DİJİTAL GÖÇMENLERLE DİJİTAL YERLİLERİN BİR SANAL TOPLULUKTAKİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Benan YÜCEBALKAN

Kocaeli Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Barış AKSU

Kocaeli Üniversitesi

ÖZET

Dijital dünyanın içerisinde doğmuş olan dijital yerlilerle 1980 öncesinde doğmuş olan dijital göçmenler ve sanal bir topluluk, sosyal ağ örneği olarak Instagram'dan yola çıkan çalışmanın amacı; dijital göçmenlerle dijital yerlilerin Instagram'ı kullanma tercihlerindeki algı ve tutumlarını karşılaştırmalı olarak değerlendirmektir. Çalışmanın uygulama sürecinde Aksu ve Yücebalkan (2018) tarafından oluşturulan ölçekten yararlanılmış, 5'li Likert yapısında "üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet", "yeni var olma alanı", "yeni görsel medya", "izleme ve izlenme", "bilgi öğrenme", "yeni ilişkiler" ve "bağlılık" değişkenlerine ilişkin yargıların istatistiksel incelemesi yapılmıştır. Çalışmanın sonunda "üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet", "izleme ve izlenme" ve "yeni ilişkiler" değişkenlerinde dijital göçmenlerle dijital yerliler arasında anlamlı farklılıklar bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital göçmenler, dijital yerliler, sanal topluluklar, Instagram.

GİRİŞ

Dijital dönüşümlerin yaşandığı ve dünyanın küresel olarak birbirine bağlı hale geldiği günümüzde sosyal ağların en ücra köşelere ulaşmasıyla birlikte ağ toplumları ya da sanal topluluklar ortaya çıkmıştır. Bu topluluklar sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun bireysel, grupsal, örgütsel ve sosyal örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum ya da topluluk türüdür. Bu toplulukların üyeleri için dijital dünya arkadaşlık, iş, alışveriş, araştırma, politika, oyun, finans vb.'nin hayata geçirildiği bir alana açılan geçittir.

Sanal dünya ve ağ toplumu yapılanmasıyla birlikte gündeme gelen eşitsizlik ya da ayrım; dijital bölünme, sayısal uçurum, sayısal bölünme, sayısal kopma gibi farklı kavramlarla ifade edilen "dijital uçurum"dur. Dijital uçurum, farklı sosyo-ekonomik düzeyde yer alan bireylerin, ailelerin, kurumların ya da coğrafi alanların bilişim teknolojilerine erişimindeki ya da kullanımındaki eşitsizliği ifade etmektedir. Aynı zamanda bu kavram, bilişim teknolojilerine erişebilen ve etkin biçimde kullanabilenler ile bunu yapamayanlar arasındaki farka da işaret etmektedir. Ancak dijital uçurum yalnızca bireyler, aileler, kurumlar ya da coğrafi alanlar arasında değil, aynı zamanda kuşaklar arasında da kendini göstermektedir

(Kurt vd., 2013: 6). Literatürde ilk kez Marc Prensky (2001), farklı yaş gruplarındaki insanların teknolojiyi farklı şekilde, farklı amaçlarla ve farklı beceri düzeylerinde kullandıklarını belirterek kuşaklar arasındaki sayısal uçurum konusunu bu açıdan incelemiştir. Sayısal uçuruma bu farklı bakış açısıyla birlikte kuşaklar arasındaki teknolojiye bakış açısındaki farklılıkları yansıtan iki grup ortaya çıkmıştır: Dijital yerliler ve dijital göçmenler. Dünyayı algılayış açısından farklılıklar taşıyan bu iki kuşağın davranışları teknoloji, sosyoloji, iletişim, siyaset, işletme gibi farklı birçok bilim dalının ilgisini çekmektedir.

Bu bağlamda dijital göçmenler, dijital yerliler, sanal topluluklar ve Instagram'dan yola çıkan çalışmanın amacı dijital göçmenlerle dijital yerlilerin Instagram'ı kullanma tercihlerindeki algı ve tutumlarını karşılaştırmalı olarak değerlendirmektir.

KAVRAMSAL TEMELLER

Çalışmanın kavramsal temelleri dijital yerliler, dijital göçmenler ve sanal topluluk olarak Instagram'dır. Aşağıda anılan kavramlara ilişkin literatür taraması yer almaktadır.

Dijital Yerliler

Dijital yerliler ve dijital göçmenler konusunda çok sayıda araştırma çalışması bulunan Prensky, ağ ortamına doğan ve büyüyen kuşağı ifade etmek üzere kullanılabilecek bir kavram konusunda zorluk yaşandığını belirtmektedir. Nitekim Gibson, Koontz ve Van Den Hende (2008) dijital ayrımın ve dijital yerli neslinin doğuşunun 1987 yılında gerçekleştiğini belirtmişlerdir (Kurt vd., 2013: 7).

Prensky, daha sonra en uygun adlandırmanın, dijital dilin bu kuşak tarafından ana dil (native speaker) olarak konuşulmasından hareketle "dijital yerli" (digital native) olmasının uygun olduğunu düşündüğünü belirtmektedir. Teknoloji temelli bir dünyaya doğan ve çok küçük yaşlardan itibaren teknolojiyle tanışarak kendilerine teknolojik bir öğrenme dili geliştiren kuşağa "dijital yerliler" denilmektedir (Prensky, 2001a, 2001b; Pedro, 2006). Prensky'nin yeni teknolojilerle büyüyen kuşak için kullandığı dijital yerli kavramı günümüzde bu kuşağı nitelemek üzere yaygın olarak kabul görmüş bir kavramdır (Bilgiç vd., 2011: 5). Prensky (2001), dijital medya araçlarına aşina olanlarla olmayanları "dijital yerliler" ve "dijital göçmenler" olarak ikiye ayırır. Dijital yerliler D-gen (dijital kuşak), New Millennium Learners (NML) (yeni binyılın öğrencileri), Net Generation (Net kuşağı) (Oblinger ve Oblinger, 2005; Tapscott, 1999), the IM (Instant-Message) Generation (anlık mesaj kuşağı) (Lenhart, Rainie ve Lewis, 2001), the Gamer Generation (oyun kuşağı) (Carstens ve Beck, 2005), the Homo Zappiens (zaplayan insan) (Veen, 2003; Pedro, 2006) ya da Cyber Kids (siber çocuklar), Grasshopper Mind (çekirge zihin) gibi adlarla da anılmaktadırlar (Çetin ve Özgüdin, 2013:174; Pedro, 2006: 2).

Dijital yerlilerin genel özellikleri şöyle sıralabilir (Çukurbaşı & İşman, 2014: 30-31).

- Bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili gelişmiş bilgi ve becerilere sahiptirler (Prensky, 2001).

- Teknoloji kullanmaya yönelik olarak doğuştan yeteneklidirler ve yeni teknolojilere kolayca uyum sağlayabilmektedirler (Prensky, 2010).

- Teknoloji ile yetiştirilmelerinin ve deneyim kazanmalarının sonucu olarak kendilerinden önceki kuşaklara göre daha özel ve farklı öğrenme stillerine sahiptirler (Prensky, 2001; Prensky, 2004; Bennett vd., 2008; Lei, 2009).

- Zamanlarının büyük bölümünü bilgisayar başında geçirmektedirler (Günther, 2007).

- Kısaltmalardan oluşan kendilerine özgü bir dilleri bulunmaktadır (Günther, 2007).

- Yaşları gençleştikçe internet kullanma sıklıkları artmaktadır (Lei, 2009).

- Genç yaştaki dijital yerlilerin kullandıkları teknolojiler, daha fazla çeşitlilik ve karmaşıklık içermektedir (Kaiser Family Foundation, 2003).

- Kolaylıkla çoklu ortam araçlarını kullanabilmekte ve bu araçlarla uzun süre zaman geçirmektedirler (Rideout vd., 2005).

- En önemli özelliklerinden biri çoklu görev (multitasking) yapabilmeleridir (Brown, 2002; Rideout vd., 2005; Sprenger, 2010; Helsper ve Eynon, 2010; Koutropoulos, 2011; Günüç, 2011). İki ya da daha fazla görevi gerçekleştirme sırasında iki ya da daha çok teknolojik aracı eş zamanlı olarak kullanabilmektedirler (Helsper & Eynon, 2010).

- Bağımsızlık, kişiselleştirme, bütünlük, inceleme, işbirliği, eğlence, inovasyon ve hız olmak üzere sekiz temel normları bulunmaktadır (Tapscot, 2009).

- Bilgiyi diğer kuşaklara göre daha farklı almaktadırlar (Tapscot, 2009).

- Teknoloji meraklısıdırlar ve var olan teknolojilere yüksek güven duymaktadırlar (Oh & Reeves, 2014).

- E-posta ve cep telefonlarının yanında en çok zaman geçirdikleri popüler teknolojiler Facebook ve Youtube gibi sosyal ağ araçlarıdır (Oh & Reeves, 2014).

- Kendi dijital dünyaları ile sürekli etkileşim halindedirler (Sprenger, 2010).

- İstedikleri, ilgi duydukları işlerle ilgilenmeyi arzu ederek motive olurlar ve hiçbir şeyi kaçırmak istemezler (Sprenger, 2010).

- Bilgisayar ve dijital aygıtları kullandıklarında tüm süreci takip ederler (Sprenger, 2010).

Diğer yanda Time dergisinin 2012 yılında dijital yerliler ve dijital göçmenler hakkında medya kullanımları üzerine yaptığı araştırmada değişik sonuçlar göze çarpmaktadır. Bu sonuçlar şöyle sıralabilir (Business Wire, 2012'den aktaran Karabulut, 2015: 19):

- Dijital yerliler 1 saat içerisinde 27 defa televizyon, dergi, tablet bilgisayar, akıllı telefon ya da başka kanallar içerisindeki platformlar arasında geçiş yapabilirler.

- Duygusal halleri inişli çıkışlı alt seviyelerde deneyim yaşayan bu topluluğun üyeleri, çok kısa zaman içerisinde sıkılmakta ve duygusal durumlarını değiştirmek için dikkatlerini başka ortamlara yöneltmektedirler.

- Dijital yerlilerin %65'i ev yaşantısı içerisinde odalar arasında geçiş yaparken bile akıllı telefonlarını uzuvlarıymış gibi yanlarından ayırmadan kullanmaktadırlar.

- Dijital yerlilerin yarısından fazlası (%54), kişilerle konuşmak yerine mesajlaşmayı tercih ettiğini ifade ederken, dijital göçmenlerde bu oran %28'dir.

Dijital Göçmenler

Dijital göçmenler, 1980 öncesinde doğmuş olan ve dijital dünyanın içerisinde doğmuş dijital yerliler gibi sanal gerçekliğe aşina değil, sonradan uyum sağlamaya çalışan bir kuşaktır. Buradan hareketle, dijital yerliler ile dijital göçmenler arasındaki farkın interneti/dijital dünyayı kullanma algısında olduğu ileri sürülebilir ancak literatürde daha güçlü olarak yaş yapısının belirleyiciliği vardır. Dijital yerlilerin Y-kuşağı (Echo Boom ya da Next Generation: 1977-1994 yılları arasında doğanlar) ile Z-kuşağı (Kuşak I, İnternet Kuşağı, iGen, Instant Online, Dijital Çocuklar, com Çocukları: 1995-2012 yılları arasında doğanlar) olarak kabul edildiği görülmektedir. Bu bağlamda geleceğe yönelik Y-kuşağı ile Z-kuşağı arasında sayısal uçurumun azalacağı öngörüsü ileri sürülebilir. Nitekim Sprenger (2010) çalışmasında teknolojiyi kullanan bireyleri doğum yıllarına göre Tablo 1'de şu şekilde sınıflandırmıştır:

Tablo 1: Teknolojiyi Kullanan Bireylerin Doğum Tarihlerine Göre Sınıflandırılması

DOĞUM YILI	POPÜLER AD	TEKNOLOJİ İLE ÖĞRENME
1946-1964 arası	Baby Boomers (TV kuşağı)	Pasif
1965-1976 arası	X kuşağı	En yüksek eğitim seviyesine sahip olanlar
1977-1998 arası	Y kuşağı	Bilgisayar ve diğer teknolojileri kullanarak büyüyenler
1999 ve sonrası	Z kuşağı	Kendileri gibi aileleri de teknolojiyi kucaklayan ilk kuşak

Bir diğer deyişle dijital göçmenlik, yirmili yaş ve sonrasında teknoloji, internet ve web ile tanışan, teknolojik araçların kullanımı ve teknoloji tabanlı öğrenmede güçlükler veya çeşitli uyum sorunlarıyla karşılaşabilen, teknoloji okuryazarlığı dijital yerlilere oranla daha düşük düzeydeki bireyleri tanımlamaktadır (Prensky, 2001a, 2001b). Dijital göçmenler dijital medya

araçlarını ilk değil, ikinci kaynak olarak kullanırlar. Metinleri baştan sona doğrusal biçimde okumayı tercih ederler. Geçmiş alışkanlıklarından dolayı dijital dili Prensky'nin deyimiyle "aksanlı" olarak kullanırlar. Bilgi edinmek için öncelikli olarak basılı kaynakları daha sonra interneti kullanırlar. Benzer biçimde haber kaynağı olarak da basılı gazetelerden yararlanırlar (Kürkçü, 2015: 2).

Palfrey ve Gasser (2008)'e göre dijital göçmenler analog dünyada doğan ancak dijital kültür ile de biçimlenen kuşağı oluşturmaktadır. Dijital göçmenler kimi zaman çocuğu ile aynı dili konuşmak, onu daha iyi anlamak isteyen ebeveynleri, kimi zaman da dijital dünyayı sevdiği ve istediği için izleyen bireylerin yanında dijital dünyayı işi ya da mesleği gereği izlemek ve kullanmak zorunda olan öğretmenler, akademisyenler, mühendisler vb. iş alanlarında görev yapan bireyleri ifade etmektedir. Peters (1999)'a göre, dijital göçmenlerin bir anlamda postmodernist düşüncenin bir kahramanı olduğundan söz edilebilir (Kurt vd., 2013: 8-9).

Sanal Topluluk Olarak Instagram

Günümüzde internet kullanımın yaygınlaşması ve giderek gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesiyle birlikte "kamusal alan" kavramı da tartışmaya açılmıştır. Bireyler yüz yüze olamadıkları, yeryüzünde herhangi bir koordinat düzlemine tekabül etmeyen bir uzamda bir araya gelmekte ve bir "siber kamusal alan" oluşturmaktadırlar. Ancak internetin asla "gerçek" siyasal ve toplumsal ilişkilere alternatif olamayacağını ileri sürenler de bulunmaktadır. İnternetin herkesin erişimine açık olmaması, ortak bir kamusallık için gerekli olan asgari düzenden yoksun olması (siber uzamın çok parçalı, bölük-pörçük yapısı) ve hızla ve gitgide daha fazla oranda ticari çıkarlar tarafından sömürgeleştiriliyor olması bu durumun temel gerekçeleri olarak sıralanmaktadır (Tuğran Erdoğan, 2016: 9).

Siber uzamda varlık bulan "sanal organizasyonlar"ı 1996'da Eduardo Bueno-Campos "tedarikçileri, müşterileri, rakipleri ve diğer organizasyonları birbiriyle ilişkilendirip bağlayan bir değer zinciri" olarak tanımlamış ve bu değer zincirinin ekonomik sistem içinde yüksek etkililik ve sinerji yarattığını ileri sürmüştür (Gil-Estallo vd., 2000:241-248). "Sanal topluluk" düşüncesine ilham kaynağı olanlar ise, enformasyon toplumuna geçiş ve ekonomik yapıyla birlikte toplumsal ve kültürel bağların dönüşüme uğrayacağını öngören Toffler ve Masuda'dır. Sanal topluluk; aynı anda her yerde bulunabilen ve mekândan bağımsız milyonlarca kişinin sanal alanlarda bir araya gelmesi biçiminde tanımlanabilir (Güçdemir, 2015:65)

Sanal organizasyon ve sanal topluluk örneği olarak Instagram 6 Ekim 2010 tarihinde ücretsiz bir uygulama olarak Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. Adını İngilizce anlık, çok hızlı kamera (instantcamera) ve telgraf (telegram) kelimelerinin bileşiminden alır (Eden, 2014).

Günümüzde Ocak 2019 verileri ile dünya ölçeğinde Instagram takipçilerinin yaşa ve cinsiyete göre dağılımları %32 ile 18-24 yaş aralığı, %33 ile 25-34 yaş aralığı, %16 ile 35-44 yaş

aralığı ve kadın/erkek takipçi oranları eşit biçimindedir. Yine Ocak 2019 verilerine göre "Dünya ölçeğinde en çok ziyaret edilen siteler listesi"nde sırasıyla ilk üçte yer alan Google, Youtube ve Facebook'u yakalayamayan Instagram'ı ziyaret edenler, ortalama 5-6 dakika online kalmaktadır (wearasocial.com). Haziran 2018 itibariyle Instagram dünya çapında aylık 1 milyardan fazla aktif kullanıcısı olduğunu bildirmiştir ve günlük aktif kullanıcı sayısı 500 milyondur. ABD'de 120 milyondan fazla aktif Instagram kullanıcısı bulunmaktadır (statista.com). 82,4 milyon nüfusa sahip Türkiye'de ise, Ocak 2019 verilerine göre nüfusun %72'sini oluşturan 59,36 milyon internet kullanıcısı vardır. Bunların %63'ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı, nüfusun %53'ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye'de aktif Instagram kullanıcı sayısı 38 milyon olup, 2018 yılına göre %2,7 oranında bir artış yaşanmıştır. (Bayrak, 2019).

METODOLOJİ

Araştırma 237'si kadınlardan ve 124'ü erkeklerden oluşan toplam 361 kişi üzerinde yapılmıştır. Basit rassal örnekleme yöntemi kullanılarak anket çalışması sonucunda veriler elde edilmiştir. Çalışmanın uygulama sürecinde Aksu ve Yücebalkan (2018) tarafından oluşturulan ölçekten yararlanılmış, 5'li Likert yapısında "üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet", "yeni var olma alanı", "yeni görsel medya", "izleme ve izlenme", "bilgi öğrenme", "yeni ilişkiler" ve "bağlılık" değişkenlerine ilişkin yargıların istatistiksel incelemesi yapılmıştır.

Verilerin analizinde SPSS 21'den yararlanılmış ve ortaya çıkan sonuçlar özet tablolar ve grafikler biçiminde sunulmuştur. Tüm analizlerde istatistiksel anlamlılık düzeyi %5 ($p<0,05$) olarak alınmıştır. Analizlerde Friedman Testi, t-testi ve ki-kare testlerinden faydalanılmıştır. Bulguların sunulmasında parametrik olmayan değişkenler için frekans ve yüzdelerle gösterimi uygun görülmüştür. Parametrik değişkenler ise ortalama ve standart sapma değerleriyle gösterilmiştir.

BULGULAR

361 kişi üzerinde yapılan çalışmaya katılanların %16,9'u dijital göçmen ve %83,1'i de dijital yerlilerden oluşmaktadır. Bu kişilerin büyük çoğunluğu önlisans ve üzerinde bir eğitim seviyesine sahiptir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%90,3'ü) büyük şehirlerde yaşamaktadır. Dijital göçmenlerin yaş ortalaması 45,9, dijital yerlilerinki ise 22 olarak tespit edilmiştir (Tablo 1).

Tablo 2: Demografik Bulgular

		Dijital Göçmen		Dijital Yerli		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Toplam		**61**	**16,9**	**300**	**83,1**	**361**	**100**
Cinsiyet	Kadın	40	65,6	197	65,7	237	65,7
	Erkek	21	34,4	103	34,3	124	34,3
Eğitim Düzeyi	İlkokul	5	8,2	0	0,0	5	1,4
	Ortaokul	2	3,3	3	1,0	5	1,4
	Lise	11	18,0	18	6,0	29	8,0
	Önlisans	9	14,8	202	67,3	211	58,4
	Üniversite	18	29,5	75	25,0	93	25,8
	Yüksek lisans	16	26,2	2	,7	18	5,0
Şehir Büyüklüğü	Küçük (<500 b)	3	4,9	19	6,3	22	6,1
	Orta (501 b - 1 m)	1	1,6	12	4,0	13	3,6
	Büyük (>1 m)	57	93,4	269	89,7	326	90,3
Aylık Gelir	3000 ve altı	9	14,8	145	48,3	154	42,7
	3001-5000	21	34,4	124	41,3	145	40,2
	5001-7000	15	24,6	21	7,0	36	10,0
	7001 üzeri	16	26,2	10	3,3	26	7,2
Yaş *(Ort ± s)*		45,9 ± 10,3		22,0 ± 1,6		26,0 ± 10,0	
Aylık Harcama *(Ort ± s)*		1932,0 ± 1322,9		909,4 ± 545,4		1082,2 ± 828,2	

Dijital göçmen ve dijital yerlilerin ölçekte yer alan yargılara verdikleri yanıtların dağılımı Tablo 2'de yer almaktadır. Bu tabloda oluşturulan faktör isimleri Aksu ve Yücebalkan'ın (2018) çalışmasında belirlenmiştir. Ayrıca bu çalışmada da bunların geçerliliği yapılan analizler (faktör analizi testleri) sonucunda tekrar gözden geçirilmiş ve aynı sonuçlar elde edilmiştir. Bu nedenle bu çalışma için kurgulanan faktör analizi sonuçlarına yer verilmemiştir.

Tablo 3: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Ölçekte Yer Alan Yargılara Verdikleri Yanıtların Dağılımı

		Hiç Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ÜRETİCİ-TEDARİKÇİ-TÜKETİCİ AĞINA AİDİYET											
Firmalarla temas kurmamı sağlıyor.	D. Göçmen	15	24,6	8	13,1	4	6,6	27	44,3	7	11,5
	D. Yerli	64	21,3	47	15,7	38	12,7	106	35,3	45	15,0
Reklamlardan yararlanıyorum.	D. Göçmen	15	24,6	14	23,0	5	8,2	19	31,1	8	13,1
	D. Yerli	60	20,0	28	9,3	46	15,3	106	35,3	60	20,0
Ucuz alış-veriş olanağı sağlıyor.	D. Göçmen	20	32,8	5	8,2	4	6,6	27	44,3	5	8,2
	D. Yerli	43	14,3	44	14,7	36	12,0	98	32,7	79	26,3
İnsanların alış-veriş deneyimlerinden yararlanıyorum.	D. Göçmen	19	31,1	3	4,9	6	9,8	19	31,1	14	23,0
	D. Yerli	42	14,0	34	11,3	42	14,0	100	33,3	82	27,3
Ünlülerle temas kurmamı sağlıyor.	D. Göçmen	23	37,7	6	9,8	9	14,8	19	31,1	4	6,6
	D. Yerli	88	29,3	40	13,3	50	16,7	67	22,3	55	18,3
YENİ VAROLMA ALANI											
Instagram'ın kullanıcılarını önemsediğini düşünüyorum	D. Göçmen	11	18,0	6	9,8	12	19,7	23	37,7	9	14,8
	D. Yerli	40	13,3	40	13,3	81	27,0	84	28,0	55	18,3
Instagram'ın sorun yaşadıklarında	D. Göçmen	12	19,7	5	8,2	28	45,9	13	21,3	3	4,9

insanlara destek verdiğini düşünüyorum	D. Yerli	49	16,3	53	17,7	77	25,7	88	29,3	33	11,0
Filtrelerde yaratıcı olabiliyorum	D. Göçmen	22	36,1	2	3,3	9	14,8	20	32,8	8	13,1
	D. Yerli	56	18,7	38	12,7	78	26,0	78	26,0	50	16,7
Instagram'ın insanlara kendilerini ifade etme yetkisi verdiğini düşünüyorum	D. Göçmen	5	8,2	5	8,2	9	14,8	31	50,8	11	18,0
	D. Yerli	35	11,7	36	12,0	60	20,0	95	31,7	74	24,7
YENİ GÖRSEL MEDYA											
Instagram'ın anlık güncellenmesi hoşuma gidiyor.	D. Göçmen	6	9,8	5	8,2	15	24,6	19	31,1	16	26,2
	D. Yerli	43	14,3	24	8,0	61	20,3	86	28,7	86	28,7
Instagram'ı medyanın eğlence aracı olarak görüyorum.	D. Göçmen	4	6,6	5	8,2	6	9,8	20	32,8	26	42,6
	D. Yerli	8	2,7	16	5,3	41	13,7	99	33,0	136	45,3
Mizahta görselliğin öne çıkması hoşuma gidiyor.	D. Göçmen	3	4,9	2	3,3	6	9,8	27	44,3	23	37,7
	D. Yerli	7	2,3	11	3,7	33	11,0	96	32,0	153	51,0
İZLEME ve İZLENME											
Profile kendimle ilgili bilgiler ekleyebiliyorum	D. Göçmen	17	27,9	2	3,3	4	6,6	19	31,1	19	31,1
	D. Yerli	16	5,3	20	6,7	26	8,7	79	26,3	159	53,0
Sevdiğim gönderileri paylaşabiliyorum	D. Göçmen	5	8,2	3	4,9	5	8,2	24	39,3	24	39,3
	D. Yerli	12	4,0	11	3,7	28	9,3	57	19,0	192	64,0
Arkadaşlarımın fotoğraflarına yorum yapmak hoşuma gidiyor.	D. Göçmen	9	14,8	6	9,8	11	18,0	22	36,1	13	21,3
	D. Yerli	34	11,3	21	7,0	53	17,7	74	24,7	118	39,3
BİLGİ ÖĞRENME											
Bilgi ve becerimin geliştiğini düşünüyorum	D. Göçmen	13	21,3	9	14,8	12	19,7	23	37,7	4	6,6
	D. Yerli	46	15,3	46	15,3	81	27,0	79	26,3	48	16,0
Sponsorluklar hakkında bilgi ediniyorum	D. Göçmen	16	26,2	7	11,5	16	26,2	15	24,6	7	11,5
	D. Yerli	57	19,0	43	14,3	82	27,3	84	28,0	34	11,3
Yeni bilgilerle karşılaşıyorum	D. Göçmen	5	8,2	2	3,3	5	8,2	28	45,9	21	34,4
	D. Yerli	13	4,3	16	5,3	30	10,0	124	41,3	117	39,0
YENİ İLİŞKİLER											
Instagram'ın basit ve kullanımının kolay olduğunu düşünüyorum	D. Göçmen	3	4,9	10	16,4	5	8,2	20	32,8	23	37,7
	D. Yerli	10	3,3	8	2,7	22	7,3	65	21,7	195	65,0
Instagram'ın firmaların yeni halkla ilişkiler ortamı olduğunu düşünüyorum	D. Göçmen	11	18,0	1	1,6	11	18,0	20	32,8	18	29,5
	D. Yerli	23	7,7	14	4,7	52	17,3	100	33,3	111	37,0
BAĞLILIK											
Yakın arkadaşlar ve akrabalarla temasta kalmamı sağlıyor	D. Göçmen	4	6,6	2	3,3	4	6,6	26	42,6	25	41,0
	D. Yerli	18	6,0	19	6,3	36	12,0	87	29,0	140	46,7
Tanıdıklarla temasta kalmamı sağlıyor	D. Göçmen	3	4,9	2	3,3	3	4,9	22	36,1	31	50,8
	D. Yerli	13	4,3	14	4,7	34	11,3	80	26,7	159	53,0

Elde edilen faktörlerin temel istatistiki değerleri Tablo 3'te yer almaktadır. Her faktör için oluşturulan birinci ve üçüncü kartil değerleri, o faktöre ait değerlerin %50'sinin hangi aralıklarda toplandığını göstermektedir. Bununla birlikte yapılan Friedman Testi ile faktörlerin birbirlerine göre bir farklılığının olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre tüm faktörlerin birbirlerinden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Ayrıca, bu faktörler içerisinde en fazla önemseneni "bağlılık" olarak ortaya çıkmaktadır. Bunu takip eden bir sonraki faktör ise "yeni ilişkiler"dir. En önemsiz faktör olarak da "üretici–tedarikçi–tüketici ağına aidiyet" çıkmıştır.

Tablo 4: Faktörlerin Temel İstatistiki Değerleri ve Birbirlerine Göre Oluşan Önem Sıralaması

	Yüzdelikler			Önem derecesi (%)	Test
Ort ± s	%25	%50 (Medyan)	%75		

Üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet	3,17 ± 1,03	2,50	3,40	4,00	63,4	
Yeni varolma alanı	3,19 ± 0,92	2,63	3,25	3,75	63,8	
Yeni görsel medya	3,94 ± 0,88	3,33	4,00	4,67	78,8	n = 361
İzleme ve izlenme	3,99 ± 1,04	3,33	4,33	5,00	79,8	χ^2= 590,41
Bilgi öğrenme	3,36 ± 0,93	2,67	3,33	4,00	67,2	sd = 6
Yeni ilişkiler	4,07 ± 0,97	3,50	4,50	5,00	81,4	p = 0,000
Bağlılık	4,12 ± 1,03	3,50	4,50	5,00	82,4	

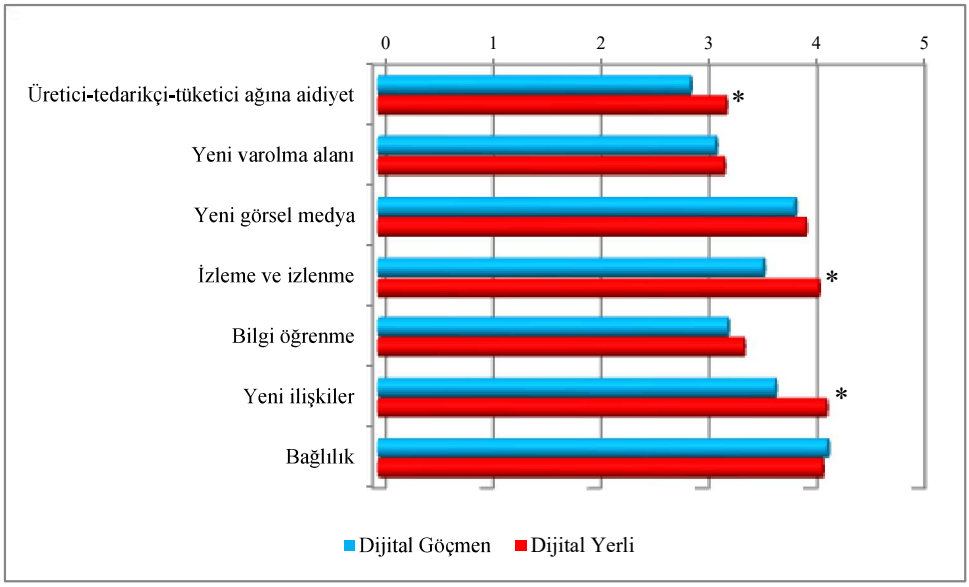
Dijital göçmen ve dijital yerli gruplarının faktörlere verdikleri tepkiler arasında bir farklılık olup olmadığının anlaşılması için t-testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur. Buna göre, "üretici–tedarikçi–tüketici ağına aidiyet" konusunda dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre daha fazla aidiyet hissettiği ortaya çıkmıştır (p=0,022<0,05). Ayrıca, "izleme ve izlenme" konusunda ise dijital göçmenler dijital yerlilere göre daha az etkilenmektedir (p=0,000<0,05). Bunun yanısıra, dijital yerliler dijital göçmenlere göre "yeni ilişkiler" konusunda daha fazla ön plana çıkmaktadır (p=0,001<0,05).

Tablo 5: Faktörlerin Dijital Göçmen ve Dijital Yerli Arasındaki Farklılıkları

		n	Ort ± s	t-test	p
Üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet	D. Göçmen	61	2,89 ± 1,11	-2,302	**0,022**
	D. Yerli	300	3,22 ± 1,00		
Yeni varolma alanı	D.Göçmen	61	3,13 ± 0,92	-0,578	0,564
	D. Yerli	300	3,20 ± 0,92		
Yeni görsel medya	D.Göçmen	61	3,86 ± 0,87	-0,784	0,434
	D. Yerli	300	3,96 ± 0,88		
İzleme ve izlenme	D.Göçmen	61	3,57 ± 1,10	-3,563	**0,000**
	D. Yerli	300	4,08 ± 1,01		
Bilgi öğrenme	D.Göçmen	61	3,24 ± 0,88	-1,114	0,266
	D. Yerli	300	3,39 ± 0,94		
Yeni ilişkiler	D.Göçmen	61	3,68 ± 1,19	-3,480	**0,001**
	D. Yerli	300	4,15 ± 0,90		
Bağlılık	D.Göçmen	61	4,16 ± 0,91	0,325	0,745
	D. Yerli	300	4,12 ± 1,06		

SONUÇ

Çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre "üretici-tedarikçi-tüketici ağına aidiyet", "izleme ve izlenme" ve "yeni ilişkiler" konusunda daha girişken oldukları söylenebilir. Gruplar arasındaki farklılıklar Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Faktörlerin Dijital Göçmen ve Dijital Yerli Arasındaki Farklılıkları

Aynı yıllarda doğup, aynı çağın koşullarında benzer toplumsal olayları, sıkıntıları, yükümlülükleri yaşamış bireyler topluluğunu tanımlamak için "kuşak" kavramı kullanılmaktadır. Her kuşağın felsefesi, kültürü ve alışkanlıkları farklıdır. Bu nedenle kuşak çatışmaları yaşanmakta ve bu çatışmalar tüm sistemleri etkilemektedir. Dijital yerliler ise, dijital kültürün günümüzdeki en önemli taşıyıcıları konumundadır. Bu bağlamda sözün sonunu Prensky'ye bırakmak uygun olacaktır:

Prensky'ye göre beynimiz plastik ve esnektir, ortamdaki değişimlere tepki olarak yaşam süresince değişim geçirmektedir. Teknoloji temelli iletişim medyası insan beynini ve edimlerini biçimlendirmekte, bu bağlamda yeni teknolojilerle çevrili gençlerin beyni yetişkinlerin beyinlerinden daha farklı bir eksende biçimlenmektedir (Medin, 2018: 147). Prensky'ye göre dijital yerliler dijital göçmenlerden farklı düşünmekte ve bilgiyi de tamamen farklı bir biçimde işlemektedirler. Bilgisayarlarla büyüyen bu kuşağın üyeleri "hipermetin zihinler" geliştirmekte, daldan dala atlamaktadır. Bilişsel yapıları sıralı değil, paraleldir. Düşünme kalıpları değişmiştir. Prensky, "nöroplastisite" (beynin çeşitli uyarıcılara karşı kendi kendini biçimlendirebilme yeteneği) araştırmalarının bulgularına işaret ederek "farklı türdeki deneyimlerin farklı beyin yapılarına yol açtığını" ve "beynin değiştiğini ve aldığı girdilere göre kendini farklı bir biçimde düzenlediğini" öne sürmektedir (Tonta, 2009: 746).

REFERANSLAR

Aksu, B., Yücebalkan, B. (2018). Z Kuşağının Instagram'ı Kullanma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması. IMAS Congress-Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi Bildiriler Kitabı, 953-966.

Bilgiç, H. G., Duman, D., Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri. Akademik Bilişim, 2-4 Şubat 2011, İnönü Üniversitesi, 1-7.

Bayrak, H. (2019). 2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri. https://dijilopedi. com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/, E.T.: 08.10.2019.

Çetin, M., Özgiden, H. (2013). Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kulanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2(1), 172-189.

Çukurbaşı, B., İşman, A. (2014). Öğretmen Adaylarının Dijital Yerli Özelliklerinin İncelenmesi (Bartın Üniversitesi Örneği). Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3 (1).

Eden, M. (2014), Instagram'ı Kim Kurdu?, http://kimkurdu. com/instagrami-kim-kurdu/, (E.T.: 30.11.2018)

Gil-Estallo, M.D.A., Celma-Benaiges, M.D., Aparicio-Valverde, M., Ferruz-Periz, N., Escardíbul-Ferrà, B. (2000). The New Organizational Structure and Its Virtual Functioning. International Advances in Economic Research, 6(2), 241–248.

Güçdemir, Y. (2015). Sanal Ortamda İletişim. Derin Yayınları, İstanbul.

Karabulut, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, 11-23.

Kurt, A. A., Günüç, S., Ersoy, M. (2013). Dijitalleşmede Son Durum: Dijital Yerli, Dijital Göçmen ve Dijital Göçebe. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 46 (1), 1-22.

Kürkçü Dumanlı, D. (2015). İnternette Gazete Takibinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler. İnet-Tr'15, XX. Türkiye'de İnternet Konferansı 1-3 Aralık 2015, İstanbul Üniversitesi.

Medin, B. (2018). Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri. Erciyes İletişim Dergisi, Aakademia, 5 (3), 142-158.

Pedro, F. (2006). The New Millenium Learners: Challenging Our Views on ICT and Learning.

Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants . From On the Horizon (MCB University Press, 9 (5).

Prensky, M. (2001b). Do They Really Think Differently? . Published in On the Horizon (NCB University Press, 9 (6).

Sprenger, M. (2010). Brain-based teaching in the digital age. Alexandria, ASCD.

Statista. com. (2019). Instagram–Statistics&Facts. https://www.statista.com/topics/1882 /instagram/, (E.T.: 18.08.2019).

Tonta, Y. (2009). Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği. Türk Kütüphaneciliği 23 (4), 742-768.

Tuğran Erdoğan, F. (2016). Dijital Yerlilerin Siber-Uzamda Çoklu Kimlik Kullanımı ve Oyun Oynama Pratikleri . Orta Karadeniz İletişim Çal. Derg./ MBS J Com. Stud., 1 (1), 8-17.

wearasocial. com (2019). "Digital 2019: Global Internet Use Accelerates", https://wearesocial. com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates, (E. T.: 18.08.2019).