

ALTERNATİF DİASPORANIN SOSYAL MEDYA İLETİŞİMİ: “NEW WAVE IN BERLIN”

FACEBOOK GRUBU ÖRNEĞİ

Mehmet Fatih ÇÖMLEKÇİ¹

Esra BOZKANAT²

ÖZ

Türkiye’den Almanya’ya yönelik olarak 20. yüzyılın ikinci yarısında ekonomik kaygılarla başlayan göç süreci, bugün genç ve yüksek eğitilmiş kesimle birlikte yeni bir boyuta taşınmıştır. Kendilerini “alternatif diaspora” olarak tanımlayan günümüz göçmenlerinin dayanışma platformları da kahvehane, dernek ve birliklerden dijital mecralara kaymaya başlamıştır. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, göçmenlik deneyimi ve onların oluşturdukları sosyal ağların niteliği de dönüşüme uğramıştır. Bu çerçevede çalışmada, Türkiye’den Almanya’nın Berlin kentine göç edenlerin kurmuş olduğu *New Wave in Berlin* (Berlin’de Yeni Dalga) isimli Facebook grubu bu dönüşümü incelemek amacıyla nicel (içerik analizi) ve nitel (yarı yapılandırılmış görüşme) yöntemleri birlikte kullanılarak ele alınmıştır. Çalışmanın amacı yeni nesil göçmenlerin araştırmaya konu Facebook grubu özelinde sosyal medyayı kullanma motivasyonlarını ortaya koymaktır. Sonuç olarak kullanıcıların grubu pragmatik ihtiyaçlar, bürokratik ihtiyaçlar, kültürel ve akademik ihtiyaçlar, karşılıksız yardım, sosyal yaşam çerçevesinde toplanan ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Görüşmelerden ortaya çıkan sonuç ise, pragmatik ihtiyaçlarının yanında, söz konusu grupların benzer sorunlar yaşayan göçmenler arasında deneyim aktarımı sağladığı, bir topluluğun parçası olma ve ortaklık duygusu yarattığı ve kullanıcılara ağ oluşturma (*networking*) şansı verdiğidir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Göç, Berlin, Facebook.

SOCIAL MEDIA COMMUNICATION OF THE ALTERNATIVE DIASPORA: THE CASE OF “NEW WAVE IN BERLIN” FACEBOOK GROUP

ABSTRACT

Today, the migration process that began with economic concerns in the second half of the 21st century from Turkey to Germany, moved to a new dimension with the inclusion of young and well-educated migrants. The solidarity platforms of today's migrants, who define themselves as alternative diaspora, have shifted from coffee houses, associations and unions to digital channels. Together with the developments in new communication technologies, the migration experience and the nature of the social networks they have created have been transformed. With the intent of discussing this transformation, the Facebook group entitled “New Wave in Berlin” was chosen as a case study and examined with quantitative (content analysis) and qualitative (semi-structured interview) methods. The aim of the study is to reveal the motivations of new generation migrants to use social media in terms of the chosen

¹ Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, fatihcomlekci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4811-5558

² Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, ebozkanat@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6050-2550

Facebook group. As a result, it has been found out that the users utilize the Facebook group to meet their pragmatic, cultural, academic, social needs and to offer complimentary help. The result of the interviews is that besides the pragmatic needs, these groups provide experience transfer among migrants who have similar problems, create a sense of being a part of a community and a partnership, and give users the opportunity of networking.

Keywords: Social Media, Migration, Berlin, Facebook.

GİRİŞ

Sirkeci Garı'ndan yola çıkan ilk trenin Münih'teki 11. Perona yanaşmasıyla başlayan ve bugün sayıları 4 milyonu bulan göçmenlerin hikayesi, yarattığı toplumsal, ekonomik ve politik sonuçlarla hala birçok araştırmaya konu edilmektedir. Abadan-Unat (2011: 8-9) Türkiye'den Almanya'ya gerçekleşen bu uzun vadeli ve etkili göçü beş safhaya ayırmıştır. Buna göre, daha 1950'lerde bireysel girişimciler ve özel temsilciler vasıtasıyla Almanya'ya çalışmak için giden Türk işçiler mevcuttu. İkinci aşamada (1960'larda), Türkiye ile Almanya arasında resmi bir anlaşma imzalandı ve işçi göçü iki devletin kontrolü altında gerçekleşmeye başladı. 1970'lerde Avrupa'yı ve özellikle Almanya'yı etkileyen ekonomik kriz sırasında işçi kabulüne bazı kısıtlamalar getirilmekle birlikte uzun vadede çocuk yardımları ve aile birleşimleriyle birlikte göç süreci kesintisiz devam etti. 1980'lere gelindiğinde ise gençlerin eğitim problemleri ve getto hayatının yalıtılmışlığı gibi olgular ön plana çıktı ve göçmenlerin ülkelerine geri dönüşü teşvik edilmeye başlandı. Bu dönemde de Türkiye'deki 12 Eylül 1980 darbesinden sonra Almanya'da siyasi sığınma talep edenler bir göç dalgası yarattı. Son olarak 1990'larda ise, yürürlüğe konan "yabancı kanunları", göçmenlerin kimlik mücadelesi, etnik nitelikli iş yerlerinin artışı, yükselen yabancı düşmanlığı ve buna bağlı olarak göçmenlerin kurdukları etnik-dini temelli birlikler ve politik hak mücadeleleri Almanya'daki göçmenlik deneyiminin girdiği yeni safhayı belirledi.

Abadan-Unat'ın bu sınıflandırmasına 21. yüzyılla birlikte başlayan ve Türkiye-Almanya arasında karşılıklı olarak gerçekleşen, diğer göç dalgalarından farklı olarak büyük oranda yüksek eğitim ve vasıflara sahip gençleri içeren yeni bir göç dalgasını altıncı safha olarak eklemek mümkün gözükmemektedir. Sanchez-Montijano, Kaya ve Sökmen'in (2018) özellikle 2013 yılıyla birlikte artan siyasi ve ekonomik belirsizlik ve Türkiye – Avrupa Birliği ilişkilerindeki kötüleşme ile açıkladıkları bu durum, yine bu yazarlara göre daha öncesinde AB'den Türkiye'ye yönelik olarak da gerçekleşen vasıflı işgücü göçünün tersine dönmesine yol açmıştır. Aydın (2016) ise, 2000'li

yıllardaki “dairesele göç”e dikkat çekmiş, Almanya’da yaşayan yüksek eğitimli ve vasıflı Türklerin bu dönemde daha düşük eğitim ve vasıflara sahip kişilere göre daha çok Türkiye’ye dönme eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Ancak o da 2000’li yıllarda eğitim alma amacıyla Almanya’ya giden Türklerin sayısının düzenli olarak arttığını belirtmiştir. Böylece, Almanya özelinde de görüldüğü gibi, 20. yüzyılın ikinci yarısına damgasını vuran işçi göçüyle oluşan diasporayla birebir paralellik arz etmeyen, yüksek nitelikli işlerde çalışmak ya da yüksek öğrenim görmek amacıyla yurt dışına giden *alternatif bir diaspora* oluşmaya başlamıştır.

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, göçmenlik deneyimi ve onların oluşturdukları sosyal ağların niteliği de dönüşüme uğramıştır. Almanya’ya giden birinci nesil göçmenler Türkiye’yi hatırlatan kahvehanelerde, dayanışma amaçlı kurulan dernek ve birliklerde sorunlarını birbirleriyle paylaşarak sosyal dayanışma ihtiyaçlarını giderirken, artık bu sosyal ilişki ve etkileşimlerin bir bölümü dijital iletişim ağlarına taşınmıştır. İşte bu çerçevede çalışmanın amacı, Almanya’ya 2000’li yıllarda giden yüksek eğitimli ve vasıflı göçmenlerin birbirleriyle kurdukları iletişim ve dayanışma ağlarını; sosyal ve kültürel paylaşımlarını; yeni sosyo-kültürel yapıya adaptasyon süreçlerini sosyal medyada oluşturulan iletişim ağları/topluluklar üzerinden incelemektir. Bu doğrultuda Türkiye’den Berlin’e kısa ve uzun süreli olarak eğitim, çalışma gibi çeşitli amaçlarla yerleşen yeni nesil göçmenlerin 2016 yılında kurdukları *New Wave in Berlin* (Berlin’de Yeni Dalga) isimli Facebook grubu örnek vaka olarak seçilmiştir. Araştırmanın temel soruları ise, göçmen gençler tarafından kurulan sosyal medya gruplarının hangi amaçlarla ve hangi ihtiyaçlara cevap kullanıldığı; bu gruplarda gündeme getirilen temel konuların neler olduğu; ve son olarak çevrimiçi ortamdaki iletişim ve etkileşimin çevrimdışı ile ne ölçüde ilişkili olduğudur.

1. Kavramsal Çerçeve

Sosyal ağların devreye girmesiyle birlikte internet sadece devasa boyutlardaki enformasyonun yığıldığı bir ortam olmaktan çıkmış, kullanıcıların sürekli olarak birbirleriyle etkileşime girdikleri, bilginin yanı sıra hikayelerini ve fikirlerini değiş tokuş ettikleri bir alan haline gelmiştir. Söz konusu etkileşim olanağı ve özellikle Facebook gibi kullanıcı ağları oluşturmayı kolaylaştıran sosyal medya

uygulamalarının sıklıkla kullanılmaya başlaması ile birlikte; bilgi paylaşımı, dayanışma, sosyal sorumluluk, ortak ilgi alanları temelinde paylaşım gibi amaçlarla sosyal medya üzerinde çeşitli sanal grup ve topluluklar oluşturulmaya başlanmıştır. Sosyal ağlarda oluşturulan grupların katılımcıların sosyal sermayelerini arttırdığı (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), kişilerin sosyalleşme, başkalarıyla anlamlı ilişkiler kurma, dayanışma ve empati kurma ihtiyaçlarını karşıladığı (Parks, 2010), kişiler arası ilişkileri daha geniş sosyal ve profesyonel ağlara eklediği (Rheingold, 2000) çeşitli araştırmalarda ifade edilmiştir.

Bugün dünya çapında 2 milyarın üstündeki kullanıcı sayısı ile en popüler sosyal medya uygulaması olan Facebook da, insanlara çevreleri ile sürekli irtibat halinde kalma, kendilerini ifade etme, güncel olayları takip etme, bilgiyi paylaşma ve benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle bir araya gelme şansı sunmaktadır. Kamuya açık ya da yarı açık profiller oluşturma, diğer kullanıcılarla bağlantılar kurma ve ağ üzerindeki çeşitli bağlantıları takip etme Facebook’un ayırt edici özellikleri olarak sıralanabilir (Boyd ve Ellison, 2007). Nadkarni ve Hofmann’a (2012) göre temelde insanların kendilerini ifade etme/sunma ve ait hissetme ihtiyaçlarına cevap veren bu sosyal medya platformu, benzer ilgi alanları ya da amaçları bir araya getiren “grup oluşturma” özelliğiyle de çeşitli sanal toplulukların oluşmasına imkan vermektedir.

Sosyal ağlar göçmenler için de kısa sürede kişisel bağlantılar kurma, sosyal ilişkiler bağlamında tatmin duygusu yaşama ve etraflarını saran yeni sosyal çevre hakkında bilgi sahibi olma gibi çeşitli olanaklar sunmaktadır (Croucher, 2011: 261). Yeni gittikleri toplumlardaki gündelik yaşantı hakkında bilgileri ilk etapta kısıtlı olan göçmenler, farklı kültürel normlar ve sosyal durumlara adaptasyonda zorluklar yaşayabilmektedir. Çoğu zaman bu zorluklar bürokratik, finansal ve dil problemlerinin ötesine geçerek psikolojik boyutlara da taşınabilmekte, kişiler endişe ve yalnızlık gibi duygu durumlarının içine düşebilmektedir. Sosyal medya çağında kullanıcılar bu problemlerle baş edebilmek, sorunlarını paylaşarak çözüm bulabilmek ve deneyim aktarımını mümkün kılmak gibi amaçlarla yeni dijital araçlara her geçen gün daha fazla başvurmaktadır (Shuter, 2012; Sawyer ve Chen, 2012). Yabancı dildeki herhangi bir dokümanın çevirisinden duyguların, deneyimlerin, görüşlerin paylaşımı gibi çok daha karmaşık konuların ortak bir platformda gündeme getirilmesini sağlayan dijital

araçlar, göçmen hayatının gündelik baskılarının hafifletilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Tiburcio Jimenez, 2017: 189-190).

Göçmenlerin medyayı gittikleri topluma adaptasyon sürecinde (Raman ve Harwood, 2008) ve anavatanlarıyla irtibatta kalmak için kullandıklarını (Gigi Durham, 2004; Marcheua, 2011) vurgulayan çalışmalar bulunmakla birlikte, internet üzerinden iletişimin sosyal denkleme girmesiyle birlikte bu bağlamda yeni bir araştırma alanı da açılmıştır. Bu çerçevede, çeşitli ülkelerdeki göçmen toplulukların interneti anavatanlarıyla irtibat halinde kalmak, topluluk içi bağları güçlendirmek, kültürel adaptasyon sağlamak ve yakın/samimi arkadaşlıklar kurmak için kullandıklarını ortaya koyulmuştur (Croucher vd., 2009; Chan, 2005; Wang vd., 2009). Ye'nin (2006) Çinli uluslararası öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada da, oluşturulan etnik temelli çevrimiçi toplulukların kültürel adaptasyonun yarattığı stresi azalttığı, bu gruplara katılan öğrencilerin sosyal dayanışma ağlarında kendileri gibi uluslararası öğrencilerle iletişime geçerek bir tür aidiyet duygusu geliştirdikleri sonucuna varılmıştır. Bunun yanında, yeni bir kültüre adapte olmaya çalışan kişilerin yaşadığı stres, depresyon, yalnızlık ve diğer olumsuz duyguların (Kramer, 2003), çevrimiçi topluluklarda kurulan iletişim ağları yardımıyla azalabildiği görülmüştür (Ye, 2006).

Bazı araştırmacılar ise göçmenlerin sosyal medya kullanımına "kültürleşme" (*acculturation*) kavramsal çerçevesinden yaklaşmıştır. Kültürleşme, bir kişi ya da topluluğun yeni bir kültürdeki değer ve pratiklere uyum sağlamaya çalışırken kendi kültürel geçmişini de koruması, bu ikisi arasında bir denge/etkileşim sağlaması anlamına gelmektedir. İnternet kullanımı da bu kültürleşme sürecine etki etmekte (Hmida, Ozcağlar-Toulouse ve Fosse-Gomez, 2009), sosyal ağ platformları yeni kültürel çevre hakkında bilgi sahibi olma, bu çevredeki insanlarla kolay iletişim kurma ve kişilerarası ilişki bağlamında bir tatmin duygusu yaratarak kültürel adaptasyon ve kültürleşme sürecini desteklemektedir (Tufekci, 2008). Bu çerçevede sosyal medyada hangi etnik ve kültürel çevrelerle iletişime geçildiği de önem arz etmektedir. Örneğin Li ve Tsai'nin (2015) ABD'deki İspanyol göçmenler üzerine çalışmasında, sosyal medyanın İngilizce kullanımının ABD kültürüne entegre olmayı kolaylaştırdığı, İspanyolca kullanımının ise etnik kültürel kimliği sağlamlaştırdığı sonucuna varılmıştır.

Göçmenlerin bireysel sosyal medya kullanımlarının yanı sıra onların kendi aralarında oluşturdukları sosyal ağ ve gruplar da bulunmaktadır. Rao ve Hemphill’in (2016: 384) ABD’deki göçmenlerin oluşturdukları *Asian American Chicago Network* isimli Facebook grubu üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileşimin bir topluluğa ait olma hissini pekiştirdiği; Facebook grubu üyelerinin ABD’de sosyal ve profesyonel (iş imkanları vb.) bir ağ oluşturma ve kendi kültür ve kimliklerini ifade ederek sağlamlaştırmak amacıyla bu sanal topluluğa üye oldukları sonucuna varılmıştır. Bunun yanında, grup yazışmalarında en çok geçen kelimelerin “etkinlik”, “toplanma” ve “buluşma” gibi kelimeler olduğu tespit edilmiş, grup üyelerinin yüz yüze gerçekleşen sosyal aktivitelerin organizasyonu için sosyal medyayı kullandıkları ve böylece çevrimiçi - çevrimdışı ortamlar arasından bir etkileşim yaratıldığı görülmüştür. Benzer şekilde Tiburcio Jimenez’in (2017) Berlin’de yaşayan genç ve eğitimli yeni nesil İspanyol göçmenlerin çevrimiçi platformlardaki yardımlaşma ağlarıyla ilgili çalışmada, bu platformları kullanan kişilerin sadece ağ içindeki etkileşimle yetinmedikleri, burada oluşturdukları bağlantıları sosyal, kültürel ve zaman zaman politik bağlamlarda yüz yüze buluşmalara taşıdıkları gösterilmiştir. Ayrıca, bu tür topluluklarda gündelik ihtiyaç ve zorlukları paylaşma, bunlara ortak çözümler arama ve paylaşılan sorunların yarattığı “empati” hissini bağlayıcı bir unsur olduğu görülmüştür.

Marcheva (2011) diasporada yaşayan Bulgaristan vatandaşlarının sosyal medyadaki iletişim ağlarını araştırırken Facebook’ta kurulan gruplara odaklanmış, bu kişileri göçmen olarak yaşadıkları toplumda zaman zaman hissettikleri güvensizlik ve dışlanma gibi duyguların sosyal medyada “kendileriyle aynı durumda ve aynı ülkeden olan” kişilerle paylaşılarak hafifletildiği sonucuna varmıştır. Bunun yanında çalışmada, göçmenlerin sosyal ağlardaki dayanışma gruplarında kendilerini daha geniş bir diasporaya ait hissederek güven duygusu geliştirdikleri, kendilerini hem yaşadıkları toplumun hem de internet dolayısıyla anavatanlarının bir parçası olarak hissetmeye devam ederek çoklu bir kimlik geliştirdikleri ifade edilmiştir. Paralel biçimde Al-Rawi’nin (2017) Kanada’da yaşayan Arap göçmenler üzerine yaptığı araştırma da, Facebook’ta kurulan grupların anavatana ilişkin ortak tarih, dil, değerlerin paylaşıldığı alanlar açarak göçmenlerin ihtiyaç duydukları aidiyet hissini

sağladığı sonucuna varılmıştır. Özetle yeni dijital araçlar ve sosyal ağlar göçmenlerin yeni kültürel çevre hakkında bilgi sahibi olmaları, çevrimdışına taşınan kişiler arası ilişkiler kurmaları, birbirleriyle sosyo-kültürel anlamda dayanışmaları ve böylece ortaya çıkan aidiyet/birliktelik hissiyle göçmenliğin yarattığı stres ve yalnızlık gibi sorunlarla daha kolay baş edebilmelerini sağlamaktadır.

2. Yöntem

Araştırmada *New Wave in Berlin* isimli Facebook grubu incelenmiştir. Grubun üye sayısı 2644'tür. Kapalı grup olması nedeniyle gruba girmeden önce Berlin'de bulunuş nedeninize dair bir soruyu yanıtlıyor ve sonrasında kabul alarak dahil oluyorsunuz. Grup incelenirken iki ayrı yöntemden yararlanılmıştır: nicel içerik analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme. İlk önce içerik analizi yönteminden bahsedilecektir. İçerik analizi “mesajların belirli özelliklerini nesnel, sistematik ve genel olarak tanımlayarak çıkarım yapma tekniği” olarak tanımlanmaktadır (Holsti, 1969:14). *New Wave in Berlin* Facebook grubunda paylaşılan gönderilerin hangi özelliklere göre sistemli şekilde kategorileştiğini bulma amacıyla gönderiler, 01.12.2018 – 27.02.2019 tarihleri arasında incelenmiştir. Gönderilerin kendi içinde belli tekrara düştüğü fark edilince inceleme durdurulmuş ve toplamda 866 gönderi analiz edilmiştir. İçerik analizinde çokça tartışılan konu verilerin araştırmacının öznelliğinden kurtarılması sorunudur. Bu sorunu en aza indirmek amacıyla geçerlik ve güvenilirlik testleri gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizinde geçerlik ve güvenilirlik nesnellik, sistemlilik ve genellemelerin gerekliliklerini karşılamalıdır. Nesnellik “araştırma sürecindeki her bir adımın açıkça formüle edilmiş kurallar ve prosedürler temelinde yapılması gerektiğini” sistemlilik “içerik veya kategorilerin dahil edilmesinin ve hariç tutulmasının, sürekli olarak uygulanan kurallara göre yapılmasını”, genellik ise “bulguların teori ile ilişkili olmasını gerektirir” (Holsti, 1969: 3-5). Analizlerin geçerlilik ihtiyacını karşılaması için bir kodlama formu oluşturulmuş ve bir kodlama rehberi elde edilmiştir. Kodlama rehberi paylaşılan gönderilerin açıklamalarından oluşmaktadır.

Kodlama rehberinin güvenilirliği ise Cohen Kappa katsayısı ile ölçülmüştür. Cohen Kappa katsayısı iki bağımsız değerlendirici arasındaki uyuşmanın güvenilirliğini

ölçen bir istatistik yöntemidir (Cohen, 1960). Kodlama rehberi ve *New Wave in Berlin* Facebook grubunda paylaşılan gönderilerin bir kısmı iki bağımsız araştırmacı ile e-posta yoluyla paylaşılmıştır. Araştırmacılardan kodlama rehberine sadık kalarak gönderileri kodlama formuna yerleştirmeleri istenmiştir. Kodlama rehberinin iki ayrı değerlendirici tarafından uygulanması kategoriler arasındaki geçişkenliği düzeltmeye fırsat vermektedir. Gelen cevaplardan Kodlayıcı1 (K1) ve Kodlayıcı2'nin (K2) yanıtlarının esas kodlama rehberi ile uyum ve farkları incelenmiştir.

Tablo 1: Değerlendiricilerin Uyum Verileri

	UYUM (K2)	FARK (K2)
UYUM (K1)	10	2
FARK (K1)	0	0

Satırlar Kodlayıcı1'e, sütunlar ise Kodlayıcı2'ye aittir. Kodlayıcı1 12 ifadede 12 uyum elde ederken, Kodlayıcı2 12 ifadeden 10 uyum elde etmiştir. Cohen Kappa formülü uygulandığında kodlayıcıların rastgele değerlendirme yapma olasılıkları da hesaplanmış olmaktadır. Bu araştırma için elde edilen Cohen Kappa katsayısı 0.81'dir. 0 ile 1 arasında bir değer alması beklenen katsayı 0.81 ve üzeri bir değer aldığı anda “neredeyse mükemmel uyuma olması” anlamına gelmektedir (Landis ve Koch, 1970).

Araştırmada kullanılan diğer yöntem olan yarı yapılandırılmış görüşme ise çevrimiçi soru formu aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması sonrasında “göçmenlerin sosyal ağları kullanma motivasyonları” çerçevesinde yazarlar tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış soru formuna, alanda uzman iki akademisyene gönderilerek alınan öneriler doğrultusunda son hali verilmiştir. Çevrimiçinde anket veya açık uçlu soru formuyla yapılan çalışmalarda, zaman-mekan kısıtlarını aşarak daha geniş ve farklı özelliklere sahip bir kitleyle iletişime geçmek, özellikle internet ile ilgili araştırmalarda konuya hakim kişilere ve/veya topluluk üyelerine daha kolay ulaşmak mümkün olmaktadır (Van Selm ve Jankowski, 2006: 436-437). Açık uçlu soruların kullanılmasında amaç, katılımcıların grup / topluluk bağlamındaki öznel deneyimlerini açıklayabilmelerini sağlamak ve demografik bilgilerin ötesinde

araştırmaya konu Facebook grubunu kullanım amaç ve şekillerini, kendi kişisel geçmişleriyle harmanlayarak aktarmalarına olanak sağlamaktır. Böylece daha derinlemesine, öznel deneyimleri dışlamayan, çeşitli ve zengin nitelikte bilgi toplama hedeflenmiştir (Reja vd., 2003). Bu çerçevede öncelikle *New Wave in Berlin* Facebook grubunun üç üyesine Facebook üzerinden ulaşılmış, daha sonra kartopu yöntemiyle (Baltar ve Brunet, 2012) soru formu diğer grup üyeleri arasında da dolaşıma sokulmuş, böylece “Google Forms” aracılığıyla hazırlanan web tabanlı soru formu bağlantısının (Gunter vd., 2002) toplamda 30 grup üyesine Facebook ve e-mail yoluyla ulaştırılması sağlanmıştır. Soru formunu Facebook grubuna üye olan ve paylaşımları aktif şekilde takip eden 24 kişi doldurmuştur. Katılımcılar G-1 (Görüşmeci-1), G-2,.. şeklinde kodlanmıştır. Alınan cevaplar betimsel bir analizle kategorilere ayırmak suretiyle değerlendirilmiştir.

Türkiye’den Berlin’e giden eğitimli göçmenler tarafından kurulan *New Wave in Berlin* Facebook grubuyla ilgili araştırma soruları ise aşağıdaki gibidir:

AS1: Grup üyeleri *New Wave in Berlin* Facebook grubunu hangi amaçlarla kullanmaktadır?

AS2: Facebook grubunda gündeme getirilen temel konular nelerdir?

AS3: Çevrimiçi ortamdaki iletişim ve etkileşim, çevrimdışı iletişim ile ilişkili midir?

3. Bulgular

3.1. Nicel Bulgular

İçerik analizi neticesinde elde edilen bulgulara göre 6 ana kategori elde edilmiştir. Bunlar; pragmatik ihtiyaçlar, bürokratik ihtiyaçlar, kültürel ve akademik ihtiyaçlar, karşılıksız iyilik, sosyal yaşam ve diğer kategorileridir. İlk üç kategori olan pragmatik, bürokratik ve kültürel ihtiyaçlar elde edildikten sonra bu üç kategorinin ortak bir özelliğe sahip olduğu görülmüştür. Bu kategori altına yerleşen gönderilerin gruptan yardım isteme amaçlı paylaşıldığı fark edilmiştir. Sürekli tekrar eden bu örüntü bu üç kategoriyi “yardım isteme” başlığı altında toplanmasına izin vermiştir.

Karşılıksız iyilik kategorisi de benzer şekilde bir örüntü tekrarına sahiptir. Buradaki gönderiler “yardım sunma” başlığı altında gruplandırılmıştır. Sosyal yaşam

kategorisine grup üyelerinin sosyal etkinlik paylaşımları dahil edilmiş ve diğer kategorisi ise ender olarak paylaşılan ve hiçbir kategoriye girmeyen içerikler dahil edilmiştir. Bahsedilen 6 ana kategorinin ise kendi içinde aşağıdaki gibi alt kategorilere ayrıldığı görülmüştür:

Tablo 2: New Wave in Berlin Grubundaki Kullanıcı Paylaşımlarının Konu Dağılım Kategorileri

Yardım isteme	Pragmatik ihtiyaçlar	1. İş arama 2. Konaklama, 3. Ek Gelir 4. Uzman Kişilere Erişim 5. Deneyim ve Bilgi 6. Ödünç Eşya Sorma 7. İkinci el eşya sorma 8. Zor Ve Acil Durum 9. Ülkeler Arası Eşya Transferi
	Bürokratik ihtiyaçlar	1. Oturum/Çalışma izni ve Vatandaşlık alma 2. Sağlık sistemi 3. Eğitim sistemi 4. Banka sistemi 5. Ehliyet 6. Pasaport/vize 7. Yasal işleyiş
	Kültürel ve Akademik ihtiyaçlar	1. Okuma 2. Sanat/Edebiyat/Söyleşi 3. Dil kursu
Yardım sunma	Karşılıksız iyilik	1. Deneyim paylaşma 2. İş/Staj ilanı paylaşma 3. Eşya/Kitap hediye etme 4. Kayıp eşya iletme
	Sosyal Yaşam	1. Müzik 2. Etkinlik/Eğlence 3. Türk Kültürü
	Diğer	Ankete ya da bir araştırmaya katılım, yardım kampanyalarının linki vb.

Yukarıdaki tablo AS2'yi cevaplamakta ve grupta gündeme getirilen konuları göstermektedir. *New Wave in Berlin* grubunda Türkiye'den Berlin'e göç etmiş göçmenlerin gündemini temelde pragmatik ihtiyaçlar, bürokratik sorunlar ve kültürel ve akademik ihtiyaçlar meşgul etmektedir. Bunlara ek olarak sosyalleşmek adına yapılan paylaşımlar da dikkat çekmektedir. AS1'e cevap verebilmek için ise grup içerisinde yapılan paylaşımların dağılımına bakmak gerekmektedir. Aşağıdaki tablo paylaşımların rakamsal ve yüzdelik dağılımlarını vermektedir:

Tablo 3: Yardım İsteme Ana Kategorisinin Yüzdelerik Dağılımı

YARDIM İSTEME									
Pragmatik İhtiyaçlar	Sayı	%	Bürokratik İhtiyaçlar	Sayı	%	Kültürel ve Akademik İhtiyaçlar	Sayı	%	
1. İş arama	21	4,48	1. Oturum/Çalışma izni ve Vatandaşlık alma	30	15	1. Okuma	14	31,81	
2. Konaklama	61	13,03	2. Sağlık sistemi	22	11	2. Sanat/Edebiyat /Söyleşi	16	36,36	
3. Ek Gelir	102	21,79	3. Eğitim sistemi	10	5	3. Dil kursu	14	31,81	
4. Uzman Kişilere Erişim	96	20,51	4. Banka sistemi	16	8				
5. Deneyim ve Bilgi	112	23,93	5. Ehliyet	14	7				
6. Ödünç Eşya Sorma	21	4,48	6. Pasaport/vize	60	30				
7. İkinci el eşya sorma	11	2,35	7. Yasal işleyiş	48	24				
8. Zor Ve Acil Durum	8	1,70							
9. Ülkeler Arası Eşya Transferi	36	7,69							
Toplam	468	%100	Toplam	200	%100	Toplam	44	%100	
Toplam	866	%54	Toplam	866	%23	Toplam	866	%5	

Yukarıdaki tabloya göre grup üyelerinin en çok paylaşım yaptığı ana kategori %54 oranla pragmatik ihtiyaçlardır. Pragmatik ihtiyaçların altındaki en çok konuşulan konu deneyim ve bilgi paylaşılmasını istemedir (%23,93). Bu alt kategori grup üyelerinin birbirlerine herhangi bir konuda deneyim ve fikir dayanışmalarını kapsamaktadır. Üyeler bir konuda kararsız kaldıklarında yoğun şekilde fikir alışverişine girmektedir. Daha sonraki en popüler kategori ek gelir elde etmedir (%21,79). Grup üyeleri ellerindeki eşyaları satarak, evlerinin bir kısmını ya da kaldıkları odayı kiralarak gelir elde etmeye çalışmaktadır. Ek gelirden sonraki en

çok bahsi geçen konu uzman kişilere erişimdir (%20,51). Kendi coğrafyalarından çeşitli nedenlerle ayrılan bu insanların yaşamlarını sürdürürken ihtiyaç duydukları terzi, doktor, tesisatçı vb. kişilere ulaşma ihtiyaçlarını bu grup üzerinden giderdikleri anlaşılmıştır. Toplamda yardım isteme başlığının yüzde payı ise %82'dir.

Tablo 4: Diğer Ana Kategorilerin Yüzelik Dağılımı

YARDIM SUNMA			SOSYAL HAYAT			DİĞER		
Karşılıksız İyilik	Sayı	%		Sayı	%	Bir araştırmaya katılma için link paylaşımı, sürekliliği olmayan duyurular.		
1. Deneyim paylaşma	19	32,2	1. Müzik	17	21,7			
2. İş/Staj ilanı paylaşma	23	38,9	2. Etkinlik /Eğlence	48	61,5			
3. Eşya/Kitap hediye etme	15	25,4	3. Türk Kültürü	13	16,6			
4. Kayıp eşya iletme	2	3,3						
Toplam	59	100	Toplam	78	100	Toplam	17	%1,2
Toplam	866	%6,8	Toplam	866	%9			

Üyeler grubu yalnızca bir ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmamaktadır. Karşılıksız bir iyilik sunmak için de grubu ziyaret etmektedirler. Paylaşılan gönderilerin %6'sı üyelerin karşılıksız eşya vermeleri, buldukları bir eşyayı teslim etmeleri, öğrendikleri bir bilgiyi ya da yeni deneyimi paylaşmaları ve iş önerilerinde bulunmalarını kapsamaktadır. Paylaşılan gönderilerin %9'u sosyal yaşamı ilgilendiren konulardır. Okuma önerileri, sanatsal etkinlikler, dil kursu önerileri ve Türk kültürüne özgü tavsiyeler burada yer almaktadır. Türk kültüründe yemekle ilgili tavsiye ve sorular dikkat çekmektedir.

3.2. Nitel Bulgular

Açık uçlu soru formunun gönderildiği kişilerin 24'ünden cevap alınmıştır. Katılımcıların hepsi *New Wave in Berlin* Facebook grubuna üyedir. Demografik

bilgilere bakıldığında, formu cevaplayanların 17'sinin kadın, 7'sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları 21 ile 39 arasında değişmektedir ve yaş ortalaması 28,3'dür. Eğitim seviyesine bakıldığında ise, 4 kişi lisans, 19 kişi yüksek lisans ve 1 kişi de doktora eğitim düzeyindedir. Katılımcıların 8'i öğrenci, 5'i avukat, 3'ü ise akademisyendir. Bunun haricinde mesleği danışman, yazılımcı, sanatçı, serbest, bilgisayar mühendisi, analist, fizyoterapist ve pazarlamacı olan 1'er kişi bulunmaktadır. Katılımcıların Almanya'da bulunma süreleri 2 aydan 13 yıla kadar çeşitlilik göstermekte, ortalama ise 30 ay (2,5 yıl) olarak ortaya çıkmaktadır. 23 kişinin 19'u Almanya'ya eğitim alma, 4'ü evlilik-eş durumu nedeniyle ve 1'i yeni bir tecrübe edinme isteğiyle geldiğini ifade etmiştir.

New Wave in Berlin grubuyla ilgili sorulara gelindiğinde, katılımcıların 21'i grubu sosyal çevresinden duyduğunu, 3'ü ise Facebook'ta takip ettiği kişiler ve/veya sosyal medya akışı aracılığıyla haberdar olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların gruba üye olma nedenlerine bakıldığında ise, "kiralık ev/oda duyurularını takip etme", "gündelik hayattaki problemlerle ilgili yardımlaşma ve iletişim kurma", "bürokratik işlemlerle ilgili fikir alışverişinde bulunma", "gündemi takip etme" ve "benzer durumdaki kişilerle irtibatta kalma" cevaplarının ön plana çıktığı görülmektedir. Grubu en çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz sorusuna verilen cevaplarda ise; "gündelik hayata ilişkin bilgiler alma ve paylaşma", "yeme-içme tavsiyeleri alma", "Berlin'deki son gelişmeler ve kültür-sanat aktiviteleri hakkında bilgi alma", "ev, iş arama", ve "ağ oluşturma (*networking*)" amaçları göze çarpmaktadır. Grubu sadece paylaşımları takip etmek amacıyla kullananlar olmakla birlikte, gündelik ihtiyaçlar ve bürokratik konularda soru soranlar (sigorta, kiracılık hakları, vb.) ve sorulan sorulara kendi tecrübeleri kapsamında cevap verenler / yorum yapanlar da bulunmaktadır. Bir kişi Almanya ve Berlin ile ilgili blog yazılarını grup üzerinden paylaştığını ifade etmiştir. Ayrıca, katılımcıların 9'u grup üyeleriyle çevrimdışı ortamda da görüştüğünü ifade ederken, 15'i grup üyeleriyle iletişiminin çevrimiçi ortamda kaldığını belirtmiştir.

Son soruda ise katılımcılara *New Wave in Berlin* grubu özelinde internet üzerinden oluşturulan topluluklarla ilgili genel fikirleri sorulmuştur. Bu çerçevedeki

cevapları üçe ayırmak mümkündür. İlk olarak söz konusu grupların dayanışma ve topluluk hissi oluşturma yönlerine dikkat çeken olumlu görüşler bulunmaktadır:

“New Wave grubunu çok değerli buluyorum. Dayanışma esaslı olduğu için. Ben ilk geldiğimde bana gerek sosyal anlamda gerekse de entegrasyon sürecinde çok yardımcı oldu.” (G-1)

“Bir ortaklık oluşturuyor.” (G-2)

“Yeni bir ülkede hayat kurarken bir topluluğun parçası olarak hissetmek önemli, destekliyorum” (G-20)

“Çoğumuz benzer süreçlerden geçiyoruz buraya geldiğimizde. Belli başlı konularda deneyimleri paylaşmak güzel oluyor.” (G-21)

İkinci olarak ise grubun gündelik konularda yardımlaşma ve bilgi alışverişine olanak sağlayan yapısına vurgu yapan olumlu yorumlar bulunmaktadır:

“Bence gayet faydalı, seninle aynı durumdaki insanlar ne yapıyor, sorunları neler, çözümler neler onları görüyorsun. Derdin sıkıntın ya da aşamadığın bir sorun olursa sorabileceğin bir yer var, cevap alacağımı biliyorsun.” (G-5)

“Bu grupları oldukça yararlı buluyorum bir problemin veya sorun olduğunda yardım edebilecek, cevabı olan biri mutlaka çıkıyor. Yardımlaşmak önemli özellikle başka bir ülkede sıfırdan bir hayat kurmaya çalışırken çok daha önemli.” (G-9)

“Gündelik hayatı kolaylaştıracak önemli bilgiler/deneyimler sunuyor. Faydalı olduğunu düşünüyorum.” (G-10)

“Faydalı bir grup. Yardıma ihtiyacın olduğu konularda kafadaki soruya cevap bulabiliyorsun.” (G-17)

Son olarak, çeşitli sebeplerle araştırmaya konu gruba eleştirel yaklaşan katılımcıların da bulunduğu söylenmelidir:

“Faydalı olabilecek gruplaşmalar, ancak ben daha çok enternasyonal olan grupları tercih ediyorum. *New Wave in Berlin* grubunun sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan kendini ayırıştırmak isteyen bir grup ideali varmış gibi geliyor. Yani

Almanya'da doğup büyümüş veya göç ile buraya gelmiş yerleşmiş olan insanlardan.” (G-23)

“Kısaca yenilerin buraya İstanbul/Türkiye'deki alışkanlık ve yaşam biçimlerini de getirdiğini ve uyum sağlama konusundaki isteksizlikleri ve bir çeşit "klan" hayatı yaşamaları bağlamında - sınıfsal profilleri çok farklı olduğu halde - birinci kuşak misafir işçileri andırdıklarını düşünüyorum.” (G-4)

“New Wave en iyi yoğurdu nereden bulabilirim grubuna dönüştüve bu benim hiç hoşuma gitmiyor.” (G-6)

Görüldüğü üzere eleştirel yorumlar grubun enternasyonel bir yapıya evrilemediği, salt pragmatik ve gündelik ihtiyaçlara cevap verdiği ve birinci nesil göçmen işçiler gibi dışa kapalı bir topluluk hayatını çağrıştırdığı yönündeki düşünceler etrafında şekillenmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Sonuç olarak kodlama formu rehberliğinde elde edilen bulgulara göre grup üyeleri grubu en çok bir konuda yardım isteme amaçlı (%82) kullanmaktadırlar. Daha önce de kullanıcıların belli konularda yardım isteme amaçlı Facebook uygulamasının grup özelliğinden yararlandıklarını ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Kullanıcılar sağlık bilgisi ihtiyaçlarını karşılamak için (Kim, 2015; De La Torre-Diez vd., 2012; Bozkanat, 2018; Partridge, 2018) ve eğitim-öğretimle ilgili ihtiyaçlarına cevap aramak için (Waiyahong, 2014; Awidi vd., 2019) bu tür topluluklardan yararlanmışlardır.

Göçmenlerin yabancı bir ülkede hayatta kalma mücadelesi verirken karşılaştıkları günlük yaşam içindeki pragmatik ihtiyaçlar (%54) ve bürokratik sorunlarla (%23) kendileriyle aynı sorunları deneyimleyen kişilerin desteği ile başa çıkmaktadırlar. Tüm zorluklar içinde kültürel ve akademik ihtiyaçlara (%5) da bu grupta destek aradıkları görülmektedir. Grup üyelerinin hiçbir karşılık beklemeden grup üzerinden yaptıkları yardım paylaşımları da vardır (%6,8). Gruptan yardım alan kişilerden böyle bir talep olmasa da gönüllülük esasıyla yapılan bu teklifler kendileriyle benzer kaygı, beklenti ve örüntüye sahip bu insanlara yardımcı olmak istediklerini göstermektedir. Türkiye kökenli insanlarla sosyalleşmeye devam etmek ve Türk kültürüne ait bazı ritüellere özlem duymakla ilgili paylaşımlar da dikkat

çekmektedir (%9). Dışarıda buluşmak, birlikte sosyalleşmek için gerçek ortamlarda buluşmaya yönelik çağrılar söz konusudur.

Yarı yapılandırılmış soru formuyla elde edilen bulgularda ise öncelikle demografik özellikler göze çarpmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması (28,3), ülkede ortalama bulunma süreleri (2,5 yıl) ve eğitim düzeyleri (24 katılımcının 20’si lisansüstü düzeyde); çalışmanın ana eksenini oluşturan, son dönemde Almanya’ya başta eğitim alma ve çalışma amaçlarıyla giden genç ve yüksek eğitilmiş bir kitlenin varlığını doğrular niteliktedir. *New Wave in Berlin* grubundaki incelenen paylaşımlarda dilbilgisi ve imla kurallarına azami düzeyde özen gösterilmesi ve Türkçe hatalarının asgari düzeyde olması da bu durumu desteklemektedir. Katılımcıların gruba üye olma ve grubu kullanma amaçlarına bakıldığında ise, nicel bulgularda öne çıkan “yardım isteme” motivasyonu ile uyumlu şekilde, “gündelik hayattaki problemlerle ilgili olarak yardımlaşma ve iletişimde kalma”, “bürokratik konularda fikir alışverişinde bulunma” ve “barınma / gündelik ihtiyaçlar temelinde yardımlaşma” başlıklarının dikkat çektiği görülmüştür. Sosyal medya, özellikle yeni göçmenler için sorunlarını benzer durumdaki kişilerle paylaşma ve deneyim aktarımı sağlama açısından işlevsel bir hal almaktadır (Shuter, 2012; Sawyer ve Chen, 2012).

Almanya’ya “misafir işçi” olarak giden ve burada para biriktirip anavatanlarına dönme arzusunda olan birinci nesil göçmenlerin aksine, yeni nesil göçmenlerin birçok ekonomik sorun yaşadıkları, bu problemlerini hafifletebilmek ve karşılıklı yardımlaşabilmek (ev duyuruları, eşya takası, çeşitli tavsiyeler) amacıyla dijital ağları pragmatik bir biçimde kullandıkları göze çarpmaktadır. Rao ve Hemphill’in (2016) ABD’deki Asyalı göçmenlerin Facebook gruplarıyla ilgili çalışmasında olduğu gibi, kişilerin daha iyi bir iş bulma gibi amaçlarla bu mecralar üzerinden sosyal ve profesyonel ağlar oluşturdukları (*networking*) görülmektedir.

Katılımcıların *New Wave in Berlin* grubu özelinde internet üzerinden oluşturulan topluluklarla ilgili görüşlerine gelindiğinde ise, “kendileriyle benzer süreçlerden geçen kişilerden oluşan bir topluluğun parçası olma hissi”, bu anlamda internet ortamında kurulan ortaklıklar ve sorunlar karşısında “farklı bir ülkede yalnız hissetmeme” ana başlıkları öne çıkmıştır. Kahvehanelerde, konuk evlerinde ve

derneklerde buluşup bir "kader ortaklığı" içinde sosyalleşen birinci nesil göçmenlerden sonra, yeni nesil göçmenlerin sosyal ilişkilerinin özellikle pragmatik ihtiyaçlarıyla ilgili bir bölümünü dijital iletişim ağlarına taşıdıkları, bu mecralar aracılığıyla aralarında deneyim aktarımı yaparak yardımlaşmaları görülmektedir. Marcheşa'nın (2011) diasporadaki Bulgaristan göçmenleriyle ilgili çalışmasının da gösterdiği gibi, yalnızlık ve güvensizlik gibi duygular sosyal medyada "kendileriyle aynı durumda ve aynı ülkeden olan" kişilerle paylaşarak hafifletilebilmektedir.

Son olarak, soru formunu cevaplayan 24 kişiden 9'unun grup üyeleriyle çevrimdışı ortamda da görüştüğü, 15'inin ise grup üyeleriyle sadece çevrimiçi iletişim kurduğu görülmüştür. Grup üyeliği çoğunlukla sosyal çevreden gelen tavsiyeler sonucu gerçekleşmektedir. Kullanıcılar araştırmaya konu sosyal medya grubuna birincil olarak sosyalleşme anlamı yüklememekte, bu mecrayı pragmatik ihtiyaçlarına cevaben kullanmaktadırlar. Ancak eşya alışverişi, sosyal-kültürel etkinlikler ve eğlence aktiviteleri çevrimiçinde kurulan ilişkilerin çevrimdışı ortama taşınmasına vesile olabilmektedir.

Gelecek çalışmalarda, Almanya'nın farklı bölgelerindeki göçmen topluluklarına ulaşarak; alan araştırması, saha gözlemleri ve derinlemesine görüşmeler ile göçmenlerin bireysel ve topluluk halindeki dijital medya kullanımları ile ilgili sahadan daha detaylı ve derin bilgiler toplanabilir. Böylece dijital ortamda kurulan dayanışma ve bilgi alışverişi ağlarının göçmenlerin deneyimlediği sorunların ve gerilimlerin hafifletilmesi bağlamında uzun vadeli olumlu etkiler yaratıp yaratmadığı ortaya koyulabilir.

KAYNAKÇA

ABADAN-UNAT, Neriman (2011). *Turks In Europe: From Guest Worker To Transnational Citizen*. Berghahn Books.

AL-RAWI, Ahmed (2017). Facebook and virtual nationhood: social media and the Arab Canadians community, *AI & SOCIETY*, s. 1-13.

AWIDI, Isaiah T.; PAYNTER, Mark and VUJOSEVIC, Tijana. (2019). Facebook group in the learning design of a higher education course: An analysis of factors

- influencing positive learning experience for students, *Computers & Education*, 129, s. 106-121.
- AYDIN, Yaşar (2016). *The Germany-Turkey Migration Corridor. Refitting Policies for a Transnational Age*, Transatlantic Council on Migration, A Project of Migration Policy Institute, s. 1-22.
- BALTAR, Fabiola and BRUNET, Ignasi (2012). Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook, *Internet Research*, 22(1), s.57-74.
- BOYD, Danah M. and ELLISON, Nicole B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), s. 210-230.
- BOZKANAT, Esra (2018). Kitle-Kişisel İletişim ile Sağlık Bilgisi Arama: Bir Facebook Grubu Örneği, *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 46, s. 291-305.
- CHAN, Brenda (2005). Imagining the Homeland: The Internet and Diasporic Discourse of Nationalism, *Journal of Communication Inquiry*, 29(4), s.336–368.
- COHEN, Jacob (1960). A Coefficient of Agreement For Nominal Scales, *Educational and Psychological Measurement*, 20 (1), p. 37-46.
- CROUCHER, Stephen M. (2011). Social Networking and Cultural Adaptation: A Theoretical Model, *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), p. 259-264.
- CROUCHER, Stephen M.; OOMMEN, Deepa and STEELE, Emily L. (2009). An Examination of Media Usage Among French-Muslims, *Journal of Intercultural Communication Research*, 38(1), s. 41-57.
- DE LA TORRE-DÍEZ, Isabel; DÍAZ-PERNAS, Francisco; ANTÓN-RODRÍGUEZ, Miriam (2012). A Content Analysis of Chronic Diseases Social Groups on Facebook and Twitter, *Telemedicine and e-Health*, 18 (6), p. 404-408.

- ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles and LAMPE, Cliff (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), p. 1143-1168.
- GIGI DURHAM, Meenakshi (2004). Constructing The "New Ethnicities": Media, Sexuality, and Diaspora Identity in The Lives Of South Asian Immigrant Girls, *Critical Studies in Media Communication*, 21 (2), p. 140-161.
- GUNTER, Barrie; NICHOLAS, David; HUNTINGTON, Paul and WILLIAMS, Peter (2002). Online Versus Offline Research: Implications For Evaluating Digital Media, In *Aslib Proceedings* 54(4), s. 229-239.
- HMIDA, Manel Hadj; OZCAGLAR-TOULOUSE, Nil and FOSSE-GOMEZ, Marie-Helene (2009). Towards an Understanding of Media Usage and Acculturation, *Advances in Consumer Research*, 36, p. 524-531.
- HOLSTI, Ole R. (1969). *Content Analysis for The Social Sciences and Humanities*, Reading: MA, Addison-Wesley.
- KIM, Y. M. (2015). Is seeking health information online different from seeking general information online?" *Journal of Information Science*, 41(2), 228-241. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0165551514561669> Erişim Tarihi: 27.02.2018.
- KRAMER, Erick Marck (2003). *Gaiatsu And The Cultural Judo*. (Editör), E.M. Kramer, *The Emerging Monoculture*, New York: Praeger, p. 1-32.
- LANDIS, J. Richard and KOCH, Garry G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data, *Biometrics*. 33, p. 159-174.
- LI, Cong and TSAI, Wan-Hsiu Sunny (2015). Social Media Usage and Acculturation: A Test With Hispanics in the US, *Computers in Human Behavior*, 45, p. 204-212.
- MARCHEVA, Marta (2011). The Networked Diaspora: Bulgarian Migrants on Facebook, *M/C Journal*, 14 (2). <http://journal.media->

culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/323 Erişim Tarihi:
28.03.2018.

NADKARNI, Ashwini and HOFMANN, Stefan G. (2012). Why Do People Use Facebook?, *Personality And Individual Differences*, 52 (3), p. 243-249.

PARKS, Malcolm R. (2010). *Social Network Sites As Virtual Communities, A Networked Self*, Routledge, s. 113-131.

PARTRIDGE, Stephanie; GALLAGHER, Patrick; FREEMAN, Becky; GALLAGHER, Robyn (2018). Facebook Groups for the Management of Chronic Diseases, *Journal of medical Internet research*, 20(1), e21. <https://www.jmir.org/2018/1/e21/> Erişim Tarihi: 28.03.2018.

RAMAN, Priya and HARWOOD, Jake (2008). Acculturation Of Asian Indian Sojourners In America: Application Of The Cultivation Framework, *Southern Communication Journal*, 73, p. 295-311.

RAO, Xi and HEMPHILL, Libby (2016). Asian American Chicago Network: A Case Study of Facebook Group Use By Immigrant Groups, *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing Companion*, ACM, s. 381-384.

REJA, Ursa; MANFREDA, Katja Lozar; HLEBEC, Valentina and VEHOVAR, Vasja (2003). Open-Ended Vs. Close-Ended Questions In Web Questionnaires, *Developments in Applied Statistics*, 19 (1), p. 159-177.

RHEINGOLD, Howard (2000). *The Virtual Community: Homesteading On The Electronic Frontier*, Cambridge, MA: MIT Press.

SANCHEZ-MONTIJANO, Elena ; KAYA, Ayhan and SÖKMEN, Melike Janine (2018). Highly Skilled Migration Between The EU And Turkey: Drivers And Scenarios. FEUTURE Online Paper, 21.

SAWYER, Rebecca and CHEN, Guo-Ming (2012). The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation, *Intercultural Communication Studies*, 21(2), s.151-169.

- SHUTER, Robert (2012). Intercultural New Media Studies: The Next Frontier in Intercultural Communication, *Journal of Intercultural Communication Research*, 41(3), p. 219–237.
- TIBURCIO JIMENEZ, Teresa (2017). Berlin. Wie bitte? An Exploration of the Construction of Online Platforms for the Mutual Support of Young Spanish Immigrants in Berlin, (Editörler), Urte Undine Frömming, Steffen Köhn, Samantha Fox, Mike Terry, *Digital Environments: Ethnographic Perspectives Across Global Online and Offline Spaces*, Transcript verlag. s. 171-195.
- TÜFEKÇİ, Zeynep (2008). Grooming, gossip, Facebook and Myspace: What can we learn about these sites from those who won't assimilate?, *Information, Communication & Society*, 11, s. 544-564.
- VAN SELM, Martine and JANKOWSKI, Nicholas W. (2006). Conducting Online Surveys, *Quality And Quantity*, 40 (3), s. 435-456.
- WAIYAHONG, Natita (2014). The use of "Facebook" To Build An LIS Student Learning Community." *Procedia-Social And Behavioral Sciences*,147,p.98-103
- WANG, Wei-Ching; HUANG, Taofang; HUANG, Szu-Chi and WANG, Li-Jung (2009). Internet use, group identity, and political participation among Taiwanese Americans, *China Media Research*, 5(4), p. 47-62.
- YE, Jiali (2006). An Examination Of Acculturative Stress, Interpersonal Social Support, And Use Of Online Ethnic Social Groups Among Chinese International Students, *The Howard Journal of Communication*, 17(1),p.1-20.