinin anlaşılmasını; yaşanan mevcut hayatın bir bütün halinde görülmesini sağlar. Diğer taraftan, 'belirli bir toplum' ibaresi, sosyal yapı ve sosyal ilişkiler ağının, zaman, mekân ve şartlar boyutunun doğru değerlendirilmesine yol açacaktır. Kültürler, yan yana bazen barışık, bazen kavgalı bir şekilde yaşadığına göre onun özellikleri tarihen gerçek olan diğer kültürlerle mukayese suretiyle de öğrenilebilir. Tarih bakımından var olmuşluk şartı, felsefe yapmalara set çeken, gözlemi de içine alan bir değerlendirmeyi sağlar.

İnsanlar, sosyal münasebetler sırasında, bir sonraki nesle, değerleri devretmekte, aşılamakta. Bu bir kültürlenme faaliyetidir. Değerlerin, sonraki nesillere devri,

---

[10] S. Tural, **Kültürel Kimlik Üzerine Düşüceler**, Ecdat Yayınları, Ankara, 1988, s.92-100.

[11] Tural,Sadık,a.g.e.,s.109

öncelikle aile içinde başlamak üzere ya okullar yoluyla örgün denilen teşkilatlı eğitim şeklinde, ya da gazete, dergi, kitap radyo, televizyon, sinema gibi yaygın eğitim vasıtaları ile olmakta.

2.1.2 Kültürün Özellikleri

Kültür; bir toplum içinde ortaya çıkan ve nesilden nesile aktarılan maddi ve manevi unsurlar olarak da tanımlanmaktadır[12]. Yani kültür, topluma bir kişilik kazandıran özellikler demetidir ve toplumun fertlerini bir birine bağlayan yapıştırıcı niteliğindedir.

Kültürün en önemli özelliği, öğrenilir olmasıdır. Kültür, bu özelliği sayesinde kuşaktan kuşağa aktarılmakta [13] ve kendisini yenilemektedir. Kültür, toplumun geçmişinde kazandığı veya ürettiği ve günün şartları ile uyumlu değer, tutum ve alışkanlıkların tamamını içine almaktadır. Toplum üyeleri, evrimleşerek kendilerine kadar ulaşan ve toplum tarafından paylaşılan bu hususları, günlük yaşamlarında, okullarda, aile hayatında, dini yaşantıda ve sosyalleşme sürecinin her evresinde öğrenmektedirler.

İnsanlar, doğdukları günden itibaren her gün birçok şeyi farklı yollardan öğrenmektedir. İnsanı ait olduğu toplumun bir parçası yapan dil, giyim, rol ve statü paylaşımı, ayıp ve günah inancı, v.b. gibi birçok husus öğrenilerek edinilmektedir. Zaten belirli bir insan veya grubun gelenekleri ve uygarlığı, öğrenilmiş davranışların sonucu ortaya çıkmaktadır[14]

Toplumların kültürleri ve öğrenme ile kültürel yapıda ortaya çıkan değişim, işletmeleri hem üretim planları açısından hem de örgüt kültürü açısından etkilemektedir. Üretim planlarını etkilemektedir; çünkü tüketicilerin kültürel yapısındaki değişim tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Örgüt kültürünü etkilemektedir; çünkü çalışanlar

---

[12]İlhan Erdoğan, **İşletmelerde Davranış**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1991, s136-137

[13]Thomas J Peters, Robert H. Jr. Waterman, **Yönetme ve Yükseltme Sanatı**, Çev: Selami Sargut, Bilimsel Sorunlar Dizisi, 1987, s.14

[14]İsmail Bakan, Tuba Büyükbeşe.ve H. Çetin Bedestenci, **Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü Teorik ve Ampirik Yaklaşım**, 1.Baskı, Aktüel Yayınları, İstanbul, 2004, s.44.

ait oldukları çevreden getirdikleri kültür özelliklerini, işletmeye empoze etmeye çalışmaktadırlar.[15]

Bütün bunlardan da anlaşıldığı gibi, toplum hayatını yönlendiren ve şekillendiren kültür, doğumdan itibaren hayatın her evresinde gözlem ve deneyimlerle veya örgün eğitim kurumlarında verilen eğitimlerle öğrenilmekte ve nesilden nesile aktarılmaktadır.

Kültür süreklidir. Kültürün sürekliliği öğrenilebilir olmasından kaynaklanmaktadır. Öğrenilen kültüre ait her öğe gelenek, görenek ve alışkanlıklar şeklinde sonraki nesillere aktarılmaktadır.[16]

Kültür toplumsal bir olgudur. Bir toplumun kültürünün, toplum üyeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen davranışlar, değerler ve tutumlar olması, kültürel sistemin toplumsal bir olgu olduğunun açık göstergesidir[17]. Kültürün toplumsal bir özellik taşıması demek, onun geçmişinin ve geleceğinin topluma bağlı olması demektir.[18]

Kültür, ideal veya idealleştirilmiş kurallar sistemidir. "İdeal olan" toplumun bütünü tarafından kabul edilmiş olandır. Ancak, tüm fertlerin, bu kurallara tam anlamıyla uygun hareket etmesi zordur. Fakat toplum, bireylere ve kurumlara bu ideal kurallara uyması konusunda baskı yapmaktadır.[19]

Kültürün bir diğer özelliği, toplumun fertlerinin bireysel ve ortak ihtiyaçlarını karşılaması, bu yönde belirli bir doyum sağlamasıdır. Kültürel öğelerin varlığı ve devamlılığı, toplum üyelerine bir tatmin sağlamasıyla mümkündür. İnsanlar içinde bulun-

---

[15]David M. Smith, **Market Forces: Cultural Factors and Locational Processes**, InternationalSocial Science Journal, Mart, 1997, s. 16

[16]Meltem Yaman, **Kişlerin Değerleri İle Birlikte Çalışmayı Tercih Ettikleri Kişilerin Özellikleri Arasındaki İlişkiler**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul,2001, s. 8

[17]Bedestenci, Bakan, Büyükbeşe; a.g.e., s. 14

[18]Salih Güney, **Davranış Bilimleri**, Kara Harp Okulu Basım Evi, Ankara, 1997, s. 44.

[19]Ayda Uzunçarşılı Soydaş, **Çokuluslu İşletmelerde Kurum Kültürü ve Halkla İlişkiler Uygulamaları**, Marmara Uni. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2001, s. 10.

dukları topluma hakim olan maddi ve manevi kültür unsurları sayesinde, biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Bu nedenle, kültürün özelliklerinden birisi de, ihtiyaç karşılayıcı ve tatmin sağlayıcı olmasıdır.[20]

Kültür, zaman içinde ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar doğrultusunda, değişebilme özelliğine sahiptir. Çünkü kültür insan ilişkisi tek yönlü değildir. Bireyler, toplumların kültüründen etkilendiği gibi, toplumların kültürüne katkıda da bulunmaktadırlar. İnsanların kişisel reaksiyonları, toplumun reaksiyonu üzerinde etkili olabilmekte, onu yönlendirmektedir. Böylelikle toplumun kültüründe bazı değişimler yaşanmaktadır.[21]

Kültür, en ilkel toplumlarda bile statik değildir. Fakat her toplumun kültürü aynı hızla değişmemektedir. Bir toplumun diğer toplumlarla etkileşim derecesine göre kültürel değişimin hızı farklılaşmaktadır. Kimi toplumların kültürü hızla değişirken, kimi toplumların kültürü yavaş değişmektedir.

Ayrıca açık sistem özelliği gösteren toplumların, sürekli olarak başka kültürlerle etkileşim içinde olması, kültürel değişmeyi hızlandırmaktadır. Zaten, modern toplumların dinamik doğasını kültürel değişim yansıtmaktadır. Günümüzde kitle iletişim araçlarının sınır tanımaz etkileri ve ulaştırma vasıtalarındaki gelişmelerden dolayı, insanların daha fazla seyahat etmeleri, iletişim sistemlerindeki gelişmeler başka kültürlerle etkileşim konusunda uygun bir ortam oluşturmakta ve kültürel değişimi hızlandırmaktadır.

Ayrıca ülkeler arasındaki ekonomik dengesizlikler kültürel değişimin istikametini belirlemektedir. Ekonomik yönden güçlü olan ülkeler, hem kitle iletişim vasıtaları ile hem de ürettikleri mal ve hizmetlerle diğer ülke insanlarını etkileyebilmekte, kültürlerini empoze edebilmektedirler.

Kültürün bütünleştirme özelliği de vardır. Bu özellik, kültürel öğelerinin toplumun tüm kesimleri tarafından kabul edilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Toplumu oluşturan bireylerin birbirlerini anlamaları, aynı amaçlar için bir araya gelebilme-

---

[20]Atılhan Naktiyok, **Çevresel Çalkantı ve Örgüt Kültürü**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 1999, s. 68

[21]Coşkun Can Aktan, **Değişim Çağında Yönetim**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2003, s. 13

leri ve bir arada yaşama konusunda irade beyan etmeleri, güçlü bir toplumsal kültürün emaresidir.[22]

Kültür sistemi, soyut bir sistemdir. Kavramsal olarak soyut olmasına rağmen sonuçları itibariyle somutlaşmaktadır. İnsanların davranışları, kurumlar, eğitim süreci sanat, v.b. konular kültürün somutlaşmasına yardımcı olmaktadır.

Kültür, her toplumun kendi özel davranışlarının ve yaratıcılığının eseri olduğu için millî bir kişilik yapısına sahiptir. Bundan dolayı orijinal ve millîdir. Orijinallik, kültürün kendi kaynaklarından beslenmesi ve özüne sadık kalması ile sağlanabilmektedir.[23]

Kültür insanların günlük yaşantıları ve temel ihtiyaçlarını gidermek için yapacakları faaliyetleri şekillendirmektedir. Örneğin; bütün insanlar hayatlarını sürdürebilmek için yemek yemektedir. Fakat nelerin yeneceği, hangi sıklıkla yeneceği, nasıl yeneceği, ne kadar yeneceği, kimlerle yeneceği gibi konular toplumlar arasında farklılıklar göstermekte, kendi içinde ise benzeşmektedir. Bu konu kültürün toplum hayatını etkilemesinden başka bir şey değildir.[24]

2.1.3 Kültür Çeşitleri

Kültürün tanımlanmasında olduğu gibi, sınıflanmasında da çok farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Fakat en yaygın sınıflama kriterleri ise;

- Kültürün yaygınlık derecesine göre (genel kültür-alt kültür)
- Kültürel öğelerin birleşimine göre (maddi kültür-manevi kültür)
- Kültürün oluşum biçimine göre (sonradan öğrenilen kültür-önceden oluşan kültür)
- Toplumun üyelerinin yerleşim durumlarına göre (köy kültürü-şehir kültürü)

---

[22]Coşkun Can Aktan, **Değişim Çağında Yönetim**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2003, s. 13

[23]Levent Şimşek, **Parçalanmış Kültür**, İnsan Kaynakları Düşünce Platformu (ExecutiveExcellence Dergisinin Ekidir.), Ekim, 2003, s. 32

[24]Gury P. Ferraro, **The Cultural Dimension Of International Business** ,Third Edition,New York,1998, s. 19

- Toplumun üyelerinin ekonomik durumlarına veya üretilen mal veya hizmetlerin kullanım amaçlarına göre (fakirlik kültürü-zenginlik kültürü)

- Kültür içindeki farklılıklara göre (gerçek kültür-ideal kültür, yüksek kültür-yaygın kültür) yapılan sınıflamalardır.[25]

Literatürde ve günlük hayatta sık karşılaşılan, genel kültür-alt kültür, maddi-manevi kültür sınıflamaları tez çalışmasında sık kullanılacağından aşağıda daha detaylı incelenmekte diğer kültür çeşitlerine yüzeysel olarak değinilmektedir.

2.1.3.1 Genel Kültür-Alt Kültür

Yaygınlık derecesine göre yapılan sınıflamada kültür, genel kültür ve alt kültür şeklinde iki ayrı kategoride incelenmektedir. Bir toplumun tamamının paylaştığı veya her toplum kesiminde ve her coğrafi bölgede kabul gören kültürel öğeler, o toplum için genel kültürdür. Dolayısıyla ne kadar toplumdan bahsedilirse, o kadar da genel kültürden bahsedilmektedir. Kısacası; genel kültür, bir toplumun veya ülkenin her sosyal grubunda, her coğrafi bölgesinde geçerli olan, benimsenen ve yaşanan hakim unsurlardır ve toplumun tamamının davranışları üzerinde etkilidir.

Bir toplumda, bazı değerler tamamen paylaşılırken bazı değerler de farklılıklar ortaya çıkabilmektedir.Bireylerin farklı görüş, çıkar, etnik köken, sosyal sınıf, nesil ve cinsiyet farklılıkları karşısında kendilerini bütünleşmiş olarak algılamaları sonucu ortaya çıkan kültür, alt kültürdür. Genel kültürden kopuk değil, genel kültür ile ilintilidir.[26]

Örgütlerin kültürü de, alt kültürler arasından çıkmaktadır. Alt kültürlerin benzerlik ve farklılık seviyeleri, örgütte hüküm süren kültürün homojen veya heterojen oluşunu belirlemektedir. Başka bir anlatımla; alt kültürlerin değerleri, tutumları birbirleriyle ne kadar çok örtüşüyorsa, örgütün kültürü o derecede bütünlük göstermekte,

---

[25]A. Tuncay Çınar, **İşletmelerde Müşteri Hizmeti ve Müşteri Memnuniyeti İle Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Uygulama**, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2007, s.29

[26] Bilge Erengül, **Alt Kültürleri Bütünleyen Liderlik**, İnsan Kaynakları Düşünce Platformu(Executive Excellence Dergisinin Ekidir.), Ekim, 2003, s. 21

ancak; alt kültürler arası benzerlikler ne kadar az ise zayıf bir örgüt kültüründen bahsedilmektedir.[27]

Kısacası; herhangi bir toplumun veya örgütün genel kültürü, bir üst sistem olarak çok sayıda alt kültür içerebilmektedir. Her alt kültür, toplumsal gruplar arasında bir farklılığın işaretidir. Bu farklılık bazen çok derin, bazen de fark edilemeyecek derecededir.[28]

Bir ülkenin farklı coğrafi bölgelerinde farklı kültürler ortaya çıkabilmektedir. İşte bu genel kültür içindeki farklı birimlere ve sentezlere, alt kültür adı verilmektedir.[29] Alt kültürler arasındaki temel farklılık, kültür içindeki norm ve değerlerden kaynaklanmaktadır. Geleneksel, endüstrileşmemiş ve dünya ile daha az entegre olmuş toplumlarda bu farklılık az, endüstrileşmiş ve gelişmiş toplumlarda daha fazla olmaktadır. Örgüt içerisinde genel kültürün bazı birimlerde farklılaşması sonucunda alt kültürlerin meydana gelmesi, genel kültür için bir tehlike teşkil etmemektedir. Şekil 1'de görüldüğü gibi, birbirinden farklı her alt kültür genel kültürle uyumludur. Alt kültürler arasındaki farklılığa rağmen her parçası birbiriyle anlamlı bütünler oluşturup birbirini tamamladığından, bu farklılıklar ortak bir senteze yönelip genel kültürü ortaya çıkartmaktadır. Her alt kültürün kendine özgü yaşam biçimi, değerleri, normları, tutum ve davranışları olmasına rağmen, genel kültürün bazı hakim değerlerini de kapsamaktadırlar.[30]

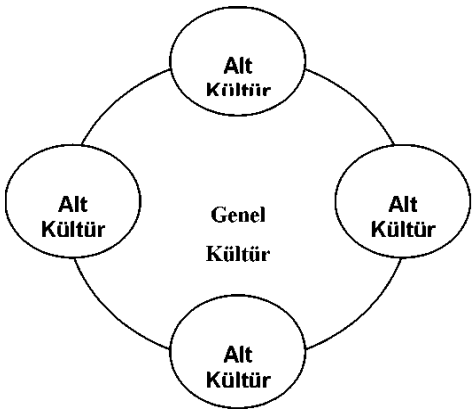
---

[27] Ferda Erdem, Janset Özen İşbaşı, **Eğitim Kurumlarında Örgüt Kültürü ve Öğrenci AltKültürünün Algılamaları**, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 1, 2001, s. 34

[28] Feyzullah Eroğlu, **Davranış Bilimleri**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2. Basım, İstanbul, 1995, s.14

[29] Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür: Antropolojiye Giriş**, Ankara, 1972, s.111

[30] Enver Özkalp, **Sosyolojiye Giriş**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 7. Baskı, 1994, s. 78



Şekil 1: Genel Kültür - Alt Kültür İlişkisi[31]

Bir şirketin geliştirmiş olduğu ve tüm çalışanların paylaştığı değerler bütünü o şirketin genel kültürüdür. Ayrıca, örgüt üyelerinin ait oldukları topluluklardaki farklılıklar nedeniyle, farklı alt kültürlere sahip olmaları muhtemeldir. Örgüt yöneticilerinin başarısı, kültürel farklılıkları örgüt kültürü potasında eriterek uyumlu hale getirmeleri ile mümkün olmaktadır.[32]

2.1.3.2 Maddi Kültür- Manevi Kültür

İnsanların yarattıklarının tümü olan kültür, kültürel öğelerin birleşimine göre maddi ve manevi olarak iki kısımda incelenmektedir. Kültüre fonksiyonel açıdan bakan bilim adamları tarafından, toplumların ihtiyaçlarını tatmin etmek ve hedeflerine ulaşmak maksadıyla, çevrelerini sık sık değiştirmek ve doğa ile mücadele ederek maddi ve manevi elemanlardan oluşan bir çevre yaratmak zorunda oldukları ileri sürülmektedir. Bu çerçevede, insanların doğa ile etkileşimi ve doğaya hakim olma çabası sonucu ortaya çıkan aletler bütününe "maddi kültür" adı verilmektedir.[33] Kültür öğelerinin elle tutulup gözle görülebilen somut kısmını oluşturan maddi kültür kapsamında, üretim teknikleri, yol ve bina inşaatları, evlerin donatılıp döşenmeleri, giyim ve kuşam şekilleri, ulaşım araçları, köprüler, barajlar...vb. girmekte ve toplumun teknolojik ve

---

[31] Mazlum Çelik, **Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Uygulama**, Erzurum:Atatürk Üniversitesi Yayınlanmış Doktora Tezi ,2007, s:27

[32] Jim Fraser, Edward Kick, Kim Barber,**Organizational Culture as Contested Ground in anEra of Globalization: Worker Perceptions and Satisfaction in the USPS**, Sociological Spectrum,Murfreesboro, 2002, s. 446

[33] Emre Kongar, **Kültür Üzerine**, Remzi Kitabevi, Yedinci Basım, Ocak, 2003, s. 45

ekonomik seviyesini göstermektedir.[34] Kısacası; maddi kültür, insan emeğinin toplumsal gelişme süreci içinde gerçekleştirildiği, ortaya çıkardığı, bütün nesneleri (teknoloji, araçlar ve gereçler) anlatmaktadır.

Kültürün, toplumların ruhsal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olan kısmına manevi kültür denilmektedir. Manevi kültür öğeleri, maddi kültür öğelerindeki değişime endeksli olarak ortaya çıkan değerler, inançlar, bilgiler, davranış kuralları, gelenekler, göreneklerdir. Manevi kültür temelde üç öğeden oluşmaktadır;[35]

- İnsan davranışlarını toplum değerleri ile uyumlu hale getirilmesini sağlamak maksadıyla geliştirilen yasalar, yönetmelikler, örgütler, gelenekler, görenekler, inançlar gibi yazılı olan veya olmayan kurallar,
- Yazılı olan veya olmayan kurallara göre geliştirilen davranışlar,
- Kültürün dışa vurumu olan simgeler, göstergeler, sloganlar (bayrak, rozet, afiş, renk...)

Manevi kültür, soyut öğelerden meydana gelmektedir. Genellikle, manevi kültürü anlatmak için "hars" veya "irfan" gibi kelimeler kullanılmaktadır. Fakat manevi kültürle özdeş anlamda en fazla "millî kültür" ifadesi kullanılmaktadır.

Maddi kültür, beynelmilel bir özelliğe sahiptir. Maddi kültüre tüm insanlar katkı sağlayabilmekte ve tüm insanlar maddi kültürün ürünlerinden faydalanabilmektedir. Uygarlık bakımından yüksek bir seviyede bulunan toplumlar, tüm insanlığın yararlanabileceği yenilikleri ortaya koyarak, maddi kültüre katkı sağlamaktadırlar. Kısacası; maddi kültür tüm insanlığın hizmetindedir. Oysa manevi kültür öğeleri millîdir ve bir toplumu diğerlerinden ayırmaktadır. Manevi kültür, toplumların kişiliğini teşkil etmektedir.

Maddi kültür öğeleri, her insan tarafından aynı şekilde algılanmaktadır. Yani, standart anlamlan vardır. Manevi kültür ise, her toplum için farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Örneğin, bayrağı kimi toplumlar bez parçası olarak görmekte ve kıyafet olarak kullanabilmekte, mayo yapıp denize girmekte, üzerine basılmasında bir

---

[34]Prof.Dr. Feyzullah Eroğlu, **Davranış Bilimleri**, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2010, s. 120.

[35]Özer Ozankaya, **Toplumbilim**, Cem Yayınevi, 7. Basım, İstanbul, 1991, s. 153.

mahzur görmemektedir. Bazı toplumlarda ise; bayrak kutsal kabul edilmektedir. Şekil beze, kağıda veya bir taş parçasına işlense dahi; üzerine basılmamakta, kirletilmemekte ve başka maksatlarla kullanılmamaktadır.

Manevi kültür, maddi kültürün bazı yönlerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. İnsanların davranışları manevi kültüre göre şekillendirilirken, hareket yeteneklerinin sınırını maddi kültür belirlemektedir .[36]

2.1.3.3 Diğer Kültür Çeşitleri

Kültürün oluşum biçimine göre yapılan sınıflamada, sınıflama kültürün öğrenilme zamanına dayandırılmakta ve üçe ayrılmaktadır. Bunlar;

Postfigurative Kültür (Sonradan Öğrenilen Kültür): Kişinin veya çocuğun atalarından öğrendiği kültürdür.Kişi genellikle bu kültürü yavaş yavaş öğrenmekte ve kültüre karşı gelmemektedir.

Cofigurative Kültür (Birlikte Oluşan Kültür), kişilerin yaşıtlarından öğrendikleri kültürdür.

Prefigurative Kültür (Önceden Oluşan Kültür) ise, yaşlıların gençlerden öğrendikleri kültürdür.

Toplum üyelerinin yerleşim durumlarına bağlı olarak yapılan bir ayrıma göre köy kültürü ve şehir kültürü vardır. Köy ve şehirdeki yaşam tarzları ve toplumsal ve bireysel ihtiyaçlar farklı olduğundan, buralardaki kültürel unsurlar farklı olmaktadır.

Diğer sınıflama ise; kültürün hayata girme ve davranışlara yansıma seviyesine göre yapılmakta ve gerçek kültür-ideal kültür olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İdeal kültür, toplumu bir arada tutan norm ve değerlerin sadece yazılı veya yazılı olmayan kurallarda olan şeklidir. Gerçek kültür ise, bu norm ve değerlerin uygulamadaki, günlük yaşamdaki davranışlara yansıyan şeklidir. Yani ideal kültür beklenenleri, gerçek kültür ise yaşananları ifade etmektedir.

Kültür içindeki bir farklılık da, aynı toplum içinde yaşayan seçkinler ile geniş halk tabakalarının sahip olduğu norm ve değerlerdeki ayrılıklardır. Toplum içinde özel

---

[36]Erdoğan, **İşletmelerde Davranış**, a.g.e., s. 124

bir yaşam biçimi, zevkleri, alışkanlıkları olan küçük bir elit grubun sahip olduğu kültüre yüksek kültür denilmektedir. Bunun karşıtında ise, geniş halk kitlelerinin sahip olduğu yaygın kültür (popular culture) yer almaktadır.[37]

Toplumun genel tutum ve davranışlarına muhalefet edenlerin sahip oldukları kültür ise, karşı kültür (counter culture) olarak adlandırılmaktadır.[38] Karşı kültür, aslında bir alt kültür olup, değer, norm ve yaşam biçimleri açısından içinde yaşanılan kültüre ters düşen tutum ve davranışları içermektedir. Bu kültürü oluşturmak isteyen gruplar, toplumun sahip olduğu, hatta gurur duyduğu norm ve değerleri, bilmelerine rağmen, ret ederek genel kültürün bazı unsurlarını veya tümünü zayıflatmak ve yıkmak amacını gütmektedirler. Bir toplumda hoşgörü sınırlarını aşan, toplumun norm ve değerleriyle çatışan, sosyo-ekonomik ve politik düzenin karşısında olan oluşumlar, karşı kültür kavramı içerisinde yer almaktadır.[39]

2.2 TOPLUMSAL FARKINDALIK ARACI OLARAK KÜLTÜREL KIMLIK

2.2.1 Kimlik Kavramı

Öncelikle belirtilmelidir ki kimlik insana özgü bir kavramdır. Kimliğin iki temel bileşeni vardır. Bunlardan ilki tanımlama ve tanıma, ikincisi ise aidiyettir. Kendini tanımlama ve toplum içinde belli bir sıfatla, toplumsal olarak tanıma hem insana özgüdür hem de insani bir ihtiyaçtır. "Toplumsal tanınma"nın en temel aracı öncelikle konuşma dili, ardından da yazılı bir dil ve bir "kültürel eda"dır. Toplumsal ve kültürel dünyanın oluşumu dil aracını gerektirir.[40]

İnsan beyninde lider bölgeler vardır. Bunlardan biri de yürütücü işlevlerin yapıldığı ön bölgedir. Bu bölgede kimlik ve kişilik tanımlaması oluşur. Ergen kimliğini oluştururken "Ben kimim? Niçin yaşıyorum? Nereye yönelmeliyim?" sorularını sorar. Bu soruların cevabını da anneden, babadan, toplumdan, medyadan alarak kimliğini tanımlar. Genç, kimliğini tanımlamış ise sağlıklıdır ama kimlik krizi varsa, "Ben kimim?

[37]Özkalp; a.g.e., s. 79

[38]İrfan Çağlar, **Yönetim-Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına YönelikKavramsal Bir Çalışma**, Gazi Üni. İİBF Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, Kış 2001, s. 4

[39]Eroğlu, **Davranış Bilimleri**, a.g.e., s. 122.

[40]Suavi Aydın, **Kimlik Sorunu Ulusallık Türk Kimliği**, Öteki Matbaası, Ankara, 1998. s.7

Nereye yönelmeliyim?" sorularına cevap bulamamışsa, o kişi ergenlikten çıkamaz, huzurlu olamaz, okulunu bitirse bile çevresiyle sağlıklı ilişki kuramaz.

Kimlik, sahip olduğu boyutlar ve kapsamları ile ilgili pek çok araştırma yapılmış ve sonuçları tartışılmıştır. Bu boyutlar:

- Öznellik - nesnellik
- Bireysellik – toplumsallık
- Aynılık – değişme ikilemleri ile izah edilebilmektedir.

Ancak bireyin toplumsallaşma süreci içinde karşı karşıya kaldığı bu süreçlerin dışında, belirli bir toplumsal alanda başkalarıyla etkileşim sonucunda edindiği, kendisini içinde saydığı, birtakım konumlara ilişkin rollerin toplamı [41]olarak düşünüldüğünde, kimlik; belirli toplumsal imgeler söz konusu olduğunda kişinin kendisini içinde hissettiği, çeşitli büyüklüklerdeki gruplara ilişkin grup içi ve grup dışı imajların bütünlüğü ve uyumu olarak da görülebilmektedir.

1980'lerin başlarında, tamamen teknik bir terim olarak kabul edilen kimlik konusundaki kuramsal yaklaşımlar arasında ikili bir ortaklık yaşanmıştır. Mikro düzeyde, etkileşimci bakış açısına nazaran kimlik, bireylerin içinde bulundukları konuma, etki eden davranışa ve hayatı anlamlandırma bakımından yapılaşmış tutumlara bağlı olarak çeşitlilik arz eden çoklu bir ben ve öteki kategorileştirmesi olarak görülmeye başlanmıştır. Bu yakınlaşma bütün sosyal psikologlar tarafından paylaşılmıştır. Ancak metodolojik olarak iki ayrı gelenek daha vardır: Niteliksel ve yorumcu olan birinci yöntem geleneğe katılıma ve gözleme dayanmakta iken; niceliksel ve nedenselci olan ikinci yöntem ise daha çok soru kâğıtlarına, deneylere ve ölçmeye dayanmaktadır. Ancak her ikisi de kimliği sosyoloji, psikoloji için anahtar bir kavram olarak kabul etmiştir [42]. İkinci yakınlaşma makro düzeyde yaşanmıştır. Burada sistemik bir sorunsal olarak kavramlaştırılan kimlik, sağlıklı bir sosyal düzen için ele alınması gereken bir olgu olarak görülmüştür. Kimlik, kurumlar ve toplumlar içindeki bireylerin konumsal açıdan tanımlanması olarak da kabul edilebilmektedir. Bu nedenle makro analizciler

---

[41]Cengiz Güleç, **Türkiye'de Kültürel Kimlik Krizi**,V Yayınları, Ankara, 1992, s: 15–16

[42]Andrew J. Weigert, J. Smith Teitge, and Dennis W. Teitge, **Society and Identity: Towards a Sociological Psychology Routledge**, Part of the Taylor & Francis Group, Cambridge Press., 1986, s.27

kimliği, din, meslek, eğitim, aile vs. gibi kurumların yapısal bir yönü olarak ya da bireyi en genel toplumsal anlamlar düzlemine bağlayan derin bir kültürel kişisel anlamlar kodu olarak görme eğiliminde olmuşlardır. Bu ayrışma ilerideki çalışmalar için kavramı, bütün düzlemlerin kesitini alan analizlere yönelik bir "köprü kavram" haline getirmiştir. Psikanalitik ve tarihsel çalışmalar arasında kurulan verimli bağlantı çağdaş toplumun derinden kavranmasına yardımcı olabilmektedir. Kendilik bilincini daha düşünsel, karmaşık ve "değişken" bir kavram olarak ele alan yaklaşım yanında geleneksel değerlerle ilgilenen bilim adamları kimlik kavramında bir akışkanlık değil sadakat ve bağlanma bulmuşlardır. Öte yandan kimlik arayışının, bir hapishane olarak görülen günlük yaşamdan "kaçış çabası" olduğu da ileri sürülmüştür. 1970'lere hakim olan bu sosyal psikolojik yaklaşımlar yerine, 1980'lerin ilerleyen yıllarında kimlik araştırmaları, konjonktürel etkilerle tehdit altındaki kimlikler sorununa, toplumsal izolasyona, barınma ve çevre sorunlarına, etniklik alanına, daha doğrusu hayatın her alanına yayılmaya başlamıştır[43]. Ayrıca her vatandaşın potansiyel katılım olanakları ve buna bağlı olarak pek çok iktisadi, sosyal ve kültürel etkileşimin hızlanması da yenidir.

Bu tez kapsamında kimlikler üzerine yoğunlaşılması Alain Touraine'in kimlikler üzerindeki görüşüne dayanmaktadır. Alain Touraine'nin belirttiği gibi "ancak kimliğimizi yitirdiğimizde birlikte yaşayabiliyoruz" değil, kimliğimizi başkasının kimliğiyle ya da başkasının kimliğini kendi kimliklerimizle "eşdeğer" bulduğumuzda birlikte yaşayabiliriz Başkasının farklılıklarını "anlamak" kendi farklılığımızdan vazgeçmekten değil, farklılığımızın üstünlük iddiasından vazgeçmekten geçer. Antropologların herhangi bir grup içinde bizzat yaşayarak yaptıkları alan araştırmaları sonucu anlamaya çalışıp yazdıkları etnografiler, insan grupları arasındaki farklıkların birer "farklı" hayat seçeneği olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle farklılıkları anlamanın en önemli yolu toplumlar tarafından yapılmış tercihlerin/seçimlerin diğerleriyle karşılaştırılamayacağı gerçeğinin farkında olmaktır.[44]

2.2.2 Kimliğin Özellikleri

Genel olarak kimlik kavramı birtakım özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Kimliğin en belirgin özelliği karmaşık (kompleks) bir kavram olmasıdır. Kimlik farklı

[43]Weigert-Tetige, 1986, s:27–28

[44]Alain Touraine, **Eşitliklerimiz ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek Miyiz?**, Çev.Olcay Kural, 2. Baskı, İstanbul: YKY, 2002, s.13

katmanlardan oluşmaktadır. Bu katmanlar farklı ve değişken düzeylerde birbiriyle etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Bu sebeple kimliği basitleştirmek tam olarak mümkün olamamaktadır.[45]

İkinci olarak, kimlik çok yönlü bir kavramdır. Cinsiyet, ırk, yaş, etnisite, ulusalcı vs. yönleri bulunmaktadır. Bu aynı zamanda karmaşık bir kavram olmasının da nedenidir. Kimliğin bir diğer özelliği toplumsal bir olgu olması, bir dizi karmaşık toplumsal süreçlerin oluşturduğu bir yapıya sahip olmasıdır. Bu karmaşık yapı, kişi veya grubun 'ötekiyle' girdiği yoğun bir ilişki ortamı sonucunda oluşmaktadır.[46] Dolayısıyla düzeyi veya türü ne olursa olsun, hatta bireysel kimlik bile toplumsal bir çevrede oluşan bir olgudur. Kimliğin toplumsal olmasının bir sonucu olarak sahip olduğu bir diğer özelliği de farklılık veya başkalık olgusuna ihtiyaç duymasıdır. En basit şekilde "ben/(biz) ve öteki" olarak ifade edilen bu ayrım, kimliğin temel özelliği olması itibariyle bütün kimlik düzeylerinde veya türlerinde bulunmaktadır. Kimliğin bir diğer özelliği sürekliliğe sahip olmasıdır. Fakat bu süreklilik bir çeşit sabit olma, aynı kalma durumu değildir. Bilakis, kimlik dinamik ve değişken bir yapıdır. Kimliğin bu özelliği ise insan olmanın bir sonucudur. İnsanın düşünebilen ve irade sahibi bir varlık olması, davranışlarına kendi iradesiyle yön verebilmesi ve bunun sonucu olarak değişime açık olması, sahip olduğu kimliğe de doğal olarak bir devingenlik özelliği katmaktadır.[47]

Kimliğin değişken ve devingen bir yapı olması, sahip olduğu bir başka özelliği ile yakından ilgilidir. Kimliğin söz konusu bu özelliği ise tarihsel bir olgu olmasıdır. Kimliğin toplumsal bir olgu olması onun mekan ile olan ilişkisinin bir sonucu iken, tarihsel olgu olması zaman ile olan ilişkisinin bir sonucudur. Kimliğin değişken ve geçici olması tarihsel özelliğinin, sürekliliği ise toplumsal özelliğinin bir sonucudur[48] Bu

---

[45]Michael Wintle, **Introduction: Cultural Diversity and Identity in Europe**, **Culture and Identity in Europe: Perceptions of Divergence and Unity in Past and Present**,Avebury, Ashgate Publishing Ltd., 1996, s. 5-6.

[46] P. W. Preston, **Political/Cultural Identity: Citizens and Nations in a Global Era**, London,Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 1997, s. 4-5.

[47]A. Nuri Yurdusev, **Avrupa Kimliğinin Oluşumu ve Türk Kimliği**, **Türkiye ve Avrupa:Batılılaşma, Kalkınma, Demokrasi**

, Atila Eralp (der.), Ankara, İmge kitabevi, 1997, s. 23.

[48]A. Nuri Yurdusev, **Avrupa Kimliğinin Oluşumu ve Türk Kimliği**, Türkiye ve Avrupa: Batılılaşma, Kalkınma, Demokrasi, Atila Eralp (der.), Ankara, İmge kitabevi, 1997, s. 25

bakımdan kimliğin sahip olduğu tarihsellik ve toplumsallık özellikleri birbirini tamamlayan özelliklerdir. Kimlik konusu sosyal bilimlerin farklı dalları tarafından farklı yönleriyle ele alınmaktadır. Siyaset bilimciler kimlik kavramını devlet ve ideoloji bağlamında ele alırken, sosyologlar konuya toplum ve sosyal yenilenme açısından yaklaşmaktadır.[49]

Kültür alanında çalışmalar yapanlar kimliği kültür ve gelenek kavramlarıyla incelemekte, ekonomi bilimcileri ise pazar ve tüketim kavramları etrafında konuya açıklık getirme çabasındadır.[50] Kimlik kavramının farklı disiplinler tarafından inceleme konusu yapılmasına rağmen, tez kapsamında esas itibarıyla kimliğin siyasal ve kültürel yönleri üzerinde durulmaktadır. Maastricht Anlaşmasında Avrupa Birliği'nin siyasal bir birliğe dönüştürülmesi hedefinin yer almış olması ve hedeflenen bu siyasal kimliğin kültürel alanda birtakım çalışmalar ile desteklenme ihtiyacının ortaya çıkması, bu tür bir çalışmayı gerekli kılmaktadır. Buna ek olarak, AB çatısı altında oluşturulacak bir kimliğin ortak kültürel bir payda üzerine oturtulabileceği veya oturtulması gerektiği yönündeki yaklaşımlar ile kültürel etmenler yerine siyasal unsurların ele alınması gereğini vurgulayan yaklaşımlar arasındaki rekabet, siyasal/kültürel kimliğin ele alınmasını zorunlu kılmıştır.[51]

Siyaset kuramında bireyler, siyasal toplulukların sakinleri olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamanın doğal sonucu olarak kişilere ve içinde bulundukları topluluklara bir dizi sorumluluk yüklenmektedir. Örneğin kişilerin rasyonel oldukları, kendi çıkarlarını ve içinde yaşadıkları topluluğun çıkarlarını saptayabilme yeteneğine sahip oldukları, hak ve yükümlülükleri birbirinden ayırt etme yeteneğine sahip oldukları, buna karşılık toplumların da rasyonel olarak tertiplenmiş insan toplulukları olduğu, düzeni korumak ve uygun kolektif hareket tarzı benimsenmesi konusunda fikir birliği sağlamak için yapılar oluşturdukları şeklinde birtakım nitelendirmeler yapılmaktadır. Bir diğer ifadeyle, siyaset kuramı alanında kişiler, siyasal topluluklar içerisinde yer alan ve kolektif olarak ideolojilerin oluşmasına imkan veren vatandaşlar

---

[49] Preston,op.cit.,s.23

[50] Preston,op.cit.,s.18

[51] Pascal Sciarini,Simon Hug ve Cedric Dupont', **Example,Exception,or Both ?Swiss National Identety in Perpekt ive consterücting Europe's Identety :The External Dimension** ,Lars-Erik Cederman (der),Boulder Co ,London ,Lynne Rienner Publishers,2001,s.58

olarak görülmektedir. Dolayısıyla siyaset bilimcilerin kimlik konusundaki çalışmaları, modern siyasal toplulukların temel kurumsal biçimi devlet ve ideolojiler etrafında şekillenmektedir.[52]

Kimlik konusunda kültürel alanda yürütülen çalışmalar kişiyi dil tarafından taşınan geleneklerin yerleşimcisi (*inhabitant*) olarak tanımlamakta ve birey, "yapılandırılmış anlam ağlarının yerleşimcisi, anlam ve değer yükleyicisi" olarak görülmektedir. Dil aracılığıyla taşınan gelenekler, günümüz anlayış ve tutumlarının temeli olarak kabul edilmekte ve olağan uygulamalarda tekrarlanan öğeler olarak görülmektedir. Kişiler ve geleneklerin birbiriyle olan ilişkisi bağlamında geleneğe öncelik tanınmakta ve geleneklerin taşınıp aktarılmasında dil bir araç olarak kabul edilmektedir.[53] Özet bir anlatımla, kültürel alanda yürütülen çalışmalar bireyi, dilde yer alan ve gelişen gelenekler tarafından aktarılan fikirlerin taşıyıcısı ve kullanıcısı olarak görmektedir. Bu bakımdan kültürel alandaki kimlik çalışmaları, kültür ve gelenek kavramları etrafında yürütülmektedir. Kimlik konusunda yapılan siyasal ve kültürel çalışmaların birbiriyle olan yakın irtibatı, kimlik oluşumunu ele alan yaklaşımlar incelendiğinde daha iyi anlaşılmaktadır. Ayrıca siyasal/kültürel kimliğin farklı fakat birbiriyle ilintili olan etnik ve ulusal yönlerinin daha iyi kavranması bakımından kimliğin oluşum sürecinin öncelikli olarak ele alınması gerekmektedir.

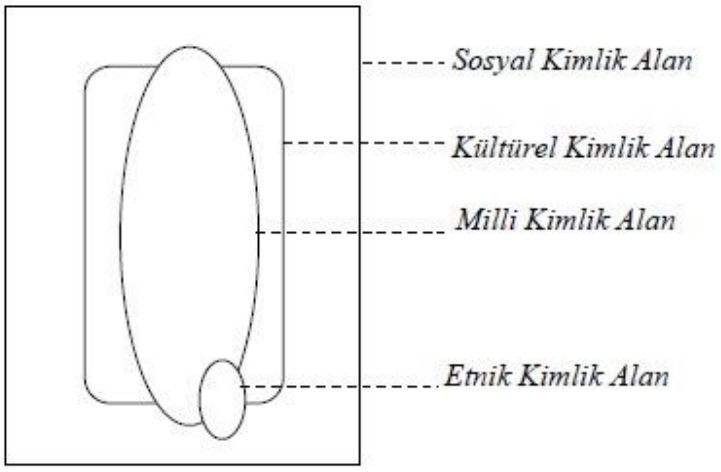
2.2.3 Kimlik Türleri

Kimlik milli devletin ortaya çıkmasıyla güncel bir önem kazanmıştır. Her ülkenin kavim, millet, sosyal sınıf, tarihi-sosyal ve kültürel yapısına göre şekil ve yapı özellikleri gösteren kimlik meselesi Türkiye için diğer ülkelere kıyasla çok farklı özellikler arz etmektedir. Türk modernleşmesi bir bakıma batının model alınarak yürütülmesi sonucu kimlik meseleleri de batı modelinin kavramsal ve metodolojik sınırları içinde ele alınmıştır, alınmaktadır. Bu çerçevede kimlik hakkında yapılan tanımlamalar bir tek kimlik değil birden fazla kimlik çeşidinin olduğunu göstermektedir. Şekil 2'de kimlik türleri ve ait oldukları alanlar gösterilmiştir.

---

[52] Preston,s,25

[53] Preston,s.27



Şekil 2: Kimlik Türleri[54]

2.2.3.1 Sosyal Kimlik

Sosyal kimlik, "bireyin benlik algısının, bir sosyal gruba ya da gruplara üyeliğine ilişkin bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlılıktan kaynaklanan parçasıdır. Sosyal kimliği tanımlama girişimlerinin çoğu sosyal kimlikle kişisel kimlik arasındaki ayrımı ele alarak işe koyulur. Kimi zaman, diğerlerine ilişkin davranışlarımızı, belirli bir kişiliği, beğenileri, becerileri, tutumları ve düşünceleri olan, biricik bir varlık olarak, kişisel kimliğimizle belirleriz.[55] Kişilik özelliklerimizi dikkate alarak, kendimize ilişkin yaptığımız bu tanımlama, belirli bir grup ortamında da varlığını sürdürebilir ve belki de, grupla güçlü bir uyuşmazlık yaşadığımızda daha çok belirginleşebilir.[56] Ancak, grup ortamında, yeni bir kimlik seçeneği daha vardır; kendimizi bir toplumsal grubun üyesi ve o grubun özelliklerine sahip birisi olarak algılayabiliriz. Kendimizi bir kadın, bir futbol oyuncusu, bir üniversite öğrencisi ve ben-

[54] Mehmet Cüneyt Birkök, **Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Türleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınlanmış Doktora Tezi , 1994, s:78

[55] R. Brown, **Group processes: Dynamics within and betıueen groups**, Oxford: Basil Blackvvell Inc., 1988, s.133

[56] M. VVetherell, (der.) , **Identities, groups and social issues**, London: Sage.,1996, s.25

zeri şekillerde de tanımlayabiliriz.[57] Tüm bu tanımlamalarımız sosyal kimliğimizi oluşturur.[58]

Turner'a göre sosyal kimlik, "bireyin, kendisi için duygusal ve anlamlı olan bir sosyal gruba üyeliğine ilişkin bilgisidir" [59]. Burada sözü edilen sosyal grup kavramı da, sosyal kimlik kavramından yola çıkılarak tanımlanır: "Kendilerini aynı sosyal sınıfın üyeleri olarak algılayan ya da aynı sosyal kimliği paylaşan iki ya da daha fazla kişi" [60].

Sosyal kimlik ve benlik kavramı üzerine önemle eğilen John Turner' a göre [61], "bir bireyin benlik kavramı ve dolayısıyla da benlik saygısı, onun sosyal sınıf üyeliğine, yani algıladığı sosyal kimliğine demirlenmiştir". "Olumlu bir benlik saygısı gereksinimi"[62], temel bir insan güdüsüdür ve bazı koşullarda, sosyal kimlik belirginleştiğinde bu gereksinimi gidermek sosyal kimliğe düşer.

2.2.3.2 Milli Kimlik

Milli kimlik, milli kültürün ferdi ve içtimai planda ortaya çıkan üslubudur; kişiyi ve toplumu farklılaştıran, en yakınlarından başlayarak diğer benzerlerinden ayıran özellikleridir. Bu farklılıklar en geniş ifadesi ile yaşama biçimindeki özellikler, kendine-kişiye ve topluma- mahsus oluşlardır. Bu bağlamda Millet olmuş her şahsiyetli toplumun varlığa, dünyaya, hayata, eşyaya bakış tarzı, düşünce-varlığı kavramlaştırma-biçimi, bütün hayat tezahürleri içinde duyuş biçimi-bütün hayat tezahürlerine karşı-tavır ve davranış biçimi farklı olur. Kimlik konusu tartışılırken benzerlikler değil

---

[57]S. Brehm, S. M. Kassin, **Social Psychology**, Boston: Houghton Mifflin Company., 1993, s.88

[58]H. Andaç Demirtaş, **Sosyal Kimlik Kavram ve Varsayımlar**, İletişim Araştırmaları Dergisi sayı:1 cilt:1,Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 2003, s.127

[59] J. C.Turner, **Towards a cognitive redefinition of the social group.**Social identity and intergroup relations (Der.) H. Tajfel. London: Harvester VVheat Sheaf., 1982, s. 2.

[60] Turner, 1982:15

[61]J. Turner, R. Brown, **Social status, cognitive alternatives and intergroup relations**. Differentiation betıveen social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations. (Der.) H. Tajfel. London: Academic Press., 1978, s.105.

[62] Turner, 1982, s: 33

ortaklıklara rağmen doğan farklılıklaşmalar işaretlenir. Arap da giyinir, İngiliz de giyinir, Türk de. Ama giyinme biçimleri farklıdır, gibi.

Milli kimliğin oluşması milliyetçilikle yakın bir iliksisi vardır. Milliyetçilik bir toplumda milli kültürü hakim kılmak veya başka bir toplumun baskısından kurtulmak, bağımsızlığı kazanmak kadar bağımsızlığını sürdürebilmek için gerekli olan kültür ve siyaset eğilimleridir denilebilir. Milliyetçilik milletlerin iç ve dış engellemelere rağmen, ekonomi dış politika, kültürel alanda sistemli ve şuurlu bir şekilde kendi değerlerine, kendi menfaatlerine ve kendi kimliklerine sahip çıkmalarıdır. Bu düşünce ve davranış seklinden uzaklaşma milletleri dünyada belirli merkezlerin ve tesirli ülkelerin siyasi, ekonomik ve kültürel bakımından açık pazarı haline getirebilir. Ancak ne dışa kapanmaya ne de diğer milletlere duygusal düşmanlıklara ihtiyaç yoktur. Milliyetçilik, somut bir toprağa bağlılık, ortak tarihsel geçmiş, ortak değerlere ve kültüre dayanan, ortak amaçlar çerçevesinde bir araya gelen, ortak bir tarih şuuru ve ortak bir kültürü olan toplumun üyeleri arasında topluluk şuuru yaratabilen bir değerdir.[48] Öyleyse kültürel değerler, dil, din, törenler, simgeler, ortak amaçlar milliyetçiliğin güçlendirilmesinde etkin rol oynayan unsurlardır ve aynı zamanda milli kimliği oluşturur.

Birçok millet birbiriyle karşılaştırıldığında sabır, cesaret ve medeniyet gibi kabiliyetlerle birbirinden farklılaşmaktadır. Her millet kendine ait bir kimliksel özelliklere sahiptir. Her milletin kendi milli kimliklerini kazanmak için belli aşamalardan geçmişlerdir. Kendilerine has özelliklerini yitirmeden kendi varlıkların sürdürmeye çalışmışlardır. Tam bir bütünleşme ortaya çıkmadıysa, milli kimlik mücadelesinde başarıya ulaşılmamış, kimlik tam manasıyla gerçekleştirilememiş demektir. Örneğin eğitim, issizlik, ihtiyaç maddeleri vb…, gibi konularda öne sürülen belli talepler cevapsız kalmıştır.

2.2.3.3 Kültürel Kimlik

Kültürel kimlik, ortak coğrafi, tarihi deneyimleri ve paylaşılan kültürel kuralları içerir; bunlar da bizi, "bir topluluk" haline getirir. [63]Bu birliğin oluşumu ve devamı, bütün diğer farklılıklardan daha önemli bir karakteristiktir. Kültürel kimlikler, tarihi, coğrafi şartlar altında ve kültür söylemleri içinde oluşan değişken özdeşim ya da birleşim noktalarıdır. Bir özellik değil, tanımlamadırlar.

---

[63] Ziya Gökalp, Türkleşmek İslamlaşmak-Muasırlaşmak, Toker Yayınları, İstanbul, 1997, s.12

Bir başka ifadeyle kültürel kimlik, "var olma" kadar bir "olma" olgusudur. Hem geçmişe hem de geleceğe aittir. Kültürel kimlikler birden bire oluşmaz; bir yerden gelir, başlangıçları, tarihleri, oluşum süreçleri vardır ve tarihi olan her şey gibi sürekli dönüşüme maruz kalırlar. Sonsuza kadar kökleşmiş bir geçmişe sabitlenme kabiliyetleri de yoktur; devamlı surette tarih, hakim kültür ve güç yaptırımlarıyla karşılaşma riskleri vardır. Kimlikler, bizi tanımlayan ve kendimizi tanımlayarak farklı durumlara verdiğimiz adlardır.

İnsanın kişiliğini oluşturan amaç, karakter ve özgeçmişine paralel olarak toplumlarda da ortak ideal, kültürel kimlik ve tarih vardır. Bir toplumun, kültürel kimliği tanımlanmamışsa, kültürel kimlikle ilgili tanımlamalar değiştirilmişse ya da kültür şoku yaşanılıyorsa, bireyin kültür şoku yaşaması durumunda gerilemesi gibi toplumun da gelişmesi durur.

Kültürel şokun en önemli örneğini Almanya'ya giden Türk vatandaşlar yaşamıştır. Dilini ve kültürünü bilmedikleri bir topluma giden vatandaşlar, ya tamamen o kültüre kendilerini bırakmış ya da gettolarını oluşturarak kültürel bir savunma ortaya çıkarmışlardır. Kültürel içe çekilme ile kendilerini korumaya alan bu insanlar, içinde bulundukları topluma uyum sağlayamadıkları zaman dozunu kaçırarak asosyalleşmişlerdir. Hâlbuki kendi kültürünün bilincinde olarak, diğer kültürü de öğrenerek onunla irtibat kurmayı başarabilselerdi, kültürel özgüven oluşurdu. Kültürel kimliğin iki temel ayağı olan dil ve din ayağını koruyabilen kimseler, her kültürün içinde kendi kimliğini muhafaza edebilirler. Zenciler Afrika'dan Amerika'ya göç ederken dillerini ve dinlerini muhafaza edebilselerdi, kimliklerini koruyabilirlerdi. Muhafaza edemedikleri için sadece renkleri ve genleriyle kaldılar ve kültür olarak Amerikalılardan hiçbir farkları kalmadı. Renkleri nedeniyle dışlandıkları için ırkçılığa bağlı tepki oluşturdular ama Afrika kültürleriyle ilgileri sona erdi.

Kültürel kimliğe, özcü ve tarihsel olmak üzere iki farklı açıdan bakılabilir. Kapalı ve dar bir algılama olan özcü algılamaya göre, kültürel kimlik tamamlanmış bir olgu, oluşmuş bir öz olarak değerlendirilmektedir. Kapsayıcı ve açık bir algılama olan tarihsel algılamaya göre ise, üretilen, sürekli bu üretim sürecinin içinde olan, hiçbir zaman tümüyle tamamlanmamış, gelişmeye ve değişmeye açık bir olgu kabul edilmektedir.[64]

---

[64] A. Larraín, **Biodiversidad de los equinodermos chilenos. Estado actual del conocimiento y sinopsis biosistemática**, Gayana, Zool., 59 (1). ,1995, s.217

Kültürel kimlik, tarihsel algılama açısından bir olma sorunu olduğu kadar bir oluşma sorunudur. Geçmişe ait olduğu kadar geleceğe de aittir. Mutlak ve sabit değildir. Tarihsel olan her şey gibi değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Kültürel kimliklerin geldikleri bir yer, zaman, tarih ve başlangıç kültürleri bulunmaktadır.[65] Belli coğrafi sınırlar içinde yaşayan toplumun ulus haline gelmesi, pazar bütünleşmesi sonucu ile toplumsal değişme süreci içinde oluşmaktadır. Bu etnik aidiyet gösteren toplulukları kapsayabileceği gibi, farklı etnik aidiyet gösteren toplulukları da kapsayabilmektedir[66]. Ulusal kimlik, ulusal kültürün yaratılmış olması ile ulusal devletin yönetiminde, belirli coğrafya sınırları içinde yaşayan tüm bireylerin ortaklaşa yaşadıkları, hissettikleri tarihsel/kültürel kimlik (bizlik) duygusudur. Uluslaşma süreci ya da ulusal kültürün oluşumu iki düzeyde incelenebilir; birincisi ulusal devletin doğuşu, ikincisi ulusal ideolojinin egemen hale gelmesidir. Ulusal ideoloji, bir yandan toplum için ortak "biz" olgusu yaratırken aynı zamanda bunun çevresinde ortak dünya görüşü sağlamaktadır. Ulusal devlet, ulusal ideolojinin kendini gerçekleştirme aracı olarak işlev görmektedir. Ortak bir coğrafyada, ortak idealler etrafında toplanmış, ortak tarihe ve ortak geleceğe yönelik birliktelikle oluşan ortak kültür, o ulusun kültürel kimliğini oluşturur. Toplumlar, kültürel aidiyetlerine göre düşünür, davranır, yer, içer, kutlamaları, yasları, bayramları ait oldukları kültürün kodlarına göre tanımlanır ve paylaşılır. Kültürel kodların, süreç içinde toplumsal uzlaşma ile içselleştirilerek ve o topluma ait statik değerlere tutundurularak değişmesi ve dönüşmesi normaldir. Bu da toplumsallaşma ile gerçekleşir.

Kültürel kimlik üzerine yapılan tanımlamalarından biri de, paylaşılan bir kültür, bir tür ortak 'tek gerçek benlik' bağlamında, pek çok değer, daha yüzeysel ya da yapay olarak yüklenmiş; benliklerin içinde saklı, ortak tarih ve ataları olan insanların ortak noktası olan 'benlikler' anlamında tanımlanmaktadır.[67] Bu tanımlama bağlamında, bizim kültürel kimliklerimiz ortak tarihsel deneyimlerimizi ve paylaşılan kültürel kuralları yansıtır. Bunlar bizi, gerçek tarihimizin değişen bölümleri ve iniş çıkışlarının etkisiyle sabit, değişmez ve sürekli algı dayanakları ve anlamları olan bir halk haline getirir. Kültürel kimlik hakkındaki diğer görüş ise, birçok benzerlik noktasını kabul eder; ama

---

[65] Larrain,1995:222

[66] Güleç 1992: 17

[67] Stuart Hall, **Kültürel Kimlik ve Diaspora**, Kimlik - Topluluk / Kültür /Farklılık, Çeviren: İrem Sağlamer, Sarmal Yayınevi, İstanbul, 1998, s.177

aynı zamanda derin ve önemli kritik farklılık noktaları da vardır. Bunlar 'gerçekten ne olduğumuzu' ve tarih işin içine girdiğinden beri 'bize ne olduğunu' belirler. Uzun bir süre, kesin bir biçimde, işin diğer yönünü kabullenmeden 'tek deneyim, tek kimlik' üzerine konuşamayız. Bu bağlamda, kültürel kimlik 'var olma' kadar bir 'olma' meselesidir. Geçmişe olduğu kadar geleceğe de aittir.

Kültürel kimliğin belirlenmesinde göz şekillerinin, kemiklerin ve bıyığın yeri yoktur. Bunlar ortopedi veya estetik cerrahi uzmanlarını ilgilendirir. Mavi gözlü sarışın Saka Türklerinden kalan izler hâlâ Karadeniz Bölgesinde ve diğer Bölgelerimizde görülmektedir. Çünkü kültürel kimlik, daha ziyade doğuştan sonra elde edilenler ve kazanılanlarla ilgilidir. Ortak değerlerden, ahlak anlayışından, örf ve adetlerden, edebiyat ve musikiden, o topluma özgü geleneksel sanatlardan, anadilden, mili sembollerden (Bayrak ve Bozkurt gibi...) belirli çizgileri olan mimariden, dinden, mutfaktan, milli ve dini gün ve aylardan pay ve zevk alabilmeye bağlıdır. Katılma ve mensubiyet şuuru burada önemlidir. Kültürel kimliği sadece din, milli veya mahalli dil belirleyemez. O bakımdan, sadece "Müslüman" sıfatı da kültürel kimlikte yeterli değildir. Hangi, Müslüman sorusu da o zaman cevap arar. İslâm bütünü içinde farklı milli kimlikler inkâr edilemez. Müslüman Türk ile Müslüman Arap, Alman ve Fransız aynı yaşama tarzına sahip değillerdir. Kültür bir bütündür. Sapma davranışlara da ortak veya ferdi tepki gösterebilmek önemlidir. Yabancılaşma örnekleri karşısında sessiz ve aldırmaz bir tutum sergilemek kimliği tahrip eder. Mesela cenazenin alkışlanması, kızaktan denize indirilme töreninde geminin önünde şampanya patlatılması yer ve tabela isimlerinin yabancılaştırılması, yabancı dille eğitim ve öğretim gibi yüzlerce örnek kültürel normlarda bir sapmayı ve bozulmayı ortaya koyar.

2.2.3.4 Etnik Kimlik

Etnikliği "belirli dinsel, dilsel, mekânsal ve / veya kültürel özellikler bakımından hem kendisini diğerlerinden ayrı gören hem de diğerleri tarafından başka sayılan, bütünlüklü bir kimliğe ve kendine özgü kültürleme sürecine sahip, içerden evlenmek suretiyle bu grup kimliğini koruyan ve grubun sürekliliğini sağlayan toplumsal / kültürel ve bazen de siyasal oluşum" şeklinde tanımlayabiliriz.[68]

[68] Kudret Emiroğlu, Aydın Suavi, **Antropoloji Sözlüğü**, Ankara, 2003, s.276

Etnik kimlik ise, ferdin içinde yaşadığı toplumdaki yaygın kültür unsurlarından farklı olarak, orijinal bir kültürel sistemin yapı özelliklerini nitelik itibariyle taşımasıyla ortaya çıkan bir kimlik türüdür. Etnik özellikler, kültürel entegrasyonun sağlanamadığı, kültürler arası mesafenin olduğu toplum yapılarında görülebilecek potansiyel bir sosyal tabakalaşma unsurudur. Etnik kimlik, temelde başta dil ve dini inanç olmak üzere, töre, gelenek, ortak sosyal değerler gibi kültürel öğelerin belirlediği bir olgudur.[69]

Etniklik, sadece bir grubun ötekiler karşısındaki özgül farklılığı değil, aynı zamanda ötekini algılayış ve yargılayış biçimidir. Bu algılayış ve yargılayışın şekillenmesinde iktidar, sosyal eşitsizlik ve çıkar sorunlarının etkisi yadsınamayacak kadar fazladır. İnsanlar tıpkı farklı durumlarda dilleri, beden dilleri, davranışları ve tarzlarının farklı yönlerini vurguladıkları gibi, etnisitelerinin de özelliklerini vurgularlar ya da inkar ederler. Bu nedenle, sosyal bilimlerde 'kaygan kimlik' ya da 'bağlamsal etnisite'den söz edilir. Etnik kimlikler, bu yüzden zaman içinde donmuş belirlemeler değildir. Toplumsal iklim soğudukça, derin dondurucuya girer ve sertleşirler; toplumsal iklim ısındığında ise buzları çözülür ve yeniden biçimlenmek üzere erirler.[70]

Etnik kimlik, pek çok nedene bağlı olarak süreç içinde değişkendir. Tarih içinde, kendi dönemlerine damgasını vurmuş sayısız etnik grup bugün, "kimlik" olarak yok olmuştur. Hun, Hitit, Sümer, İskit, Got, Viking bugün hiçbir etnik grubu tanımlamayan kimlikler değildir. Bu isimlerde anılmış olan topluluklar elbette bir anda toptan yok olmadılar. Tarih, süreç içinde başka topluluklara karışarak etnik grup niteliklerini kaybettiler.

Etniklik kavramını anlamak için etnik grupların kendilerini tanımlamakta kullandıkları kültürel kaynakların/sınırlarının doğasına bakmak gerekir. Bu kültürel kaynaklar giyim, yaşam, dil, mutfak, müzik, ritüel, dinsel inanışlar, ya da bir grubu diğerlerinden ayırdığı düşünülen sembolik içerikli düşünsel tasarılardır. Başka bir açıdan baktığımızda etnik sınırlar bir grubun kendi üyeleriyle diğer gruplar tarafından çizilen sınırlardır .Bunun aksi olarak kültürel sınırlar, kendini diğerlerinden sembolik uygulamalarda ayırma çabası olarak görülebilir. Böylece etnik kimlik sembolizmi

---

[69]Ali Tayyar Önder, **Türkiye'nin Etnik Yapısı, Halkımızın Kökenleri ve Gerçekler**, 7. Basım, Fark Yayınları, İstanbul, 2007, s.2

[70]Gerd Baumann, **The Multicultural Riddle: Rethinking National, Ethnic, and Religious Identities**, New York – London: Routledge., 1999, s.21

alanında 'ben' ve 'öteki' arasındaki farklılık grup üyeleri ve diğer gruplar tarafından çizilerek biçim alırlar.[71]

Etnik sıfatı şimdiye kadar yanlış bir biçimde "soy"la, "kandaşlık"la ya da "aynı dili konuşmak"la doğrudan ilişkili bir atıf olarak görülmüştür. Oysa 'etnik' kavramının alanı, bütün bunları ya da bunlardan birini yahut birkaçını içerebilmekle birlikte, esas olarak kendini farklı olarak algılamakla ilgili bulunan, etik ve emik bakış boyutlarına sahip, yani kültürel kimliğe bitişik, ayrı bir halk olma, ayrı bir kültürel varlık olma bilinciyle, bu bilincin simetrik algısı olan "öteki(ler)" ile araya çizginin çekildiği noktada başlar .[72]

Ortak bellek ve soy mitlerinin ötesinde, 'etnik' hem üyelerinin birbirine bağlanmasına hem de onları dışarıdakilerden ayırmaya yarayan bir veya daha fazla "kültür" unsuruyla birbirinden ayrılır. Benjamin Akzin bunu "benzerlik-benzeşmezlik" kalıbı olarak kavramlaştırmıştır. Bir etnik grubun üyeleri, üye olmayanlardan farklı oldukları kültürel ayırt edici nitelikler içinde benzer ve aynıdır. En fazla paylaşılan ve aynı zamanda ayırt edici olan nitelikler dil ve dindir, fakat görenekler, kurumlar, yasalar, folklor, mimari, giyim, beslenme, müzik ve sanat, hatta renk ve fiziksel görünüş farklılıkları artırabilir veya onların yerini alabilir. Ayrıca etnikliğin "kültürel" boyutu resmedilirken, kültürün bütün görünümleri içerilmeli, topluluğun değerlerinin ve yaşam tarzlarının altını çizen ve paylaşılan bir dille ifade edilen iletişimin belirgin ve dolaysız işaretlerine bakılmalıdır.

Son yıllarda insanlar arasındaki farklılıkların dile getirildiği etnik grup ve sınırlar; bireyler, etnik grupların kendileri, diğer etnik gruplar, toplum veya bunların hepsi tarafından inşa ve yeniden inşa edilir. Soy, kişisel çıkarlar ve daha geniş ekonomik, politik ve sosyal yapılar etnisitenin sosyal inşasının temelini oluştururlar. İnsan grupları arasındaki farklılıklar doğuştan veya tanrısal olgular değil, insanların yaşadıkları çevre ve yaşam biçimlerinden kaynaklanmaktadır.

---

[71]Simon Harrison, **Cultural Boundaries**, Anthropology Today, no. 15(5), 1999, s.10-14.

[72]Aydın, 2003:s.276

2.2.4 Toplumsal Farkındalık Unsuru Olarak Kültürel Kimlik

2.2.4.1 Farklılık Kavramı ve Farkındalık Felsefesi

Farklılık, bünyesinde çeşitli yorumları barındıran bir kavramdır. Bu nedenle, konuyla ilgili herhangi bir tartışmanın veya çalışmanın anlamlı olabilmesi için, öncelikle kavramın ne ifade ettiğinin açıklanması gerekmektedir .[73]

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre farklılık kavramı; "Farklı olma durumu, ayrımlılık, başkalık" seklinde tanımlanmaktadır. Yine Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, felsefe alanında farklılık; "Doğal, toplumsal ve bilince dayanan her olay ve olguyu bütün ötekilerden ayıran özellik" seklinde ifade edilmektedir.

Williams ve O'Reilly'ye göre (1998) farklılık; "Bir insanın bireysel farklılıkları keşfetmek için kullandığı, herhangi bir özellik" seklinde tanımlanırken [74]; Jackson, Joshi ve Erhardt tarafından yapılmış olan bir çalışmada farklılıklar; "Bir çalışma biriminin birbirinden bağımsız üyeleri arasındaki, kişisel özelliklerin dağılımı" şeklinde tanımlanmaktadır.[75]

Farklılıklar; "insanlar arasında, ırk, kültür, cinsiyet, cinsel yönelim, yaş ve fiziksel yeterlilikler açısından var olan farklar" şeklinde tanımlanmaktadır. Bazı farklılık tanımları; etnik köken, ulusal köken, sınıf, din, öğrenme ve iletişim tarzı, doğum yeri ve meslek gibi çeşitli boyutları da içermektedir .[76]

Nitekim, farklılıkların sadece demografik farklar olarak değerlendirilmemesi gerektiğini belirten McGrath vd.'ne göre (1995) farklılıklar; "Demografik (ırk, cinsiyet, yas vb.); işle ilgili bilgi ve yetenekler; değerler, inançlar ve tutumlar; kişilik, bilişsel ve

---

[73] E. E. Hubbard, **The Manager's Pocket Guide to Diversity Management**, Amherst, Massachusetts: HRD Press, Inc., 2004, s.27

[74] E. Mannix, M. A. Neale,**What differences make a difference:The promise and reality of diverse teams in organizations**,Psychological Science in the Public Interest.6(2) , 2005, s: 31

[75]S. E. Jackson., A. Joshi , N. L. Erhart (2003). **Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implications**, Journal of Management, 29 (6), s.802

[76] W. Sonnenschein, **The diversity toolkit: How you can build and benefit from a diverse workforce**, New York: McGrawHill Companies, 1997, s.3

davranışsal stiller; örgütteki statü / konum gibi özelliklerin bütününü" ifade etmektedir .[77]

Çoğu insan farklılıkları kaçınılması gereken olumsuzluklar olarak görmektedir. Ancak aslında farklılıklar, kişisel yeteneklerin ortaya çıkması ve bireyin diğerleri ile sağlıklı ilişkiler kurmasına yardımcı olan fırsatlar seklinde değerlendirilmelidir. Nitekim, işletmeler açısından farklılıkları yok saymak mümkün olmadığı için; yapılması gereken sey, farklılıkların nasıl yönetilebileceği üzerine düşünmektir .[78]

Farklılıkların yönetimi anlayışının temelleri Amerika'da atılmıştır .[79] Bu anlayış; Amerika'daki işyerlerinde eşitliği sağlamak için yaygın olarak paylaşılan "Ayrımcılık karşıtı uygulamalar, eşit fırsatlar ve olumlu eylem" gibi yaklaşımlardan sonra ortaya çıkmıştır .[80]

Thomas'a göre (1991), farklılıkların yönetimi, "Tüm çalışanlar için geçerli olan bir çevre yaratmak amacıyla sürdürülen kapsamlı bir yönetsel süreçtir." Burada kilit nokta, "Farklılıkları bir değer / varlık olarak kabul etmek"tir .[81]

Farklılıkların yönetimi denildiğinde; "insanlar arasındaki farkların, örgüt için maliyet yaratan bir durum olmaktan çok, bir varlık haline dönüşmesini sağlayacak süreç ve stratejilerin amaca hizmet edecek yönde kullanılması" anlaşılmalıdır. Bu durumda, "Farklılıkların yönetimi", belirli amaçlarla tasarlanmış sistematik, planlar, programlar ya da süreçleri içermektedir .[82]

---

[77] S. Point, V. Singh, **Defining and dimensionalising diversity: Evidence from corporate websites across**, Europe. European Management Journal, 21 (6),2003, s.751

[78] G. Budak , **Yetkinlige Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi**. İzmir: Barış Yayınları, 2008, s: 398

[79] K. Esty, R. Griffin, M. S. Hirsch, **Workplace diversity: A Manager's guide to solving problems and turning diversity into a competetive advantage. Avon**, Massachusetts: Adams Media Corporation., 1995, s.1

[80] A. Kamp Hagedorn, P. Rasmussen, **Diversity management in a Danish context: Towards a multicultural or segregated working life,** Economic and Industrial Democracy, 25 (4), 2004, s. 532

[81] N. E. Reichenberg. **Best practices in diversity management**, United,Nations Expert Group Meeting on Managing Diversity in the Civil Service, United Nations Headquarters, New York, 3-4 May 2001, s.2

[82] R. Hays-Thomas, **Why Now? The Contemporary Focus on Managing Diversity**,. USA: Blackwell Publishing, 2004, s.12

Başka bir deyişle farklılıkların yönetimi, "Çalışanların farklılıklarına ve benzerliklerine değer verilen, böylece çalışanların potansiyellerinin tümünü, örgütün stratejik amaç ve hedeflerine katkı sağlayacak şekilde kullanabilecekleri bir iş çevresi yaratma ve bu iş çevresini sürdürme süreci" dir .[83]

Farklılıkların yönetimi alanındaki uygulama ve kuramların gelişebilmesi için, disiplinlerarası işbirliği önemli ve gereklidir. Ayrıca farklılıkların yönetimi ile ilgili sistematik bir bilgi birikimi oluşturmak ve tutarlı bir bilim yapmak için, konuyla ilgili olan her türlü kuram ve araştırmaya da ilgi göstermek gerekmektedir .[84]

Bu doğrultuda çalışmanın diğer kısmında, farklılık kavramına ve farklılıkların yönetimi anlayışına temel oluşturduğu düşünülen bazı sosyopsikolojik kuramlar ve yaklaşımlar hakkında bilgi verilecektir.

- Farkındalık Felsefesi

İnsanların bir rüyada yaşadıkları fakat rüya gördüklerinin bilincinde olmadıkları konusu birçok kişi tarafından incelenmiş bir konudur. Bu konu hem bir rüyadan uyanmayı , hem de rüyanın içindeyken rüyanın içinde olduğunu bilerek aktif davranabilmeyi de kapsar. İnsanlar kendilerinin kim olduğu ile ilgili verdikleri yargılarla ve oluşturdukları kişilik imgesi ile büyük bir rüyanın içinde yaşamaktadırlar. Bu rüyadan bilinçli bir şekilde uyanmaya ise felsefe diyebiliriz. Bu bağlamda felsefe hep bir ötekinin, uyandırıcının konumudur, uyuyanın değil.

"Farkında olduğumun' yani 'yokluktan seyredenin' farkındayım , o halde varım !"[85]

Freud'dan Lacan'a Psikanaliz kitabının yazarı Dr. Saffet Murat Tura'ya göre bugünkü psikolojinin ve psikiyatrinin 'bilinç' kavramının öyküsü Descartes ile başlar. " Lacan'ın "bir karabasan gibi okuyalım" dediği zavallı Descartes'la " . [86]

---

[83] United States Government Accountability Office, Diversity management: **Expert-Identified leading practices and agency examples**, Report to the Ranking Minority Member, Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, U.S. Senate, GAO-05-90 (www.gao.gov/cgibin/getrpt?GAO-05-90)., 2005, s.1

[84] M. D. Agars, J. L. Kottke, Models and Practice of Diversity Management: **A Historical Review and Presentation of a New Integration Theory**.. USA: Blackwell Publishing., 2004, s.64

[85] Tura, 1996, s.81

Descartes'a göre 'şüphe etmek' , 'düşünmek'tir ! Yani bir 'bilinçedimi' yapmaktır. " O halde düşündüğü kesindir. Düşündüğüne göre kesinlikle vardır. 'Cogito ergo sum' (Düşünüyorum , o halde varım). Her şeyden şüphe edebilirim ama 'düşünüyorum' ya da 'bilinç edimi yapıyorum'dan şüphe edemem. O halde 'varım'dan şüphe edemem " .

Dr. Saffet Murat Tura , kitabındaki yazısının devamında 'balık avlıyorum' ile 'düşünüyorum' önermesini ayıran şeyin 'ne' olduğunu sorgular. Mantıken ikisi de 'varım' önermesini içerdiği halde arada önemli bir fark vardır.
" Balık avlıyorum'da bir 'dolayım' söz konusudur. Oysa 'düşünüyorum'da bilinç kendi kendini algılamakta , kendi üzerine katlanmaktadır. Düşündüğümü doğrudan sezgisel olarak algılıyorum. İşte bilincin temel özelliği budur : Kendi kendini algılaması , özne nesne ikiliğini ortadan kaldırması. Kesinliği apaçık , açık seçik veren budur. " Zihin edimi yapıyorum"dan şüphe edemem. Bu dolayımsızdır , sezgiye doğrudan bir kesin doğru olarak verilmiştir " .[87]

Dr. Saffet Murat Tura , psikoloji ve psikiyatrinin söz konusu ettiği 'bilinç'in de buraya dayandığını söyler : 'Farkında olmak' ve ' farkında olduğunun farkında olmak.

Farkındalık için 'Ben O'yum' isimli kitabında şu tanımı getiriyor Maharaj :

"Farkındalık , kendi başına , devinimsiz ve zamansız , burada ve şimdidir "

Sonra devam ediyor " Farkındalık , bir nesnesi ve hedefi olduğunda 'bilinç' olur. Nesne ve hedef durmadan değişir. Bilinçte devinim vardır ".[88]

Farkındalık ve bilinç kavramlarından sonra sıra 'şahit' kavramına geliyor. Uzak Doğu öğretilerinde 'şahit konumu' isimli , yaşanabilen, deneyimlenebilen bir hal vardır (şakşin bu konumun isimlerinden birisidir).

"Tanık (ya da şahit ve son kertede Şahit yani 'Yokluktan Seyreden' C.E.) , bir 'kişi' değildir. Kişi ancak onun için bir zemin, bir organizma, bir beden olduğu zaman

---

[86] M. Santucci, G. Saglio, S. Tura, **Pathogenesis and progression of chronic myeloid leukemia**, Haemat, 1996,s:81

[87] Tura, 1996, s 82

[88] Maharaj, Nisargadatta , **Ben O'yum(I am That)** , Çeviren : Jale Gizer Gürsoy , Akaşa Yayınları , İstanbul ,1993, s.277

varlık kazanır. Mutlak ya da Hayat , farkındalık halinde yansır. Saf farkındalık , öz farkındalığa (kendinin farkındalığına C.E.) dönüşür. Bir 'ben' olduğunda, öz farkındalık , tanıktır. Tanıklık edecek bir 'ben' yoksa , tanıklık ta yoktur ".[89]

Bir başka yerde ise psikoloji ve psikanaliz konusu olabilecek şu yaklaşımı getiriyor : " Sınırlılık duygusu kaybolduğunda, korku, acı ve haz arayışı , hepsi biter. Sadece 'farkındalık' kalır.

Maharaj konuşurken , karşısındaki soruyor " Şu anda konuşan kimdir, eğer 'zihin' değilse ?" diye. Çünkü Maharaj , kendisinden 'zihin'in konuşmadığını ima ediyor : " Bedenin dürtüleri, zihnen ise acıları ve hazları vardır. Farkındalık ise bağımlılıklardan kurtulmuş ve sarsılmazdır".[90] Ve Maharaj cevap veriyor : " Soruyu işiten yanıtını veriyor ". Karşısındaki kişi " Fakat o kimdir ? " diye soruyor. Cevap şöyle : " 'Kim' değil 'NE'. Size bir kişi gibi görünsem de ben bu sözcükten sizin anladığınız anlamda bir kişi değilim. Ben , içinde her şeyin vuku bulduğu sınırsız bilinç okyanusuyum " .[91]

Krişnamurti ise 'Zihin ve Düşünce Üzerine' isimli kitabında şöyle diyor : " Kendinizi gerçekten olduğunuz gibi bilmeniz olanaklı mıdır , ne olduğunuzu düşündüğünüz gibi ya da ne olmayı ümit ettiğiniz gibi değil. Bunu tümüyle bilmeniz, özünüzü bilmeniz olanaklı mıdır ? Ve bu ‘kendi’nin (self C.E.) bütün parçalanmış etkinliklerinin ötesine geçmek olanaklı mıdır “ .?[92]

Sonra şöyle devam ediyor Krişnamurti : " Öyleyse 'kendi' nedir ? Siz nesiniz ? Siz kimsiniz değil fakat gerçekten siz nesiniz ? Sizin 'kim' olduğunuz ile 'ne' olduğunuz arasında bir fark vardır. Siz kim olduğunuzu söyledikçe merkezden oldukça uzaklaşıyorsunuz. Fakat gerçekte ne olduğunuzu söyledikçe...gerçeklik ile ilgileniyorsunuz demektir. Gerçeklik , şu anda olmakta olandır.Öyleyse siz nesiniz ? Siz bir isim,

---

[89] Maharaj, 1993, s:279

[90] Maharaj, 1993,s: 264

[91] Maharaj, 1993, s:265

[92] Jiddu Krishnamurti , **Zihin ve Düşünce Üzerine(On Mind and Thought)** , Çeviren : Cengiz Erengil , Ayna Yayınevi, İstanbul, 1999, s.90

bir biçim, bir toplumun sonucu, bir kültürün sonucusunuz. Yıllar boyunca sizin AYRI olduğunuzu vurgulayan, tanımlanabilir bir kültürün sonucusunuz".[93]

2.2.4.2 Toplumsal Farkındalık Yaratmada Kitle İletişim Araçları

Günümüzde posta, telgraf, telefon, faks gibi haberleşme araçları; gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları; uydular, bilgisayarlar (İnternet ve e-mail) birer iletişim aracı olarak iletişimin ayrılmaz parçaları durumuna gelmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, günümüzde kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış; dünyamızı Mc.LUHAN'ın deyimiyle "küresel bir köy"e dönüştürmüştür.

Kitle iletişim araçlarının fonksiyonları üzerinde ilk kez duran Laswell, bilgi verme, ikna etme ve toplumsallaştırma fonksiyonlarından söz etmektedir. Charles Wright, kitle iletişim araçlarının bu fonksiyonlarına eğlendirme fonksiyonunu eklemiş; Kenneth Boulding ise bu fonksiyonların yanı sıra, malları tanıtma fonksiyonunun önemini vurgulamıştır .

Aysel Aziz, William Riwers ve Wilbur Sshramm'ın görüşlerine katılarak kitle iletişim araçlarının fonksiyonlarını; [94]

- Haber verme, eğitme, eğlendirme
- Dış dünyayı görmemizi sağlama
- Kültürün toplumumuzdan, bizden sonraki toplumlara ve nesilden nesile geçişini sağlama
- Eşya ve hizmetlerin tanıtılmasına, satılmasına yardım etme

Dışımızda oluşan fırsat ve çağrılara karşılık verme ile sosyal hareketlerde genel rızaya ulaşma arasında bağ kurmamıza yardım etme olarak sınıflandırmıştır.

Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının etki alanlarını;

- Fert, grup ya da örgüt düzeyinde etkilenme

---

[93] Krişnamurti, 1999 , s: 91

[94] Aysel Aziz,**Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim**, Ankara, A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları, 1982, No:2., s: 2

- Sosyal kurum düzeyinde etkilenme
- Toplum düzeyinde etkilenme
- Kültür düzeyinde etkilenme olarak gruplandırmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının etkileri fert açısından ele alındığında ise;

- Bilgi ya da görüşü kapsayan etkiler
- Tavır ya da duyguyu kapsayan etkiler

Davranış üzerine etkiler olarak üç ana başlık altında inceleniyor. [95]

Kitle iletişim araçlarının etki türleri;

- Tavır ile düşünce değişiklikleri
- Ferdî ve toplu tepkiler
- Gündem belirleme
- Toplumsallaştırma
- Denetim
- Gerçeği tanımlama
- Egemen ideolojinin sürdürülmesi olarak sınıflandırılmaktadır.

Kitle iletişim araçları, bu fonksiyonları gerçekleştirirken doğal olarak alıcı üzerinde de bir etki yaratır. İletişim, her şeyden önce bir bilgi alışverişidir. Bu alışverişten amaçlanan da anlamak, anlatmak, öğrenmek ve eğitim görmek ihtiyaçlarının giderilmesidir. Bu ihtiyaçların giderilmesi amacıyla başlatılan iletişim sürecinin sonunda yaşanan olgu, etkileme ve etkilenme; yani etkileşimdir.

Kitle iletişim araçları, genel bir tanımla "kitlesel bir boyutta ileti dağıtabilen araçlar" olarak tanımlanabilir.[96]

---

[95] Ayseli Usluata, **İletişim**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1984, s.84

[96] Ertuğrul Özkök, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Yayınları, Ankara, 1985, s. 93

Araştırmacılar, hangi görüşü savunurlarsa savunsunlar sentez olarak ortaya çıkan ortak bir görüş var: Kitle iletişim araçları, bilgi, görüş ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan; sosyal örgütlenmeyi güçlendiren; kamuoyu oluşturan; insanın anlama, anlatma, öğrenme ve eğitim görme gibi temel ihtiyaçlarını karşılayan; insan ilişkilerini değiştirip geliştiren; yeni davranış ve tutum kalıplarını, görüş ve düşünce akımlarını yaygınlaştıran en etkin iletişim araçlarıdır.

2.2.4.3 Kültürel Kimlik ve Toplumsallaşma

Sosyal bilimlerde, ben, benlik-kendilik, kişilik ve kimlik kavramları genellikle aynı anlamda kullanılmaktadır. Kimlik kavramının tam bir tanımını yapmak için bu kavramların birbirinden kesin olarak farklılıklarının ortaya konması gerekmektedir. Kimlik türünü üçe ayırmak mümkündür. Bunlar;

- Kişisel kimlik (ben kimim?)
- Psikososyal kimlik (biz kimiz?)
- Ulusal/kültürel kimlik (bizler hangi ulus/kültürden geliyoruz?)

Kişisel kimliklerin oluşumunda bireyler, din, ırk, sınıf, etnik köken, cinsiyet ve milliyet gibi grup bağlarını ve özelliklerini paylaşırlar. Bu özellikler, özneyi ve öznenin kimlik anlayışını nitelemekte bireylere kolaylık sağlar. Kültürel kimlik fikri buradan ortaya çıkmıştır. Modern dönemde öznelerin oluşumuna en önemli etkiyi yapan ulusal kimlik kavramıdır [97]. Kültürel kimliğe, özcü ve tarihsel olmak üzere iki farklı açıdan bakılabilir. Kapalı ve dar bir algılama olan özcü algılamaya göre, kültürel kimlik tamamlanmış bir olgu, oluşmuş bir öz olarak değerlendirilmektedir. Kapsayıcı ve açık bir algılama olan tarihsel algılamaya göre ise, kültürel kimlik, üretilen, sürekli bu üretim sürecinin içinde olan, hiçbir zaman tümüyle tamamlanmamış, gelişmeye ve değişmeye açık bir olgu olarak kabul edilmektedir [98]. Hall'in de belirttiği gibi kültürel kimlik, tarihsel algılama açısından bir olma sorunu olduğu kadar bir oluşma sorunudur. Geçmişe ait olduğu kadar geleceğe de aittir. Mutlak ve sabit değildir. Tarihsel olan her şey gibi değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Kültürel kimliklerin geldikleri bir yer,

---

[97] Jorge Larrain, **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**, İstanbul: Sarmal Yayınevi. 1995, s.212

[98] Larrain, 1995, s: 217

zaman, tarih ve başlangıç kültürleri bulunmaktadır. [99]. Güleç'e göre, belli coğrafi sınırlar içinde yaşayan toplumun ulus haline gelmesi, pazar bütünleşmesi sonucu ile toplumsal değişme süreci içinde oluşmaktadır. Bu etnik aidiyet gösteren toplulukları kapsayabileceği gibi, farklı etnik aidiyet gösteren toplulukları da kapsayabilmektedir .[100] Ulusal kimlik, ulusal kültürün yaratılmış olması ile ulusal devletin yönetiminde, belirli coğrafya sınırları içinde yaşayan tüm bireylerin ortaklaşa yaşadıkları, hissettikleri tarihsel/kültürel kimlik (bizlik) duygusudur. Uluslaşma süreci ya da ulusal kültürün oluşumu iki düzeyde incelenebilir; birincisi ulusal devletin doğuşu, ikincisi ulusal ideolojinin egemen hale gelmesidir. Ulusal ideoloji, bir yandan toplum için ortak "biz" olgusu yaratırken aynı zamanda bunun çevresinde ortak dünya görüşü sağlamaktadır. Ulusal devlet, ulusal ideolojinin kendini gerçekleştirme aracı olarak işlev görmektedir .[101] Ortak bir coğrafyada, ortak idealler etrafında toplanmış, ortak tarihe ve ortak geleceğe yönelik birliktelikle oluşan ortak kültür, o ulusun kültürel kimliğini oluşturur. Toplumlar, kültürel aidiyetlerine göre düşünür, davranır, yer, içer, kutlamaları, yasları, bayramları ait oldukları kültürün kodlarına göre tanımlanır ve paylaşılır. Kültürel kodların, süreç içinde toplumsal uzlaşma ile içselleştirilerek ve o topluma ait statik değerlere tutundurularak değişmesi ve dönüşmesi normaldir. Bu da toplumsallaşma ile gerçekleşir.

Toplumsallaşma, toplumdaki değerlerin, inançların, davranışların birey tarafından benimsenme sürecidir. [102] Toplumsallaşma süreci, bireyin, yaşamdaki rol ve görevlerini, aile, okul, çalışma ortamı, medya benzeri kurumlardan öğrenerek yaşama uyum sağlaması ve geçmişte yaşanmış, şimdi yaşanmakta olan ve gelecekte yaşanacaklar için bir dünya görüşü kazanması olarak tanımlanabilir.[103] Toplumsallaşmada dilin ayrı bir önemi vardır. Örneğin, dünyaya küreselleşmeyi dayatan ABD'de, eğitim kurumlarında İngilizce eğitim verilmektedir. Mahkemelerde

---

[99] Larrain, 1995, s: 222

[100] Güleç,1992, s:17

[101] Güleç,1992, s:20

[102] M.Ş. Güney, B. Kaya, A. Alkan, **1989 Teknik Gezi Programında Yeralan Su Yapıları**, Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Basım Ünitesi, İzmir, 1989, 22 s.5

[103] Güvenç, 1996, s: 40-41

kullanılan dil İngilizcedir. Tatil günleri Miladi takvime göredir. Ayrıca, ABD'ye gelen göçmenlerden topluma entegre olmaları için öncelikle İngilizce öğrenmeleri istenir . [104] Almanya, Fransa ve İngiltere'de de durum farklı değildir. Kamusal alan ve kamuya ait kurumlarda o ülkenin dili ve kuralları geçerlidir.

Toplumu birbirine, geçmişe ve geleceğe bağlayan en önemli unsur dildir. Dil ile geçmişimizi, geleneklerimizi, göreneklerimizi, bizi biz yapan ortak değerlerimizi öğrenir ve bir sonraki kuşaklara aktarabiliriz. Dil, ile düşünür, dil ile üretebiliriz.

Bir kuşaktan diğerine düzenli bilgi akışı olmazsa, insanların bireysel ve toplumsal yaşamı tam anlamı ile olumsuz etkilenebilir. Toplumu birleştiren, bütünleştiren kültürel değerler ve karşılıklı bağlardır.

[104] Edibe Sözen, **Kimliklerin İnşası, Demir Kafesten Plastiği ve Kimliklerimiz**, İstanbul:Birey Yayıncılık, 1999, s: 16

3. KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA SOSYAL AĞLAR

3.1 İLETIŞIMIN KÜLTÜREL BOYUTU VE AĞ TOPLUMU

3.1.1 İletişim Kavramı ve Unsurları

İletişimin tanımları üzerinde duracak olursak;

İletişim genel olarak insanlar arasındaki düşünce ve duygu alışverişi olarak ele alınmaktadır.[105] İletişimin amacı, kaynak ve hedef arasında bilgi, düşünce ve tutum ortaklığı yaratmaktır.

İletişim; bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, simgeler kullanılarak iletilmesidir. İnsanın kendini sosyal bir varlık olarak ifade etmesi için iletişim zorunludur. İnsan, çevresi ile iletişim kurarak yaşar. Onun her davranışı, konuşması, susması, duruşu ve oturma biçimi, kendini ifade etmesi; yani çevresine mesaj iletmesidir.

İletişim, insanoğlunun varoluşundan beri, insan hayatının çok önemli bir yönü olmuştur. Çok genel bir tanımlamayla iletişim, verici denilen zamansal-mekansal bir evrenle, alıcı denilen bir öteki zamansal-mekansal evren arasındaki her türlü bilgi ve duygu değişimidir. [106] İletişimin daha belirgin bir tanımı ise, onun, iki birey arasında bir göstergeler dizgesi (simge, mitos, jest, mimik vs.) aracılığı ile sağlanan her türlü duygu, düşünce, bilgi ve anlam iletimi olduğunu belirtir.

Bir başka deyişle iletişim, belirli kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere ve tutumlara sahip olmak amacı ile kendindeki duygu, düşünce ve bilgilerini aktarmasıdır. Böylece, bilgi, düşünce ve tutumların aktarılması ile belirli bir insan topluluğu içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratabilecektir. En kısa ve yalın haliyle iletişim;

---

[105] Cüceloğlu, 1993, s:3

[106] Ertuğrul Özkök, **Sanat, iletişim ve İktidar**, Tam Yayıncılık, Ankara, 1982, s. 12-13

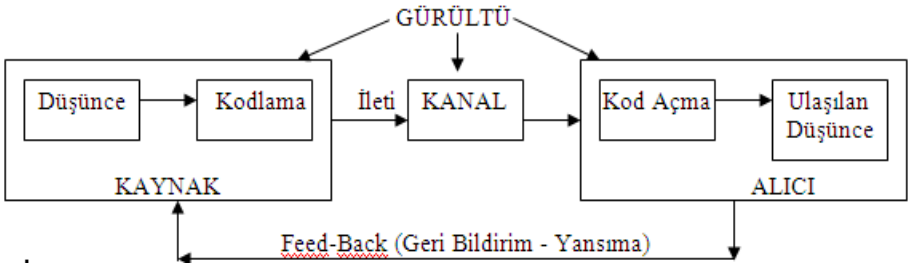
haberin, bilginin ya da genel anlamıyla kültürün insan topluluklarına dağıtımı olgusudur. [107]

İletişim, sözcük olarak, Fransızca ve İngilizcede yazılışlar aynı, söylenişleri farklı "communication" ve Latincede "communicatio" nun karşılığıdır. "Communicatio" nun kökeninde, yine Latincedeki communis(toplum) kavramı bulunmaktadır. Birçok kişiye ya da nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan anlamlarındaki bu kavramdan hareketle iletişim sözcüğünün, özünde, bir yalın ileti alışverişinden çok, toplumsal nitelikli bir etkileşimi, değiş-tokuşu ve paylaşımı içerdiğini söyleyebiliriz. [108]

Bir başka deyişle iletişim; düşünce ve duyguların bireyler, toplumsal kümeler, toplumlar arasında söz, el-kol devinimi, yazı, görüntü, vb. aracılığı ile değiş tokuş edilmesini sağlayan toplumsal etkileşim süreci olarak tanımlamaktadır. İletişim, bu yönüyle, bir tür alışveriştir. Bu alışverişte bilgilerin, düşüncelerin, duyguların ya da tutumların benzemesi, ortak olması amaçlanır. Bu yüzden iletişim için, simgelerin paylaşılması sürecidir, de denir.[109]

İletişim, hem toplumsal-kültürel düzlemde, hem de bireysel iletişim yaşantılarında bir süreç olarak işler.[110]

İletişim sürecini anlamayı kolaylaştırmak üzere bu sürecin öğelerini şöyle tanımlayabiliriz:



Şekil 3İletişimin Öğeleri[111]

[107] A. Raşit Kaya, **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınlar, Ankara, 1985, s. 1

[108] Merih Zilhoğlu, **İletişim Nedir?** , Cem Yayınevi, İstanbul, 1996, s. 3

[109] Aysel Akarsu, **Medyanın Politikaya Etkisi**, Y.lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, 2002, s.23

[110] Özer Ozankaya, **Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1995, s. 71

İletişimin gerçekleşmesinde bazı öğelere gereksinim vardır.

Bunlar,

- Kaynak
- Kanal
- İleti (Mesaj)
- Alıcı

Kaynak, değişik biyo-psikolojik ve bilişsel süreçlerde ürettiği iletileri simgeler aracılığı ile gönderen kişi ya da kişilere denir. Kısaca iletiyi (mesajı) gönderendir.

Alıcı, kaynaktan gelen iletileri alan ve bunlara sözlü, sözsüz tepkide bulunan kişi ya da gruplardır. Kısaca gönderilen iletiyi (mesajı) alan kişidir. Alıcının iletiye istenilen anlamı verip vermemesi iletişimin etkili ve doğru bir şekilde gerçekleşmesinde büyük önem taşır.

İleti (Mesaj), kaynağın düşüncelerinin sembolik ifadesidir. Kaynak kendi kullandığı kavramları, duyguları ve düşünceleri bir ileti şeklinde kodlar. İleti, kaynağın fiziksel bir ürünüdür. Konuşulan kelimeler, bir grafik çizimi, yüzün aldığı ifade şekli iletileri oluşturur.

Kanal ise iletinin kaynaktan alıcıya gittiği yol ya da araçlardır. İletiyi kaynaktan alıp, alıcıya iletebilmek için mutlaka bir kanala ihtiyaç vardır. Bunlar kişiler arası iletişim kanalları ya da kitle iletişim araçlarıdır. Kişiler arası iletişim kanalları kaynak ile alıcının yüz yüze gelmesi durumunda söz konusudur. Kitle iletişiminde ise bir iletinin televizyon, radyo, gazete gibi kitle iletişim araçları ile iletimi yapılır.

Feed-Back (Geri Bildirim-Yansıma), alıcının mesajı nasıl yorumladığını ve nasıl tepkide bulunduğunu, kaynağın öğrenmesine olanak sağlar. Geri bildirim iletişimi geliştirmenin en basit ve en önemli metodudur. İnsan ilişkilerinde çoğunlukla farkında olmadan uygulanmaktadır. Günlük hayatımızda, konuşmalarımızda, söylemek istediklerimizin karşı tarafta anlaşılıp anlaşılmadığının belirtileri olan baş hareketleri (beden dili) bir yansımadır.

---

[111] Öğrt. Gör. Orhan Kısa, **İletişim**, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, 2011, s. 1

Gürültü, iletişim sürecini olumsuz yönde etkileyen her türlü faktördür. Gürültü her iletişim sürecinde bulunabilir. Asıl olan, gürültü boyutlarının iletişimi engelleyecek boyutta olmamasıdır.

Çeşitli iletişim türleri vardır bunlar:

- Kişisel iletişim
- Kişilerarası iletişim
- Grup iletişimi
- Örgütsel iletişim
- Kitle iletişimi

Bu iletişim türlerinden tezin konusu itibari ile en çok ilgili olan 'kitle iletişimi' incelenmektedir.

3.1.2 Kültürlerarası İletişim Olgusu

Kültürlerarası iletişim, belli bir kültüre mensup bir birey tarafından gönderilen mesajın farklı bir kültürün üyesince alınması ve işlenmesi durumunda gerçekleşmektedir.[112] Kültürlerarası iletişim kapsamında temel olarak iki veya daha fazla kültürün üyelerinin bir araya gelerek iletişim sürecine girmeleri ile ilgilenilmektedir. [113] Bir başka anlatımla, bu süreci anlatan kültürlerarası etkileşim, "kendilerini farklı kültürel gruplar ya da etnisiteler olarak algılayan ve bu şekilde algılanan topluluklar (cemaatler) arasında, anlamın yaratımını, paylaşımını ve müzakeresini içeren her türlü iletişim" olarak tanımlanabilmektedir .[114]

Dolayısıyla, kültürlerarası iletişim olgusu genel olarak farklı kültürlerin üyeleri arasında gerçekleşen karşılıklı etkileşim ve iletişime gönderme yapmaktadır. Bu olgu

---

[112] Richard E. Porter, Larry A. Samovar and Edwin R. McDaniel, **Communication Between Cultures**, , Wadsworth Pub Co,7th Edition, 2009, s.7

[113] Prof. Dr. M.R Pennington., **Calculations of the dipion contribution to the K_L-K_S mass difference**, *Physics Letters, 1985, s.*37

[114] İsa Sarı, **Üniversiteler İçin Türk Dili El Kitabı**, Turkish Studies,, Erzincan 2010, s.22

aynı zamanda kaynak ve alıcı farklı bağlamlar içinde yer aldığında nasıl zor bir iletişim süreci gerçekleşeceğine de işaret etmektedir. [115] Çünkü kültürlerarası iletişim, farklı kültürel topluluklara mensup insanlar arasında aynı zamanda anlamların niteliğini kapsayan sembolik ve etkileşimli bir değişim süreci olarak işlemektedir. [116]

Böylelikle kültürlerarası iletişim olgusu, farklı ulusal kültürlerden insanlar arasında gerçekleşen iletişim olarak kavramsallaştırılmakta ve bunun yanında birçok bilim insanı tarafından yüz yüze iletişim ile sınırlandırılmaktadır. Bir başka açıdan ise kültürlerarası iletişim, farklı sosyal grupların üyeleri arasında gerçekleşen iletişim gibi gruplar arası iletişimin bir türü olarak da değerlendirilmektedir. Gruplar arası iletişim, kültürlerarası iletişimden ayrı olarak sağlam ve sakat insanlar arasındaki iletişim, farklı nesiller ve sosyal sınıflar arası iletişim ve ırklar ile etnik gruplar arasındaki iletişim gibi birçok iletişim türünü de içermektedir. [117] Ancak uluslararası iletişim ya da ırklar ve etniklerarası iletişim gibi terimler de iletişime katılan tarafların farklı ulusal ya da ırksal ve etnik kültürel bağlamlardan geldiği kültürlerarası iletişim olgusuna gönderme yapmak için kullanılmaktadır. [118]

Kültürlerarası iletişimde temel özellik, iletişime katılan tarafların kültürel farklılıklarından dolayı görece yüksek düzeyde farklı deneyimsel arka planlara sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Bunun altında, aynı kültüre mensup bireylerin, farklı bir kültürün üyelerinden daha büyük bir türdeşliği paylaştığı varsayımı yatmaktadır. Kişilik, yaş, fiziksel görünüş gibi iletişime girenler arasındaki kültürel farklılıkların da insan iletişiminin kendine özgü problematik doğasında payı bulunmaktadır. İletişime katılanlar arasındaki gerçek ya da algılanan kültürel farklılıkların vurgulanması yoluyla, kültürlerarası iletişim olgusu; kişilerarası, örgütsel ve iletişimin tüm diğer alanlarına genişlemektedir.

---

[115] Fred Edmunt Jandt, Intercultural Communication, Sage Pubns, (2th ed.), 1998, s: 36

[116] W. Gudykunst & Y. Kim.,***Communicating with Strangers, An approach to intercultural communication*** (4th ed.) New York: McGraw-Hill.,2003, s.74

[117]Gudykunst & Kim, 2003, s: 163

[118] Kim S. Cameron ,**Organizational culture in post-industrial environment: An expansion of the life cycles model of organizational development**, Presented at the 44th Annual Meetings of the Academy of Management, Boston.,1984, s.17

Sonuç olarak, kültürlerarası iletişim olgusu özü itibariyle farklı kültürel artalanlara sahip olan katılımcıların, bir diğeri ile doğrudan veya dolaylı olarak temasa geçtiği ya da ilişki kurduğu iletişim olgusuna gönderme yapmaktadır. Bu doğrultuda, kültürlerarası iletişim, iletişime katılan taraflar arasındaki kültürel benzerlik ve farklılıkları önceden varsaymakta ve bunlar ile ilgilenmektedir. Ancak, bu sürece dahil olanların kültürel karakteristikleri, çalışmanın merkezi odak noktası olmamaktadır. Bunun yerine, kültürlerarası iletişim, bireyler ve gruplar arasındaki iletişim sürecine odaklanmaktadır .[119]

Kültürlerarası iletişim, makro ve mikro kültürel alanlarda gerçekleşmektedir. Buna göre, makro kültürel alanlar farklı kıtalar, bölgeler gibi büyük ölçekli alanları nitelemekte ve bunların kültürel özellikleri üzerinden gerçekleşen iletişimi ifade etmektedir. Mikro kültürel alanlar ise hem görece daha küçük alanları hem de alt kültürleri ve çeşitli sosyolojik grupları anlatmaktadır. Bu bağlamda mikro ya da alt kültürler; etnik gruplar, sosyal sınıflar, farklı cinsiyetler, karşı-kültürel gruplar, dinsel gruplar, nesiller gibi alanlara işaret etmekte ve bunlar içerisindeki farklılıklar arasında gerçekleşen iletişimi ifade etmektedir. Alt kültürler, üyelerinin kendilerini algılamasını karşılıklılık ve ortak algılama esası üzerinden biçimlendirmekte ve aynı zamanda etnik, dini, coğrafi aidiyeti, dili, refahı, ulusal kökeni, yaşı, cinsiyeti, işi ve aileyi tanımlamaktadır. Bu mikro kültürel alanlarda iletişim ve etkileşim, farklı etnik kökene, dile ve kültürel temele sahip olan insanlar arasında gerçekleşmektedir.

Kültürlerarası iletişim olgusunun kavramsallaştırmasını aydınlatmak ve tamamlamak amacıyla bu olgunun üç boyutundan söz edilebilir:

- İletişime giren tarafların kültürel grup üyeliğinin düzeyi
- Kültürlerarası iletişimin gerçekleştiği toplumsal bağlam
- Kültürlerarası iletişim sürecinde iletilerin iletildiği kanal şeklinde sıralanmaktadır.

Kültürel grup üyeliğinin düzeyi, aynı zamanda kültür kavramının da farklı düzeylerine işaret etmektedir. Bunlar; dünya bölgelerinin kültürleri, dünya alt bölgelerinin kültürleri, ulusal kültürler, bir ulusal kültür içinde yer alan etnik ve ırksal

[119]Kim, 1984, s: 15-16

grupların kültürleri ile çeşitli sosyolojik alt grupların kültürleri olarak sınıflandırılmaktadır. İkinci boyut olan toplumsal bağlam, kültürlerarası iletişimin birbirinden farklılaşan spesifik bağlamlarda olabildiği anlamına gelmektedir. Kültürlerarası iletişim içinde sıklıkla ele alınan sosyal bağlamlar; iş-örgütsel, eğitim, göçmen akültürasyonu, politik, teknoloji transferi gibi bağlamlardır. Kültürlerarası karşılaşma ve etkileşimlerin gerçekleştiği her bir spesifik sosyal bağlam, kültürlerarası iletişim sürecinde taraf olanlar için kendine özgü rol ilişkileri, beklentiler ve davranışsal normlar ile kurallar getirmektedir. Son olarak, iletişim kanalı boyutu ise kültürlerarası iletişimin gerçekleştiği kanal üzerinde durmaktadır. İletişim kanalları, kısaca bireyler arası ve gazete, radyo, televizyon, dergi gibi kitle iletişim araçları şeklinde sınıflandırılabilmektedir. Bu üç boyut, kültürlerarası iletişimin sonuçlarını ve bütün bir süreci etkilemektedir.[120]

Kültürlerarası iletişim alanının gelişimi açısından ise genellikle Edward T. Hall'un 1959 yılında yayımlanan The Silent Language adlı eseri, bu alandaki önemli bir başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Ayrıca kültürlerarası iletişim teriminin de ilk kez bu eserde kullanıldığı ve bu eserin kurucu bir doküman rolü niteliği taşıdığı görülmektedir. Bu, Edward T. Hall'e aynı zamanda bilimsel bir alan olarak kültürlerarası iletişimin kurucusu rolünün atfedilmesini de sağlamaktadır. [121]

Ancak, Hall'un çalışmasını ürettiği bağlam ve dönemin bazı olayları dikkate alındığında kültürlerarası iletişim alanının, Amerika Birleşik Devletleri Dışişleri Bakanlığı'na bağlı Yabancılar Servisi Enstitüsü'nde 1946-1956 yıllarındaki gelişmelerden kaynaklandığı görülmektedir. 1940'larda çoğu kez bulundukları ülkenin dilini konuşamadıkları ve genellikle kültürü hakkında çok az bir bilgiye sahip oldukları için Amerikalı diplomatların yurt dışında yeterince etkili olamadıkları gözlenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD, diğer ülkelerin hem dillerini hem de kültürel argümanlarını ve kodlarını dikkate alarak, onlar hakkındaki anlayış ve bilgilerini yeniden değerlendirmeye başlamıştır. Çünkü bu alanda yaşanan yetersizliklerin, olumsuz etkileri ve sonuçları doğurduğu ya da tetiklediği görülmüştür. Bu nedenle, 1946 yılında Kongre'nin çıkardığı Yabancılar Servisi Yasası ile bu servisin yeniden or-

[120] Kim, 1984, s: 17-19

[121] Leeds-Hurwitz, W., **Notes in the History of Intercultural Communication: The Foreign Service Institute and the Mandate for Intercultural Training**, Quarterly Journal of Speech, 76, 1990, s. 262

ganize edilmesi ve bir Yabancı Servis Enstitüsü'nün kurulması kararlaştırılmıştır. Bu bağlamda, kültürlerarası iletişimin çıkış noktasının Yabancılar Servisi Enstitüsü olduğu ve bunu takiben yaşanan gelişmeler ve yapılan çalışmalarla alanın geliştiği görülmektedir. Çünkü bu başlangıç hedefi ile kültürlerarası iletişim, ilk etapta soyut antropolojik kavramların, yabancı servis diplomatlarının pratik dünyalarına uygulanması ve onların eğitilmesi gereksiniminden doğmuştur. [122]

Leeds-Hurwitz, bir çalışmasında kültürlerarası iletişimin entelektüel ve düşünsel köklerini irdeleyerek, antropoloji çalışmalarının ve bazı antropologların 1930 ve 1940'lı yıllardaki öncü katkıları üzerine odaklanmaktadır. Bu tarihsel süreç, kültürlerarası iletişime doğrudan öncülük eden araştırmalardan ziyade alanın başlangıçtaki temel ilgi ve varsayımlarının oluşmasına dolaylı olarak katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır. Bu bağlamda, başta Margaret Mead olmak üzere Ruth Benedict, Gregory Bateson, Geoffrey Gorer, Douglas Haring, Clyde Kluckhon, David Mandelbaum ve Rhoda Metraux gibi antropologların gerçekleştirdikleri araştırmalar, projeler, çalışmalar, organizasyonlar ve çeşitli etkinliklerin kültürlerarası iletişim alanının entelektüel tarihi ve birikimine önemli etkileri olduğu görülmektedir.

Kültürlerarası iletişim alanının tarihsel süreçteki gelişimini değişik bir bakış açısıyla değerlendiren Hart ise Thomas Kuhn'un bilimsel devrimlerin yapısına ilişkin paradigmatik anlayışı doğrultusunda kültürlerarası iletişim alanı için bir yol haritası çizmektedir. Buna göre, kültürlerarası iletişim;

- Kavramsal çerçevenin kurulması,
- Paradigma kabulü/onaylanması,
- Teori inşası
- Olgun bir bilimin kuruluşu

olmak üzere dört aşamada ele alınmaktadır. Bu bağlamda, kültürlerarası iletişim çalışması, 1950'lerin başlarında Yabancılar Servisi Enstitüsü'nde çalışan Edward T. Hall ve diğer araştırmacıların kavramsal çerçeveyi oluşturmaları ile başlamıştır. Paradigmanın onaylanması aşamasında, 1960'lı yılların olayları kültürlerarası iletişim çalışması içinde önceden gelişen fikirlerin test edilmesi için zengin bir araştırma alanı

[122] Leeds-Hurwitz, 1990, s:264

sağlamıştır. Bu olaylar; diplomatların eğitimi, iş adamları ve Barış Gönüllüleri ile ilgilidir. Yine bu aşama içinde 1970'lerin başlarında alana yönelik ilk paradigmanın sinyalini veren uzmanlaşmış kültürlerarası iletişim kursları, toplulukları ve dergileri kurulmuştur.

1970'lerin sonlarına doğru ise bilim insanları, kültürlerarası iletişimin ne olduğuna ve alanın kapsamı üzerine açıklık kazandırmak için daha büyük bir anlama faaliyetine girişmişlerdir. Teori inşası aşaması bağlamında 1980'li yılların ortalarında William B. Gudykunst, Young Yun Kim ve ilgili diğer bilim insanları alanı ilerletmek amacıyla kültürlerarası iletişim teorileri geliştirmeye başlamışlardır. 1990'larda kültürlerarası iletişim üzerine teori inşası ve testler devam etmiştir. Hart, son olarak kültürlerarası iletişimin, olgun bir bilim aşamasına ise henüz tam anlamıyla ulaşamadığını belirtmektedir.[123]

3.1.3 Bir Araç Olarak Sosyal Medya

Neil Postman'a göre; insan, sözlü iletişimden yazıya basılı yayından televizyona doğru kaydıkça hakikatle ilgili fikirleri de değişim gösterir. İnsan, kendi icat ettiği iletişim araçları ve teknikleri ile kendini gerçekleştirir. [124]

Neil Postman, toplumların en belirgin ve ayırt edici özelliklerinin başında gelen kültürün, egemen olan iletişim biçiminden ve kullanılan araçlardan kaynakladığını ve binlerce yıllık uygarlık tarihi boyunca yaşam alanı bulan üç farklı kültür biçimi olduğunu ileri sürer.

- Alet Kullanan Kültürler: Alet kullanımının geçerli olduğu toplumlardır. Geleneksel ve değişime kapalıdırlar. Aletlerinin suyun ve rüzgârın gücünü kullanarak yaşamın fiziksel zorluklarına çözümler bulabilmesi, bu toplumların temel karakteristik özelliğidir. Amaç, mevcut toplumsal ve kamusal düzeni korumak ve yüceltmektir.

- Teknokrasi: Bu kültürde aletler, o toplumun yapı taşı haline gelir. İnsanların yaşam amaçları bu aletlerin geliştirilmesine yöneliktir. Aletler, kültürle kaynaşmaz fakat onu değiştirmeye çalışır. Teknoloji, topluma egemendir.

---

[123] Orhan Kısa, **Niçin İletişim Kurarız?**, http://www.orhankisa.com/GenelveTeknik.doc , (03.01.2011), s.1

[124] Neil Postman, **Öldüren Eğlence Televizyon**, Çev: Osman Akınhay İstanbul: Ayrıntı yayınları, 1994, s: 34

• Teknopoli (Teknoloji Çokluğu): 19. yüzyıl ikinci yarısı ve sonrasında teknoloji alanında yapılan keşif ve uygulamaların insan-insan ve insan-toplum ilişkisini sağlayan iletişimin niteliğini değiştirdiğini düşünen Postman, varolan kültürel yapıların da değiştiğini düşünür. Günümüzde teknokrasi hali hazırda kimi kültürlerde görülmeye devam etse de alet kullanan kültürler neredeyse son bulmuştur.

Postman'a göre teknoloji, basitçe bir makinedir. Araç (medium) ise makinenin yarattığı entelektüel ve toplumsal ortamlardır. 21. yüzyıl insanı için ise internet bir makine, sosyal ağlar ise bu makinenin yarattığı araçtır.[125]

3.1.4 Temel Ağ Toplumu Kavramları

3.1.4.1 Bilgi

Bilgi canlıların ihtiyaç duyduğu tüm mal ya da hizmetlerin üretilmesi ve diğer ihtiyaçların karşılanmasında en önemli araç konumundadır. Başarılı yöneticiler sürekli yeni bilgilere gereksinim hissettiğinden, örgütlerdeki bilgi işlem, araştırma geliştirme, eğitim ve dokümantasyon gibi departmanlara daha fazla önem vermektedir. Çünkü bu bölümler, doğrudan üretimle alakası olmadığı halde yönetim, üretim ve pazarlama için gerekli olan bilgilerin bir araya getirilmesi, depolanması ve yaygınlaştırılması faaliyetlerini gerçekleştirir.

Bilgi, insan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütününe verilen ad diye de tanımlanabilir. 'Öğrenme, araştırma ve gözlem yoluyla elde edilen gerçek' şeklinde ifade edenlerin yanı sıra, 'İnsan zekasının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünü' diye yorumlayanlar da vardır. Kalpakoğlu'na göre ise 'Bilgi tüm insanlığın emeğiyle oluşturduğu nesnel dünyanın yasalı ilişkilerinin kendi düşüncesinde kendiliğinden üretilmesidir'.[126]

Yüzyıllar öncesinde Bacon'un dediği gibi 'bilgi güçtür'. Aslında buna 'bilgi potansiyel bir güçtür' demek daha doğru olacaktır. Çünkü edilgen(pasif) bilgi, salt bilgi kaynakları üzerinde var olan bilgi güç değildir. Bilgi ancak bir bilgiye ihtiyacı olan kişilere sunulduğu, o kişilerin işlerini görmelerinde, karar almalarında kullanıldığı za-

[125] Postman 1994: s.34

[126] C. Dura, C ve H. Atik ,**Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye**, 1. Baskı, Literatür Yayınları, No:72, İstanbul. 2002, s.134

man bir güç haline gelir. Bu bakımdan bilgi, bir başka potansiyel güce, insan gücüne benzetilebilir. Nasıl ki, edilgen bilgiyi 'güç' olarak nitelendirmek mümkün değilse, edilgen, doğru yöne yönlendirilmemiş insan gücünü de 'güç' olarak nitelendiremeyiz.

'Gelecek bilimci' Alvin Toffler, bilgiyi düzenleme biçiminin çoğu zaman insanları düzenleme biçimimizi saptadığını, bunun tersinin de geçerli olduğunu söylemektedir. Bir başka deyişle, bilginin işlenmesi, kullanımı, yönetimi paylaşımı ve denetimi, bize o toplum hakkında bazı ip uçları vermektedir.

Bill Gates 'işletmenin gelecekteki başarılarını, bilgiyi nasıl toplayıp, değerlendirecekleri ve dağıtacakları belirleyecektir' diyor.

Bilgi, verimli bir üretim için gereken en önemli etkendir. Bilgi toplumunda, maddi üretim ve sermaye değil, bilgi üretimi esas olacaktır. Bilginin kaynağı ise bilimsel düşünce, bilişim teknolojisi, bilişim alt yapısı ve bilgi sektörüne bağlı olarak gerçekleşecektir

Bugün bilgiye dayalı olarak faaliyet gösteremeyen gelişmiş örgütler bulunmamaktadır. Bilginin örgütlere sağladığı verimlilik ne kadar önemli ise bilginin verimli bir şekilde kullanmanın önemi daha da büyüktür. Çünkü başarının birinci girdisi bilgidir. İkincisi ise bilgiyi özümsemek, kullanmak ve yönlendirmektir.

3.1.4.2 Bilgi ve Bilişim Toplumu

Bilgi toplumu, bilgi kullanımın yaygınlaştığı, ya da insanların bilgiye ulaşmasının kolaylaştığı bir toplumdur. [127] Sanayi toplumunu amacı maddi değerlerin üretilmesi olarak tespit edildiğinde bilgi toplumunun amacı bilginin üretilmesidir. Bilgi ve bilişim teknolojisini öne çıkaran özelliği ile bilişim toplumu entelektüel kaynakların fiziksel kaynaklardan, temel teorik araştırmaların uygulamalı araştırmalardan, öğrenimin işyerinde tecrübeden daha önemli hale geldiği, değişimin ise bilimin mevcut temellerini çok kısa bir zamanda tamamen geçersiz hale getirebilecek kadar hızlı bir şekilde yaşandığı ekonomilerdir.

Bilgisayar teknolojisi sayesinde bilişsel değerlerin üretildiği, bilgi kaynaklı beşeri faktörlerin kullanıldığı, üretim birimleri veya toplumsal örgütlenmenin hatta

---

[127] Mehmet Aktel, **Küreselleşme ve Türk Kamu Yönetimi**,Asil Yayın Dağıtım,Ankaras,2003, s.42

kurmay ilişkileri ve hiyerarşik bir şekilde değil de yaygın ve yatay ilişkilerle birbirini tamamlayan ünitelerden oluştuğu, teknolojik alt yapının belirleyici olduğu geleneksel üretim metotlarının terk edilerek yerini elektronik tabanlı faktörlere bıraktığı, herkesin bilgi üretimine katkıda bulunduğu, bireylerin hem üretici hem de tüketici olduğu, üretim, dağıtım ve tüketim kanallarının farklılık sunduğu, bunlara bağlı olarak yeni yatırım ve üretim alanlarının ortaya çıktığı günümüz insanını her yönüyle etkilediği bir süreçtir.[128]

Günümüzde 'sanayi ötesi toplum', 'postmodernizm', 'sibernetik kapitalizm', 'kontrol devrimi' gibi terimler çoğu zaman 'bilgi toplumu' terimi ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Öte yandan 'bilgi toplumu' teriminin farklı tanımlamaları bulunmaktadır. Bazen bilginin işlenmesinde, depolanmasında ve dağıtımında son yüzyılda meydana gelen teknolojik gelişmeler ön plana çıkarılarak, bilgisayar ve iletişim teknolojisi (bilgi teknolojisi) ağırlıklı bir bilgi toplumu tanımı yapılmakta, bazen de bir ülkedeki Gayri Safi Milli Hasılanın(GSMH) kaçta kaçının bilgi sektöründen geldiğine ya da bilgi ile ilgili işlerde çalışan insan gücünün toplam iş gücüne oranına bakılarak ekonomik ya da mesleki ağırlıklı tanımlar yapılmaktadır. Bazı kimseler ağların 'zaman ve mekanı sıkıştırmak' suretiyle hızlı veri iletişimine olanak sağladığına dikkat çekerek, bilgi toplumu terimini mekansal açıdan tanımlamakta, bazıları da eskiye oranla giderek artan toplumsal dolaşımdaki bilgi miktarını göz önünde bulundurarak kültürel ağırlıklı tanımlara yönelmektedirler.

Bilgi toplumu, 1950 ve 1960'lı yıllarda ABD, Japonya ve Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde, bilgi teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanımıyla ortaya çıkmış bir aşamadır. Gelişmiş ülkelerde şekillenen bu aşamanın en önemli özelliği bilginin ve bilgi teknolojilerinin tarım, sanayi hizmetler gibi sektörlerin yanı sıra eğitim, sağlık, iletişim gibi her alanda kullanılabilir olmasıdır. Bu nedenle, bilgi toplumundaki gelişmeler kısa sürede üretimin ve verimliliğin artmasına yol açmakta ve yeni teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeleri de teşvik etmektedir.[129]

1990'lara gelindiğinde ise Naisbitt & Aburdene, yaşanan çağı, insanlık tarihinde akıllara durgunluk veren bir teknolojik yenilenme, benzeri görülmemiş ekonomik ola-

---

[128] Numan Kurtulmuş, **Sanayi Ötesi Dönüşüm**, İz Yayıncılık, İstanbul, 1996, s.100

[129] C.Can Aktan ve Mehtap Tunç, **Bilgi Toplumu ve Türkiye**, Yeni Türkiye Dergisi, Ocak-Şubat 1998, s.118-134.

naklar ve şaşırtıcı siyasi gelişmeler ile kültürel yeniden doğuşlardan dolayı, 2000'li yılları 'büyük yönelimler (Megatrends)' çağı olarak ilan ediyorlardı. Bu yeni yönelimlerin temelinde 'bilgi işlem' veya kısaca 'bilişim teknolojisi' yatıyordu.[130]

Bu teknolojiye dayalı olarak şekillenmeye başlayan bilgi toplumunun itici gücü, bilgi ve bilgiyi işleyen bilgisayarlar oluyordu. Bilgisayarlarla birlikte, istenen bilgiyi istenildiği kadar depolayabilen, bunları işleyen, buradan yeni bilgiler üreten 'bilişim teknolojileri' insanlığın hizmetine sunuluyordu. Bilgi toplumuna yönelik çizilen bu çerçeveden de anlaşılacağı üzere bilgi toplumu, teknoloji ve bilgi temelinde şekillenen ve itici gücünü küreselleşmenin dinamizminden alan sanayi sonrası toplum biçimidir.[131]

Sanayi devrimi ve sanayi toplumunun insanlığa getirdiği köklü değişim ve dönüşümlere benzer bir süreç de, günümüzde yaşanmaktadır. Ancak yeni teknolojilerin, sanayi devrimine göre, çok hızlı üretiminin yapılması ve yaşam biçimimizi etkilemesi, bilgi toplumuna dönüşümün çok daha kısa sürede gerçekleşmesi yönünde bir sonuç doğurmaktadır.

Bilgi toplumu ile maddi üretim ve sermaye toplumun yerini bilgi üretimi alacaktır. Büyüme ve kalkınmayı fiziki sermaye yatırımı değil, yenilikler yolu ile üretilen beşeri bilgi sağlayacaktır. Bu eğilimin doğal sonucu olarak eğitim seviyesi giderek artacak ve daha nitelikli insan gücü yetişecektir.

Bilişim toplumu kavramını incelediğimizde ise öncü kullanımının 1960'ların sonlarında Japonya'da gerçekleştiğini görmekteyiz. İlgili raporunu 1971 yılında yayımlayan Yoneji Masuda, kavramı ilk kullananlardandır. Masuda, sanayi toplumunun özelliklerine karşı bilişim toplumunun özelliklerini saymakta ve bu çabasını, "computer" ile "utopia" kelimelerini bir araya getirerek "computopia" olarak adlandırmaktadır. [132]

Bilişim Toplumu, bütün kamusal ve özel örgütlerin, kuruluşların ve kurumların, giderek bütün bireylerin, yaşamlarını sürdürürken ve görevlerini yaparken karar aşamalarında, bilişim sistemlerinin hizmetlerinden yararlanabildikleri endüstri-ötesi

---

[130] John Naisbitt, Patricia Aburdene, **Megatrends 2000 Büyük Yönelimler**, Form Yayınları, İstanbul: 1996, s.12

[131] Dr. Ulvi Saran, **Uluslararası Bilgi Toplumu Sempozyumu**, .Ankara, 2006, s.1

[132] Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji**, Ütopya Yayınları,Ankara, 2003, s:120

toplum düzenine verilen addır. İnsanoğlunun uygarlık geçmişinde gerçekleştirdiği "tarım toplumu" ve "yapım ya da endüstri toplumu" aşamalarından sonra, 20. yy' ın sonlarında ve 21. yy' ın başlarında eriştiği yeni bir kültür örüntüsü ya da uygarlık aşamasıdır. Bu yüzden, bilgi toplumu değil, bilişim toplumu dememiz gerekmektedir. Bilgi toplumu, genel anlamda "knowledge society" deyişinde olabileceği gibi devingen olmayan bilgiyi çağrıştırmaktadır. Bilişim sistemleriyle, kullanıcıların kararlarını yönlendirmede gereksinme duydukları bilgiyi (information), onlara bilişim sistemlerinin güncel devingenliği, birlikteliği içinde ve genel yaşamın olağan koşullarında, etkileşimli biçimde sağlayabilmemiz söz konusu olmaktadır.[133]

3.1.4.3 Bilişim

Bilişim, insan bilgisinin, teknik, ekonomik ve sosyal alanlardaki iletişimin otomatik makinelerde akılcı olarak işlenmesini konu alan bilimdir.

Temeli istatistiksel termodinamiğe dayanan Bilişim teorisi, iletişim mühendisliği paralelinde ortaya çıkıp gelişmeye başlamıştır. bu bakımdan, bu yeni teori, bazı yazarlar tarafından İletişim Teorisi (Comminication Theory) olarak da adlandırılmaktadır. teorinin ilk öncülüğünü, Bell Telephone Company'nin mühendislerinden Hartley "transmission of İnformation" adlı çalışmasıyla 1928 yılında yapmıştır.daha sonra, aynı şirkette görev yapan Shannon, 1948 yılında yayınlanan çalışmalarında konuyu en geniş biçimde ele almış ve bunu takip eden dönemde de Weaver ile birlikte aynı konuda çalışmalarını sürdürmüştür.
Bilişim Teorisi, Bilginin iletilmesi, işlenmesi ve saklanması ile ilgili nicel konuların etüdü ile ilgilidir. bu teorinin çözümlemeyi amaçladığı başlıca problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Minimum sembol sayısıyle belirli bir mesajın iletilmesini sağlayacak en ekonomik koslama yöntemlerinin araştırılması,
- Mesajın iletişim kanalından gecikmesiz ve bozulmadan geçişinin sağlanması
- Bilginin saklanmasına ayrılmış hafıza kapasitelerinin belirlenmesi vs,

---

[133] Arş. Gör. Tolga Kara, **Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Gazeteciliğin Değişen Yüzü**, 2000, s.3

Bilginin elde edilmesi, depolanması ve aktarılması ile ilgili tüm bu problemler, bilgisayar sistemlerinde temel konuları oluşturmanın yanı sıra, günümüzde tüm örgütsel toplumlarda olduğu gibi, işletme örgütlerinde de karşılaşılan en karmaşık ve zor problemdir.[134]

Bilişim insanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişiminde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin, özellikle elektronik makineler aracılığıyla, düzenli ve akılcı biçimde işlenmesi bilimi diye tanımlanabilir. Bilişim bilgi olgusunu, bilgi saklama, erişim sistemleri, bilginin işlenmesi, aktarılması ve kullanılması yöntemlerini, toplum ve insanlık yararı gözeterek inceleyen uygulamalı bir bilim dalıdır. Bir başka deyişle; bilginin toplanması, işlenmesi, değerlendirilmesi, dağıtımı ve kullanımıyla ilgili faaliyetlerin tümü bilişim olarak tanımlanabilir. Ham verilerin işlenerek anlamlı bir hale dönüştürülmüş şekline bilgi; sonuçlarının ise derlenip işlenmesi ve ilgili kişilerin kararlarına ve planlarına ışık tutabilecek şekle sokulması, hızlı, kolay ve her tür forma dönüştürülmesi mümkün bir erişim sağlayacak şekilde iletilip paylaştırılması bilişim olgusunu ifade etmektedir. Bilişim sistemi organizasyondaki karar verme desteğine kadar bilgiyi düzenlemek, saklamak, işlemek, toplamak olan birbiriyle ilgili parçaların kümesi olarak tanımlanabilir.

Yirminci yüzyılın başlarında deneysel araşmalardaki gelişmelere koşut olarak bilginin belgelenmesi yani dokümantasyon disiplini var olmuştur. Bilimsel raporlar ve dergilerin yaygınlaşması ile kataloglama ve sınıflama yoluyla denetleme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu saklanan bilgilere erişmek ve bunları dağıtmak için bir takım teknikler ve araçlar için çaba harcanmış ve bilişim disiplini oluşmuştur.[135]

3.1.4.4 Yayıncılık

Yayıncılık, hazır bir şeyi sunmak, alıcıya ulaştırmak anlamını taşımaktadır. Yayıncılık, sunmak ile de aynı anlamı taşımaktadır. Yayıncılığın, birebir iletişimden farkı

---

[134] Doç. Dr. Ahmet L. Orkan, **Bilişim Teorisi Temel Kavramlar**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Birimi , 1992, s. 14

[135] Yrd.Doç.Dr. Oya H. Yüregir, **Türkiye'deki Tekstil İşletmelerinde Bilgi ve Bilişimin Yeri**, Çukurova Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü, 2003, s:22

birden çok alıcıya ulaşmasıdır. Birebir iletişimde sadece bir alıcı ve bir verici vardır. Günümüzde yayıncılık açısından önemli olan ise "birden çok alıcıya" ulaşmaktadır. Örneğin; miting meydanındaki bir konuşmacı ya da sınıfa hitap eden öğretmen de yayıncılık yapmaktadır. (bire-çoklu iletişim). Çünkü bu şekilde, bir vericiden birden fazla alıcıya mesaj iletilmektedir.

Mesaj iletimindeki alıcı, verici, kanal, engel gibi tüm unsurlar varsa, alıcıya mesaj ulaştırılıyorsa yayıncılık yapılmış olur.

Yayıncılık kavramı, matbaanın icat edilip yaygınlaşmasından sonra kullanılmaya başlayan bir kavramdır. Yayıncılıkta, hız, doğruluk, zamandalık önem taşır. Vericinin mesajı iletişim kanallarıyla çok sayıda alıcıya iletmesi, "yayıncılık" ı ifade eder. Bu anlamda mitingdeki konuşmacı da yayıncıdır. Çünkü çok sayıda alıcıya mesaj iletir.

Yayıncılığın gelişim evrelerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Baskı öncesi yayıncılık
- Baskı yayıncılığı
- Sinyal yayıncılığı
- Masaüstü yayıncılık
- Elektronik yayıncılık/Çokluortam yayıncılığı ve Internet yayıncılığı
- Sayısal Uydu Yayıncılığı[136]

Tez çalışmasında kullanılan www.manavmilletiyiz.biz sitesi bu evrelerden Internet yayıncılığı evresine girmektedir. Bu nedenle internet yayıncılığı kavramı daha kapsamlı incelenmektedir.

3.1.4.5 İnternet

İnternet, iletişim teknolojilerinin mümkün kıldığı, günümüzde milyonlarca insan ve bilgisayarı birbirine bağlayan, fiziksel mekandan bağımsız sanal bir iletişim, ti-

[136] Cem Sefa Sütçü, Erhan Akyazı, **Yayıncılığın Değişen Yüzü**, Der Yayıncılık, İstanbul, 2005, s.54

caret, bilgi eğlence ve paylaşım ortamıdır. İnternet sayesinde sınırlar ortadan kalkmakta ve bilginin özgürce paylaşıldığı yeni bir toplum ortaya çıkmaktadır. [137]

Internet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. Internet, insanların her geçen gün gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere insanlar kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir. İnternet'i bu haliyle bir bilgi denizine, ya da büyükçe bir kütüphaneye benzetebiliriz. Internet'e, bakış açımıza bağlı olarak şu tanımlamaları getirebiliriz:

Özel bir yöneticisi olmayan, tüm kullanıcıların düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri, insanoğlunun şimdiye kadar yapılandırdığı en büyük iletişim sistemidir.

1997 sonu itibarıyla 100 milyonu aşkın insanın kendi arasında etkileştiği, bilgi değiş-tokuşu yapabildiği ve kendi yazısız kuralları olan büyük bir topluluktur. Bu, internetin sosyal yönüdür.

Pek çok yararlı bilginin bir tuşa basmak kadar yakın olduğu dev bir kütüphanedir.

1997 sonu itibarıyla, 20,000,000'u aşkın bilgisayarın bağlı olduğu çok büyük bir bilgisayar ve iletişim ağıdır.

Kişilerin değişik konularda fikirlerini serbestçe söyleyebilecekleri ortamlar barındıran bir demokrasi platformudur.

Evden alış-veriş, bankacılık hizmetleri, radyo-televizyon yayınları, günlük gazete servisleri vb gibi uygulamaları ile aslında internet aynı zamanda bir hayat kolaylaştırıcıdır.

Tüm bu tanımların ara kesitinde yer alan ise "Bilgiye ulaşım ve onu paylaşım, sonrasında da elde edilen bilgiyi kullanım" dır.

Ticari boyutunun da ortaya çıkmasıyla yaşamla daha çok iç içe geçmeye başlamıştır. Internet farklı bir ortam, farklı bir uzay. Kendi, yazılı olmayan, kuralları

[137] Öğr.Gör.Tolga Çelik, Araş.Gör. Enis Karaaslan, **İnternet Toplumu Oluşum Süreci**, Ege Üniversitesi Uluslar arası Bilg.Ens., 2003, s:4

olan; kendi toplumu olan bambaşka bir uzay. Klasik yaşama biçimlerini, değer yargılarını değiştiren; hayatımıza yeni kavramlar, yeni uğraşlar getiren bir şey. Hayatımızı etkiliyor. Hem de çok fazla bir biçimde.

Ancak gerçek olan, önümüzdeki yıllarda internet olgusu her yönüyle bizimle olacak ve hayatımızda onunla ilintili pek çok şey yapıyor olacağız (Ağ üzerinden alışverişler, uçak/tren rezervasyonları, günlük gazetelere erişim, bilimsel dergileri okumak gibi.)[138]

3.1.4.6 İnternet Yayıncılığı

Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de internet yayıncılığı ya da internetin bir yayın aracı olarak kullanılması, Türk medya kuruluşlarının internet üzerinden kendi sitelerini kurması ile başlamıştır. Bununla birlikte internetin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte zaman ve mekan sınırlarının kalkmasıyla internet yayıncılığına daha çok önem verilmeye başlanmıştır. Medya kuruluşlarının internet ortamına taşınması ve internette sayfa açmaları ile başlayan bu süreç, birçok yayın siteleri ve portalları şeklinde gelişmiş ve adeta yeni bir medya türü oluşmuştur. Bu oluşumun temel nedeni, zamanında büyük maddi yatırımlarla kurulabilen medya kuruluşlarının sanal ortamda çok büyük maddi yatırım gerektirmeksizin kurulabilmesidir. Ayrıca, medya tüketicileri olarak vatandaşın da yazılı basın, radyo, televizyon, sinema gibi teknik zorunluluklarla sınırlı olduğu medya türleri yerine internet medyasına sadece bir bağlantı olanağı ile ulaşabilmesi yeterli olabilmektedir. Kısacası, hem yayıncı yani kaynak hem de tüketici yani hedef kitle açısından sonsuz bir özgürlük sunuyor havası oluşmuştur.

Bunun sonucu olarak da dünyada yükselen yeni bir eğilim olarak, internet medyası kurmak tercih edilmekte hatta bilişim şirketleri televizyon, gazete yayıncısı şirketleri bünyelerine katmaktadır. Şu andaki haliyle bile diğer kitle iletişim araçlarının yerini büyük oranda almaya başlayan internet, gelişen teknolojisi ile ileride geleneksel medya için tam anlamıyla bir alternatif olacaktır. Sınırsızlık ve sansürsüzlük olguları ise bu alanda bir kargaşa ve kaos oluşturmakta ve geleneksel medyadaki etik ve hukuk kuralları hiçe sayılarak çok rahatlıkla ihlal edilmektedir.

---

[138] Sütçü, Akyazı, 2005, s.57

Yeni ve çok etkili bir kitle iletişim aracına dönüşen internet, geleneksel kitle iletişim araçlarına oranla çok yönlü oluşu adeta her bir bilgisayarın aynı zamanda bir dağıtıcı yani yayın kaynağı oluşu, sınırsız (anonim) hedefe ulaşabilmesi, hızlılığı, kolay ulaşılabilirliği ve geri besleme sürecinin hemen başlaması ile yarattığı cazibe sonucu günümüzde en çok tercih edilen kitle iletişim araçlarından biri konumuna gelmektedir. [139]

Internet yayıncılığının avantajlarını üç noktada özetlemek mümkündür.

- **Kolaylık:** Bilgiye ulaşmak kolaydır. Örneğin bir gazetenin eski sayılarına ulaşabilmek için o gazetenin arşivine veya kütüphanelere gidip eski sayıları raflarda bulup fotokopisini almak gerekir. Aranan bilginin eski olması durumunda o bilginin bulunması arşivin ne kadar eski tarihe uzanabildiğine bağlıdır. Oysa bir gazetenin web sitesinin arama sayfasında aranan bilgiyi anahtar kelime olarak girilerek bu bilginin yer aldığı haberler bulunabilir. Bilgisayar ortamında çok büyük miktarlarda veri depolanabildiği için bir kibrit kutusu büyüklüğündeki hacme bir gazetenin başlangıcından itibaren yayınlanmış tüm haber ve fotoğrafları sığdırabiliriz.

Derinlik: Vakte bağlı olarak istenilen derinlikte bilgi edinilebilir. İnternete bağlanılan bilgisayarların her birinin bir IP numarası olur. IP adresi sayısı da 1.0.0.0.dan 255.255.255.255'e kadar milyarlarcadır. Dolayısıyla, herhangi bir Web sunucusuna bağlanıp internet üzerinde bilgi sunan bilgisayar sayısı milyarlarca olabilir. Bu yüzen internete bağlı bilgisayar sayısını tam olarak tespit etmek mümkün değildir. Bir kütüphaneyi dolduracak sayıda kitabın, bir ev bilgisayarının sabit diskine bile sığabildiği günümüz teknolojik ortamında, internet üzerindeki bilgi miktarı konusunda kesin bir tahmin yapılamamakla birlikte çok büyük miktarda olduğu kabul edilmektedir.

İletişim: Diğer insanlarla bilgisayar yoluyla iletişim kurulabilir ve anında yanıt alabilirsiniz. Bu yöntem, günümüzde internet üzerinde kullanıcıların en çok kullandığı yöntemdir. Internet üzerinde iletişim iki metotla yapılmaktadır. Birincisi, asenkron iletişim metodudur. İnternete bağlanabilen iki kullanıcı arasında mesaj alışverişinin gerçekleşmesine dayanır. [140]Bu mesajlaşma aynı anda gerçekleşmez. Yani, birinci

---

[139] Feridun Nizam, Serkan Biçer, **İnternet Yayıncılığında Etik ve Hukuki İhlaller**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s.4

[140] R. C. Parker. Amatörler İçin Web Tasarımı ve Masaüstü Yayıncılık. İstanbul: Dünya Yayıncılık A.Ş., 1999, s. 28

kullanıcı mesajını ikinci kullanıcının internet adresine gönderir. Mesaj, ikinci kullanıcının bağlı olduğu sunucuda bekler. İkinci kullanıcı, internete bağlandığı herhangi bir anda kendisine gelen mesajı bilgisayarında görür. Elektronik posta (E-mail) denilen bu mesajlaşma metodu internetin kuruluş amaçlarından birini oluşturmaktadır. İkinci iletişim metodu ise senkron iletişimdir. Bu metotta her iki kullanıcının da aynı anda internete bağlı olması gerekir. Bir kullanıcının uygun bir program yardımıyla klavyeden yazdığı mesajlar gönder tuşuna basar basmaz diğer kullanıcının ekranında görüntülenir. Anında mesajlaşma (chat) denilen bu metot, kullanıcıların internete bağlanma hızlarının artmasıyla popülerlik kazanmıştır ve günümüzde de en yaygın iletişim metotlarından biri olmuştur.

3.2 SOSYAL AĞ KAVRAMI

İnsanlık bugün, örgütsel bilgi, kişisel yaratıcılık [141]ve öğrenme kapasitesinin, değer kaynakları olarak ve sermaye ve işçiliği bir yana iten bir ağ toplumunda yaşamaktadır. Bu ağ toplumunu temelde yeni iletişim teknolojileri oluşturmakla beraber, insanlığın bu sanal ortamda yeni bir iletişim çabası gösterdiğini söylemek de mümkündür. Bu çaba özellikle sosyal ağlarda çok açık bir şekilde görülmektedir. Sosyal ağlar, kitlelerle bağlantı kurmak için sistemde zorunlu bulunan profilin paylaşılmasına olanak tanıyan, bir bağlantıyı paylaşanlarla diğer kullanıcıların listesinin birbirine eklemesi ve aynı zamanda sistemde bulunan her bir kişinin birbirilerini görmesini sağlayan web tabanlı servis olarak tanımlanmaktadır. Stephen Downes'a göre sosyal ağlar ilişkiler seti tarafından bir araya getirilen kişisel bağların birleşimine denilmektedir. Bir sosyal ağ bir dizi insanın, kurumun ya da arkadaşlık, çalışma ya da bilgi değişimine ilişkin diğer sosyal ilişkide bulunan gruplar ve uzmanlığı, kaynakları ve bilgiyi paylaşarak, arzu edilen sonuçları başarmak için etkileşimler olarak tanımlanmaktadır. Web tabanlı servis olarak sosyal ağ siteleri, zorunlu bir sistem aracılığıyla genel bir profil oluşturmak için kişisel çalışmalara izin verir, diğer kullanıcıların bir listesini oluşturur ve bağlantıda olan kişilerin birbirleriyle paylaşımına olanak tanır ayrıca sistem sayesinde diğerleri tarafından yapılanları ve listedeki diğer insanların birbirlerini görmesini sınırlayabilecek olanakları tanır. Bu bağlantıların içeriği siteden siteye

[141]P. Vesa Taatila, Jyrki Suomala, Reijo Siltala, Soili Keskinen , Framework to Study the Social Innovation Networks, European Journal of Innovation Management, Vol. 9, No. 3, 2006, s. 312

değişebilir[142]. Sosyal ağlar birbiriyle ilgili ya da değişik bilgileri içinde bulunduran değişik etkilerin söz konusu olduğu bir gurubu ifade etmektedir. Sosyal ağ, bilginin ağa üye kişiler arasında paylaşılmasını ve üyeler arasında yayılmasını sağlamaktadır[143].

Sosyal ağlar genel olarak aşağıdakileri içerir:[144]

Sosyal siteler:

- MySpace, Facebook, Twitter
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flicker, PhotoBucket.
- Video Paylaşım: YouTube.
- Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn, Ning.
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress.
- Wikiler: Wetpaint, PBWiki.
- İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.
- Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Genellikle, sosyal ağ sitelerindeki üyeler, biyografileri, fotoğrafları ve bazı diğer kişisel bilgilerinin yer aldığı alanlarla, kişisel profil sayfasına sahiptirler. Buna ek olarak yorumda bulunabilen diğer site üyeleri, resim ve isimleri için bir yazı boşluğuna sahiptir. Örneğin, Flickr fotoğrafların postalanmasını, etiketlenmesini ve fotoğraflara yorum yapılmasını destekler, Youtube da aynı zamanda videolarda bu özellikleri desteklemektedir. Daha özel siteler, insanları benzer okuma tercihlerine bağlayan "ConnectVia-

---

[142] D. M. Boyd & N. B. Ellison, **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**, Journal of Computere-diated Communication, 13(1), 2007, s. 222

[143] Jason Keith Philips, **A Social Network Analysis of Business Logistics and Transportation**, Internation-al Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 28, No. 5.SAGER, Ira- HOF, Robert,1998, s. 330

[144] Lisa Dawley, **Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy**, On The Horizon, Vol. 17, No. 2, 2009, s. 111

Books" ve yararlı iş bağlantıları ve ilişkileri yaratmayı amaçlayan "LinkedIn", içerir[145]. Sosyal ağ, normalde katılımcılarına, sosyal destek bulma, yeni sosyal ve iş olanakları değerlendirme fırsatlarını[146] sosyal sermaye içeren finansal kaynakları, malları ya da servisleri değiştirme olanaklarını sunar.[147] Sosyal ağ siteleri, depolanmış kullanıcı profillerindeki veriler aracılığıyla insanları birbirine bağlar. Bu kullanıcı profilleri, diğer kullanıcılar için bir tanımlama oluşturmaktadır. Çeşitli siteler arasındaki en önemli ayırt edici faktör, profil bilgilerindeki bilgi oranı ve düzenidir[148].

Online sosyal ağlar bazı popüler web sitelerinin kalbini oluşturmaktadırlar. Teknoloji geliştikçe daha çok uygulama, daha çok birbirine bağlı hale gelmektedir. Bu durum aynı zamanda sosyal ağların, yerel ve örgütsel bilginin yanı sıra, kişisel ve ticari online etkileşimde de önemli bir rol oynadığını göstermektedir.[149] Sosyal ağlar büyüklük ve heterojenlik açısından çeşitlilik gösterir[150]. Küçük homojen ağlar, geleneksel çalışma grupları ve kasaba türündeki yerlerde yaşayan insanların oluşturdukları ağlardır. Bunlar var olma sebeplerini korumada iyidirler. Geniş sosyal gruplar ise daha karmaşık ve ağ üyelerinin özellikleri bakımından daha heterojen bir özellik göstermektedir[151]. Öte yandan sosyal ağlarda genel olarak üç çeşit bağdan bahsedilebilir.

---

[145] Mike Thelwall, **No Place For News in Social Network Web Sites**, Online Information Review, Vol. 32, No. 6, 2008, s. 728

[146] Tad Hogg , Lada Adamic, **Enhancing Reputation Mechanisms via Online Social Networks**, Proceedings of the 5th ACM Conference on Electronic Commerce, EC'04, ACM Press, New York, NY, 2004,s. 236

[147] Garton Laure, Carolinen Haythornthwaite, Barry Wellman , **Studying Online Social Networks**, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 3 No. 1,1997 s.44

[148] Marco Neuman, Deirdre Hohan, **Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities**, Journal of European Industrial Training, Vol. 29 No. 6, 2005, s.473

[149] Alan Mislove, Massimiliano Marcon, Krishna P. Gummadi, Peter Druschel, Bobby Bhattacharjee , **Measurement and Analysis of Online Social Networks**, San Diego, California, USA, 2007,s.147

[150] Laure, 1997: 12

[151] Bih Lea, Ru- Yu, Wen-Bin- Maguluru, Michael Nisha- Nichols, **Enhancing Business Networks Using Social Network Based Virtual Communities**, Industrial Management & Data Systems, Vol. 106, No. 1, 2006, s.122

- Kullanıcının hareketi onun arkadaşlarının yapacağı davranışları tetikler. Örneğin bir kullanıcı bir ürün aldığında onun arkadaşı da aynı çeşit üründen satın alır.

- Bireylerin aynı şeyleri sevmesi; yani kendilerine benzer olanlara dostça davranması ve bu yüzden benzer davranışlar göstermesidir.

- Dış faktörler hem arkadaş olan iki bireyin hem de onların hareketlerinin temel bağını oluşturmaktadır. Örneğin iki arkadaş aynı şehirde yaşamayı sever ve bu yüzden online fotoğraf paylaşım sitelerine benzer şeylerin fotoğraflarını gönderirler[152].

Son beş yılda, sosyal ağ sitelerine, on milyonlarca internet kullanıcısı talep gösterdi ve böylece sosyal ağlar hem yetişkin hem de genç kullanıcılarla değerini artırdı. Bu noktada sosyal ağlarla ilgili sayısal verilere bakıldığında büyük önem arz eden rakamlarla karşılaşılmaktadır[153]:

- Üniversite öğrencilerinin % 82'si,

- 19 yaş altının %55'i sosyal ağ kullanır,

- 13-19 yaş arasının %28'inin bloğu bulunmaktadır.

İnternet kullanıcılarının %28'i etiketlenmiştir ya da fotoğraflar, yeni hikayeler veya blog mektupları gibi online içeriklerine göre sınıflandırılmışlardır.

İnternet kullanıcılarının %48'i YouTube gibi video paylaşım sitesi kullanmaktadırlar.

Sosyal ağlar günlük hayatımızın niteliğini artırmaktadır. Profesyonel ve sosyal hayat, sosyal ağlar aracılığıyla gittikçe daha fazla rapor edilir, araştırılır, paylaşılır ve

---

[152] Aris Anagnostopoulo, Ravi Kumar, Mohammad Mahdian, **Influence and Correlation in Social Networks**, In KDD'08: Proc. of the 14th ACM int'l conf. on Knowledge Discovery and Data Mining, New York, Usa.Anklam, Pati (2009), Ten years of net work, The Learning Organization, Vol. 16, No. 6. 2008, s.7

[153] Amanda Lenhart, Mary Madden, **Social Networking Websites and Teens: An Overview**, Pew Internet& American Life Project, January 3. Lenhart ve Madden, 2007: 2

öğrenilir olmaktadır[154]. Bu durum da sosyal ağlarda mahremiyet çizgisinin sorgulanmasını gündeme getirmektedir. Ancak tartışmaya açık olan bu konu sosyal ağların kullanılırlığını ve sosyal ağlara olan ilgiyi azaltmamaktadır.[155]

3.2.1 Ağ Toplumunun Medyası Sosyal Ağlar

Farklı yerlerde bulunan bilgisayarların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan bilgisayar ağları, aynı zamanda dünya üzerindeki çevrimiçi insanları da birbirine bağlamaktadır. Günümüzde çoğu iş, eğlence, hatta uzaktan eğitimdeki gelişmelerle birlikte eğitim alanındaki etkileşim BOİ'yle gerçekleşmektedir. Başta 2004 yılında iki oda arkadaşın dönem arkadaşlarını bir araya getirmek için kurduğu sosyal ağ sitesi Facebook olmak üzere MySpace, Bebo, LinkedIn gibi sosyal ağ siteleri de sanal ortamdaki yerlerini almış ve kişilerarası iletişimde BOİ'yi önemli bir mecra haline getirmiştir. Sosyal ağ siteleri ortak özellik taşıyan insanları bir araya getirmeyi başarmış; ortak geçmişe, ilgi alanlarına, zevklere sahip insan toplulukları oluşturmuş ve bu özelliğinden dolayı iş dünyası tarafından yeni bir pazar olarak dikkat çekmeye başlamıştır. Bu nedenle de son yıllarda artan bir hızla araştırmacılara konu olmaktadır.

İnternet ortamında bağlantılarıyla iletişime geçen insanlar kendilerine ait küçük bir dünya yaratmaktadırlar. Küçük – dünya (small – world) fenomeni ilk olarak sosyolog Stanley Milgram tarafından 1967'de bir posta deneyiyle keşfedilmiştir.Milgram tarafından yapılan bir çalışmada ortaya çıkan altı dereceli sınıflandırmada, bir kişi tanımadığı birisine en fazla 5 kişiyi kullanarak ulaşabilmektedir. Her ne kadar Milgram bu terimi kullanmasa da bu ve benzeri deneyler "Six Degrees of Separation" kavramı ile ilişkilendirilmiş ve online sosyal ağlar'ın gelişimine de zemin hazırlamıştır.

Sosyal ağ siteleri; bireylerin arkadaşları ile bağlantı kurabilmelerini, meraklarını, ortak profesyonel hedeflerini, dostluklarını paylaşabilmelerini sağlayan online platformlardır. Kullanıcılar bir sosyal ağ sitesine üye olduklarında yaşadıkları yer, iş tecrübeleri, hobileri, favori filmleri, ilgi alanları gibi kişisel bilgilerini girerek oluşturdukları bir profil sayfasına sahip olmakta, fotoğraf yükleyebilmekte, ilgilendikle-

---

[154]H. Eijkman, **Web 2.0 as a Non-Foundational Network-Centric Learning Space**, Campus Wide Information Systems, 25 (2): 93-104, 2008, s. 93

[155] Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, **Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma,Yaşar Üniversitesi Yayınları, 2010, s.46

ri web sitelerinin erişim adreslerini paylaşabilmektedirler. Ve bu bilgileri profil sayfası üzerinden kayıtlı oldukları sitenin tüm üyelerine ya da sadece kendi ağlarındaki kişilere gösterebilmektedirler.

Sosyal ağ üyeleri kendileriyle ortak ilgi alanlarına sahip diğer üyeleri araştırabilmekte ve onlara davet göndererek kendi ağlarına arkadaş olarak ekleyebilmektedirler. Bu şekilde insanların arkadaşları ve/ya ortak ilgi alanları sayesinde global ağlar oluşmaktadırlar.

Blog ve inceleme gibi web sitelerinde sosyal ağlar kullanıcıların, birbirlerinin sayfalarına yorum, fotoğraf, video ve web adresleri ekleyerek, yüzlerce hatta binlerce kişi – kullanıcının ağının büyüklüğüne bağlı olarak – ile tek bir tık ile bilgi paylaşmalarını sağlamaktadırlar.

3.2.2 Sosyal Ağ Ortamları ve Türleri

Bilgisayar ve mobil iletişim araçlarıyla erişilen internet üzerindeki sosyal ağ ortamlarını birkaç grupta toplamak mümkündür:

- E-posta grupları (yahoogroups.com)
- Bloglar (bloglara konan linkler ve blogcuların birbiriyle haberleşmesi)
- Forumlar (çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili forumlar)
- Kurumsal intranet (kurum içi ağ)
- Extranet (tedarikçi ve kurumsal müşterilerle oluşturulan ağ)
- Hızlı mesaj servisleri (msn, icq)
- Sosyal ağ siteleri (facebook, yonja.net gibi)

Bugün ağ sitelerine bakıldığında coğrafi dağılımının şöyle olduğu görülmektedir: Bebo; İrlanda, Yeni Zellanda, Blogger; İran, İspanya, Cyworld; Güney Kore ve Çin, Facebook; Kanada, Mısır, Ürdün, Lübnan, Norveç, Panama, Güney Afrika , Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere, Fotolog; Arjantin, Şili, Uruguay, Friendster; Brunei, Endenozya, Malezya, Filipinler, Singapur, hi5; Peru, Kolombiya, Kostarika, Dominik, Ekvador, El Salvador, Guetemala, Honduras, Kuveyt, Morityus, Moğolistan, Nikaragua, Portekiz, Romanya, Tayland, Tunus, LiveJournal; Belarus, Rusya, MySpace; Avustralya, Hırvatistan, Yunanistan, İtalya, Meksika, Potoriko, ABD, Venezuela, Orkut; Brezilya,

Hindistan, Pakistan, Paraguay, Skyblog; Belçika, Fransa, Fransız Polinezyası, Martinik, Yeni Kaledonya, Senegal, Studiverzei Chnis; Avustrya, Almanya

Sosyal ağ siteleri incelendiğinde aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür:

Genel kullanıma açık, daha çok gençlerin kullandığı siteler; Facebook, Orkut, Yonja, MySpaces, OpenSocial.

- İş ağları (business networks); LinkedIn, BNI, GBN, Cember.net, Xing.com, Ryze
- Uzmanların ve ilgi alanlarının sosyal ağları; Mediapost.com, Marketing Professionals network (mpn.boston.org), pazarlama amaçlı Arkamarka.com
- Etnik ağlar; Cyworld (Güney Kore), AsianAvenue (Asya), BlackPlanet (siyahlar), Corazons.com (İspanyol asıllılar)
- Flört ağları; Siberalem.com, Yonja.com, İslami evlilik ve flört ağları; islamievlilik.com, habibimol.com gibi
- Etnik flört ağları; ethnicdatingnetwork.com
- Kadın çalışanların ağları; wibn.co.uk, woman owned, cdbizwomen.com, viwbn.org
- Belirli yaş gruplarına hitap eden ağlar; SagaZone (50'lilerin üstündekiler için Saga tatil ve sigorta şirketinin kurduğu ağ)
- Yerel topluluklar oluşturmak için kurulan ağlar; ResidentsHQ (İngiltere'de kurulan ağın amacı büyük binalarda yaşayan insanların online iletişim ortamlarını kurmalarını amaçlar)
- Diğer ağlar

4. TÜRKİYEDE KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI YARATMADA SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: MANAV TÜRKLERİ ÖRNEĞİ

4.1 KÜLTÜREL BIR UNSUR. MANAV TÜRKLERI

İlk olarak Manav kelimesinin etimolojisi üzerinde duracak olursak:

Manav kelimesi, öz-Türkçe bir sözcüktür. Manav deyimine "Orhun kitabeleri"nde de rastlanmaktadır. Bey anlamına gelmektedir. Manav sözcüğünün; Türkistan'daki Kazak-Kırgız ve Sibirya'daki Yakut (Saha) Trükleri'nde kullanılan, koruyucu soylu kişi ve boy beyi anlamına gelen "Manap" ve "Manag"dan geldiği sanılmaktadır)[156]

Eski Türkçede "v" sesinin olmamasından dolayı, "Manap" sözcüğündeki "p" ve "Manag" sözcüğündeki "g" sesinin yumuşayarak "Manav" sözcüğünün ortaya çıktığı düşünülmektedir. (Örneğin; berim=verim, takuk=tavuk, kagun=kavun vb gibi.) "Manap"ın; Çağatay Türkçesi'nde "asilzâde, asâlet, beyzadelik", Kırgız Türkçesi'nde "feodal kabilelik üst tabakasının mümessili" veya "Kırgız Lideri", Kazak Türkçesi'nde "ağa, bey" ile "Manag"ın; Yakut (Saha) Türkçesi'nde "koruyucu, güdücü, bakıcı" anlamlarını taşıması ve de Türkistan'ın kuzey bozkırlarında yaşayan Kırgız ve Kazakların boy ve oymak başlarına "Manap" demeleri ile 1860'larda Kırgızlar'dan Bugu (Geyik) kabilesi ve Sari Bağış boylarının başlarında Manapların yer alması olguları da, "Manavlar=Yerli Türk/Türkmen" görüşünü desteklemektedir. Kırgızistan'daki Manas destanında yer alan

[156] Recep Yaşa, **Sakarya ve Çevresinin Türk Hâkimiyetine Girişi**, I. Sakarya ve Çevresi Tarih ve Kültür Sempozyumu, Adapazarı: Sakarya Üni. Yay. Adapazarı,1999, s.44

ve soylu beylere verilen Manap ifadesi Manavların Manas destanıyla ilgili olduklarını da gösterir. [157]

Halk etimolojisine göre Manav denmesinin nedeni, onların daha çok vadi tabanlarındaki sulak bölgelerde bağcılık, bahçecilik, sebzecilik gibi işlerle uğraşmalarıdır. Kimine göre ise dilimizdeki "manav" sözcüğü de Yunanca "manavis" sözcüğünden geçmiş olup sebze ve meyve satan kimseyi anlatır. [158]

4.1.1 Tarihteki Yerleri

Prof. Dr. Erol Güngör, bugün Türkiye'de yaşayan Türklerin atalarının büyük Selçuklu imparatorluğunu kuran oğuz Türkleri olduğunu ve Müslüman olduktan sonra bunlara "Türkmen" adı verildiği üzerinde durur. Fuat Köprülü ise "Türkmenler"in "Oğuzlar" olduğunu söyler. Türkmen lafzı Oğuzlara bilhassa İslamiyetten sonra verilmiştir. Kaşgarlı Mahmut, Divan-ı Lügat-it Türk'te Oğuzlar bir Türk boyudur, Oğuzlar Türkmendirler demektedir.[159]

Osmanlıların ilk dönemlerinde Marmara Bölgesinde yaşayan Türkler bölgeye gelmeden önce, yörede Roma-Bizans dönemi Hıristiyan gruplar yaşamaktaydı. Aşıkpaşazade Tarihi ile Neşri Tarihi'nde bölgedeki yerleşim yerleri olan Yenişehir, İznik, Atranos (Orhaneli), Harmankaya (Harmancık), Köprühisar, Karacahisar, Kulaca, Klemastorye(Mustafakemalpaşa) Mihalci (Karacabey), Ulubat, Göynük ve Kestel'den bahsederken hep "tekfur" veya "kâlif ifadelerinin kullanılması bize bölgenin yoğun bir Hıristiyan yerleşim yeri olduğunu gösterir. Özellikle bunların arasında Harmankaya tekfuru Köse Mihal'in Osmanlıların ilk dönemi için özel bir yerinin bulunması, Yörüklerin/ Türkmenlerin, tamamen boş bir araziye değil de nispeten belirli bir nüfus bulunan dağlık bölgeye yerleştirildiklerini onaya koymaktadır. Osmanlılar bölgede ve Anadolu'da, Hıristiyan nüfusa dini serbesti tanındığı için çevredeki yabancı unsurların bir bölümü tarihsel süreç içinde Türkleşmiştir. Ancak Manavları, uzun süredir yerleşik olan ve tarımla uğraşan yerli halkı; Milattan önce Misya topluluklarında yaşayan halkla, Kutalmışoğlu Süleyman Beyin 1076 yılında bu bölgeyi fethetmesinden sonra buraya yerleşen Türkmen topluluklarının kaynaşmasından oluşan melez bir toplum olarak

---

[157] Recep Yaşa, **Kaşgarlı Mahmud; Divanü Lugati't-Türk**, Tercüme Eden: Besim Atalay, Ankara, 1986, s.286

[158] Ali Aktaş, **Kültürel Renkleriyle Sakarya**, Adapazarı Merkez Belediyesi Kültür Yayınevi, Sakarya, 2008, s:25

[159] Fuat Köprülü , **Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar**, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1999 s:134

tanımlanması tarihsel gerçekler açısından gerçeği yansıtmayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımı ileri sürenler ise, yöredeki göç tarihini ve kavimsel hareketleri bilmemektedir veya bilerek göz ardı etmektedir. Zamanla Türklerin bu bölgenin daha önceki sahipleri ile iç içe yaşarak ya da onların zamanla Türkleştiği gerçeğinden hareketle böyle bir iddiayı ileri sürmek, basit olarak yakın tarihimizdeki Büyük Mübadeleyi (1923) bile görmezlikten gelen tarihsel bir hatadır. Tarihte yaşanan Kavimler Göçü bize Avrupa'nın halklarının nasıl oluştuğunu, Moğol İstilası ise Türkmenlerin nasıl Anadolu'yu yurt edindiklerini gösteren büyük nüfus hareketleridir. Dolayısıyla bazı kaynakların bu bölgedeki yerli nüfusu (Manavları) zamanla Türkleşmiş unsurlar olarak görmesi, en başta yörede yaşayan kişilerin tamamının, "Biz yedi yüzyıldır bu bölgede yaşıyoruz, Osmanlı devletini kuranların torunlarıyız" ifadeleri ile çelişmektedir. Yörenin canlı kaynaklan sözlü ifadelerinde kendilerini tarif ederken ya Yörük ya Manav ya da Türk sözlerini kullanırlar. Yani buradaki Manav terimi Türk olduklarını ve uzun bir zaman önce toprağa yerleştiklerini anlatmak için kullanılan bir ifadedir.

Bölge insanı, kent merkezine geldiğinde de kendini tanımlamak istediği zaman bu sıfatı kullanmakta ve bu yolla Manav ve Yörük terimlerinin her ikisini ile kendini ifade etmeye çalışmaktadır.
Anadolu'nun çeşitli yerlerinde Türkmen, Yörük, Göçer kelimelerine karşılık "Manav" ve "Köylü" kelimelerinin de aynı şeyi ifade eder. Bursa Bölgesi'nde yer alan Keleş, Orhaneli, Harmancık halkı kendilerini çoğunlukla' "Yörük, ya da "Manav" olarak tanımlar. "Yörük' adı zamanla farklılaşarak, Türkmen soyundan gelen ve hayvan besleyenlerin hepsine; "Manav" adı ise yerleşik hayata iyice adapte olan gruplara yakıştırılmıştır. Keleş, Orhaneli, Harmancık ve köylerinde bu iki kavram bugün de bu anlamlarda kullanılır. Benzer bir yaklaşım ise Türkmenler arasındaki Tahtacı, Kızılbaş, Alevi vs. adlarla anılan gruplar arasında hiçbir fark bulunmadığı ve Manavlarda dahil hepsinin Anadolu'ya göç eden Türkmenlerin bir devamı olduğudur. Türkmenlerin kendi etnik gruplarının pekâlâ farkında olduğu, kendilerine " Türkmen" yerine "Yerli; "Yörük" yerine de "Manav' dediği; Manav sözcüğün de "doğma büyüme buralı anlamını taşıdığı ve bu terimin şehirlerden çok köylerde kullanıldığı görülmektedir

Yöre üzerine yapılan çalışmalara göre, İzmit Sancağının yerli ahalisi olan eski Türk boy ve oymaklarına mensup Türk göçebeleri zamanla göçebeliği terk edip, iskân edilince Manav adı verilmiştir.Gök gözlü/ mavi gözlü olarak anılan Manavlar; Anadolu'ya ilk yerleşen Türklerin bir devamı olarak günümüze kadar gelmiş yerli Sünni-Türk topluluğudur. Yörüklerle, Manavlar arasındaki tek ayırım, Manavların kent kültürüne

daha yakın olup, daha çok benimsemiş olmasıdır. Oysa Yörükler, bazı Yörük geleneklerini ve törelerini halen sürdürmektedirler.

Yani Osmanlı Devleti kurulduktan ve yeni alınan topraklarda yerleşen Türkmenler, yeni kurulan devleti sahiplendikten sonra, Oğuz boyları yerleşikliğe geçmeye başlamışlardı. 1500'li yıllara gelindiğinde artık yörede birçok köy kurulur ve Türkmenler tarıma, o zamanki yaygın deyimle "Manavlığa" başlarlar XVI. yüzyılda yerleşikliğe geçmiş bu Oğuz boyları dışında aynı arazi üzerinde konar göçerliklerini sürdüren pek çok oymak da bulunmaktaydı. Bugün bile aynı yerlerde pek çoğu aynı isimle anılan köyler "Manav" olarak anılmaktadır. Daha sonraki yıllarda da 1862 Zoraki İskân Harekâtına gelinceye kadar geçen yıllarda toprağa bağlanan diğer Oğuz boyları da 1862'de zorla konargöçerlikten çıkarılanlar tarafından bir ayırım olsun diye "Manav' adlandırılmışlardır.

Manavlar, yazılı eski kaynakların cemaatler bölümünde "Manavlar", "Manavlı"(Manavlu), "Manavlar Parakendesi" biçiminde ve Yörükân Taifesine bağlı bir topluluk olarak gösterilmektedir. Ayrıca farklı kaynaklarda Manav, Batı Anadolu'ya dışarıdan gelen (göçmen/muhacir) ve göçebelikten yerleşmiş (Yörük) nüfus dışında eskiden yerleşmiş köylere /köylülere verilen ad veya " Yerli Halk'," Yerleşik Türk/Türkmen Topluluğu ya da yerli olan, muhacir olmayan ve yahut hareketli nüfusa karşın yerini değiştirmeyen, devamlı olarak orada oturan topluluk üyeleri olarak tanımlanmaktadır. Yani Manav; "bir yere sonradan gelenleri, yerleşik olanlardan ayırt etmek için kullanılan" ve "Türkçe dışında dil bilmeyen" topluluk anlamında kullanılan bir kavramdır.

Batı Anadolu'ya özellikle Sakarya yöresine; başta Taraklı ve Hendek gibi yerleşim birimlerine, Manavların {Yerli Türklerin) ilk yerleşimin 1291 tarihinden hemen sonra yapıldığı sanılmaktadır. Özellikle Hendek-Şeyhler Köyü'ndeki Şeyh İzzettin İsmail Vakfiyesine ait Hicri 700/ Miladi 1301 tarihli yazılı belge ile yine Osmanlı döneminde farklı tarihlerde aynı vakfa verilen 34 adet berat, hüküm ve mahkeme kayıtları bu görüşü desteklemektedir. Kuzeye Kandıra yöresine doğru yerleşim ise, 1320-1328 tarihinde arasında gerçekleşmiştir. Ayrıca Yıldırım Bayezıd döneminde İstanbul'un alınması amacıyla yapılan kuşatma kaldırılırken, yapılan anlaşma gereği Sirkeci'de bir Türk mahallesi kurulması şartına uygun olarak Göynük ve Taraklıdan 760 hane Manav İstanbul'a yerleştirilmiştir. Yani İstanbul'a yerleştirilen ilk yerli Türklerin, bu yöreden giden "Manavlar" olduğu kaynaklarca da doğrulanmaktadır.

Osmanlı Devleti, fethettiği yerleri kendi yurdu yapmak amacıyla. Manavları yerleşik kültürlerinden dolayı bu bölgelere yerleştirdiği sanılmaktadır. Çünkü yerleşik bir kültür formuna sahip Manavların, Yerleştirildikleri her bölgede hemen kurulu düzene geçerek -çok büyük zorlamalar/zorluklar (doğal afetler, aşın nüfus tartışılan vb.) olmadıktan sonra- aynı yörede yüzyıllarca yaşadıktan tespit edilmiştir. Ayrıca yerleşik bir yaşam anlayışını benimseyen bu topluluk üyelerinin, bu alanlarda toprağı işlemesi, tarımla uğraşması arazilerin boş kalmasını da önlenmiştir.

4.1.2 Yerleşim Yerleri

Manavlar genellikle Marmara Bölgesi'nin doğusunda ve güneyinde yaşarlar. Başlıca Manav şehirleri olarak sayılabilecek yerler Sakarya , Kocaeli, Balıkesir, Eskişehir ve Bilecik'tir. Bunun dışında Manavlar Afyon, Konya, İzmir, Manisa, Kastamonu, Bolu, Ankara'nın batısı ve Mersin, Anamur ve Antalya'nın Manavgat ilçelerinde yaşamaktadırlar. Bununla birlikte Diyarbakır'ın Çemik ve Çüngüş ilçelerinde az da olsa manav vardır.

Manavlar bilindiği gibi İstanbul'a ilk yerleşen Türklerdir. Bunun için bazı manavlarında Balkanlara gönderildiği söylenir , Batı Trakya'daki Manavlar buna kanıt olarak gösterilebilir. Manavlar Sakarya ve Kocaeli'nde nüfusun yaklaşık %60 ını oluştururken Eskişehir'de yaklaşık olarak %35 olduğu tahmin edilmektedir. Tüm Manav nüfusunun ise 1.5-2 milyon civarında değiştiği tahmin edilmektedir.

4.1.3 Kültürel Yapı

Bilimsel kaynaklardan Manavlara ait bazı özellikler:

- Manav ve Macir senet gerekmez
- Manavın sözü senettir. Devlete, nizama son derece bağlı ve itaatkardırlar, gayr-i meşru işleri yoktur. Hırsızlık yapmazlar, herkesin mahsulü harmanındadır. Kız kaçıranlar, kavgalı olanlar köyde barınabilirler ama hırsızlık yapanlar barınamazlar.
- Köylerimize cambaz(hayvan tüccarı) gelir. Onlara başka köylere de gitmelerini teklif ettiğimizde, "Manav parasını verir" der. Köye satıcılar geldiğinde bize soba, deterjan, zeytinyağı bırakırlar, parasını da fındıkta almak üzere gelirler. Bizim temiz kalpli olduğumuzu bilirler.

- Manav uysaldır. Sessiz sakin insandır. Ama Manav'ın ayranı kabardı mı yanına gitme.
- Bizim mağdur ve ezik olanın yanında yer alma özelliğimiz vardır.
- Manavlar birbirini tutmazlar, ama ayrı da yapamazlar.
- Manavlar temiz kalpli, saf insanlardır.
- İnsanlarımız tutuk ve çekingendir, kendi için bir şey istemez. Ekonomisi iyi olanlar girgin olur.
- Kendimize zarar verecek raddede yardımsever, barışçıl, sakin, çalışkan insanlarızdır.

Dr. Işıl Altun "Manav" kavramını bilimsel açıdan şu şekilde tanımlamıştır: Batı Anadolu'da göçmen ve yörük nüfusu dışında kuşaklar boyunca yaşayan, sosyolojik açıdan kırsal kökenli, etnik açıdan Türkmen, kültürel açıdan değişime açık, bağnazlıktan uzak, üretken, barışçı, ihtirasları ölçülü, farklı kültürel gruplarla birlikte yaşama iradesi olan, otoriteye saygılı insan topluluklarıdır.

Prof. Dr. Faruk Sümer, Oğuzlar (Türkmenler) adlı kitabında, günümüzdeki Anadolu Trükleri'nde, ataları olan Oğuzlarının kültürlerinin, ruhi davranışlarının hakim olduğunu belirtir. Bugünkü Anadolu Türkleri'nin ruhi davranışları da ataları Oğuz Türklerininkinden farksızdır. Anadolu Türkleri sakin görünüşlü, serin kanlı, duygularını pek belli etmeyen insanlardır; asık suratlı olmayıp, güler yüzlü ve vakurdurlar; çabuk kızmazlar, birden parlayıp sönmezler. Halkın tabiri ile kolayca "damarı tutmaz" yani sinirlenmez; fakat ayranı kabardı mı kasırga gibi eser, önünde durulmaz. Ruhen cemiyetçidir: toplu yani bir arada yaşamaktan hoşlanırlar; milletlerine bağlı ve yurtsever oldukları da bir gerçektir.

4.2 ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmada temel olarak, bir sosyal ağın Manav Türkleri kimliğinde ,kültürel farkındalık yaratma etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Araştırma evrenimizin temel kimlik gruplarındaki özellikleri nelerdir?

- Sosyal ağ siteleri, aynı kültürel kimliğe sahip insanların bir araya gelme isteğini artırıyor mu?
- Sosyal ağ siteleri, bireyde kültürel kimliği ile ilgili olumlu-olumsuz yargılar oluşmasında rol oynuyor mu?
- Sosyal ağ ortamında aynı kültürel kimliğe sahip kişilerle tanışan bireyin hayatı olumlu/olumsuz yönde değişiyor mu?
- Sosyal ağ siteleri, bireyin kültürel etkinliklere katılma oranını artırıyor mu?
- Sosyal ağ siteleri, bireyin kültürel kimliğine karşı güçlü bağlar geliştirmesini sağlıyor mu?
- Sosyal ağ siteleri, bireyin kültürel kimliği ile ilgili bilgi sahibi olma isteğini artırıyor mu?
- Sosyal ağ siteleri, bireyin kültürel kimliğini anlayabilmesini sağlıyor mu?

4.3 ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal ağların bireyler üzerinde yarattığı değişim ve Türkiye'de kültürel kimlik kavramı ile etnik kimlik kavramının eşit kavramlarmış gibi algılanması araştırma konumuzun seçiminde etkili olmuştur. Ayrıca sosyal ağ, kimlik, kültürel kimlik gibi farklı alanlarda bulunan, son derece önemli kavramların birleştirilmesi ile araştırma konumuzun son hali şekillenmiştir.

Bilgiyi yayma ve farkındalık yaratmada kitle iletişim araçlarının ne derece önemli rol oynadıkları tartışılmaz bir gerçektir. Günümüzün en önemli kitle iletişim aracı olan internetteki sosyal ağların birbiriyle ilgili ya da değişik bilgileri içinde bulunduran, değişik etkilerin söz konusu olduğu bir gurubu ifade etmektedir. Bir başka deyişle bilginin ağa üye kişiler arasında paylaşılmasını ve üyeler arasında yayılmasını sağlamaktadır. Bu çerçevede çalışma kapsamında sosyal ağların bu etkilerinden kültürel kimlik ele alınarak, sosyal ağların kültürel kimlik farkındalığı yaratmadaki rolü incelenmiştir.

Kimlik; kişinin psikolojik olarak kendini güvende hissetme alanıdır. . Kimlik kargaşası yaşayan kimse, kendini güvende hissetmezken, yaşamayan ise güvende hisseder. Bu, psikolojinin fazla bilinmeyen bir yasasıdır. Kimliği olmayan, yiyeceği, içeceği

olup da evi olmayan insan gibidir. Bir kimsenin kimliği alınıp müdahale edildiği zaman, ona yiyecek verip evini elinden almak kadar kötü etki yapar. Yiyeceği ve işi olan fakat evi olmayan, dışarıda kalan kimse, kendini güvende hissetmez. Bu sebepten dolayı "Ben şu kimliğe aittim." diyerek alt kimliğini, "Ama şu üst kimliğe aittim." diyerek de üst kimliğini koruması gerekir.

Kimlik duygusu insanoğlunda var olan önemli bir duygudur. Kimlik insanın zihinsel sığınma alanıdır. Bir toplum için evler ne anlam ifade ediyorsa, kültürler için de kimlik odur. Kişinin psikolojik olarak kendini güvende hissetme alanıdır. Kimlik kargaşası yaşayan kimse, kendini güvende hissetmezken, yaşamayan ise güvende hisseder. Bu, psikolojinin fazla bilinmeyen bir yasasıdır. Kimliği olmayan, yiyeceği, içeceği olup da evi olmayan insan gibidir. Bir kimsenin kimliği alınıp müdahale edildiği zaman, ona yiyecek verip evini elinden almak kadar kötü etki yapar. Yiyeceği ve işi olan fakat evi olmayan, dışarıda kalan kimse, kendini güvende hissetmez.

Toplumda farklı türden kimlikler vardır. İnsanın kişiliğini oluşturan amaç, karakter ve özgeçmişine paralel olarak toplumlarda da ortak ideal, kültürel kimlik ve tarih vardır. Bir toplumun, kültürel kimliği tanımlanmamışsa, kültürel kimlikle ilgili tanımlamalar değiştirilmişse ya da kültür şoku yaşanılıyorsa, bireyin kültür şoku yaşaması durumunda gerilemesi gibi toplumun da gelişmesi durur.

Toplum bireylerinin kültürel kimlik sahibi bireyler olması istenildiğine en güzel örnek; topluma istenilen bireyler yetiştirmeyi amaçlayan Türk Milli Eğitim Sistemi'nin 1739 sayılı temel kanunu gösterilebilir.

Zira 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununda şöyle belirtilmiştir.

- Türk eğitim sisteminin yetiştirmek istediği insan profilinin özellikleri şunlardır.
- İyi yurttaş ve insan
- Atatürk ilkelerine, inkılaplarına ve milliyetçiliğine bağlı insan
- Milli kültür değerlerini benimsemiş, kültürel kimlik sahibi insan
- Meslek sahibi insan
- Yapıcı, yaratıcı ve verimli insan

Öyle ise her birey içinde bulunduğu kültürel kimliğin farkında olmalı, değerlerini benimsemelidir diyebiliriz.

Bu bağlamda sosyal ağların bu gücünün kültürel kimlikler üzerindeki etkisini belirlemek tez çalışmasının ana çerçevesini oluşturmaktadır.

4.4 VARSAYIMLAR – SINIRLILIKLAR

Günümüzde pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktörün etkisi ile kültürel kimlik bunalımı ve kültürel yabancılaşma gibi süreçlerin özellikle genç kuşakta yoğun bir biçimde görüldüğü;

Araştırma içerisinde yararlanılan, bilimsel nitelik taşıyan ulaşılabilen tüm kaynakların içerdiği verilerin bilimsel gerçekleri yansıttıkları;

Araştırmaya katılan kişilerin Manav kültürüne sahip oldukları varsayılmıştır.

Araştırma evreni üzerinde yeteri kadar akademik çalışma yapılmadığından, ölçüm aracı geliştirilirken verilerin toplanması aşamasında güçlük çekilmiştir.

Son-testte uygulanan soruların öntestteki ile aynı olması araştırma evrenindeki araştırmanın amacını kavrayamamış bölümü açısından sıkıntı yaratmıştır.

Toplumumuzdaki bir kesimin etnik kimlik ile kültürel kimlik arasındaki farkı kavrayamayışı nedeniyle, araştırmanın siyasi, ticari, etnik bir amaç taşıdığı önyargısıyla yaklaşması,

Siyasi, ticari iş hayatı olan kesimin kültürel kimliğinin ortaya çıkarılmasının siyasi, ticari kimliklerine zarar vereceği korkusu tezin sınırlılıklarıdır.

4.5 EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma evrenini Türkiye'de yaşayan kültürel kimliği Manav Türkü olan kişiler oluşturmaktadır. Örneklem grubunu ise kartopu yöntemiyle belirlenmiş 250 kişi oluşturmaktadır. Ağırlıkla Sakarya, Balıkesir, Bilecik, illerinde yaşayan, kültürel kimliği Manav Türkü olan ve internete erişebilecek kişiler örneklemde tercih edilmiştir.

Örneklemimizde Manav Türklerinin seçilmesinin en büyük nedenini bu kültürel kimliğe ait bir web sitesinin olmayışı ve bu alanda yapılmış olan araştırmaların internette toplu bir web sitesinde bulunmayışı, dolayısıyla internette bu kültüre ait güvenilir

bilgilerin çok fazla bulunmayışı oluşturmaktadır. Yapılan ön araştırmalar sonucunda birçok kültürel kimliğe ait internette resmi kaynakların bulunduğu web sitelerinin var olduğu fakat Manav Türklerinin sayıca az olmaları, bu alanda yeteri derecede akademik çalışmanın yapılmamış olması ve Manav Türkleri' nin kültürel kimliklerini unutmaya yüz tutmuş olmaları nedeniyle kendilerine ait bir web sitesi bulunmadığı tespit edilmiştir. Araştırmamız öncesinde kendilerine ait internette resmi bilgilerin bulunmayışı sosyal ağların bu kültürel kimlik üzerindeki değişimini çok daha doğru bir şekilde ortaya koyacaktır düşüncesiyle Manav Türkleri araştırma evrenini oluşturmuştur.

Ayrıca bu kimliğe sahip kişilere ulaşmasının daha kolay olması da araştırma evrenini seçmede etkili olmuştur. Zira çoğunun yerleşim yerlerinin Marmara Bölgesi civarı olması açısından ve araştırmayı yapan kişinin kültürel kimliğinin de Manav Türkü olması açısından bu kişilere ulaşımın daha kolay olduğu düşünülmüştür. Bu durum da örneklem olarak seçilmesinde bir neden olarak görülmüştür.

Araştırmada öncelikle kartopu yöntemine kaynaklık edecek, çevresinde yoğun Manav Türkü bulunan (belediye başkanı, yazar, dernek başkanı) gibi kişilere ulaşılmış, kendilerinden örneklemimizin oluşturulmasında yardım istenmiştir. Kendilerinden alınan mail adreslerine örneklem grubuna katılıp katılamayacakları ile ilgili mail gönderilmiş, bir kısmı telefonla aranmış, olumlu cevap alınan kişilere(yaklaşık 300 kişi) bir kısmı internet üzerinden, bir kısmı kağıt üzerinden olmak üzere Zavalloni ve Phinney'in envanterlerinden yararlanılıp hazırlanmış sorular uygulanmıştır.

4.6 VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ

Bu araştırmada veriler toplanılırken, yazılı (kitap, dergi, ansiklopedi, sözlük, tez, makale) kaynaklardan, elektronik sayfalardan ve alanında uzman kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır.

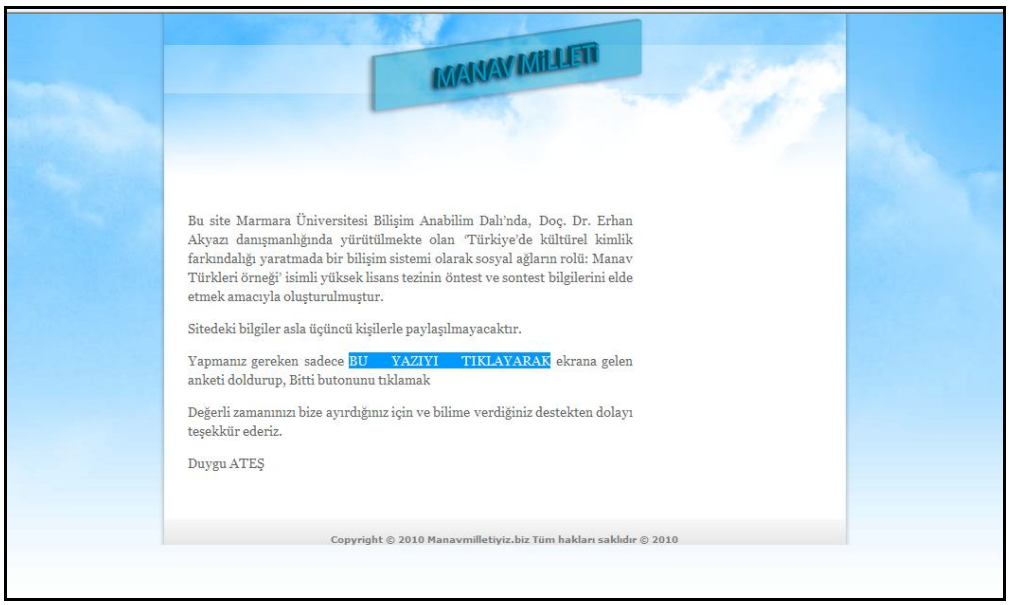
Araştırma evrenimiz üzerinde yeterli akademik çalışma yapılmadığı gözlemlenerek bu konuda sıkıntı yaşanmış, ancak sonra Manav Türkleri'ne ait bilimsel bilgilerin birçoğu adına bulunan kütüphanesindeki sayılı basım yayınları bizimle paylaşan yazar Fahri TUNA tarafından temin edilmiştir.

Ölçüm aracındaki bağımsız değişkenler Marissa Zavalloni'nin envanterinde bulunan temel kimlik gruplarından alınmıştır. Kültürel kimlik farkındalığını ölçen sorular şu şekilde belirlenmiştir:

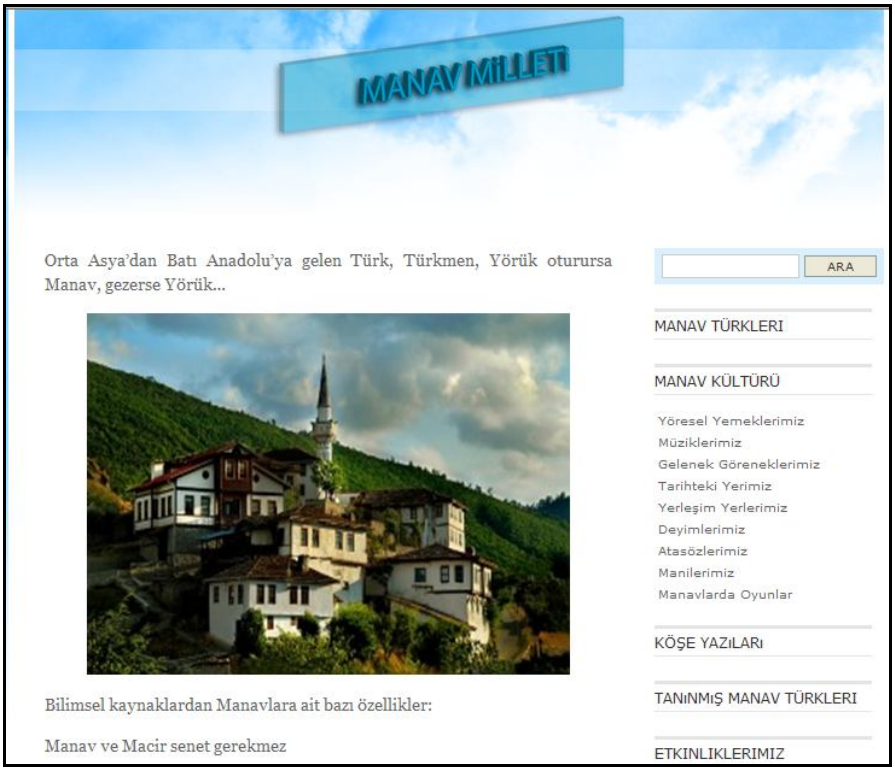
Öncelikle Prof. Dr. Jean S. Phinney'in MEIM (The Multigroup Ethnic Identity) isimli envanteri Türkçe' ye çevrilmiş ardından e-mail yoluyla Prof. Dr. Phinney'den envanterini kullanabileceğimize dair gerekli izin alınmış ve yine e-mail yoluyla Phinney'in de onayı alınarak, kültürel kimliğin etnik kimliği kapsadığı göz önünde bulundurulduğundan, anketteki etnik kimlik olan bölümlerin, kültürel kimlik olarak değiştirilmesinde sakınca görülmemiştir.

Sorular belirlendikten sonra, Marmara Üniversitesi anket sistemi üzerinden yayınlanmış, daha sonra, www.manavmilletiyiz.com sitesi geliştirilmiş ve sitede araştırmanın amaçları açıklanarak Marmara Üniversitesi anket sistemindeki sorulara gidecek bağlantı verilmiştir. Örneklemimizdeki yaklaşık 150 kişi sorulara bu şekilde cevap verirken, yaklaşık 100 kişi de aynı soruların çıktısı alınarak oluşturulmuş kağıtlar üzerinden sorularımızı cevaplamıştır.

Araştırmanın ikinci bölümü olan sosyal ağ ortamı hazırlanmadan önce, internet ortamındaki kültürel ağlar incelenmiş, bir kültürel sosyal ağda bulunması gereken veriler tespit edilmiştir. Ardından toplanan veriler ve bu kültürel gruba ait birçok yayını bulunan bir yazarın da görüşleri doğrultusunda www.manavmilletiyiz.biz sitesi geliştirilmiştir. Site geliştirme aşamasında bu alanda akademik yayınlar yapmış kişilerin de görüşleri alınmıştır ve sitede yoruma yönelik bilgi bulunmamaktadır. İçerisindeki bilgilerin tamamı kaynakça gösterilmek suretiyle akademik kaynaklardan oluşmaktadır. Örneklem grubunun bu sitede ağ ortamı oluşturmasının ardından aynı kişilere yaklaşık 6 ay sonra ön-soruları tekrar sorulmuş ve aradaki fark tespit edilmiştir.



Şekil 4Anket Verilerini Toplama Aracı, manavmilletiyizs.com sitesi



Şekil 5 manavmilletiyiz.biz Sosyal Ağ Sitesi

4.7 ARAŞTIRMANIN METODOLOJISI

John Phinney'in MEIM ve Zavalloni' nin Sosyal Kimlik Envanterlerinden alınan anketimiz 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm sosyal ağ içerisinde kullanılacak örneklemimizin sosyal kimliğe sahip olup olmadığını ölçen Marissa Zavallon' nin sosyal kimlik envanterinden alınmış olan 8 bağımsız değişkenden oluşmaktadır. Anketimizin

ikinci bölümü ise araştırma grubunun kültürel kimlikleri ile ilgili araştırma yapma isteklerini ölçen Phinney'in envanterinden alınmış 1, 2, 4, 8 ve 10. Sorular, üçüncü bölümü ise kişilerin kültürel kimliklerine bağlılıklarını ve aidiyetlerini sorgulayan 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12. sorulardır.

Zavalloni ve Phinney'in envanterlerinde harmanlanan anket çalışması Prof. John Phinney' in onayından da geçtikten sonra 250 kişilik grubumuza uygulanmış, ardından araştırma grubuna ait sosyal ağ ortamı oluşturulup, kişilerin burada etkileşimde bulunmaları sağlandıktan sonra aynı sorular tekrar aynı kişilere uygulanarak, aradaki fark değerlendirilmiştir.

Araştırmada toplanan verilerin değerlendirilmesi, bilişim toplumu olma yolunda ilerleyen ülkemizde yapılan diğer akademik çalışmalar gibi, sosyal ağların toplum üzerinde olumlu etkiler yaratması yolunda gereksinimleri belirlemeye hizmet edecektir.

4.8 BULGULAR

4.8.1 Demografik Özellikler

4.8.1.1 Cinsiyet Kriterine Göre Dağılım

Anketimize katılan 250 kişilik araştırma grubunun 67 üyesi kadınlardan 183 üyesi erkeklerden oluşmaktadır.

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	67	26,8
Erkek	183	73,2
Toplam	250	100

Tablo1: Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılım

4.8.1.2 Din Kriterine Göre Dağılım

Anketimize katılan 250 kişilik araştırma grubumuzun tamamı İslam dinine mensuptur.

4.8.1.3 Yaş Kriterine Göre Dağılım

Anketimize katılan 250 kişilik araştırma grubunun içinde çocuk (0-14) yaş grubuna mensup kişi bulunmamaktadır. Genç (15-25) yaş grubuna ait 52 kişi, yetişkin

(25-44) yaş grubuna ait 146 kişi, orta yaşlı (45-64) yaş grubuna ait 43 kişi ve son olarak yaşlı(65 yaş ve üstü) grubuna ait 9 kişi bulunmaktadır.

Yaş	**Frekans**	**Yüzde**
Genç (15 - 25)	52	20,8
Yetişkin (25 - 44)	146	58,4
Orta Yaşlı (45 - 64)	43	17,2
Yaşlı (65 - +)	9	3,6
Toplam	250	100

Tablo 2: Yaş Gruplarına Göre Dağılım

4.8.1.4 Medeni Durum Kriterine Göre Dağılım

Araştırma grubuna katılanların 157si evli, 93 ü ise bekardır.

Medeni Durum	**Frekans**	**Yüzde**
Evli	157	62,8
Bekar	93	37,2
Toplam	250	100

Tablo 3:Medeni Durum Gruplarına Göre Dağılım

4.8.1.5 Babanın Kültürel Kimliği Kriterine Göre Dağılım

Araştırma grubuna katılan 225 kişinin babasının kültürel kimliği de Manav Türkü'dür Geri kalan 25 kişinin babası Gürcü, Laz, Kürt gibi diğer kültürel kimliklere mensuptur.

Kültürel Kimlik	**Frekans**	**Yüzde**
Manav	225	90
Diğer	25	10s
Toplam	250	100

Tablo 4:Babanın Kültürel Kimliği Değişkenine Göre Dağılım

4.8.1.6 Annenin Kültürel Kimliği Kriterine Göre Dağılım

Araştırma grubuna katılan 203 kişinin babasının kültürel kimliği de Manav Türkü'dür Geri kalan 47 kişinin babası Gürcü, Laz, Kürt gibi diğer kültürel kimliklere mensuptur.

Kültürel Kimlik	**Frekans**	**Yüzde**
Manav	203	81,2
Diğer	47	18,8
Toplam	250	100

Tablo 5: Annenin Kültürel Kimliği Değişkenine Göre Dağılım

4.8.1.7 Aile Durumu Kriterine Göre Dağılım

Araştırma grubuna katılanlar aile durumları açısından incelendiğinde ise; yalnızca annesi sağ olan 211 kişi, yalnızca babası sağ olan 9 kişi, hem anne hem babası ölü olan 30 kişi bulunmakta iken, anne ve babası sağ olan kişi ise bulunmamaktadır.

Aile Durumu	**Frekans**	**Yüzde**
Anne Sağ	211	84,4
Baba Sağ	9	3,6
Anne - Baba Ölü	30	12
Toplam	250	100

Tablo 6: Aile Durumu Değişkenine Göre Dağılım

4.8.1.8 Sosyal Sınıf Kriterine Göre Dağılım

Sosyal sınıfları açısından araştırma grubu incelendiğinde, En Üst (A Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 10 kişi bulunurken, Üstün Altı (B Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 26 kişi bulunurken, Ortanın Üstü (C1 Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 108 kişi bulunurken, Ortanın Altı (C2 Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 68 kişi bulunurken, Altın Üstü (D Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 31 kişi bulunurken, Altın Altı (E Sosyo Ekonomik Statüye) Sahip 7 kişi bulunmaktadır.

Sosyal Sınıf	**Frekans**	**Yüzde**

En Üst (A Sosyo Ekonomik Statü)	10	4
Üstün Altı (B Sosyo Ekonomik Statü)	26	10,4
Ortanın Üstü (C1 Sosyo Ekonomik Statü)	108	43,2
Ortanın Altı (C2 Sosyo Ekonomik Statü)	68	27,2
Altın Üstü (D Sosyo Ekonomik Statü)	31	12,4
Altın Altı (E Sosyo Ekonomik Statü)	7	2,8
Toplam	250	100

Tablo 7: Sosyal Sınıfı Değişkenine Göre Dağılım

4.8.1.9 Politik Eğilim Kriterine Göre Dağılım

Araştırma grubuna katılanlar politik eğilimleri açısından incelendiğinde ise; Aşırı Sol görüşe sahip kişi bulunmazken, 37 kişi Sol görüşe sahip, 17 kişi Liberal, 116 kişi Sağ görüşe sahip, 19 kişi Aşırı Sağ görüşe sahip, 61 kişinin ise politik görüşü bulunmamaktadır.

Politik Eğilim	**Frekans**	**Yüzde**
Sol	37	14,8
Liberal	17	6,8
Sağ	116	46,4
Aşırı Sağ	19	7,6
Yok	61	24,4
Toplam	250	100

Tablo 8: Politik Eğilimi Değişkenine Göre Dağılım

4.8.2 Deskriptif Bulgular

Anket MIT Üniversitesi Profesörü John Phinney'in (1992). The Multigroup Ethnic Identity Measure'dan alınmıştır. Phinney anketi değerlendirirken, anketin 1, 2, 4, 8 ve 10. Sorularının bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve bu soruların kişinin kültürel kimliğiyle ilgili araştırma yapma, sorgulama isteğini sorguladığını, geri kalan 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12.soruların ise yine bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve

bu soruların da kişinin bulunduğu kültürel kimliğe karşı bağlılığını, aidiyetini sorguladığını belirtmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda anketimizdeki P1 değeri ilk uyguladığımız anketin 1,2,4,8 ve 10. sorularını, P2 değeri ilk uyguladığımız anketin 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12. sorularını, p3 değeri kişiler sosyal ağ ortamında bulunduktan sonra uygulanan anketin 1,2,4,8 ve10. sorularını, p4 değeri ise kişiler sosyal ağ ortamında bulunduktan sonra uygulanan anketin 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12. sorularını temsil etmektedir.

Anketin bağımsız değişkenleri ise Zavalloni' nin sosyal kimlik envanterinde bulunan 8 faktörden (yaş, cinsiyet, medeni durum, din, politik eğilim, meslek, sosyal sınıf, aile durumu) alınmıştır.

		N	**Mean Rank**	**Sum Of Rank**
P3 -P1	Negative Ranks	37[a]	87,23	3227,50
	Positive Ranks	188[b]	118,07	22197,50
	Ties	25[c]		
	Total	250		
P4 -P2	Negative Ranks	104[d]	109,61	11399,00
	Positive Ranks	136[e]	128,83	17521,00
	Ties	10[f]		
	Total	250		

a. P3 < P1 b. P3 > P1 c. P3 = P1 d. P4 < P2 e. P4 > P2 f. P4 = P2

Tablo 9: Sosyal Ağ Öncesi ve Sonrası Arasındaki Kültürel Kimlik Araştırma ve Bağlılığı Farkı Tablosu

Test Statistics[b]

	P3 - P1	P4 - P2
Z	-9,725[a]	-2,843[a]
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,004

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

H_1= Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

Yapılan Wilcoxon Signed Rank Test İstatistik Sonuçlarına Göre;

H_1 hipotez için; P3 - P1'in p= 0,000 olduğundan; p1 (Sosyal ağ öncesi anket) ve p3(Sosyal ağ sonrası anket) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca pozitif toplam=11399, negatif toplam = 3227 olduğundan sosyal ağlar kültürel kimlik araştırmalarını artırmıştır. H_A hipotezi kabul edilir.

H_2= Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0=Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Sosyal ağ öncesi ve sonrası arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

H_2 hipotezi için; P4 – P2'in p= 0,004 olduğundan; p1 (Sosyal ağ öncesi anket) ve p3(Sosyal ağ sonrası anket) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca pozitif

toplam=22197, negatif toplam = 17521 olduğundan sosyal ağlar kültürel kimlik bağlılığını artırmıştır. H_A hipotezi kabul edilir.

4.8.3 Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi

Test Statistics[a]

	P1	P2	P3	P4
Mann-Whitney U	5404,500	5662,000	5536,500	6104,500
Wilcoxon W	7682,500	7940,000	22372,500	8382,500
Z	-1,444	-,928	-1,201	-,052
Asymp. Sig. (2-tailed)	,149	,353	,230	,959

Tablo 10: Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi

H_3= Cinsiyetler arasında kültürel kimlik araştırmaları yapma bakımından fark var mıdır?

H_0=Cinsiyetler arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından anlamlı fark yoktur.

H_A= Cinsiyetler arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından anlamlı fark vardır.

H_4= Cinsiyetler arasında kültürel kimliğe bağlılık bakımından fark var mıdır?

H_0= Cinsiyetler arasında kültürel kimliğe bağlılık bakımından anlamlı fark yoktur.

H_1= Cinsiyetler arasında kültürel kimliğe bağlılık bakımından anlamlı fark vardır

P değerlerine bakıldığında; P1=0,149, P2=0,353, P3=0,230, P4=0,959 olduğundan anlamlı bir ilişki gözlemlenememiştir. Bu nedenle H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.4 Yaş Değişkenine Göre Kruskal Walls Testi

Test Statistics[a,b]

	P1	P2	P3	P4
Chi-square	2,106	,937	1,360	2,057
Df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,551	,816	,715	,561

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Yaş

Tablo 11: Yaş Değişkenine Göre Kruskal Walls Testi

H_5= Yaş grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Yaş grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_A= Yaş grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_6= Yaş grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Yaş grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Yaş grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,551, P2=0,816, P3=0,715, P4=0,561 olduğundan anlamlı bir ilişki gözlemlenememiştir. Bu nedenle H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.5 Medeni Durum Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi

Test Statistics[a]

	P1	P2	P3	P4
Mann-Whitney U	7284,000	7072,500	6916,500	6998,000

Wilcoxon W	19687,000	19475,500	19319,500	19401,000
Z	-,030	-,414	-,711	-,554
Asymp. Sig. (2-tailed)	,976	,679	,477	,580

a. Grouping Variable: Medeni_Durum

Tablo 12: Medeni Durum Değişkenine Göre Mann-Whitney Testi

H_7= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_8= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Medeni durum grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,976, P2=0,679, P3=0,477, P4=0,580 olduğundan anlamlı bir ilişki gözlemlenememiştir. Bu nedenle H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.6 Babanın Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi

Test Statistics[a]

	P1	P2	P3	P4
Mann-Whitney U	2145,500	2063,000	2043,000	1948,500
Wilcoxon W	2470,500	2388,000	2368,000	2273,500
Z	-1,958	-2,192	-2,297	-2,548

Asymp. Sig. (2-tailed)	,050	,028	,022	,011

a. Grouping Variable: Baba_KK

Tablo 13: Babanın Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi

H_9= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_{10}= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Babaların kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,5, P2=0,028, P3=0,022, P4=0,011 olduğundan sosyal ağ öncesinde kültürel kimlik araştırmaları ile babaların kültürel kimliği arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenememiştir. Bu nedenle H_9 hipotezimize göre H_A hipotezi kabul edilir. H_{10} hipotezine göre ise H_A hipotezi kabul edilir

4.8.7 Annenin Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi

Test Statistics[a]

	P1	P2	P3	P4
Mann-Whitney U	3620,000	3830,000	4196,500	4447,500
Wilcoxon W	4748,000	4958,000	5324,500	5575,500
Z	-2,593	-2,112	-1,315	-,732

Asymp. Sig. (2-tailed)	,010	,035	,188	,464

a. Grouping Variable: Anne_KK

Tablo14: Annenin Kültürel Kimliğine Göre Mann-Whitney Testi

H_{11}= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_{12}= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Annelerin kültürel kimlikleri arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,1, P2=0,035, P3=0,188, P4=0,464 olduğundan

H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.8 Aile Durumuna Göre Kruskal-Walls Testi

Test Statistics[a,b]

	P1	P2	P3	P4
Chi-square	2,200	2,613	2,588	4,025
Df	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,333	,271	,274	,134

a. Kruskal Wallis Test

Test Statistics[a,b]

	P1	P2	P3	P4
Chi-square	2,200	2,613	2,588	4,025
Df	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,333	,271	,274	,134

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Aile_Durumu

Tablo 15: Aile Durumuna Göre Kruskal-Walls Testi

H_{13}= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_{14}= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Aile durumu grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,333, P2=0,271, P3=0,274, P4=0,134 olduğ-undan

H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.9 Sosyal Sınıfa Göre Kruskal-Walls Testi

Test Statistics[a,b]

	P1	P2	P3	P4
Chi-square	4,564	6,632	19,911	5,474
Df	5	5	5	5
Asymp. Sig.	,471	,249	,001	,361

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Sosyal_Sınıf

Tablo16: Sosyal Sınıfa Göre Kruskal-Walls Testi

H_{15}= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_{16}= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Sosyal sınıf grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,471, P2=0,249, P3=0,001, P4=0,361 olduğundan

H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.8.10 Politik Eğilime Göre Kruskal-Walls Testi

Test Statistics[a,b]

	P1	P2	P3	P4
Chi-square	18,164	10,946	8,753	5,109
Df	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,001	,027	,068	,276

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Politik_Egilim

Tablo 17: Politik Eğilime Göre Kruskal-Walls Testi

H_{17}= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark var mıdır?

H_0= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark yoktur.

H_A= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik araştırmaları bakımından fark vardır.

H_{18}= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark var mıdır?

H_0= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark yoktur.

H_A= Politik eğilim grupları arasında kültürel kimlik bağlılığı bakımından fark vardır.

P değerlerine bakıldığında; P1=0,001, P2=0,027, P3=0,068, P4=0,276 olduğ-undan

H_0 hipotezleri kabul edilir.

4.9 ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDIRILMESI

Test sonuçlarında görülüyor ki Wilcoxon testine göre P3 ve P1 arasında, P2 ve P4 arasında anlamlı ilişki görülmektedir. Ayrıca sosyal ağ ortamındaki paylaşımlarından sonra P3 ve P4 değerlerinde artış gözlemlenmiştir. Bu sonuçlara göre sosyal ağlar ile

kültürel kimlik araştırmaları ve kültürel kimlik bağlılığı arasında bir ilişki vardır ve sosyal ağlar kültürel kimlik araştırmaları ve kültürel kimlik bağlılığını artırmaktadır.

Bağımsız değişkenler ile anket soruları arasındaki ilişki gözlemlendiğinde ise; kişinin babasının kültürel kimliği ile kültürel kimliğini araştırması ve kültürel kimlik bağlılığı arasında sosyal ağ öncesinde de sonrasında da anlamlı bir ilişki vardır. Bu durumda denilebilir ki kişinin kültürel kimliğinin şekillenmesinde babasının kültürel kimliği oldukça önemli bir etkendir.

Annesinin kültürel kimliğine göre, kültürel kimliğini araştırması ve kültürel kimlik bağlılığı sosyal ağ ortamında bulunmadan önce anlamlı bir ilişki gözlemlenirken, sonrasında ise anlamlı bir ilişki görülememiştir.

Araştırmamıza katılan kişilerin annelerinin kültürel kimlikleri ile kendi kültürel kimliklerini araştırma istekleri ve kendi kültürel kimliklerine bağlılıkları arasında bir ilişki bulunmazken, babalarının kültürel kimlikleri ile kendi kültürel kimliklerini araştırma istekleri ve kendi kültürel kimliklerine bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmasını ataerkil bir toplum oluşumuza bağlıyoruz. Her ne kadar kültürel kimlik sadece geçmişe bağlı olmasa da, yaşanılan yer, doğup büyüdüğümüz çevre, memleketimiz ile de ilintilidir ve kişilerin nüfus kütüklerinin doğduklarında babalarının kütüğü ile aynı olması, bir bakıma memleket olarak annelerinin değil babalarının bağlı bulunduğu yerin örf-adet ve geleneklerini kabullenmelerine neden olur.

Sosyal sınıf değişkenine göre sonuçlar incelendiğinde ise; sosyal ağ ortamında bulunduktan sonra kişinin kültürel kimliğini araştırması ve kültürel kimlik bağlılığı arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Son olarak da sosyal ağ ortamında bulunmadan önce politik eğilim ile kültürel kimlik bağlılığı ve araştırması arasında anlamlı ilişki gözlemlenirken, sosyal ağ ortamında bulunduktan sonra ise bu ilişki gözlemlenememiştir.

5. SONUÇ

Ülkemizde ve dünyada internet ve bilgisayar kullanıcılarının günden güne artması, internetin haber takibinden, alışveriş yapmaya iletişim kurmaktan, arkadaş edinmeye kadar gündelik yaşam uygulamalarına her anlamda yerleşmesi, yeni iletişim teknolojilerinin günümüzde kazandığı önemin en büyük göstergesidir.

Günümüzde zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal paylaşım ağları, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmakta aynı zamanda da bireyleri, toplumun gittiği yönde sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır

Araştırmaların sonucunda elde edinilen en önemli sonuç; toplumun var olan kimlik türlerini birbirine karıştırması; bu nedenle de tıpkı kültür şoku yaşayan toplumlarda olduğu gibi kültürel yozlaşma ve ötekileşme süreci içerisine giren bir toplum olma yolunda hızla ilerlemekte olunduğudur.

Topluma ideal bireyler yetiştirmeyi amaç edinmiş Türk Milli Eğitim Sisteminin 1739 sayılı Temel Kanununun 3.maddesinde de yer verilen "kültürel kimlik sahibi insan" modelinin "etnik kimlik sahibi" insan modeli ile karıştırılması nedeniyle göz ardı edilmesi sonucunda kültürel kimliğini ya da kültürel kimliğine karşı farkındalığını

kaybetmiş ya da bu kimliği ve farkındalığı hiç var olmamış bir toplumun bireyleri olarak toplumda yer almaktadır.

Oysa etnik kimlik ile kültürel kimlik aynıymış gibi görünseler de birbirlerinden çok farklı kavramlardır. Etnik kimlikte kendini diğerlerinden ayrı görme, bir grubun ötekiler karşısında özgül farklılığı, ötekini algılayış yargılayış biçimi gibi olumsuz yargılara açık ibareler bulundururken ve iktidar, sosyal eşitsizlik ve çıkar sorunları gibi etkiler doğrultusunda şekillendirilmesi mümkün görülürken; kültürel kimlikte ise tamamen var olan özellikler ile değil tanımlamalar ile ilgilenilir. Yani etnik kimlik bir topluluğun diğerlerinden farklı olan özellikleri ile ilgilenirken, kültürel kimlik benzer kültürel özellikleri ortaya çıkararak, toplumun farklı kültürel özelliklere sahip bir bütün halinde ayakta kalmasını sağlar.

Türkiye'de yaşanan sosyal değişme süreci, çağdaşlaşma hareketleriyle hız kazanmıştır ve son yıllarda da sarsıntılı bir şekilde devam etmektedir. Özellikle Avrupa karşısında geri kalmışlığımızı fark ettiğimiz andan itibaren attığımız her yenileşme adımında tooplum tarafından tam olarak özümsenemeyen bir değişim başlamıştır. Batılılaşmak kavramı adını verdiğimiz bu değişim, çağımız toplumunun gündeminden hiç düşmemiş, bu ifadeyi asimile olmak gibi algılayan, ya da bu şekilde algılandığını savunan insanlar ortaya çıkmıştır.

Bu sosyal değişim sürecinde asimile olmaktan korkan insanların içini rahatlatacak araştırmamızın sonuçları göstermiştir ki, sosyal ağlar kültürel kimlik farkındalığı yaratmada da kişinin kültürel kimliğine karşı araştırma isteği duymasında da olumlu etkiler yaratmaktadır. Bu sonuçtan yola çıkılarak, toplumun kültürel kimlik farkındalığını sağlayacak bu tür sosyal ağ ortamlarının artırılmasının, toplumumuzca algılandığı gibi çatışmalara yol açmaktan ziyade, kişilerin kaynaşmasında, uzak mesafelerin yakınlaşmasıyla birlikte kültürel kimliklerimizin asimile olmaktan kurtulmasında ve toplum içerisindeki çatışmaların bir nebze olsun azalmasında etkili rol oynayacağını söyleyebiliriz.

Kültürel kimliklerin toplumumuz için ne derece önemli olduğunu, tıpkı 1739 sayılı kanunumuz gibi, 3797 sayılı kanunda da kültürel kimliklere yer verilmesinden anlıyoruz. 3797 sayılı Kanunun Yurt Dışı Eğitim Öğretim bölümünde "Yurt dışında bulunan vatandaşlarımızın ve çocuklarının öncelikle kültürel kimliklerini koruyucu ve yaşadıkları toplumla uyum içinde olmalarını sağlayıcı ve eğitim düzeylerini yükseltici önlemleri almak…" ibaresi sağlıklı toplumların temelinde kişilerin kültürel kimliklerine

önem verildiğini ve kişilerin kültürel kimliklerinin korunması için çaba sarf edildiğini göstermektedir. Öyleyse sosyal ağların mekandan bağımsızlık özelliği kullanılıp, çalışmamızda kullandığımız sosyal ağ ortamları gibi ortamlar artırıldığında bu kanun maddesinin işlerliği artırılabilir, kültürel kimliklerin korunmasında teknolojik gelişmelerden de yararlanılarak önemli derecede ilerlemeler kaydedilebilir.

Zira yurt dışındaki öğrencilerimizin kültürel kimliklerini korumaları için aynı kültürel kimliğe sahip insanlarla sürekli birebir iletişim içinde olmaları mümkün olmayabilir, fakat sosyal ağ ortamında aynı kültürel kimliğe sahip insanlarla istedikleri zaman iletişimde bulunarak kendi kimlikleri ile yaşadıkları toplumun kimlikleri arasında köprü oluşturabilirler.

Sonuç olarak araştırma sonucumuz da göstermiştir ki, sosyal ağların kişiler üzerinde ortaya çıkardığı değişim yadsınamaz bir gerçektir ve bu değişim olması gereken toplum imajına ulaşabilmemiz için kullanıldığında da olumlu sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı olumsuz sonuçları göz önünde bulundurup, yasaklamalar üzerine yoğunlaşmak yerine, toplumca çok tercih edilen teknolojik gelişmeleri ideal toplum seviyesine ulaşma aracı olarak kullandığımızda olumlu sonuçlar alabildiğimizi görmek, toplumca teknolojiden korkmayan, çağı geriden takip etmeyen bir ülke olma yolunda atabileceğimiz en büyük adımdır ve ülkemiz bilişim toplumları arasında bu önemli atılımları gerçekleştirebilecek yetkinliğe sahip örnek ülkeler arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

ADAM-
IC Lada, **Enhancing Reputation Mechanisms via Online Social Networks, Pro ceedings**
of the 5th ACM Conference on Electronic Commerce, EC'04, ACM Press, New York, NY, 2004

AGARS M. D., KOTTKE J. L. , **Models and Practice of Diversity Management: A Historical Review and Presentation of a New Integration Theory. In STOCKDALE,** USA: Blackwell Publishing., 2004

AKARSU Aysel, Medyanın Politikaya Etkisi, Y.lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, 2002

AKTAN Coşkun Can, **Değişim Çağında Yönetim**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2003

AKTAŞ Ali, **Kültürel Renkleriyle Sakarya**, Sakarya: Adapazarı Merkez Belediyesi Kültür Yayınevi, 2008

AKTEL Mehmet , **Küreselleşme ve Türk Kamu Yönetimi**, Ankara: Asil Yayın Dağıtım,2003

ALAIN Touraine, Eşitliklerimiz **ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek Miyiz?** Çev. Olcay Kural, 2. Baskı, İstanbul: YKY, 2002

Amanda Lenhart, Mary Madden, **Social Networking Websites and Teens: An Overview**, Pew Internet& American Life Project, January 3. Lenhart ve Madden, 2007

ANDREW J. WEIGERT, J. SMITH Teitge, and DENNIS W. Teitge, **Society and Identity**: Towards a Sociological Psychology Routledge, Part of the Taylor & Francis Group, Cambridge Press., 1986

AYDIN Suavi, **Kimlik Sorunu Ulusallık Türk Kimliği**, Ankara: Öteki Matbaası, 1998

AZİZ Aysel, **Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim**, Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları, 1982, No:2

BAKAN İsmail, BÜYÜKBEŞE Tuba ve BEDESTENCİ H. Çetin, **Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü Teorik ve Ampirik Yaklaşım**, 1.Baskı, İstanbul: Aktüel Yayınları, 2004

BİRKÖK Mehmet Cüneyt, **Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Türleri**, İstanbul:İstanbul Üniversitesi Yayınlanmış Doktora Tezi , 1994

BOZKURT Güvenç, **Türk Kimliği**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1993

BROWN, R. ,**Group processes: Dynamics within and betıueen groups**, Oxford: Basil Blackvvell Inc., 1988

BUDAK G. , **Yetkinlige Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi**, İzmir: Barış Yayınları, 2008

CAMERON Kim S., **Organizational culture in post-industrial environment: An expansion of the life cycles model of organizational development**, Boston: Presented at the 44th Annual Meetings of the Academy of Management, 1984

ÇELİK Öğr.Gör. Tolga, Araş.Gör. Enis Karaaslan, **İnternet Toplumu Oluşum Süreci**, Ege Üniversitesi Uluslararası Bilg.Ens. 2003

ÇELİK Mazlum, **Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Uygulama**, Erzurum:Atatürk Üniversitesi Yayınlanmış Doktora Tezi ,2007

ÇINAR A. Tuncay, **İşletmelerde Müşteri Hizmeti ve Müşteri Memnuniyeti İle Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Uygulama**, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007

DEMİRTAŞ H. Andaç , **Sosyal Kimlik Kavram ve Varsayımlar**, İletişim Araştırmaları Dergisi sayı:1 cilt:1,Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 2003

DURA C.ve H. Atik , **Bilgi Toplumu**, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye, 1. Baskı, İstanbul: Literatür Yayınları, No:72, 2002

EDMUNT Fred Jandt, **Intercultural Communication**, Sage Pubns, (2th ed.), 1998

EMİROĞLU Kudret, SUAVİ Aydın , **Antropoloji Sözlüğü**, Ankara, 2003

ERDEM Ferda, Janset Özen İşbaşı, **Eğitim Kurumlarında Örgüt Kültürü ve Öğrenci Alt Kültürünün Algılamaları**, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 1, 2001

ERDOĞAN İlhan*, **İşletmelerde Davranış**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1991*

EROĞLU Prof. Dr. Feyzullah , **Davranış Bilimleri**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2. Basım, 2010

Ertuğrul Özkök, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara: Tan Yayınları, 1985

ESTY K., GRIFFIN R., M. S. Hirsch, **Workplace diversity: A Manager's guide to solving problems and turning diversity into a competetive advantage**, Avon, Massachusetts: Adams Media Corporation., 1995

FERRARO Gury P., **The Cultural Dimension Of International Business** ,New York: Third Edition, 1998

FRASER Jim , KICK Edward, BARBER Kim, **Organizational Culture as Contested Ground in an Era of Globalization**: Worker Perceptions and Satisfaction in the USPS, Sociological Spectrum, Murfreesboro, 2002

GERAY Haluk, **İletişim ve Teknoloji**, Ütopya Yayınları,Ankara, 2003

GERD Baumann, ***The Multicultural Riddle: Rethinking National, Ethnic, and Religious Identities****,* New York – London: Routledge., 1999

GUDYKUNST W. & KIM Y., ***Communicating with Strangers****, An approach to intercultural communication* (4th ed.) New York: McGraw-Hill.,2003

GÜLEÇ Cengiz, **Türkiye'de Kültürel Kimlik Krizi**, Ankara: V Yayınları, 1992

GÜNEY M.Ş. , KAYA B. , A. Alkan, **1989 Teknik Gezi Programında Yeralan Su Yapıları**, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Basım Ünitesi, 1989

GÜNEY Salih, **Davranış Bilimleri**, Ankara: Kara Harp Okulu Basım Evi, 1997

GÜVENÇ Bozkurt, **İnsan ve Kültür**: **Antropolojiye Giriş**, Ankara, 1972

H. Eijkman, **Web 2.0 as a Non-Foundational Network-Centric Learning Space.** ***Campus Wide Information Systems****,* 25 (2): 93-104, 2008

HALL Stuart , **Kültürel Kimlik ve Diaspora**, Kimlik - Topluluk / Kültür /Farklılık, Çeviren: İrem Sağlamer, İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1998, s.177

HUBBARD E. E., **The Manager's Pocket Guide to Diversity Management. Amherst**, Massachusetts: HRD Press, Inc., 2004

HURWITZ Leeds W., **Notes in the History of Intercultural Communication: The Foreign Service Institute and the Mandate for Intercultural Training**, Quarterly Journal of Speech, 76, 1990

İLBARS Z., **Türk ve Japon Kültüründe Çocuk Yetiştirme Usullerindeki Benzerlikler**, *Antropoloji Dergisi.* D.T.C. Fak. Yayını. Sayı 10, 1981

JACKSON S. E., JOSHI A. , ERHART N. L., **Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implications**, *Journal of Management,* 29 (6), 2003

KAMP, A., HAGEDORN-RASMUSSEN, P., **Diversity management in a Danish context: Towards a multicultural or segregated working life**, *Economic and Industrial Democracy,* 25 (4), 2004

KARA Arş. Gör. Tolga, **Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Gazeteciliğin Değişen Yüzü**, 2000

KAYA A. Raşit, **Kitle iletişim Sistemleri**, Ankara: Teori Yayınları, 1985

KONGAR Emre, **Kültür Üzerine**, Remzi Kitabevi, Yedinci Basım, Ocak, 2003

KÖPRÜLÜ Fuat, **Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar**, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 1999

KRISHNAMURTI Jiddu , **Zihin ve Düşünce Üzerine (On Mind and Thought)** , Çeviren : Cengiz Erengil , İstanbul: Ayna Yayınevi, 1999

LARRAIN A., **Biodiversidad de los equinodermos chilenos. Estado actual del conocimiento y sinopsis biosistemática**, *Gayana, Zool*., 59 (1). ,1995

LARRAIN Jorge, **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**, İstanbul: Sarmal Yayınevi. 1995

LEVENDOĞLU Mehmed Fuat, **Küresinliler Örneğinde Kültürel Kimlik**, Ankara: Ankara Üniversitesi Antropoloji Anabilim Dalı, 2006

MAHARAJ Nisargadatta , **Ben O'yum(I am That)** , Çeviren : Jale Gizer Gürsoy , İstanbul: Akaşa Yayınları , 1993

MANNIX E., NEALE M. A., **What differences make a difference:The promise and reality of diverse teams in organizations**, Psychological Science in the Public Interest.6(2) , 2005

MISLOVE Alan, MARCON Massimiliano , GUMMADI Krishna P. i, DRUSCHEL Peter , BHATTACHARJEE Bobby, **Measurement and Analysis of Online Social Networks**, IMC'07: Proceedin

gs of the 7th ACM SIGCOMM, San Diego, California, USA: Conference on Internet Measurement, October 24-26, 2007

NAKTİYOK Atılhan, **Çevresel Çalkantı ve Örgüt Kültürü**, Erzurum: Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999

NİZAM Feridun,BİÇER Serkan, **İnternet Yayıncılığında Etik ve Hukuki İhlaller**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008

ORKAN Doç. Dr. Ahmet L., **Bilişim Teorisi Temel Kavramlar**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa Birimi , 1992

OKTAY Mahmut ,**İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş**, İstanbul: Der Yayınları, Yayın No:187, 1996

OZANKAYA Özer, **Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Cem Yayınevi, 1995

OZANKAYA Özer, **Toplumbilim**, İstanbul: Cem Yayınevi, 7. Basım, 1991

ÖNDER Ali Tayyar, **Türkiye'nin Etnik Yapısı Halkımızın Kökenleri ve Gerçekler**, 7. Basım, İstanbul: Fark Yayınları, 2007

ÖZKALP Enver, **Sosyolojiye Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayını, 7. Baskı, Eskişehir, 1994

ÖZKÖK Ertuğrul, **Sanat, İletişim ve İktidar**, Ankara: Tam Yayıncılık, 1982

PENNINGTON Prof. Dr. M.R , **Calculations of the dipion contribution to the K_L-K_S mass difference**, *Physics Letters, 1985*

PETERS Thomas J, H. Jr ROBERT. Waterman, **Yönetme ve Yükseltme Sanatı**, Çev: Selami Sargut, Bilimsel Sorunlar Dizisi

PHILLIPS, Jason Keith, **A social Network Analysis of Business Logistics and Transportation, International Journal of Physical Distribution & Logist ics Management**, Vol. 28, No. 5.SAGER, Ira- HOF, Robert,1998

POSTMAN Neil , **Öldüren Eğlence Televizyon**, Çev: Osman Akınhay İstanbul: Ayrıntı yayınları, 1994

PRESTON P. W. , **Political/Cultural Identity: Citizens and Nations in a Global Era**, London,Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 1997

REICHENBERG N. E., **Best practices in diversity management**, *United,Nations Expert Group Meeting on Managing Diversity in the Civil Service*, United Nations Headquarters, New York, 3-4 May 2001

RICHERD E. LARRY Porter, SARNOVAR A. EDWIN R. McDaniel, **Communication Between Cultures,** Wadsworth Pub Co,7th Edition, 2009

SANTUCCI M., SAGLIO G.,TURA S. , **Pathogenesis and progression of chronic myeloid leukemia**, Haemat, 1996

SARI İsa, **Üniversiteler İçin Türk Dili El Kitabı**, Erzincan: Turkish Studies, 2010

SCLARINI Pascal ,HUG Simon ve DUPONT Cedric, **Example,Exception,or Both ?Swiss National Identety in Perspekt ive consterücting Europe's Identety :The External Dimension** ,Lars-Erik Cederman (der),Boulder Co ,London: Lynne Rienner Publishers,2001

SIMON Harrison, **Cultural Boundaries**, *Anthropology Today*, no. 15(5), 1999

SONNENSCHEIN W., **The diversity toolkit: How you can build and benefit from a diverse workforce**, New York: McGrawHill Companies, 1997

SÖZEN Edibe , **Kimliklerin İnşası, Demir Kafesten Plastiği ve Kimliklerimiz**, İstanbul:Birey Yayıncılık, 1999

THEL-
WALL, **No place for news in social network web sites**, Online Information Revi ew, Vol. 32, No. 6, 2008

THOMAS R.Hays., **Why Now? The Contemporary Focus on Managing Diversity**, USA: Blackwell Publishing, 2004

TURAL S., **Kültürel Kimlik Üzerine Düşüceler**, Ankara: Ecdat Yayınları, 1988

TURNER, J. & BROWN, R., **Social status, cognitive alternatives and intergroup relations. Differentiation betıveen social groups**: **Studies in the social psy-**

chology of intergroup relations. (Der.) H. Tajfel. London: Academic Press, 1978

TURNER, J. C, **Towards a cognitive redefinition of the social group**, Social identity and intergroup relations. (Der.) H. Tajfel. London: Harvester VVheat Sheaf., 1982

UNITED STATES GOVERNMENT ACCOUNTABILITY OFFICE, **Diversity management: Expert-Identified leading practices and agency examples.** ***Report to the Ranking Minority Member, Committee on Homeland Security and Governmental Affairs****, U.S. Senate,* GAO-05-90 (www.gao.gov/cgibin/getrpt?GAO-05-90)., 2005)

USLUATA Ayseli, ***İletişim***, İstanbul, İletişim Yayınları, 1984

UZUNÇARŞILI SOYDAŞ Ayda ,**Çokuluslu İşletmelerde Kurum Kültürü ve Halkla İlişkiler Uygulamaları**, İstanbul:Marmara Uni. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, 2001

VURAL Z. Beril Akıncı, Mikail Bat, **Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya**:**Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma**,Yaşar Üniversitesi Yayınları, 2010

VVETHERELL M. (der.) , **Identities, groups and social issues**, London: Sage.,1996

WELLMAN B , **An Electronic Group is Virtually a Social Network, in Sara Kiesler**, ed.,Culture of the Internet, Chapter 9, NJ: Lawrence Erbaum, 1996

WELLMAN B. & GULIA M., **Virtual communities as communities: net surfers don't ride alone**, London: Routledge, 1999

WINTLE Michael, **Culture and Identity in Europe: Perceptions of Divergence and Unity in Past and Present**, Michael Wintle (der.), Avebury, Ashgate Publishing Ltd., 1996

YAMAN Meltem, **Kişilerin Değerleri İle Birlikte Çalışmayı Tercih Ettikleri Kişilerin Özellikleri Arasındaki İlişkiler**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Marmara üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001

YAŞA Recep, **Sakarya ve Çevresinin Türk Hâkimiyetine Girişi**, I. Sakarya ve Çevresi Tarih ve Kültür Sempozyumu, Adapazarı: Sakarya Üni. Yay., 1999

YAŞA Recep, Kaşgarlı Mahmud, **Divanü Lugati't-Türk**, Ankara: Tercüme Eden: Besim Atalay, 1986

YURDUSEV A. Nuri , **Avrupa Kimliğinin Oluşumu ve Türk Kimliği, Türkiye ve Avrupa:Batılılaşma, Kalkınma, Demokrasi**, Atila Eralp (der.), Ankara: İmge Kitabevi, 1997

YÜREGİR Yrd.Doç.Dr. Oya H., **Türkiye'deki Tekstil İşletmelerinde Bilgi ve Bilişimin Yeri**, Çukurova Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü, 2003

ZİLHOĞLU Merih**, İletişim Nedir?**, İstanbul: Cem Yayınevi, 1996

Süreli Yayınlar:

ANAGNOSTOPOULO Aris, KUMAR Ravi, MAHDIAN Mohammad , **Influence and Correlation in Social Networks**, In KDD'08: Proc. of the 14th ACM int'l conf. on Knowledge Discovery and D ata Mining, New York, USA. ANKLAM, Pati (2009), Ten years of net work, The Learning Organization, Vol. 16, No. 6., 2008

BOYD D. M. & ELLISON N. B., **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.**, *Journal of Computerediated Communication, 13*(1), 2007

BRANTHWAITE, A., DOLYE, S. ve LIGHTBOWN, N., **The balance betvveen fairness and discrimination**, *European Journal of Social Psychology.* 9, 1979

BREHM S.& KASSIN, S. M., **Social Psychology**, Boston: Houghton Mifflin Company., 1993

ÇAĞLAR İrfan, **Yönetim-Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma**, Gazi Üni. İİBF Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, Kış 2001

DAWLEY Lisa , **Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy**, On The Horizon, Vol. 17, No. 2, 2009, s. 111

EIJKMAN Henk , **Web 2.0 as a Non-foundational Network-centric Learning Space**, Campus-Wide Information Systems, Vol. 25, No. 2. ,2008

ERENGÜL Bilge , **Alt Kültürleri Bütünleyen Liderlik**, İnsan Kaynakları Düşünce Platformu (Executive Excellence Dergisinin Ekidir.), Ekim, 2003

LAURE Garton, HAYTHORNTHWAITE Carolinen, WELLMAN Barry, **Studying Online Social Networks**,Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 3 No. 1, 1997

LEA, Bih-Ru- YU, Wen-Bin- MAGULURU, Nisha- NICHOLS, Michael, **Enhancing Business Networks Using Social Network Based Virtual Communities**, Industrial Management & Data Systems, Vol. 106, No. 1, 2006

NEUMAN Marco , HOHAN Deirdre , **Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities**, Journal of European Industrial Training, Vol. 29 No. 6, 2005

POINT S., SINGH V. , **Defining and dimensionalising diversity: Evidence from corporate websites across Europe**, *European Management Journal,* 21 (6),2003

SMITH David M., **Market Forces: Cultural Factors and Locational Processes**, International Social Science Journal, Mart, 1997

ŞİMŞEK Levent, **Parçalanmış Kültür**, İnsan Kaynakları Düşünce Platformu (Excellence Dergisinin Ekidir.), Ekim, 2003

EKLER

EK-1: KÜLTÜREL KİMLİK FARKINDALIĞI ANKETİ

AÇIKLAMA: Size uygun olan seçeneğin içine 'X' işaretini koyunuz. Ankete verdiğiniz cevaplar gizli tutulacaktır. Göstermiş olduğunuz hassasiyete şimdiden teşekkür ederiz.

1- Cinsiyetiniz : Kız ( ) Erkek ( ) 2- Dininiz : ..... 3- Yaşınız: .....

4-Medeni Durumunuz: ..... 5-Kültürel Kimliğiniz (Etnik Grubunuz): .....

6-Babanızın Kültürel Kimliği: ..... 7-Annenizin Kültürel Kimliği: ..... 8-Mesleğiniz: .....

9- Aile Durumunuz: Anne Sağ ( ) Baba Sağ ( ) Anne-Baba Sağ ( ) Anne-Baba Ölü ( )

10- Sosyal Sınıfınız: En Üst ( ) Üstün Altı ( ) Ortanın Üstü ( ) Ortanın Altı ( ) Altın Üstü ( ) Altın Altı ( )

11- Politik Eğiliminiz: Aşırı Sol ( ) Sol ( ) Liberal ( ) Sağ ( ) Aşırı Sağ ( ) Yok ( )

12- Kültürel kimliğimin (etnik grubumun) gelenek göreneklerine, tarihine ve benimle aynı kültürel kimliğe sahip insanlara ulaşabilmek için zaman harcarım.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

13- Kendi kültürel kimliğimin(etnik grubumun) üyelerinin bulunduğu bir gruba üyeyim ve bu grupta aktıf olarak görev almaktayım.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

14- Etnik kökenim ve etnik kökenimin bana göre anlamı ile ilgili saf düşüncelere sahibim.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

15- Benimle aynı kültürel kimliğe sahip insanlar vasıtasıyla gelecekte hayatımın nasıl değişebileceği hakkında çok düşünüyorum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

16- Bulunduğum kültürel kimliğin(etnik grubun) bir üyesi olduğum için mutluyum..

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

17- Kendi kültürel kimliğime ait güçlü, derin duygulara sahibim.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

18- Bana göre kendi kültürel kimliğimi(etnik grubumu) çok iyi anlayabiliyorum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

19- Kültürel kimliğimle ilgili daha fazla bilgi edinmek için sık sık diğer insanlarla kültürel kimliğim hakkında konuşurum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

20- Kendi kültürel kimliğimle gurur duyarım.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

21- Kendi kültürel grubuma özel yemek, müzik ya da bu gruba has adetleri içeren kültürel etkinliklerde bulunurum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

22- Kendi kültürel grubuma karşı güçlü bir bağ hissediyorum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )

23- Kültürel ya da etnik kökenim hakkında iyi şeyler düşünüyorum.

Kesinlikle Katılmıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılıyorum ( ) Kesinlikle Katılıyorum ( )