

SANAL TOPLULUKLAR VE NETNOGRAFİ

Yazar

Nahit Erdem KÖKER



© Copyright 2022

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-625-8125-72-6

Kitap Adı

Sanal Topluluklar ve Netnografi

Yazar

Nahit Erdem KÖKER

ORCID iD: 0000-0002-8622-865X

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

Sayfa Tasarımı ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

SOC0520000

DOI

10.37609/akya.1399

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

“Araştırma, düşünmesini bilenlerin ilk ve son isteğidir”

Samuel Johnson

Teknolojik ilerlemeler, insanlık tarihinde önemli değişimlere neden olmuştur. Tarihsel gelişmeler dikkatli incelendiğinde, bu gelişmelerin önemli dönüm noktalarında teknolojik ilerlemelerin bazen dolaylı bazen de doğrudan etkileri görülecektir. 1800’lerden sonra kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler insanın gündelik yaşamına etki ettiği gibi toplumları da derinden dönüştürmüştür. Sosyal bilimciler için bu dönüşümler hep bir merak konusu olmuştur. Yaşanan her dönüşümü daha iyi anlamaya çabalayan sosyal bilimlerin birçok alanındaki farklı araştırmacılar, çeşitli bilimsel araştırma yöntemleri geliştirmiş, bu yöntemler üzerinden insanları, toplumları incelemiştir.

Sosyal bilimcilerin önemli çalışma konularından birisi insanların, toplumların ve toplulukların kültürleridir. Kültürel çalışmalar günümüzde olduğu gibi geçmişte de önemli bir araştırma alanı olmuştur. 1990’lara kadar kültürel çalışmaların odağında nitel araştırma geleneğinden gelen “etnografik araştırmalar” bulunmaktadır. Çeşitli toplulukların kültürünü merak eden araştırmacılar, sorularına cevap bulabilmek için etnografik araştırmaların metodolojisinden yararlanmışlardır. İlişkilerin yoğunlukla yüz yüze kurulduğu, geleneksel kitle iletişim araçlarının kullanıcıları arasında etkileşim kurulabilmesine izin vermediği ve insan topluluklarının “gerçek” hayatta olduğu bu dönemlerde etnografik araştırma metodolojisi araştırmacılara önemli destekte bulunmuştur.

1990'lı yıllar da sivil hayatta kullanımı yaygınlaşmaya başlayan, 2000'lerden sonra da kullanıcılarının, kendi aralarında gündelik hayattaki yüz yüze iletişime çok yakın etkileşimler kurabilmesine izin veren internet teknolojileri ile birlikte yeniden bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Birçok insan sanal ağlarda kullanıcı haline gelmiş, gündelik hayatın birçok süreci bu ağlara taşınmıştır. İnsanlar ağlar üzerinden eşzamanlı ve yoğun etkileşimli iletişim kurmaya başlamıştır. Bu ağlarda çeşitli topluluklar kurmuş, bu topluluklarda yoğun paylaşımlar yapmaya başlamıştır. Ağlarda oluşan bu topluluklarda aynı gündelik yaşamda olduğu gibi insanlar arasında normlar, değerler, ritüeller, gelenekler, adetler gibi kültürel unsurlar oluşmaya başlamıştır. Bu durum sosyal bilimler alanındaki araştırmacılar için yeni araştırma alanlarını oluşturmuş, birçok araştırmacının ilgisi sanal ağlarda oluşan topluluklara kaymıştır. Bu toplulukları başlarda etnografik araştırma süreçleri üzerinden inceleyen araştırmacılar da, zamanla bu ortama uygun yeni yöntemlerin geliştirilmesi ihtiyacı doğmuştur. 1990'larda Kozinets tarafından "netnografi" şeklinde kavramlaştırılan, dijital etnografi, webnografi gibi isimlerle de kimi araştırmacılar tarafından dile getirilen, bu alanlara uygun kültürel araştırma metodolojisi şekillenmeye başlamıştır.

Teknolojik gelişmelerin etki ettiği alanlardan birisi de araştırma yöntemleridir. Çevrim içi ortamlarda teknolojik gelişim o kadar hızlıdır ki sosyal bilimciler bazen bu değişimi yakalamakta, araştırma metodolojisini bu ortamlara adapte etmekte zorlanmaktadır. Çoğu zaman yeni yöntemler geliştiren araştırmacılar, bazen de geleneksel araştırma yöntemlerini bu alanlara adapte etmektedirler. Etnografik araştırmaların çevrimiçi ortamlara adapte edilmiş hali olan netnografik araştırmalar buna örnektir. Günümüzde çevrim içi ortamları araştırırken, birçok araştırmacı netnografiden faydalanmaktadır. Bu kitap araştırmacılara

netnografik araştırmalar ile ilgili fikir vermeyi, yol göstermeyi amaçlamaktadır.

Kitabın birinci bölümünde kültürel çalışmaların temelindeki birey ve topluluk kavramlarına, toplulukların özelliklerine değinilmiştir. İkinci bölümde netnografinin çıkışına neden olan internet ve ağ teknolojileri ve bu teknolojilerin toplumsal etkileri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise ağ teknolojilerinde oluşan sanal topluluklar tartışılmıştır. Dördüncü bölümde netnografyanın odağında olan dijital kültür kavramı ve özellikleri irdelenmiştir. Bu bölümler netnografik bir araştırma yapmak isteyen araştırmanın teorik altyapısına katkı sunmak için yazılan bölümlerdir. Çalışmanın beşinci bölümünde ise “netnografik araştırmalar” geniş bir çerçevede ele alınarak uygulama süreci anlatılmıştır. Ayrıca kitap kapsamında, netnografik bir araştırma yapmak isteyen, netnografik bir araştırmanın uygulamasını merak eden okuyuculara ve araştırmacılara fikir vermesi için “akademik bir çalışma yapısında” araştırma örneği sunulmuştur. Kitabın ekler bölümündeki ek-1 ve ek-2, örnek çalışmaya ilişkin kod ve tema örneğidir. Eklerin sunmadaki temel amaç, sanal topluluklarda oluşan içeriğın nitel bir içerik analizine tabi tutularak kod-tema yapısının nasıl kurulabileceği gösterilmek istenmiştir. Örnekteki araştırma sürecini titizlikle yürüten Kamil Önder Nergiz'e teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca bu güne kadar bana katkısı olan, destek veren bütün hocalarıma, arkadaşlarıma ve aileme sonsuz şükranlarımı sunarım.

Çevrimiçi ortamlarda araştırma yürüten bütün araştırmacılara destek olması dileği ile....

Nahit Erdem KÖKER

2022

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1

BİREY VE TOPLULUK	1
Birey	2
Topluluk.....	5
Toplulukların Ortak Özellikleri	15

BÖLÜM 2

KİTLE TOPLUMUNDAN AĞ TOPLUMUNA GEÇİŞ	21
Ağ Toplumu	25
Ağ Toplununun Özellikleri.....	29

BÖLÜM 3

SANAL TOPLULUKLAR	41
Kavram Olarak Sanal Topluluk (Cemaat).....	42
Sanal Toplulukların Tarihsel Gelişimi	45
Geleneksel ve Sanal Toplulukların Benzerlik ve Farklılıkları.....	48
Sanal Topluluk Türleri	52
Sanal Topluluklara Katılım Motivasyonları	61

BÖLÜM 4

DİJİTALLEŞEN KÜLTÜR	67
Kavram Olarak Dijital Kültür	68
Dijital Kültürün Özellikleri	71
Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler.....	75
Etnografik Araştırmalar.....	79

BÖLÜM 5

ETNOGRAFİDEN NETNOGRAFİYE	79
Etnografik Araştırmaların Özellikleri	81
Dijital Dönüşüm ve Etnografi	88

Netnografi	90
Etnografik ve Netnografik Araştırmaların Benzerlik ve Farklılıkları.....	92
Netnografik Araştırmaların Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	96
Netnografik Araştırmaların Uygulama Süreci	101
EKLER	
Ek-1 KODLAMA ÖRNEĞİ	140
Ek-2 TEMA ÖRNEĞİ	146
KAYNAKLAR.....	148
YAZAR HAKKINDA.....	156

KAYNAKLAR

- Abercrombie, N. ve Longhurst, B. (2007). *Dictionary of Media Studies*. London: Penguin Books.
- Acar, Y. (2018). Dijital Kültür ve Destinasyon Pazarlaması. (Edt.) V. Çakmak, ve S.Çavuş *Dijital Kültür ve İletişim*. Konya: Literatürk Academia.
- Adler, A. (1964). *Social interest: A challenge to mankind*. USA: Martino Fine Books
- Agafonoff, N. (2006). Adapting ethnographic research methods to ad hoc commercial market research. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 9(2), 115-125.
- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri - Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 107-122.
- Akkaş, İ. (2015). *Sanal Cemaatler*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları.
- Akturan, U. (2007). Tüketici davranışına yönelik araştırmalarda alternatif bir teknik: etnografik araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11). 237-252.
- Akturan, U., Karadeniz, E., Yılmaz, Ö. Ö., Gül, M. Ç., İnelmen, K., ve Yılmaz, M. E. (2009). A review of cyber ethnographic research: A research technique to analyze virtual consumer communities. *Bogazici Journal*, 23(1-2), 1-18.
- Altheide, D. L. (1987). Reflections: Ethnographic content analysis. *Qualitative sociology*, 10(1), 65-77.
- Alyanak. Z.B. (2014). Etnografi ve Çevrimiçi Entografi, (Edt.) Binark, M. *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma ve Yöntem Teknikleri*. İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Anbarlı Ö.Z. (2019). *Çevrimiçi İletişim Ve Yansımaları İçinde "Dijital Kültür"*. Ankara: Gece
- Anderson, B. (2015). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması. İstanbul: Metis Yayınları*.
- Ayaz, N. ve Yalı, S. (2017). Kültürel Turistlerin Seyahat Tercihleri ve Yiyecek-İçecek Beklentileri: Safranbolu Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1)1, 43-61.
- Aydemir, M. A. (2011). Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri (Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir Araştırma), *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı.
- Badem, A. C., Kılınç, Y. (2020). Konaklama İşletmelerinde Maliyet Yönetiminin Önemi: Zaman Esaslı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Kullanımına İlişkin Bir Örnek Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 13(1): 115-149.
- Bagozzi, R. P., ve Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of interactive marketing*, 16(2), 2-21.

- Bahar, H. İ. (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Uşak Yayınları.
- Baker, E., (1953) *Social Contract, Locke- Hume- Rousseau*. London: Oxford University Press.
- Basham, J. (2012). *Caravan Survival Guide Edition 2*. Australia: Explore Australia Publishing Pty Ltd.
- Başaran, İ.E., (2000). *Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü*, Ankara.
- Başgöze, P. ve İşkorkutan, K. (2020). Adalet Algısı Boyutlarının Şikâyet Sonrası Davranışlar Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 374-387.
- Bauman, Z. (2016). *Strangers At Our Door*. New York: John Wiley & Sons.
- Baumeister, R. F., ve Leary, M. R. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal development*, 57-89.
- Beck, E. N. (2015). The invisible digital identity: Assemblages in digital networks. *Computers and Composition*, 35, 125-140.
- Bilgin, N., (2001). *İnsan İlişkileri ve Kimlik*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Bilton, T., Bonnett, K., Jones, P., Lawson, T., (2009). *Sosyoloji*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Blanchard, A. L., ve Markus, M. L. (2004). The experienced” sense” of a virtual community: Characteristics and processes. *ACM Sigmis Database: the database for advances in information systems*, 35(1), 64-79.
- Bronfenbrenner, U., Moen, P., ve Garbarino, J. (1984). Child, family, ve community. *Review of child development research*, (7), 283-328.
- Brooker, E. ve Joppe, M. (2013). Trends in Camping and Outdoor Hospitality- An International Review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 4(3), 1-6.
- Bryman, A. (2001). Introduction: A Review of Ethnography, (Edt.) Brynman, A., *Ethnography*, London: Sage Publication.
- Buluç, B. (1996). Yönetimde örgütlenme süreci. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 2 (4), 513-522.
- Castells, M. (2000). Materials for an Exploratory Theory of the Network Society. *British Journal of Sociology*. 51(1). 5-24.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-AğToplumunun Yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cevzici, A., (1999). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Clifford, J. (1983). On ethnographic authority. *Representations*, 2, 118-146.
- Cohen, A.P, (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. Ankara: Dost Yayınları.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research*, 39 (1) 164-182.
- Collins, D. ve Tisdell, C. (2002) Gender And Differences In Travel Life Cycles, *Journal Of Travel Research*, 41, 133-143.
- Creeber, G., ve Martin, R. (2008). *Digital culture: Understanding new media: Understanding new media*. UK: McGraw-Hill Education.

- Dahan, G. S. ve Levi, E., (2012). Netnografya: Sosyal Mecralarda Tüketici Araştırmaları Üzerine Yeni Bir Metot. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(3).
- Dalton, J. C., ve Crosby P. C. (2013). Digital Identity: How Social Media are Influencing Student Learning and Development in College. *Journal of College and Character*, 14(1), 1-4.
- Danesi, M. (2014). *Dictionary of media and communications*. London: Routledge.
- Demir, Ö., ve Acar, M. (1998). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Deuze, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture. *The information society*, 22(2), 63-75.
- Durgun, Ö. (2017). Karavanla Kendinizi ve Hayatınızı Dönüştürün. <https://www.cnnturk.com/seyahat/faydali-bilgiler/karavanla-kendinizi-ve-hayatinizi-donusturun?page=1>.
- Elgesem, D. (2002). What Is Special About The Ethical Issues In Online Research?. *Ethics And Information Technology*, 4(3), 195-203.
- Ellaway, A., Macintyre, S., Hiscock, R. ve Kearns, A., (2003). In the Driving Seat: Psychosocial Benefits from Private Motor Vehicle Transport Compared to Public Transport. *Transport Research*. 6, 217-231.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yürütme Kurulu Yayınları (3) 12-36.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: ERK Yayınları.
- Erikson, E. H. (1994). *Identity and the life cycle*. New York: WW Norton & Company.
- Erkan, M. ve Mutdoğan, S. (2019). Konaklama Yapıları Rekreasyon Alanlarının Mekansal Analizi Üzerine Bir Örnek İncelemesi, *The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication (Tojdac)*. 9(3): 403-413
- Escobar, A., Hess, D., Licha, I., Sibley, W., Strathern, M., ve Sutz, J. (1994). Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture [and comments and reply]. *Current anthropology*, 35(3), 211-231.
- Eşgi, N. (2013). Dijital yerli çocukların ve dijital göçmen ebeveynlerinin internet bağımlılığına ilişkin algılarının karşılaştırılması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 181-194.
- European Caravan Federation (2020) Information of ECF Members. <http://www.e-c-f.com/index.php?id=26> adresinden erişildi.
- Fetterman, D. M. (2019). *Ethnography: Step-by-step*. USA: Sage Publications.
- Freyer, H., (1963). *Sosyolojiye Giriş*, Ankara: AÜ SBF Yayınları.
- Genzuk, M. (2003). A synthesis of ethnographic research. *Occasional Papers Series. Center for Multilingual, Multicultural Research (Edt.)*. Center for Multilingual, Multicultural Research, Rossier School of Education, University of Southern California. Los Angeles, 1-10.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Gere, C. (2008). *Digital Culture*. London, Reaction Books. Publ.
- Gezgin, M. F. (1988). Cemaat-Cemiyet Ayırımı ve Ferdinand Tönnies. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, (22), 183-201.
- Giannini, T. ve Bowen, J. P. (2019). *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*. Switzerland: Springer Publications.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gill, C. B., Zampini, M. A., ve Mehta, B. N. (2015). Digital identity: develop one before you're given one. *Urology*, 85(6), 1219-1223.
- Glesne, C. (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Goulding, C. (2005). Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. *European journal of Marketing*. 39(3/4), 294-308.
- Göker, G., ve Doğan, A. (2011). Ağ toplumunda örgütlenme: Facebook'ta çevrimiçi tekel eylemi. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25), 175-203.
- Green, F.B. (1978). Recreation Vehicles-a Perspective. *Annals of Tourism Research*, 5(4), 429-439.
- Güçdemir, Y. (2015) *Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Günerigök, M. (2019). Cemaat Sosyolojisi: Bir Kavramın Tarihsel Serüveni. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(5), 287-297.
- Hagel, J. ve Armstrong, A.G. (1996). The Real Value of on-line Communities *Harvard Business Review*, May-June.
- Hammersley, M. (2018). What is ethnography? Can it survive? Should it?. *Ethnography and Education*, 13(1), 1-17.
- Heerden, V. (2008) Leisure Motorhoming: The Case Of The Motorhome Club Of South Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(1): 125-136.
- Heller, K. (1989). The return to community. *American Journal of Community Psychology*, 17(1), 1-15.
- Hill, D.L. (2006). Sense of belonging as connectedness, American Indian worldview, and mental health. *Archives of Psychiatric Nursing*, 20(5), 210-216.
- Hine, C. (2008). Virtual ethnography: Modes, varieties, affordances. (Edt.) Fielding, N.G., Lee, R.M., Blank, G., *The SAGE handbook of online research methods*, London: Sage Publications.
- Hume, L ve Mulcock, J. (2004). *Anthropologists in the field: Cases in participant observation*. Columbia: Columbia University Press.
- John, (2020) Ultimate Guide To Converting A Van Into A Diy Camper For Life On The Road <https://gnomadhome.com/build-your-van>.
- Jones, W. H. ve Carver, M. D. (1991). Adjustment and coping implications of loneliness. (Edt.) C. R. Snyder ve D. R. Forsyth. *Handbook Of Social And Clinical Psychology*. New York: Pergamon Press.
- Kadushin, C. (2002). The motivational foundation of social networks. *Social networks*, 24(1), 77-91.

- Karahasan, F. (2012). *Taşlar Yerinden Oynarken: Dijital Pazarlamanın Kuralları*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Kotler, P. ve Roberto, L.E. (1989). *Social Marketing: Strategies for Chancing Public Behavior*, Collier Macmillan Publishers, 17-24.
- Kozinets, R. V. (1999). E-tribalized marketing?: The strategic implications of virtual communities of consumption. *European management journal*, 17(3), 252-264.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of marketing research*, 39(1), 61-72.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, London: Sage Publications Ltd.
- Kozinets, R.V. (1998), "On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture", in *NA - Advances in Consumer Research Volume 25*, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 366-371.
- Kozinets, R.V. (2010a). *Doing Ethnographic Research Online*. California: Sage Publications
- Kozinets, R.V. (2010b). Netnografi: Pazarlamacının Gizli Silahı Sosyal Medya Anlayışı İnovasyonu Nasıl Harekete Geçirir. <http://kozinets.net/wp-content/uploads/2012/01/netnography-turkish.pdf>.
- Köker, N. ve Özer, C. (2017). Sanal Toplulukların Halkla İlişkiler Açısından Önemi: Nitel Bir Araştırma. *II. Uluslararası Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi*. 240-254
- Köroğlu, O. (2012). İnsan Bilgisayar Etkileşimi Açısından Yeni İletişim Ortamları. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 3(6), 7-27.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020). Turizm Çeşitleri. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96269/turizm-cesitleri.html>.
- Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2020). Kamp ve Karavan Turizmi. <https://kirklareli.ktb.gov.tr/TR-93256/kamp-ve-karavan-turizmi.html>.
- Langer, R. ve Beckman, S. (2005) Sensitive Research Topics: Netnography Revisited Emerald Qualitative Market Research 8, 189-203.
- Langer, R., ve Beckman, S. C. (2005). Sensitive research topics: netnography revisited. *Qualitative market research: An international journal*. 8(2), 189-203.
- Lashley, C. (2015) Researching Snails On Holiday: An Agenda For Caravanning And Caravanners?, *Research In Hospitality Management*, 5(2), 115-122.
- Leimeister, J. M., Schweizer, K., Leimeister, S., ve Krcmar, H. (2008). Do virtual communities matter for the social support of patients? Antecedents and effects of virtual relationships in online communities. *Information Technology & People*. 21(4), 350-374.
- Lupton, D. (2016). *The Quantified Self*. Cambridge: Polity Press.

- Maclaran, P., ve Catterall, M. (2002). Researching the social web: marketing information from virtual communities. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(6), 319-326.
- Manning, R. C. (1997). Liberal and communitarian defenses of workplace privacy. *Journal of Business Ethics*, 16(8), 817-823.
- Maria, G., Zoi, A., Xanthippi, F., ve Evagelia, R. (2018). Folklor Araştırması ve Yeni Zorlukları: Etnografiden Netnografiye. (edt.) Oğuz, Ö.,vd.. *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McCabe, R. (2010). *Make the Most of Your Caravan*. Great Britain: Hodder Education.
- McLuhan, M. (2007). *Gutenberg Galakisisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Muniz, A.M. ve O'Guinn, T.C. (2001). "Brand Community", *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412-432.
- Neuman, W. L. (2013). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel Ve Nicel Yaklaşımlar*. Ankara: Yayın Odası Yayıncılık.
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1993). *Otel İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Özgen, C., ve Argan, M. (2020). Netnografi: Genel Özellikleri ve Spor Bilimleri Alanında Kullanılabilirliği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 5044-5064.
- Patterson, I., Pegg, S., Mahadevan, R. (2015) The Benefits Of Short Stay Caravan Travel Based On The Lived Experiences Of Grey Caravanners In Australia. *Tourism Analysis*, 20(5), 539-549.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Phippen, A.D. (2004), "An evaluative methodology for virtual communities using web analytics", *Campus-Wide Information Systems*, 21(5), 179-184.
- Porter, C. E. (2004). A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of computer-mediated communication*, 10(1).
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2009). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3), <https://www.learntechlib.org/p/104264/>.
- Prideaux, B., ve McClymont, H. (2006). The changing profile of caravanners in Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 45-58.
- Prior, D. D., ve Miller, L. M. (2012). Webethnography: Towards a typology for quality in research design. *International Journal of Market Research*, 54(4), 503-520.
- Reeves, S., Kuper, A., ve Hodges, B. D. (2008). Qualitative research methodologies: ethnography. Bmj.
- Renaut, A., (2011). Birey ve Bireycilik. Edt. Philippe, R. ve Stephane, R., *Siyaset Felsefesi Sözlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Riemer, F. J. (2009). *Ethnography Research*. S. D. Lapan ve M. T. Quartoroli (Edt.), *Research Essentials: An Introduction to Design and Practices*. USA: Jossey Bass.
- Ritzer, G. (2011). *Sosyoloji Kuramları*. Ankara: De Ki Basım Yayım, 2011, s.570.
- Rothaermel, F. T., ve Sugiyama, S. (2001). Virtual internet communities and commercial success: Individual and community-level theory grounded in the atypical case of TimeZone.com. *Journal of Management*, 27(3), 297–312.
- Sağlam, Y. ve Kanadlı, S. (2019) Nitel Veri Analizinde Kodlama. Ankara: Pe-gem Akademi Yayıncılık.
- Snee, H., Hine, C., Morey, Y., Roberts, S. ve Watson, H., (2016). *Sosyal Bilimler İçin Dijital Yöntemler Yöntemsel Yenilikler için Disiplinlerarası Bir Kılavuz*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Southerton, S.; Shove, E.; Warde, A. ve Deem, R. (2001). The Social Worlds of Caravaning: Objects, Scripts And Practices. *Sociological Research Online*, 6(2) 71-78
- Stauth, G. ve Turner, B.S., (2005). *Nietzsche'nin dansı: toplumsal hayatta hınç, karşılıklık ve direniş*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şimşek, S. (2002). Günümüzün kimlik sorunu ve bu sorunun yaşandığı temel çatışma eksenleri. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 29-39.
- Talip, B. A., Narayan, B., Edwards, S. L., ve Watson, J. (2017). Digital ethnography as a way to explore information grounds on Twitter. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 5(1), 89-105
- Taylor, C., (2012). *Benliğin Kaynakları Modern Kimliğin İnşası*. İstanbul: Küre Yayınları.
- TDK, (2022), <https://sozluk.gov.tr/>.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphanelerin geleceği. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(4), 742-768.
- Topçu, Ş. ve Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). Sosyal Pazarlama Kapsamında Konaklama İşletmelerinin Uyguladığı Çevre Duyarlı Uygulamalar: Kuşadası'ndaki 5 Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 595-605.
- Touraine, A., (2000). *Modernliğin Eleştirisi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Tönnies, F. (2002). *Community and Society*. New York: Dover Publications.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Türkalp, A. (2019, Haziran 9). Karavan ve Karavancılık <https://kampkaravanrehberi.com/karavan-ve-karavancilik/>2019
- Türkiye Kamp ve Karavan Derneği, (2020). Kamping Standartları. www.kampkaravan.org.tr.

- Türkoğlu, T. (2010). *Dijital Kültür*, İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Uzkurt, C. ve Özmen, M. (2006). Pazarlama Yöneticileri İçin Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Dergisi*, 8(1). 23-40.
- Ülken, H. Z., (1969). *Sosyoloji Sözlüğü*, İstanbul: Talim ve Terbiye Dairesi Yayınları, Millî Eğitim Basımevi.
- Valck, K.D. (2005), *Virtual Communities of Consumption*, Rotterdam: Erasmus University.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. İstanbul: Kafka Yayınları.
- Van Dijk, J. (2020). *The network society*. London: Sage.
- Varnalı, K. (2012). *Dijital Kabilelerin İzinde*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Voineagu, N. (2018) Comfort And Functionality In A Caravan Design, *Journal Of Industrial Design And Engineering Graphics*, 131, 35-40.
- Vybíral, Z., Smahel, D., & Divínová, R. (2004). Growing up in virtual reality: Adolescents and the Internet. *Society, reproduction, and contemporary challenges*, 169-88.
- Wach, J. (1995). *Din sosyolojisi* . İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Whitehead, T. L. (2005). Basic classical ethnographic research methods. *Cultural ecology of health and change*, 1, 1-29.
- Wikipedia (2020), Karavan. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Karavan>.
- Wilson, W. H. (1990). Competition and predation in marine soft-sediment communities. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 21(1), 221-241.
- Xun, J., ve Reynolds, J. (2010). Applying netnography to market research: The case of the online forum. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 18(1), 17-31.
- Yanıklar, C. (2014). Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıkların Sosyolojik Bir Analizi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 158-190.
- Yelken, R. (1999). *Cemaatin Dönüşümü: Geç Modern Dönemler İçin Bir Cemaat Sosyolojisi*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.