

T.C
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
PAZARLAMA BİLİM DALI DOKTORA PROGRAMI

DİJİTAL KABİLE KÜLTÜRÜNDE SATIN ALMA DAVRANIŞINI
ETKİLEYEN GRUP DİNAMİKLERİNİ ANLAMAYA YÖNELİK
NETNOGRAFİK BİR ARAŞTIRMA

Emine Pınar SAYGIN

DOKTORA TEZİ
İşletme Anabilim Dalı
Pazarlama Programı
Danışman: Prof. Dr. Nezihe Figen ERSOY ARCA

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Haziran 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Emine Pınar SAYGIN'ın "Dijital Kabile Kültüründe Satın Alma Davranışını Etkileyen Grup Dinamiklerini Anlamaya Yönelik Netnografik Bir Araştırma" başlıklı tezi **12 Haziran 2019** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca **İşletme** Anabilim Dalı **Pazarlama** Bilim Dalında, **Doktora** tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Nezihe Figen ERSOY ARCA
Üye : Prof.Dr.Sevgi Ayşe ÖZTÜRK
Üye : Prof.Dr.Mine OYMAN
Üye : Prof.Dr.Sima NART
Üye : Prof.Dr.Nilgün SARIKAYA

Prof.Dr.Hasan TILAR
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Doktora Tez Özü

DİJİTAL KABİLE KÜLTÜRÜNDE SATIN ALMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN GRUP DİNAMİKLERİNİ ANLAMAYA YÖNELİK NETNOGRAFİK BİR ARAŞTIRMA

Emine Pınar SAYGIN

İşletme (Pazarlama) Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran, 2019

Danışman: Prof. Dr. Nezihe Figen ERSOY ARCA

Sosyal ağlarda ortaya çıkan sanal topluluklar, pazarlamanın dikkate alması gereken önemli müşteri kitleleridir. Muhtemel gelecek bu grupların çevresinde şekillenecektir. Birbirlerine çeşitli değerlerle bağlanan bu grupları anlamak; güncel kalabilmek için önemlidir. Bu çalışmanın amacı sosyal medyada oluşan pazarlama alanında; tüketicinin sanal topluluklardaki satın alma eğilimlerini, direkt üreticiden satın almaya yönelişini, sanal topluluklardaki güven ilişkilerini anlamak ve grup dinamiklerinin sanal topluluklardaki karşılığını görebilmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için araştırmada bağlılık-güven teorisinden ve ortak kimlik-ortak bağ teorisinden faydalanılmıştır. Bu araştırma; Türkiye'nin en yaygın kullanılan sosyal ağı Facebook'ta kurulmuş, herhangi markadan bağımsız, iş birliği içerisindeki bir alışveriş topluluğu üzerinde yapılmıştır. Araştırmada netnografi yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda incelen grup özelinde; sanal topluluğun kendine ait bir kültür oluşturduğu, güven ilişkisinin kuvvetli olduğu, güvenin doğrudan üyelerin bağlılığını etkilediğini, topluluğun doğru yönetilmesinin grup dinamiğini etkilediği, grubun yapı ve dinamiklerinin topluluk içi davranışları etkilediği, liderin rahatlıkla satın almayı yönlendirebilecek güçte olduğu, güven ve iş birliğine dayalı grupların dijital dünyada geleneksel araçların yerine geçebildiği bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan gözlemler sonucu sanal topluluklarda grup dinamikleri açısından bakıldığında temelde iki farklı türde gruba rastlanılmıştır. Bunlar; lider odaklı gruplar ve tema odaklı gruplardır. Sonuçlar hem kendinden önceki araştırmaları destekler hem de onları genişletir niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, sanal topluluklar, dijital kabile, grup dinamiği, güven, bağlılık, liderlik, netnografi.

Abstract

A NETNOGRAPHIC RESEARCH TO UNDERSTAND GROUP DYNAMICS AFFECTING PURCHASING BEHAVIOR IN DIGITAL TRIBE CULTURE

Emine Pınar SAYGIN

Department of Business Administration (Marketing)

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, June 2019

Adviser: Prof. Dr. Nezihe Figen ERSOY ARCA

Virtual communities that emerge in social networks are important customer masses that marketing should consider. The possible future will take shape around these groups. It is important to stay up to date understand these groups which are connected to each other with various values. The aim of this study is to investigate the marketing area in social media; to understand the consumer's tendency to buy in virtual communities, the tendency to buy directly from the producer, the trust relationships in virtual communities and to see the equivalent of group dynamics in virtual communities. In order to realize this aim, the research has benefited from the commitment-trust theory and the common identity-common bond theory. This research was carried out on a shopping community based on cooperation, independent of any brand, established on Facebook the most widely used social network in Turkey. Netnography method was used in the study.

At the end of the research, specific to the sample; it was found that the virtual community created a culture of its own, the relationship of trust was strong, trust directly affected the commitment of the members, correct management of the community affected the group dynamics, the structure and dynamics of the group affected the intra-community behaviors, the leader was able to direct the purchase easily and trust-based collaborative groups have been found to replace traditional intermediaries in the digital world. In addition, as a result of the observations, two different types of groups were found in the virtual communities in terms of group dynamics. These are leading-oriented groups and theme-oriented groups. The results both support and expand previous researches.

Keywords: Marketing, virtual communities, digital tribe, group dynamics, trust, commitment, leadership, netnography.

Önsöz

Doktora tez süreci boyunca değerli bilgileriyle bana rehberlik eden, tezimi severek yazmamı sağlayan danışmanım Sn. Prof. Dr. Nezihe Figen Ersoy Arca'ya, tez jürilerinde bilgilerinin yanı sıra nezaketlerinden de çok şey öğrendiğim Sn. Prof. Dr. Sevgi Ayşe Öztürk'e ve Sn. Prof. Dr. Mine Oyman'a teşekkür ederim. Tez savunmama gelerek çalışmama katkıda bulunan Sn. Prof. Dr. Sima Nart ve Sn. Prof. Dr. Nilgün Sarıkaya'ya da ayrıca teşekkür ederim.

Dünyadaki sabitim, kıymetli eşim Özgür; hayatımın her döneminde maddi manevi desteğini benden esirgemediğin için, canım kızım Rana Berin; hep en güçlü dayanağım olduğun için, tatlı kızım Ayşe Sude; mutsuz anlarımda gülüşünle günümü güzelleştirdiğin için ve tez aşamasında sürpriz yaparak çekirdek ailemi geniş aileye çeviren oğlum Muhammed Emir; çalışmama fırsat verdiği kısıtlı zamanlar için teşekkür ederim. Biliyorum ki bu doktorayı hep beraber yaptık...

Olaylara daha ayrıntılı ve bilimsel bakmamı sağlayan annem Sebahat Mülayim'e, ayrıntılarda kaybolmadan bütündeki resmi görmemi sağlayan babam Avni Mülayim'e ve varlıklarından güç aldığım güzel kardeşlerim Kübra Rabia Can ve Merve Coşkun'a sonsuz teşekkür ederim.

Elim bir kazada vefat ederek yanımızdan erken ayrılan kayınbiraderim, canım kardeşim Emre Saygın'a teşekkür ederim. Sen yaparsın abla diyen sesi kulaklarımda yazdım tezimi. Ruhu şad olsun.

Değerli arkadaşım Dr. Selda Fındıklı'ya doktora süreci boyunca hep yanımda olduğu, akademik bakış açımı ve ruh dünyamı zenginleştirdiği için teşekkür ederim. Bu yol seninle başka bir anlam kazandı.

Ayrıca adlarını buraya yazamadığım bana dualarıyla destek olan tüm dost ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BELGESİ

Bu Tezin bana ait bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı ; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi beyan ederim her hangi bir zamanda çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm

Emine Pınar SAYGIN

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	İİ
Doktora Tez Özü.....	İİİ
ABSTRACT.....	İV
ÖNSÖZ.....	V
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BELGESİ.....	VI
İÇİNDEKİLER.....	Vİİ
BİRİNCİ BÖLÜM	1
1. GİRİŞ	1
1.1. Sanal Toplulukların İncelendiği Araştırmalar.....	1
1.2. Araştırmanın Problemi.....	4
1.3. Araştırmanın Amacı.....	4
1.4. Araştırmanın Önemi	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	6
İKİNCİ BÖLÜM.....	8
2. ALANYAZIN	8
2.1. Topluluk Kavramı ve Sanal Topluluklar.....	8
2.1.1. Topluluk/cemaat/klan/kabile kavramları.....	8
2.1.2. Topluluk/cemaat/klan/kabile kavramlarının sanal yansımaları	13
2.1.3. Sanal toplulukların sınıflandırılması.....	16
2.1.4. Sanal topluluklar ve pazarlama	22
2.1.4.1. Sanal tüketim topluluklarında üye tipleri	25
2.2. Sosyal Etki ve Uyma	27
2.2.1. Uyma davranışı türleri	31
2.3. Grup Yapısı ve Dinamikleri.....	32
2.3.1. Grup kavramı.....	34

2.3.2. Grubun işlevleri.....	37
2.3.3. Grubun yapısı ve süreci.....	38
2.3.3.1. Mevki ve roller	39
2.3.3.2. Normlar	40
2.3.3.3. Liderlik	40
2.3.3.4. İletişim	41
2.3.3.5. Yetkeci-demokratik grup yapısı	41
2.3.4. Grubun birey üzerindeki etkisi	42
2.3.4.1. Grubun birey üzerindeki normatif etkisi	42
2.3.4.2. Grubun bireyin tutum değişimine etkisi	42
2.3.4.3. Grubun bireyin verimliliğine etkisi	43
2.4. Grup Kültürü.....	43
2.5. Sanal Topluluklarda Bağlılık-Güven Teorisi	46
2.6. Sanal Topluluklarda Ortak Kimlik ve Ortak Bağ (Common Bond and Common Identity) Teorisi	50
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	53
3. YÖNTEM.....	53
3.1. Araştırma Deseni	53
3.1.1. Pazarlamada araştırmalarında nitel yaklaşımlar	53
3.1.2. Netnografinin tanımı ve kapsamı.....	54
3.1.2.1. Netnografide geçerlilik ve güvenilirlik	59
3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Diğer Katılımcıları	60
3.2.1. Araştırmanın örnekleme.....	60
3.2.2. Üye profili.....	61
3.2.3. Araştırmacı.....	61
3.2.4. İnanırcılık komitesi	62

3.3. Veri Toplama Teknikleri	63
3.3.1. Süreç ürünler	64
3.3.2. Yansıtımlı araştırmacı günlüğü.....	64
3.3.3. Gözlem.....	64
3.4. Verilerin Analizi	65
4. BULGULAR ve YORUM	66
4.1. Kurucu Lider	66
4.1.1. Kurucu Lider’e güven ve hayranlık.....	69
4.1.2. Kurucu Lider’in çabası.....	71
4.2. Bilgilendirme-İletişim	75
4.2.1. Üretim süreci.....	75
4.2.2. Ürün ambalajı	79
4.2.3. Ürün arama-sorma.....	82
4.2.4. Ürün-üretici bilgilendirme	83
4.3. Çatışma	101
4.3.1. Kurucu Lider’in müdahalesi.....	101
4.3.2. Ayrılan satıcılar-sahte grup	106
4.3.3. Satıcıların mağduriyeti.....	108
4.3.4. Satıcılara itham ve imalar	112
4.3.5. Satıcıları savunma	120
4.3.6. Satıcıların kendilerini savunması.....	126
4.4. Dayanışma	131
4.4.1. Yardımlaşma.....	132
4.4.2. Hediye ürünler	137
4.4.3. Kadına destek.....	139
4.4.4. Sağlıklı beslenme ve tarifler	141

4.4.5. Sorunlara çözüm önerisi	146
4.4.6. Tavsiye.....	156
4.5. Fonksiyonellik.....	161
4.5.1. Maliyet görünümünden önemli	161
4.5.2. Teknoloji	163
4.6. Grup Kültürü.....	164
4.6.1. Kültür.....	165
4.6.2. Ritüeller.....	172
4.7. Grup Yapısı	178
4.7.1. Doğallık	178
4.7.2. Küçük üreticinin emekleri.....	184
4.7.3. Grup norm ve kuralları.....	188
4.8. Güven.....	199
4.8.1. Analiz ve sorgu	200
4.8.2. Demokrasi	204
4.8.3. Güven	205
4.8.4. Piyasaya güvensizlik.....	210
4.9. İlişki Türü	214
4.9.1. Aile arkadaş gibi.....	214
4.9.2. Memnuniyet	217
4.9.3. Memnuniyetsizlik	220
4.9.4. Sisteme gruba eleştiri	222
4.9.5. Siteme gruba hayranlık.....	226
4.10. Satın Alma Süreci	229
4.10.1. Fiyat.....	230
4.10.2. Kargo.....	234

4.10.3. Sipariş süreci	237
4.10.4. Telafi.....	239
5. SONUÇ ve TARTIŞMA.....	243
5.1. Araştırmanın Alana ve Uygulamaya Yönelik Katkıları.....	254
5.2. Öneriler.....	258
6. KAYNAKÇA.....	259
EKLER	273
EK I: Kurucu Lider’den Etik Onayın Alınması	273
EK II: Sonuçların Kurucu Lider ile Paylaşılması.....	275
EK III: Araştırmacının Nitel Araştırma Üzerine Aldığı Eğitim Belgesi.....	276

Tablolar Listesi

Tablo 1: Sanal Toplulukların Amaç Temelli Sınıflandırılması	17
Tablo 2: Çevrimiçi Topluluklarda Tüketici Katılımının İtici ve Tetikleyicileri	24
Tablo 3: Gruplar ve Örnekleri	35
Tablo 4: Dünyada İnternet Kullanıcıları.....	36
Tablo 5: Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Tablo 6: Araştırma Sorularının Karşılık Bulduğu Temalar.....	250

Şekiller Listesi

Şekil 1: Sanal Topluluk Türleri	20
Şekil 2: Sanal Tüketim Toplulukları ve Üye Türleri	25
Şekil 3: Sosyal Etki ve Uyma Davranışı	32
Şekil 4: İlişkisel Pazarlamada Aracı Değişken Modeli.....	48
Şekil 5: Netnografik Çalışmaların Yayın Türleri	55
Şekil 6: Ortaya Çıkan Temaların Aracı Değişken Modeliyle Karşılaştırılması.....	252
Şekil 7: Sanal Topluluk Türleri ve Onlara Uygun İzlenebilecek Pazarlama Adımları.	255
Şekil 8: Sanal Topluluklar İçin Temel Mecra Ayrımı	256

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Toplumsal yapıdan etkilenen pazarlama toplumun yapısına göre evrilir. Zaman içinde ürün odaklı (tarım ürünleri, mineraller, mamul mallar, hizmetler), endüstriyel odaklı (üreticiler, toptancılar, perakendeciler, acenteler), fonksiyonel odaklı (satın alma, satış, tanıtım, taşıma, depolama, fiyatlandırma), yönetim odaklı (analiz, planlama, organizasyon, kontrol), sosyal odaklı(pazar verimliliği, ürün kalitesi ve sosyal etki) eğilimler gösteren pazarlama hakkında odak noktasını daha da genişleterek tüm organizasyonları ilgilendiren bir disiplin haline geldiği söylenebilir (Kotler, 1972, s. 46). Kotler'in 1972 de bahsettiği genişletilmiş pazarlama kavramı artık tüm organizasyonları ilgilendirmektedir. Bir değer değişiminin var olduğu her alan pazarlama disiplininin konusu olabilmektedir. Dijital devrim ile pazarlamanın genişleyen odağına sanal organizasyonlar da dahil olmuştur.

Ortak işlemlerden standardizasyondan sıkılan tüketiciler geçen zamanla gittikçe bireyselleşmiş, aslında tek muhatap olmayı arzularken yalnızlaşmışlardır. Gittikçe bireyselleşen ve yalnızlaşan toplum bireyleri aslında yine bir manada başa dönerek daha homojen paydalarda buluşabilecekleri platformlar oluşturmuşlardır. Gerçek dünyada birbirinden bu kadar uzaklaşan insanlar yine temel içgüdülerine dönmüş bu sefer çevirim içi ortamda arkadaşlıklar aidiyetler arar olmuşlardır. Bu çalışma sanal toplulukları anlayabilmek için yapılan keşifsel bir çalışmadır. Ortaya çıkan bu yeni gruplar tezde klan/kabile metaforuyla açıklanmıştır. Ardından kendi içinde klan ve kabile arasındaki nüanslar ortaya konmuş, seçilen grup özelinde bu grupların iç dinamikleri anlaşılmaya çalışılmış ve bu gruplara yönelik pazarlama faaliyetlerinin nasıl olması gerektiği incelenmiştir.

Araştırma probleminin belirlenmesi sırasında sanal topluluklarda grup dinamikleri ile ilgili uluslararası ve ulusal araştırmalar incelenmiştir.

1.1. Sanal Toplulukların İncelendiği Araştırmalar

Ulusal tez merkezinde¹ yapılan sanal topluluk araştırmalarının tarihsel süreci 2006-2018 yılları arasını kapsamaktadır. Bunlardan yedi tanesi yüksek lisans iki tanesi doktora

¹ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

tezidir. Konu başlıkları olarak; halkla ilişkiler, bilgisayar mühendisliği, hemşirelik, reklamcılık, işletme ve sosyoloji kapsamında bulunmaktadır. Bunlar:

Özbölük (2015), ‘Postmodern Tüketici Kabileleri ve Sanal Topluluklar: Netnografik Bir Araştırma’; marka topluluğu bağlamında yapılan netnografik bir araştırmadır. (Özbölük, 2015).

Torun (2013), ‘Sanal Topluluklarda Pazarlama İletişimi ve Sosyal Etkileşimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi’; marka topluluklarını odağına alarak nicel yöntemle anket çalışması yapmıştır (Torun, 2013).

Bayramoğlu (2017), ‘Dijital Çağda Pazarlama İletişiminde Yeni Bir Boyut: Sanal Topluluklar Ve Kullanıcı Merkezli İçerik’; marka topluluğu üzerinden sanal toplulukları araştırmıştır (Bayramoğlu, 2017).

Gün (2018), Kanserli Çocuğu Olan Anne-Babaların Oluşturduğu Sanal Topluluklar Üzerinden Online (Çevrim İçi) hemşirelik alanında yazılmış netnografik bir çalışmadır (Gün, 2018).

Kaymak (2012), ‘Sanal Topluluklardaki Sosyal Ağlarda Sosyalleşme ve Güven Sorunsalı: Ereğli Örneği’; araştırmanın yöntemi tarama modelidir, evreni Konya ilinin Ereğli ilçesinde ikamet eden bireylerdir ve alan olarak sosyoloji konu başlığı altında yazılmış yüksek lisans tezidir. (Kaymak, 2012).

Gomez (2016), ‘Latin Müslüman Topluluklarının Online Varlığı: Facebook Mekanlarında Sanal Topluluk Aidiyeti’; bu tez halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yazılmış bir yüksek lisans tezidir. (Carolina Zuñiga Gomez, 2016).

Seyhan (2016), ‘Amaçlı Sanal Topluluklar Üreten Ontoloji Tabanlı Bir Yapı’; yazılan bu yüksek lisans tezi, bilgisayar ortamında teknik yazılım becerilerine yönelik yazılmış bir tezdır. Bilgisayar programcılığı alanında yazılmıştır (Seyhan, 2016).

Deniz (2010), ‘Sanal Topluluklar ve Tüketim Kültürü’; bu araştırma yöntem olarak netnografi kullanmıştır. Yüksek lisans tezi olup, topluluk olarak eylem topluluğunu odağına almıştır (Deniz, 2010).

Özdemir (2006), ‘Sanal Topluluklarda İzlenimi Yönetme’; online bir toplulukta izlenim yönetimi çalışılan tezde online görüşme yapılmıştır. (N. G. Özdemir, 2006).

ProQuest’e² izlenen konuya ve yöneme en yakın tez çalışmaları aşağıdakilerdir:

² <https://www.proquest.com/products-services/pqdtglobal.html>

- Bietila (2010), “An Ethnography of Relevance in the Digital Age” isimli master tezinde; ABD Kongre Cumhuriyetçileri, Mayıs 2010'da kendi unsurlarından siyasi geribildirim istemek amacıyla açtıkları ‘Amerika Konuşuyor’ adlı sitenin başarısızlığını işlemiştir. Etnografik gözlem yöntemlerini kullanarak, iki farklı ilişki yaratma modu olan LibraryThing ve MetaFilter örneklerini web siteleri üzerinde çalışmıştır (Bietila, 2010).

- Herten (2010), “Crackberry.com: The Role Of Superusers In A Virtual Brand Community” isimli doktora çalışmasında CrackBerry.com, (BlackBerry akıllı telefonların tüketimine odaklanan tabandan oluşan sanal bir topluluk) üzerinde netnografik bir araştırma yapmıştır. Çalışmasında iki ana bulguya ulaşmaktadır. Bunların ilki; verilerden elde ettiği üç ana tema: bağlılık, yardımseverlik ve şüphecilik, diğer bulgusu ise Süper kullanıcı (SuperUser) diye etkili bir topluluk üyesinin keşfidir (Herten, 2010).

- Bartholomew (2012), “Online Community Rituals” isimli doktora tezinde online toplulukları anlamının yolunun ritüelleri anlamadan geçtiğini belirtmiştir. Araştırma sorularının cevaplarını netnografi yöntemini kullanarak aramıştır (Bartholomew, 2012).

- Lahn Thi-Tuy Phan (2001), “Structured Group Supervision from a Multicultural Perspective” isimli doktora tezinde yapılandırılmış grup gözetim modeliyle ilgili nicel bir çalışma yapmıştır. Çalışmasındaki ampirik veriler yapılandırılmış grup gözetimi modelinin grup denetimi ortamında fedakârlık, evrensellik, grup bağlılığı ve sinerjinin etkilerini incelemektedir (Phan, 2001).

- Szafran (2012) “Scenes of chaos and joy: Playing and performing selves in digitally virtu/real places” isimli doktora tezinde, siber teknolojilerin kullanılmasının, oyun alanlarının ve kamusal mekanlardaki performans beklentilerini gerçekten de değiştirdiği hipotezini incelemektedir. Flashmoblar ile ilgili araştırmasına metot olarak etnografik veri analiz yöntemlerini kullanıp çok alanlı saha çalışması yapmıştır. Araştırmacı spontane olaylara ev sahipliği yapan beş grubun çevrimiçi topluluğuna katılmış, bloglarında, sayfalarında ve web sitelerinde yarı aktif bir ses haline gelmiştir. 20 kadar flashmobu videoya çekmiş, görsel materyali analiz etmiş ve hem katılanlar hem de izleyici üyeleri ile röportajlar yapmıştır (Szafran, 2012).

- Stevenson (2016), “Data , Trust , and Transparency in Personalized Advertising” isimli tezinde günümüzün gelişmekte olan dijital pazarlama sisteminin pazarlamacılar ve bireyler arasındaki etkileşimi nasıl düzenlediğini araştırmış bununla ilgili üç ampirik çalışma yapmıştır (Stevenson, 2016).

- Crain (2013), “The Revolution Will Be Commercialized : Finance , Public Policy, and The Construction of Internet Advertising” isimli tezinde, internetin çevrimiçi reklam endüstrisinin yapısını analiz etmekte ve ticari medyanın yeniden yapılandırılmasında rolünü ortaya koymaya çalışmaktadır. Çalışması, çevrimiçi reklamcılığın nasıl geliştiğinin değerlendirilmesi için bir temel oluşturmaktadır (Crain, 2013).

1.2.Araştırmanın Problemi

Araştırma probleminin belirlenmesinde üç temel kaynak önemli rol oynamaktadır. İlki araştırma yapılmak istenen alanla ilgili kuram ve araştırma alan yazını, ikincisi araştırmacının bireysel ve mesleğe dönük deneyimleri, üçüncüsü ise ilgili alanda karşılaşılan toplumsal sorunlardır (Yıldırım ve Şimsek, 2018, s. 82-83). Bu çalışmada problemin belirlenmesinde; internet kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan sanal toplulukların artması, bu topluluklarla ilgili pazarlama alanında grup dinamikleri ile ilgili çalışmaların az olması, teknoloji ile değişen tüketici profilinin beklentilerini ve satın alma eğilimlerini anlamak için yeni dijital kültürün ürünü olan sanal toplulukları anlama isteği etkili olmuştur. Araştırmanın incelenmek üzere ele alınacak temel problemi;

‘Dijital kabile kültüründe satın alma davranışını etkileyen grup dinamiklerini anlamaktır’

Buna bağlı alt problemler ise;

- Değişen pazarlama alanında tüketicinin satın alma eğilimlerini anlamak,
- Dijital ortamın bu etkideki rolünü görebilmek,
- Güven bağlılık gibi kavramların sanal topluluklardaki anlamını bulmak,
- Tüketicinin aracıları atlayıp direkt üreticiye ulaşma arzusunun dijital

yansımaları anlayabilmektir.

1.3.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı sosyal medyadaki değişen pazarlama alanında tüketicinin; sanal topluluklardaki satın alma eğilimlerini, direkt üreticiden satın almaya yönelişini, sanal topluluklardaki güven ilişkilerini anlamak ve grup dinamiklerinin sanal topluluklardaki karşılığını görebilmektir. Araştırma probleminin cevabını keşfedebilmek adına cevapları öğrenilmek istenen araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

- 1- Sanal topluluk içindeki bağlılık-güven duygusu nasıl gerçekleşmektedir?
- 2- Sanal topluluk lideri satın almayı yönlendirebilir mi?

3- Sanal grubun yapısı ve dinamiği topluluk içi davranışları etkilemekte midir?

4- Sosyal medya ile üreticiye ulaşmak kolaylaşmış mıdır?

Bu çalışma yapılırken kavramların arketipleri incelenerek ortaya çıkan bu yeni dünyada keşifsel bir çalışma yapılmıştır.

1.4.Araştırmanın Önemi

Günümüz dünyasının tüketicileri, üreticiler ve perakendeciler ile etkileşimlerini yeniden tanımlamayı vaat eden teknolojiler ile çevrelenmiştir. İnternet ticaretin ve medyanın ilgisini çeken en göze çarpan yeniliktir. Bunun gibi elde tutulan ve kablosuz cihazlar dokunmatik ekran kioskları, elektronik tabelalar ve kişisel etiketler, sanal gerçeklik ekranları, vücut taraması, akıllı kartlar ve hatta robotlar dâhil olmak üzere önemli yenilikler vardır (Burke, 2002, s. 411). Bunların tamamı yeni çağın tüketicisini etkilemektedir. Bu yenilikler ışığında artık rahatça internet bir ‘araç’ olmaktan ziyade ‘toplumsal bir alandır’ diyebilmekteyiz (Markam, 2004, s. 96-97). Bu toplumsal alan sosyolojik yönüyle pazarlamanın da konusu olmaktadır. Çünkü değişim ve tüketim olgusu iktisat, psikoloji, antropoloji ve sosyoloji gibi temel sosyal bilimlerin çalışma alanına giren disiplinler arası bir konudur ve bu yeni toplumsal alanda sergilenen etkinliklerin, bütüncül biçimde, toplumsal anlam ve değer dünyasına bağlı ortaya çıktığı ve sosyolojik çözümlemelere ihtiyaç duyacağı söylenebilir (Erdoğan ve Ekici, 2013, s. 3-4). Nitel araştırmayı bu nedenden dolayı internet alanına taşımak sosyal bilim olan pazarlama için önemli görülmüştür.

Tüketicilerin ürünleri aracı olmaksızın direkt üreticiden alma isteğini inceleyebilmek araştırmanın bir diğer önemli noktasıdır. Bir markanın ya da ürünün üretildiği yerin asıl kaynağından olması değerlidir. Tüketiciler için aldığı ürünün orijiniyle olan bir tür fiziksel bağlantı sezgisel olarak çekici gelmektedir (Newman ve Dhar, 2014, s. 386). Bir ürünü üreticisinden yetiştirildiği yerden en temel haliyle gidip almak günümüz koşullarında zordur. Ama dijital ortam alıcılara bu imkânı sunmaktadır. Alıcılar artık ürünlerin üreticilerinin yörelerine gitmeden sanal ortamdan bu ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. Küreselleşen ve dijitalleşen dünya artık adil bir oyun sahası yaratmaktadır. Şirketlerin rekabet gücünü; boyutları, hangi ülkede kuruldukları ya da geçmişten gelen avantajları belirlememekte bu da yerel ve küçük şirketlere şans vermektedir (Kotler, Kartajaya ve Setiawan, 2018, s. 34). Fütürist bilim insanı Michio

Kaku'nun ön görülerinde belirttiği gibi dijital devrimin pazarlama alanında da sonuçları olacaktır. Kaku'ya göre bu dünyada orijinal fikir, ürün ya da hizmet üreticileri kazananlar kervanına katılacaktır. 'Aracı' statüsünde kalan, sürece bir değer katmayanlar ise giderek kendilerine bu dünyada ekonomik anlamda bir yer bulamayacaktır.³ O zaman dijital ortamda bu boşluğu kim ya da hangi süreçler dolduracaktır sorusu akla gelmektedir. Sosyal ağlardaki sanal topluluklar ve onların ihtiyaçlarını karşılayan sanal ağlardaki alışveriş ortamı belki de Kaku'nun ön gördüğü, geleceğin alışveriş dünyasının prototipleridir. Erken dönem de bu prototipleri anlamının pazarlama açısından geleceğe hazır olma noktasında önemli olduğu düşünülmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2018 Ağustos ayında yayınlanan Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Raporu'na göre internet kullanan bireylerin oranı %72,9 olarak saptanmıştır. Buna bağlı olarak internet üzerinden alışveriş yapma oranı %29,3'e çıkmıştır. İnternet üzerinden alışveriş yapan bireylerin (en yüksek oranla) %65,2'si giyim ve spor malzemesi satın aldığı gözlenmiştir. Bunu %31,9 ile seyahat bileti, araç kiralama vb. %26,8 ile ev eşyası, %22,1 ile gıda maddeleri veya günlük gereksinimler ve %20,6 ile kitap, dergi, gazete takip etmiştir (TÜİK, 2018). İnternet kullanımının bu kadar yüksek oranda olduğu bir toplumda satın alma alışkanlıklarında yine yukarıdaki oranlarda görüldüğü üzere yüksek olacaktır. Bu oranlar karşısında ülkemiz bağlamında pazarlama araştırmaları için internet üzerinden alışverişin öneminden bahsedebiliriz.

1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Sosyal olgu ve olaylar bütün yönleriyle bir tek araştırmada incelenemeyecek kadar karmaşık oldukları ve araştırmalar belirli bir zaman diliminde ve sınırlı kaynaklarla yürütüldükleri için araştırma kapsamının sınırlandırılması önemlidir (Şavran, 2010, s. 10).

- Araştırmanın ilk sınırlılığı örnekleminin tek bir sanal topluluğu kapsıyor olmasıdır. Daha sonra aynı türde farklı topluluklar üzerinde nitel çalışmalar yapıp sonuçların benzerliğine bakılabilir.
- Nitel çalışmalarda genelleme yapmak öncelikli değildir. Bu araştırmanın sonuçları da başka topluluklar için genellenemez. Ama elde edilen

bulgularından oluşturulan bir ölçek ile anket uygulaması yapılabilir. Daha genel sonuçlara ulaşılabilir.

- Grupta satılan ürünlerin mevsimselliğinden dolayı sadece belli bir zaman aralığındaki postlar incelenmiştir. Bu araştırmanın diğer bir kısıtıdır. Araştırmaya resmi olarak başlamadan önceki iki yıl boyunca da grup incelendiği için araştırma için en verimli olduğu düşünülen dönem bilinçli olarak seçilmiştir.
- Her alıcı post açma ya da yorum yazmada çeşitli nedenlerden dolayı - çekingenlik, teknolojiye hâkim olamama, problem yaşamadıkça paylaşımı gereksiz görme gibi- aktif değildir. Genel olarak grup üyeleri katılımcı olsa da her birey yaptığı alışverişle ilgili paylaşım yapmamaktadır. Dolayısıyla araştırma grubun tüm bireyleri için genellenemez. Ama bu durum zaten nitel araştırmanın doğasına uygundur.
- Grubun demografik yapısı farklılaşmaktadır. Üye profilleri genellikle gizlidir. O yüzden araştırmanın bulgularında yaş cinsiyet gibi veriler ifade edilememektedir. Araştırma bize demografik açıdan net bir bakış açısı verememektedir. Konusu, değerler etrafında toplanan sanal gruplar olan birçok araştırma için bu sınırlılığın yaşanması muhtemeldir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ALANYAZIN

2.1. Topluluk Kavramı ve Sanal Topluluklar

Türk Dil Kurumu topluluk kavramını ‘Nitelikleri bakımından bir bütün oluşturan kimselerin hepsi, toplum, camia, cemiyet’ şeklinde tanımlamaktadır.⁴ Temelde niteliksel birlikteliği vurgulayan bu tanım çok genel bir çerçeve çizer. Sosyoloji alanında kısmen bu kavramın derinine inilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle araştırmada interdisipliner bir bakış açısıyla bu bilim dalından beslenilecektir. Araştırma doğrultusunda sanal toplulukları da kendi içinde tanımlara ayırmaya çalışarak bir öneri sunulacaktır.

2.1.1. Topluluk/cemaat/klan/kabile kavramları

Topluluk ya da sosyolojide sıkça geçen ifadesiyle cemaat birçok düşünür tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Ama tanım hep bir miktar muğlak kalmış bu da yapılan araştırmaları daha zor hale getirmiştir (Gordon, 1999, s. 91; Abercrombie, Hill, ve Turner, 2006, s. 71; Ülken, 1969, s. 56; Theodorson ve Theodorson, 1969, s. 65).

Aynı belirsiz durum kelimenin Türkçeye çevrilisinde de yaşanmaktadır. ‘Community’ kelimesi Türkçe literatüründe hem topluluk hem de cemaat olarak çevrilmiştir. Bir fark gözetilmemiştir ve en genel çeviri kaynakları da bu şekilde sonuç vermektedir⁵. Sosyoloji kaynaklarına daha derinlemesine bakıldığında ise Türk sosyologların ‘community’ kavramını ‘cemaat’ olarak kullandığını, ‘topluluk’ içinse ‘camia’ kavramını tercih ettiklerini görebiliriz (Seyyar, 2004, s. 110). Topluluk için aynı anlamda kullanılan camia kavramı sosyal hayatın bütün yönlerini kapsayan en küçük bölgesel grup olarak ifade edilmektedir (Seyyar, 2004, s. 797). İngilizce literatürden aktarımda çevrilirken ortaya çıkan bu ikilik durumunun nedeni ‘community’ kelimesinin İngilizce sosyoloji sözlüklerinde her iki anlamı da (1. Anlam 2. Anlam şeklinde yazılarak) içinde barındırması, Türkçeye çevrilirken ise aslında aynı kelimeye ait olan alt anlamların farklı kelimelere çevrilip ifade edilerek kullanılmasıdır (Abercrombie vd., 2006, s. 71-72; Theodorson ve Theodorson, 1969, s.63-64; Scott ve Marshall, 2005, s. 93-94; Fairchild, 1955, s. 52). Türkçe sosyoloji kaynakları bu handikaba daha az düşmektedir.

4

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gtsvearama=gtsveguid=TDK.GTS.5c053957a98d30.65740068 Erişim:30.11.2018

⁵ <https://translate.google.com/?hl=tr#view=homeveop=translatevesl=envetl=trvetext=community>
<https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/community> Erişim: 18.04.2019

Çünkü kelimeyi kuramın asıl sahibi olan Ferdinand Tönnies'in Almanca yazılmış olan kaynaklarından çevirdiklerinden 'topluluk' kavramı yerine 'cemaat' kavramını tercih etmektedirler. Son tahlilde tekrar belirtmek gerekir ki uygulamada kullanılırken çoğunlukla bu kavramlar arasında bir ayrım yapılmamakta, topluluk ve cemaat kavramları birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Sosyal hayatın ortaklaşa paylaşımına daha çok zaman ve mekân açısından vurgu yapan topluluk kavramı bu araştırmanın konusu olan birbirine değer ve duygularla bağlı olan bir grubu açıklamada daha genel kalacağı için cemaat kavramı belki daha uygun olabilecektir. Çünkü Bauman'ın da ifade ettiği gibi; kelimelerin anlamları vardır ama bazı kelimeler bir 'duyguyu' da yansıtır. İyi bir his veren cemaat (community) kelimesi de bunlardan biridir (Bauman, 2017, s.7).

Talcott Parsons, Robert Nisbet, George Hillery gibi araştırmacılar cemaat kavramına değinseler de cemaat kuramının kurucusu sayılan, cemaat/cemiyet kavramlarını ilk ortaya atan Ferdinand Tönnies'in bu konudaki çalışmaları önemlidir (Gordon, 1999, s. 90; Akkaş, 2015, s. 71). Bu nedenle bu konudaki birçok yazının da başvuru kaynağıdır. Tönnies; bütün toplumların temelinde insan iradesinin olduğunu belirtmekte ve cemaat/cemiyet kavramlarını insan iradesinin iki farklı tipine dayandırmaktadır. Tönnies'e göre; toplumlar ya doğal iradeye ya da rasyonel iradeye, ama kesinlikle insan iradesine dayanırlar. Bu iki iradenin de içsel bir bütüne sahip olduğunu, birincisinin mizaca ve karaktere bağlı gerçek/doğal bir irade, ikincisinin ise belirli bir amaca ulaşmak için araçları farklılaştırabilme ve en uygun aracı seçebilme kapasitesine bağlı olan kavramsal/yapay bir irade olduğunu belirtmekte ve insan iradesinin muhakkak bu iki tipten birine gireceğini iddia etmektedir (Gezgin, 1988, s.195-196). Yaşamın kendisi, düşünmenin ait olduğu gerçeklik biçimi olduğu için doğal irade insan bedeninin psikolojik eşdeğeri ya da yaşam birliği ilkesidir. Diğer taraftan rasyonel irade düşünmenin bir ürünüdür, ancak düşünen birey referansla bir gerçekliğe sahip olabilir (Tönnies, 2002, s. 103). Doğal irade topluluğu/cemaati, rasyonel irade ise toplumu/cemiyeti oluşturmaktadır. Zaten bahsedilen doğal irade kavramı bazen grup duygusu bazen de dayanışma duygusu olarak çevrilmektedir (Akkaş, 2015, s. 74).

Türkçeye topluluk olarak da tercüme edilen cemaat (gemeinschaft) kavramı Tönnies'in geleneksel kırsal topluluklarla ilişkilendirdiği, aile veya dostluk ilişkileri içinde birbirine bağlı olan insanların arasındaki kişisel, yakın ve sürekli insan ilişkilerini içeren bir toplum tipidir. Bu açıdan topluluk için birbirleriyle sürekli etkileşim içerisinde olan üyeleri arasında zaman, mekân ve sosyal ilişkiler açısından görece bir yakınlığın

olduğu ve biz duygusunun ön plana çıktığı bir insan birlikteliğidir denilebilir (Yanıklar, 2014, s. 164). Aynı zamanda topluluk-cemaat belli bir yerde cereyan eden bir kültür olayıdır. Daha özel olarak sınırlı bir coğrafi alanda yaşayan ve karşılıklı bağımlılıklar içinde ortak bir hayat süren insan nüfusedir. (Gezgin, 1988, s. 186). Toplum/Cemiyet/Gesellschaft ve topluluk/cemaat/gemeinschaft kavramını ilk olarak ortaya atan Tönnies ikisini birbirinden net bir şekilde ayırır. Toplum, ortak alışkanlıklara, düşüncelere ve tutumlara sahip; belli bir toprakta yaşayan ve kendilerini bir toplumsal birim sayan en geniş insan kümesi, olarak tanımlanırken, topluluk; üyeleri birbirlerine duygusal bağlarla bağlı, toplumsal ilişkilerin yüz yüze olduğu herhangi bir toplumsal küme, biçiminde ifade edilir (Akkaş, 2015, s. 71). Tönnies'in ayırımına göre cemaat ve cemiyetin özellikleri şöyledir (Gezgin, 1988, s. 198):

Cemaatte;

- Ortak irade
- Zümrenin çıkarı başta gelir
- İnanç
- Din
- Töre, adet
- Doğal dayanışma
- Ortak mülkiyet kavramlarını barındırırken,

Cemiyette;

- Bireysel irade
- Bireylerin çıkarı başta gelir
- İdeoloji
- Kamuoyu
- Moda
- Sözleşmeli dayanışma, ticaret, değişim
- Kişisel mülkiyet kavramları öne çıkar.

İki kavramın farklarını ortaya koyduktan sonra birçok tanımda topluluğun tanımında yer alan ortak coğrafya kavramını açmak faydalı olacaktır. Her ne kadar topluluk kavramı birlikte yaşama deneyleri için seçilen bir kelime olsa da burada mekânsal bir sınırdan bahsetmek çok eksik kalacaktır. Burada ortak alan ifadesi; ortak

ideoloji, ortak çıkar, ortak ilgi ya da ortak değer olarak tanımlarda ve pratikte yer almaktadır. Kısaca cemaat bir yerden çok bir tecrübedir. Cemaat; cemaatin oluştuğu yerdir (Akkaş, 2015, s. 72).

Antropolojinin temel ilgi alanlarından olan topluluk kavramıyla ilgili temel bir teori geliştirilememiştir. Bu durum tanım ve özelliklerin sıralanmasında da belirsizliğe neden olmaktadır. Genel olarak topluluk olmak için gereken özelliklere coğrafi alan kavramı dahil ediliyorken zamanla bu özellik toplulukları açıklamakta yetersiz kalmıştır. Literatürde bu sınırlandırmayı kaldıran ilklerden olan Karp vd., (1977) çalışmalarında bir örgütsel topluluğun tanımlanması için gereken üç unsurdan bahsetmektedirler. Bunlar; (1) sürekli sosyal etkileşim, (2) topluluk standartları ve (3) üyelik kuralları. Toplulukların tanımlayıcı bir ölçütü olarak coğrafi alan kısıtının yerini üyelik kuralları almış olur (Rothaermel ve Sugiyama, 2001, s. 298). Böylece Tönnies den bu yana değişen zaman ve toplumla beraber geç modern dönemde cemaat kavramı da evrilmiştir. Yeni dönemin cemaatleri/toplulukları hangi açılardan nasıl evrildiğini Yelken (1999) şöyle sıralamıştır;

- Mekân olarak; fiziksel mekândan kopan ama soyut mekanlar üzerinde biçimlenen bir kitle haline gelmiştir.
- Kapsam olarak; cemaat insana hayatın tümünü sunan, bütün yaşamını içinde geçireceği yine de bütünlük duygusu sunan bir olgu haline gelmiştir.
- Hacim olarak; yeni cemaatler birey ve toplum arasındaki boşluğu doldurma biçimleri olarak algılanabilir. Böylece hacimce küçük ulaşılabilir, değişken oluşumlar ortaya çıkmaktadır.
- Sınır olarak; eskiden belirleyici olan sınır ögesi belirsiz hale gelmiş, bireyin kendisi ve izleyicilerinin takdirine bağlı değişken bir ölçüte dönüşmüştür. Cemaat artık küresel ve yerel ölçekte makro ve mikro dağılımları içermektedir.
- Süre olarak; cemaat aile, klan, köy gibi içine doğulan yani hazır bulunan bir olgu değil, sonradan kurulan bir yapı olarak etkileşim ve eylemlilik süreci içinde oluşan sürece bağlı olarak yaşandığında sürecin kesintiye uğramasıyla dağılabilen bir olgudur. Eski dönemin cemaatlerinin aksine bireyin ömrü grubunkinden uzun olabilmektedir.
- Amaç olarak, hedef ve duygusal isteğe bağlı olarak girilen bir eylemlilik sistemidir. Geleneksel oluşumlar çok anlamlı çok işlevli olmalarına karşılık yeni oluşumlar daha az konu ve eylem tipinde sınırlanmaktadır.

- Tatmin olarak; yeni dönemim cemaatleri/toplulukları genellikle modern yaşamın özel alana sıkıştırdığı yoğunlaşmış duygu birikimlerinin dışı vurumu olarak kendini hissettirmektedir. Sevgi dayanışma dostluk ilişkileri topluluk/cemaat içinde yaşanarak ötekine açılmanın süreçlerinde kamusal alana doğru açılmaktadır.
- Fonksiyon olarak; kimlik arayışının öne çıktığı bu yeni topluluklarda/cemaatlerde; dini etnik ve kültürel bağlılıklar kimlik olarak görünür olmanın bir ifadesidir.
- Etkileşim olarak; geleneksel cemaat kavramının yüz yüze sözlü kültüre dayalı tek yönlü iletişimine karşın yeni dönemde yerel ve küresel medyanın iletişim ortamlarında etki alanı oluşturmaktadır (Yelken, 1999, s. 228-230)

Burada önemli bir diğer nokta kültür kavramıdır. Çünkü insan topluluklarının saptanması esas olarak kültürlerinin ortaya konmasına bağlı olmaktadır. Toplulukları/cemaatleri oluşturan bireyler arasındaki dayanışma özellikle değer ve inanç ortaklığının sonucudur. Cemaatin bir diğer belirgin özelliği menfaatin ortak olmasıdır. Çünkü burada üyelerin her birinin menfaati cemaat bütününe menfaati ile büyük ölçüde özdeşleşmiştir. Bir cemaatte en çok göze çarpan konulardan birisi kültürel birliğe sahip olmasıdır denilebilir. Bu birlik olağanüstü denebilecek bir sıklıktadır. Zira cemaatte çok zengin manevi kültür unsurları oldukça az sayıda bulunan maddi kültür unsurlarıyla iç içe geçmiştir (Gezgin, 1988, s. 187).

Antropoloji bilminde topluluk denildiği zaman birbirleri ile sıkı işbirliği kurarak ortak bir yaşam sürdüren, büyük ölçüde ortak anlamlar dünyası, ideoloji ya da inanç çerçevesi içerisinde uyumlu ailelerden oluşan birlik kastedilir (Arsebük, 2014, s. 54). Topluluk kavramı aileden türemiştir. Yine antropoloji kaynaklarına göre aileler bir araya gelerek önce soy daha sonra da klan olarak tanımlanan daha fazla sayıda bireyden oluşan toplulukları meydana getirmektedir (Arsebük, 2014, s. 28). Klanlar birleşerek kabileleri oluşturmaktadırlar. Kabilenin alt birimleri olan klanlar arasındaki ilişki, ortak üretim amaçlı iş birliği değil; ortak savunma ya da ortak saldırı iş birliğidir. Sanal ortamdaki yansımalarına geçmeden bu kelimelerin terminolojileri daha derin incelendiğinde birbirinden ayrıştığını görürüz. Örneğin tarihsel sıralamada klan, kabileden daha evveli bir topluluğu ifade eder. Klanlarda klanı simgeleyen totem ve semboller varken kabilede fetişler vardır (Şenel, 1982, s. 151-155). Kabile toplumları eşitlikçi toplumlardır.

Kabilenin başındaki kişinin çok büyük yetkileri yoktur. Kabile içindeki anlaşmazlıkları çözmek gibi bir tür akıl adam işlevi görmektedir. Yaptığı liderlik devlet tipi örgütlenmelerdeki otoriteye benzememektedir. Kabilelerde daha yerleşik bir düzen ve kabile reisine itimat varken klanlarda bu konuların daha esnek olduğunu görürüz. Klanlarda toplumsal düzen tabularla sağlanır. Tabu, bazı kült nesnelerden kaçınmak, bazı nesnelerle temastan ya da tüketiminden uzak durmak gibi kimi tutum ve davranışları yasaklayan kurallardır. Bu kurallar daha çok kutsal olan ve olmayanı ayıran kurallardır. Örneğin aynı klan üyelerinin birbirleriyle evlenmeleri, aynı toteme inanmaya dayanan akrabalık anlayışının bir sonucu olarak yasaktır.⁶ Klanlarda kan bağının üstünde duygusal bir akrabalık söz konusudur (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s. 445-806). Bu tip topluluklarda bir klan lideri olsa bile hiyerarşik yapı daha az, kabileye nazaran reis tanımı daha yumuşaktır. Toplulukların kendi totemlerine kendilerini ifade eden sembol simge gibi yazılı olmayan unsurlara bağlılıkları, topluluk içinde kendiliğinden oluşan ve uyulan tabuların olması gibi özellikler, kökleriyle yeniden bağlantı kurmak isteyen tüketiciyi anlatabilmek adına klan/kabile metaforunun kullanımını olanaklı kılmaktadır.

2.1.2. Topluluk/cemaat/klan/kabile kavramlarının sanal yansımaları

Bilgi iletişim teknolojilerinden yararlanma ve bu araçların etkin bir şekilde toplumsal hayatın içinde yer almaya başlaması ile sanal topluluklar ortaya çıkmıştır. Bu çevrimiçi topluluklar, insanların ilgi duydukları konular hakkında birbirleriyle etkileşime girip iletişim kurmaları için yeni bir sosyal platform şeklini almıştır. Ancak, çevrimiçi toplulukların geleneksel topluluklardan bazı farklılıkları vardır. Geleneksel toplulukların üyeleri birbirleriyle yüz yüze tanışır, fiziksel dünyada birbirleriyle etkileşime girerler ve bu faaliyetler çoğunlukla coğrafi konumlarla sınırlıdır; Çevrimiçi topluluklarda ise insanlar siber ortamda birbirleriyle etkileşime girerler ve gerçek hayatta birbirleriyle buluşmak zorunda kalmazlar, bu nedenle artık coğrafi sınırlarla sınırlandırılmazlar (Zhou ve Amin, 2014, s. 26). İnsanların gerçek gruplar yerine sanal gruplara katılma motivasyonlarını McKenna araştırmasında şöyle sıralamıştır; özel veya sıra dışı çıkarları olan bireyler günlük sosyal çevrelerinde kendi çıkarlarına uygun grupları bulmada zorlanabilmesi, yüz yüze bir grupta buluşma ayarlamasının zaman kısıtı açısından online ortama göre dezavantajlı olması, ortak bir problemi veya çıkmazı paylaşmanın grup çekimini etkilemesi ve bu kişileri sanal ortamda bulmanın kolay olması, gerçek

⁶http://www.odtugvo.k12.tr/diger/webue/dersler/felsefe_grubu/Sosyoloji/sosyoloji_Ck/14_Toplularin_Siniflandirilmesi.pdf (Erişim Tarihi: 03.05.2014)

ortamlarda sosyal bağlantılar kurmada endişe yaşayan kişilerin yüz yüze gruplar halinde bir aidiyet ve kabul duygusu kazanmada yaşadıkları zorlukları çevirim içi ortamda yaşamamaları (McKenna ve Green, 2002, s. 117-118; McKenna, 2008, s. 228-229).

Sanal topluluklar, bireylerin satın alma karar süreçlerinde özellikle ürünlerle ilgili bilgi toplama aşamalarında tüketiciler üzerinde güvenilir, etkileyici bir özelliğe sahiptirler. Bu yönüyle ciddi bir referans etkisine sahiptir. Ayrıca internetten kolay ve hızlı olarak bilgilerin elde edilebilmesi, sanal ortamda ya da gerçek ortamda alışveriş edecek kişilerin internetten markalar ve ürünler ile ilgili araştırma yapmalarına ve özellikle iletişim içinde oldukları sanal topluluklarda bireylerin birbirlerine satın aldıkları ürünler ya da hizmetlerle ilgili fikirlerini ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda satın alım kararlarının oluşturulması üzerinde sanal topluluklar belirleyici bir role sahip olabilmektedir. Çünkü bu topluluklar ticari amacın ötesinde birliktelik duygusu paralelinde bir araya gelen, birbirilerini tanımadıkları halde topluluk duygusunun yarattığı ortak bağlantı değeriyle bir birliktelik yaratan topluluklardır. (Yeygel, 2006, s. 215-216).

Geleneksel toplulukların tanımlanmasında olduğu gibi, sanal topluluğun tanımlanmasında da üzerinde uzlaşmaya varılan bir tanımın olmadığı söylenebilir (Yanıklar, 2014, s. 166). İlk defa 1993 yılında gazeteci Howard Rheingold tarafından adlandırılan “sanal topluluk” kavramı için; yeterli sayıda kişinin internet aracılığıyla, sanal alemde insani duygulara dayalı kişisel ilişki ağları oluşturmak üzere, yeterli sürelerde devam ettirdikleri halka açık tartışmalarıdır denilmiştir (Dedeoğlu ve Üstündağı, 2011, s. 24). Rheingold 2000 yılında tanımını geliştirmiş; sanal toplulukları, insani hislerle yeterli sayıda insanın sanal ortamda kişisel ilişki ağlarını biçimlendirmek için, herkese açık konuşmaları yeterli uzunlukta sürdürdüğü zaman, nette ortaya çıkan sosyal toplanma yerleri olarak ifade etmiştir. Sanal topluluklar sadece bilgiyi toplamakla ilgili değil, insanları bir araya getirmekle ilgilidir. Sanal topluluklarda insanlar diğer insanlarla bağlantı kurdukları bir bağlılık ortamı sağlarlar, bunu bazen sadece bir kere ama sıklıkla süreklilik arz eden etkileşimler dizisi şeklinde gerçek anlayış ve doğruluk atmosferi yaratarak gerçekleştirirler (Akar, 2010, s. 108-109).

Sanal ortamda oluşan bu tip topluluklar pazarlama literatüründe genellikle, marka toplulukları, sanal topluluklar, topluluk pazarlaması gibi terimlerle açıklandığı gibi (Muñiz ve O’Guinn, 2001; Muñiz Jr. ve Schau, 2005; McAlexander, Schouten, ve Koenig, 2002; Miller, Besser, ve Sattler Weber, 2010; Schau, Muñiz, ve Arnould, 2009; Yeygel,

2006) “tüketici kabileleri” ve “kabile pazarlaması” gibi terimlerle de açıklanmaktadır (Bernard Cova ve Cova, 2002; B. Cova, Kozinets ve Shankar, 2007; Mitchell ve Imrie, 2011; Canniford, 2011). “Tribe” kelimesi Türkçe ’ye hem kabile hem de klan olarak çevrilebildiği için (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2008; Akyıldız ve Adamış, 2013; Bayraktutan-Sütcü, 2007) çalışmalarını da bu gruba eklemek mümkündür. Yine literatürde; “tüketim topluluğu” (Kozinets, 1999), “turist topluluğu” (Wang, Yu, ve Fesenmaier, 2002) gibi kavramların da kullanıldığı görülmektedir. Sosyolojik kökenli yazınlarda ise daha çok sanal cemaat kavramına rastlanmaktadır (Akkaş, 2015, s. 91). Buna rağmen netnografinin kurucusu Kozinets (1999), internet ortamındaki toplulukları gerçek ortamdaki topluluklardan ayırmak için çoğunlukla sanal topluluk terimini kullanmaktadır; klan, kabile veya topluluk terimleri konusunda herhangi bir ayırım yapmamaktadır. Netnografi konusunda önemli çalışmaları bulunan Varnalı (Varnalı, 2013) ise Bauman (Bauman, 2003, s. 318) gibi kabile kavramını kullanmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla literatürde ‘cemaat’, ‘topluluk’, ‘klan’ ve ‘kabile’ kavramların birbirlerinin yerine kullanılabildiği görülmektedir. Yine de topluluk kavramını diğerlerini de kapsayan daha genel bir şemsiye kavram olarak kullanmak mümkündür.

Cova’ya göre modern dönemdeki toplulukların duygusal nedenlerle değil, rasyonel nedenlerle ortaya çıkması, postmodern yapıların modernizme tepki olarak doğması ve söz konusu toplulukların postmodern dönemde köklerinden kopan bireylerin tekrar köklerini oluşturma çabasını simgelemesidir (Cova ve Cova, 2002, s. 597). Bu anlamda çevrimiçi klanlar/kabileler için sayıları yüksek olmayan birbirlerine ortak değerlerle bağlı olan topluluklardır denilebilir. Zaten antropolojik kökeninde insana özgü akrabalığı vurgulayan klan ya da kabile kavramları zaman içinde genetik anlamının çok ötesine yayılarak sanal boyutlara ulaşan sosyal bir içerik kazanmıştır (Arsebük, 2014, s. 29). Ama bu yeni tüketici kabileleri, yeni bir toplumsal düzende oluştukları için tarihsel kabilelerden farklıdır; burada statü kan soy ya da güç üzerinden değil grubun bağlı olduğu belirli değerler üzerinden elde edilir.

Pratikte sanal ortamdaki oyun toplulukları gibi gruplarda aşağıdaki örnekte de olduğu üzere klan kelimesinin kullanılıp benimsendiğini görebiliriz:

‘Basitçe klan, bir oyun için kurulmuş takım anlamına gelir. Ama bu kavram günümüzde o kadar abartıldı ki, her oyuncu kendisine bir klan bulmaya, bulamazsa kurmaya çalışıyor Bazı yerlerde bir klana mensup olmayan oyuncular aşağılanıyor, küçük görülüyorlar. Oysa, klan dediğimiz şeyi daha da açacak olursak, Klan; belli bir

*amaç dâhilinde bir araya gelmiş, konusunda yetenekli ve tecrübeli, aralarında sıkı bir dostluk bağı bulunan oyunculardan oluşan gruptur. Fakat bu nitelikler her zaman göz ardı edilmiştir. Hal böyle olunca, oyuncular arasında hiçbir samimiyet bulunmayan, hatta ve hatta gerçek hayatta birbirlerini hiç tanımayan oyunculardan oluşmuş klanlar bile bulunmaktadır.*⁷ Nitekim online oyunlar üzerine yapılan araştırmalarda da bu şekilde belirtilmiş, oyun gruplarının kendilerini ‘klan’ olarak adlandırdıkları ifadelerine yer verilmiştir (Bayraktutan Sütçü, 2007, s. 46)

Genel olarak kavramlar birbirlerinin yerine kullanılsa da ortak ve farklı yönleri yukarıda ifade edildiği gibidir. Topluluk kavramı daha genel ve hepsini içeren bir ifade olduğu için alan yazında bu kavram kullanılmıştır.

2.1.3. Sanal toplulukların sınıflandırılması

Sanal topluluklar; ana amaçları, meydana geldikleri bilgisayar aracılı bağlam ve örgütsel yapıları nedeniyle büyük ölçüde farklılık gösterir. Literatürde çeşitli sanal toplulukların sınıflandırılmalarına rastlanmaktadır. Sanal topluluklarla ilgili yapılmış en genel kabul görmüş sınıflandırma Hagel ve Armstrong’a aittir (Hagel ve Armstrong, 1997, s. 18-22). Hagel ve Armstrong toplulukları daha çok organize oldukları amaçlar üzerinden sınıflandırmışlardır. Sonrasında yapılan pek çok sınıflandırma Hagel ve Armstrong tarafından yapılan sınıflandırma temel alınarak yapılmıştır.

Hagel ve Armstrong’un sınıflandırmalarında dört tip topluluktan bahsetmektedirler. Bunlar ortak ilgi toplulukları, deneyimlerin paylaşıldığı ilişki toplulukları, fantezi toplulukları ve ticari değişimlerin gerçekleştiği değişim topluluklarıdır. Gupta ve Kim (2004) bu dört tip grubu satıcıları ve amaçlarını dikkate olarak şöyle bir tablo geliştirmişlerdir (Gupta ve Kim, 2004, s. 2682).

⁷

<http://forum.worldoftanks.eu/index.php?/topic/127655-clan-nedir-ve-amaclari-nelerdir/>

(Erişim Tarihi: 04.05.2014)

Tablo 1: Sanal Toplulukların Amaç Temelli Sınıflandırılması

Armstrong and Hagel'in Sınıflandırması	Satıcı Türü	Sanal Topluluğun Amacı
Fantezi	Bağımsız Sanal Topluluklar	Eğlence
İlgi Alanı	Bağımsız Sanal Topluluklar	Bilgilenme, Bilgi Paylaşımı veya Eğlence
İşlem Yapma	Ticari Satıcılar Online Mağazalar	Satış, Açık arttırma Bilgilenme ya da Bilgi Paylaşımı
İlişki Kurma	Direk Firmalar ya da Bilgi Sağlayıcı Aracı Firmalar	İlişki Kurma, Müşteri İlişkileri, İlişkisel Pazarlama, Bilgilenme, Bilgi Paylaşımı ya da Eğlence

Kaynak: Gupta ve Kim, 2004, s. 2682

Başka bir sınıflandırmada Valck örgütsel yapıyı dikkate alarak sanal toplulukları altı kısımda incelemiştir. Buradaki önemli nokta sanal toplulukların üyeleri üzerinde etkisidir, bu sınıflandırmada grup dinamikleri dikkate alınmıştır.

Valck'e göre sanal toplulukların türleri (2005, s. 29-31);

- **Ticari/Gayri Ticari Sanal Topluluklar:** Sanal topluluklar, ticarileşme derecesine göre değişir. Ticari bir sanal topluluk, reklam veya sponsorluk yoluyla gelir üretirken ticari olmayan sanal topluluklar akademik çevrelerde bulunabilir. Burada ticarileşmenin derecesi, topluluk üyelerinin topluluğun içeriğinin güvenilirliğine yönelik tutumlarını etkileyebilir.
- **Destekçi/Gayri Destekçi Sanal Topluluklar:** Sanal topluluklar, çeşitli işletmeler, kuruluşlar, dernekler, ya da oluşumlarla bağlanabilirler. Örneğin marka toplulukları gibi. Bu toplulukların kurucu ve yöneticisi üreticiler ya da markayı destekleyen müşteriler hatta marka ile problem yaşayanlar olabilir.
- **Açık/Kapalı Sistem Sanal Topluluklar:** Çoğu sanal topluluk, katılmak isteyen herkese açıktır. Oysa bazı sanal topluluklar sadece ayrıcalıklı bir topluluğa yöneliktir. İntranet kapalı sisteminde olduğu gibi. Grup dinamikleri, topluluğun açık ya da kapalı sistemde olma derecesine göre farklılık gösterir. Bu bağlamda topluluk üyelerinin sayısı, çeşitliliği ve uzmanlığı gibi faktörler rol oynamaktadır.
- **Gerçekte de Topluluğuyla Bağlantılı Olan/ Tamamen Sanal Olan Topluluklar:** Sanal topluluklar bazen fiziksel ya da geleneksel bir konu çerçevesinde oluşturulmuş olabilir. Belirli aralıklarla üyeler ile yüz yüze

görüşmeler düzenlenebilir. Gerçekten sanal olan topluluklar da ise yüz yüze görüşme yoktur. Üyeler coğrafi olarak dağınık olabilirler veya anonimlik tercih edebilirler.

- **Düzenli ve Düzensiz Sanal Topluluklar:** Sanal toplulukların bazılarında ciddi bir düzen vardır bazılarında ise bir düzen bulunmamaktadır. Örneğin belli bir düzene sahip markaya yönelik sanal topluluklarda firmanın işe aldığı profesyonel çalışanlar tartışma başlatır, durdurur ya da müdahil olarak yöneticilik yapmaktadır. Diğer türlü sanal topluluklarda ise gönüllülük esası ile yöneticiler bulurlar. Birçoğunun ise yöneticileri bulunmamaktadır. Grup dinamikleri topluluğun düzeninden etkilenecektir, bu nedenle, sanal topluluk üyeleri arasındaki sosyal etkileşim inceleneceği zaman topluluğun profesyonelliğini hesaba katmak gerekmektedir.
- **Kayıtlı Katılım/Kayıtsız Katılım:** Kayıtlı olma derecesine göre, sanal topluluklar farklılık gösterirler. Açık sisteme sahip sanal topluluklarda, katılımcılar herhangi bir kayıt yapmadan konuşmaları okuma haklarına sahiptir. Kayıt olmada da çeşitlilik gözlemlenmektedir. Kişisel bilgilerin gösterimi ile ilgili de sanal topluluklar çeşitlilik gösterirler. Üyelerin birbirlerinin kimliklerinden haberdar olma derecelerine göre de sanal toplulukların grup dinamikleri değişebilecektir.

Uzkurt ve Özmen (2006), Hagel ve Armstrong'un tüketicilerin bu ihtiyaçlarını karşılamalarına göre yaptıkları sınıflandırmalarını temel alarak sanal toplulukları beş gruba ayırmakta ve şöyle tanımlamaktadırlar (Uzkurt ve Özmen, 2006, s. 27-30);

- **İşlem/Bilgi paylaşım toplulukları:** Sanal ortamda bilgi değişimi amacıyla bir araya gelen gruplardır. Mal ya da hizmete gereksinim duyan kişilerin, belirli bir sanal ortamda bir araya gelerek oluşturulan, alışverişlerini gerçekleştirdikleri ya da alışveriş sonrası deneyimlerini paylaştıkları topluluklardır.
- **İlgi toplulukları:** Özellikle belirli bir konuda bir araya gelen kişilerin oluşturduğu ve ihtiyaçları olan bilgiye sahip olmalarını ve birbirleriyle paylaşımlarını sağlayan topluluklardır. Bu sanal topluluklar; amatörce ya da profesyonelce oluşturdukları ve spor, eğlence ya da seyahat konuları gibi ortak ilgi alanları hakkında bilgi paylaşımında bulunmaktadırlar.

- **Fantezi toplulukları:** Kullanıcıların bir araya gelerek eğlence ya da yeni fantezi dünyalarını keşfetmelerini sağlayan ve farklı kişiliklere bürünerek farklı deneyimler tatmalarına olanak veren sanal topluluklardır. Fantezi toplulukları (communities of fantasy) yeni ortamların, kişiliklerin ya da hikayelerin oluşturulduğu topluluklardır. Katılımcılar bu topluluklarda gerçek kimliklerini kullanmak zorunda değildirler. Burada önemli olan etkileşimlerdir.
- **İlişki toplulukları:** Topluluk üyelerinin zaman ve mekân sınırlaması olmadan kişisel ilişkiler kurmasına olanak sağlayan sanal topluluklardır. Başkalarıyla duygu ve hislerini paylaşmak isteyen kullanıcıların derin kişisel ilişkiler kurma üzere bir araya geldiği sanal topluluklardır. Bu tip topluluklara ilişki topluluğu (communities of relationship) denilmektedir.
- **Tartışma toplulukları:** Kullanıcıların ilgi alanları dâhilindeki belirli konular hakkında tartıştıkları sanal topluluklardır. Tartışmalara yön veren açıktakiler (posters) ve tartışmaları takip eden gizlenenler (lurkers) bu topluluğun ana unsurlarıdır. Açıktakilerin tartışmalara yön verici gizlenenlerin ise gözlemci olduğu söylenebilir.

Sanal topluluklar ile ilgi başka bir sınıflandırma McKenna (McKenna ve Green, 2002; McKenna, 2008) tarafından yapılmış ve çevrimiçi grupları dört türe ayrılmıştır. Bu dört tür, çevrimiçi grup üyelerinin genellikle tüm davranışların öncüsü olduğuna inanılan birincil motivasyonları tarafından belirlenmiştir. Bu gruplar; ortak karakteristik özelliklere sahip olan ‘kimlik grupları’, ortak sıkıntılardan dolayı birbirini teselli eden, motive eden ‘destek grupları’, özel bir ortak ilgi üzerine bir araya gelmiş olan ‘ilgi grupları’ ve görev amaçlı bir araya gelmiş olan ‘örgütsel gruplar’ olarak adlandırılmıştır.

Sanal toplulukları sınıflandırmada izlenebilecek başka bir yol da topluluğa katılma bağlamına bakmaktır. Sanal toplulukla web ortamında varlıklarını gösterirken çeşitli yazılım sistemleri tarafından desteklenmektedirler. Bunların başlıcalarını; e-posta listeleri, eş zamansız panolar, eşzamanlı sohbet odaları, metin tabanlı veya grafikli fantezi dünyaları, elektronik açık artırmalar veya çevrimiçi satın alma işlevleri ve tümleşik internet ortamları olarak sıralayabiliriz. Yazılım sistemlerinin özelliklerinden dolayı, çeşitli bilgisayar aracılı bağlamlarda ortaya çıkan topluluk türleri de farklıdır (Valck, 2005, s. 27). Kozinets de bu noktadan hareketle farklı bir sınıflandırma geliştirmiştir. Bu

sınıflandırmayı oluştururken topluluğun hem grup olarak odaklandığı hususları hem de grubun sosyal yapısını dikkate almaktadır (Kozinets, 1999, s. 262).

Sosyal Yapı		
Grup Odağı	Gevşek	Sıkı
Bilgi	Panolar	Ringler ve Listeler
Sosyal Etkileşim	Odalar	Çok kullanıcı bilgisayar oyunları

Şekil 1: Sanal Topluluk Türleri

Kaynak: Kozinets, 1999, s. 262

Kozinets'in oluşturduğu bu tabloya göre; listeler ve panolar gibi oluşumların bilgi alışverişine odaklandığını görülür. Bununla birlikte listeler, sıkı bir sosyal yapı tarafından tanımlanırken, panolar genellikle gevşek bir sosyal yapıya sahiptir. Odalar ve zindanlar (çok kullanıcı bilgisayar oyunları) sosyal etkileşime odaklanır. Odalar, sosyal etkileşimin olduğu gevşek bir yapıyken, zindanlarda sosyal yapı daha sıkıdır.

Kozinet bu grupları şöyle açıklamaktadır (Kozinets, 1999, s. 262-263; Kozinets, 2002, s. 63):

Panolar/Forumlar; ortak ilgi etrafında oluşan metin tabanlı oluşumlardır. Üyeler eş zamanlı olması gerekmeyen mesajlar gönderir ve arzu edenler aynı ortak panoya cevap yazmaktadırlar.

Chat odaları; panoların aksine eş zamanlı mesajlaşmanın gerçekleştiği, fantezi kimlikler arkasında gerçekleşmeyen ve rol yapılmayan iki ya da daha fazla insanın karşılıklı mesajlaştığı ortamlardır.

Oyun alanları; katılımcıların sosyal etkileşimde olmasına olanak veren rol ve oyun oynamanın beraber gerçekleşebildiği sanal ortamlardır.

Sanal dünyalar; aslında bir oyun alanı çeşididir. Çevirim içi olarak eş zamanlı gerçekleşir çok daha yoğun grafik tasarımlar içermektedir. Dungeon'lara nazaran açık tabanlı ve sosyal sürecin yoğun olduğu oyun alanlarıdır.

Listeler; belli bir konuda ya da ortak ilgi konusunda toplu olarak düzenli mailler üretilir. İletişimler, panolarda olduğu gibi eş zamansız ve metin olarak ilerlemektedir. Panolara nazaran bu yazışmalar halka açık olmaktan çok özel olarak nitelendirilir.

Ringler; belli bir ilgi etrafında yapılandırılan ilgili web sayfalarının organizasyonlarıdır. Sayfalar arası bağlantı, zayıf bir iletişim türü olarak kabul edilebilir.

Kozinets değişen zamanla beraber yeni sanal topluluk türlerini listesine eklemeyi uygun bulmuştur. Bunları eserinde şöyle tanımlamaktadır (Kozinets, 2010, s. 86-87) :

- Bloglar; sıklıkla güncellenen, ilk görülen girdinin en son girilen olduğu tarihi belli günce şeklindeki web sayfalarıdır. Blog yazarı, okurları diğer blog yazarları gibi katılımcılarla ortak ilişkiler kurması yönünden bir çeşit topluluk sayılabilir.
- Wikiler; özel amaçlar için üretilmiş içeriğe yönelik katkı ve değişikliklere açık interaktif web sayfalarıdır. Online ansiklopedi olarak kullanılan Wikipedia bunların en çok bilinenidir.
- İşitsel-Görsel Siteler; katılımcıların eş zamansız olarak grafiksel, fotografiksel, işitsel ya da hem görsel hem işitsel içeriklere yorum yaptığı online platformlardır. En çok bilinenleri Flickr, iTune's ve Youtube'dur.
- Sosyal içerik toplayıcıları; insanların araştırması internet içeriği paylaşması onları oylaması ve yorum yapmasına yardımcı olan sitelerdir. En popüler sosyal içerik toplayıcıları, Digg, del.icio.us ve StumbleUpon'dur.
- Sosyal ağ siteleri; bu siteler, ayrıcalıklı bireysel sayfalar, çeşitli etkileşim ortamları, ilgi alanları ve etkinlik gruplarını seçici bağlantılar yoluyla kullanıcılara sunan bir karma iletişim biçimidir. Facebook ve Myspace dünya çapında en bilinenleridir.

Prentice ve diğerleri ise katılımcıları gruba katılma nedenleri açısından ayıran bir sınıflandırma yapmışlardır (Prentice, Miller ve Lightdale, 1994, s. 491). Özellikle internet topluluklarının grup dinamiklerini ve normlarını anlamaya çalışan birçok araştırmacı da bu sınıflandırmadan faydalanmıştır. Onlara göre sanal topluluklarda iki çeşit grup bulunmaktadır. Bunlar; bağ temelli katılımın olduğu gruplar ve kimlik temelli katılımın olduğu gruplardır. Bağ temelli oluşan topluluklarda sosyal ilişkiler önemlidir. Üyeler

birbirlerine direkt bağlıdır. Oysa kimlik temelli gruplarda önemli olan ortak paydalar, konular, temalardır. Kişiler arası bağlılıktan ziyade kişilerin gruba bağlılığı ön plandadır (Grabowicz vd., 2013, s. 3).

2.1.4. Sanal topluluklar ve pazarlama

Sanal toplulukların pazarlama açısından önemi yadsınamaz. Çünkü bu yeni paydaş grupları; işletmelerin halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi araçlarını gerçekleştirmeyi, tüketici iç görülerini kazanmayı, pazarlama iletişimi çalışmaları, reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında konuşulanları uygulayabilmeyi ve son olarak da bu gruplara kendi markaları ve ürünleri hakkında kendi sohbetlerini yaratmak ve yaratmış oldukları bu mesajları birbirleriyle paylaşabilmeyi sağlamaktadır (Çelik, 2014, s. 39). Sanal topluluklar sadece bilgi ya da kaynakları bir araya getirmekten ibaret değildir. İnsanların sosyal ve ticari ihtiyaçlarını karşılamak için bir araya gelmesi ile de ilgilidir (Rothaermel ve Sugiyama, 2001, s. 299). Sanal topluluklar ve pazarlama arasındaki ilişki önemi gittikçe artan bir konudur. Sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte yeni bir pazar alanı ortaya çıkmıştır. İnsanlar istek ve ihtiyaçlarına rahatlıkla ve zaman tasarrufu ile ulaşabildikleri bu online ortama yönelmişlerdir (Çallı, Sütütemiz ve Yılmaz, 2010, s. 102). Bu yeni dünya sadece alışveriş kolaylığı sağlamakla kalmamış, tüketim tercihlerine de rehberlik eder hale gelmiştir. Özellikle sanal toplulukların tüketim konusunda kişileri destekleyen, engelleyen ya da yön veren işlevi dikkat çekici seviyededir. Sanal toplulukların özelliklerine baktığımızda bu durumun nedenlerini açıkça görmekteyiz. Sanal toplulukların özelliklerini Dedeoğlu ve Üstündağlı şöyle sıralamaktadırlar:

- İki ya da daha fazla kişinin, ortak ilgi alanı doğrultusunda ve coğrafi olarak dağınık bilgisayar aracılı ortamda sosyal etkileşim ve değişimin olduğu
- Üyelerinin diğerlerinin üyeliğinden haberdar olduğu
- Ortak amaçlar için çabalarken yazılı olmayan kurallar ve sosyal anlaşma çerçevesinde pozitif bağımlılıklarının farkında olduğu
- Üyeler arasında duygusal bağların ve topluluğa aidiyet duygusunun olduğu
- Her bir üyenin birbirleri için içerik, ilişki, kültür gibi değer ürettiği belli kurallara dayalı gruplaşmalardır (Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011, s. 24).

Ortak ilgi alanları etrafında toplanan bireyler doğal olarak benzer tercihlere sahip topluluk üyelerinin yönlendirmelerinden etkileneceklerdir. Topluluk içindeki bu pozitif bağımlılıklar ya da duygusal bağlar tercihlerde belirleyici olabilecektir. Eğer topluluklar alışveriş temelli ise topluluk kuralları, tüketimin genel bir şablonda ilerlemesini sağlamaya yardımcı olabilecektir.

Online topluluklar topluluk içindeki üyenin hayatında önemli bir role sahiptir. Onun seçimlerinde önemli bir referans grubu hizmeti vermektedir. Bu kolaylaştırıcı etki tüketici online topluluklarıyla ilgili yapılan araştırmalarda görülmektedir. Bu yönlendirmeler araştırmalarda online toplulukların rolünün mal ve hizmetleri tüketme, satın alma ve fikirleri biçimlendirme şeklinde gerçekleştiğini göstermektedir (Kim, Park ve Jin, 2008, s. 815). Pazarlama disiplini açısından sadece marka toplulukları bağlamında değil, ortak değerler etrafında toplanan tüm sanal gruplar içinde alışverişini yönlendiren faktörleri bilmek ve kontrol edebilmek değerlidir. Çünkü tüketicilerin bir ürün satın almayı düşündüğünde başkalarının fikirlerini defalarca araştırdığı görülmektedir. Aslında tüketicilerin %78'i mal ve hizmetler için başka bir ortama göre diğer insanların önerilerine inanır ve güvenirlir (Akar, 2010, s. 115). Bu da topluluk içindeki diğer üyelerin satın alma karar aşamasında bireyin üzerine nasıl önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medyanın temelindeki paylaşım, katılımcıların ortak bir noktada bütünleşmesi ve çoğu zaman daha iyi seçim yapabilmek için daha çok bilgi edinme fırsatı sağlayan gerçek sohbetler içerir (Evans, 2008, s. 31). Pazarlamacılar satın almaya yönelik bu bilgileri, yeni oluşan trendleri hatta beklentileri bu gruplardan öğrenebilir daha doğru adımlar atabilirler. Çünkü artık çevrimiçi tüketici gruplarının varlığı ve işleyişi, gücün pazarlamacıları uzaklaştığını ve tüketicilere aktığını göstermektedir (Kozinets, 1999, s. 258).

Klan/kabile pazarlamasında postmodern toplulukların, günümüzde ilgi alanları bağlamında biraya gelerek oluşturdukları deneyimler, ürünler/hizmetleri tüketen bir tüketici olmak dışında, gerçek anlamda bir üretici olarak da toplulukların işlev kazanmasına neden olmuştur. Bu bağlamda şirketler tüketicilerin gerçek istekleri, beklentilerini karşılayacak ürün/hizmetleri üretebilmek için, hedef kitlelerinin dâhil olduğu topluluklarla birebir iletişim içine girerek, ürün ya da hizmetleri ile ilgili geribildirimleri almaya, yeni geliştirecekleri ürünleri denetmeye, hepsinden öte yeni geliştirecekleri ürünlerle ilgili alt yapıyı oluştururken bu toplulukların görüşlerini almaktadırlar (Yeygel, 2006, s. 211).

Tüketiciler sanal topluluklarda çeşitli nedenler ile katılımda bulunmaktadır. Literatürde bu konuyla ilgili yapılmış pek çok araştırma vardır. Online topluluk literatüründe tüketici katılımının önemli bireysel ve bağlamsal itici güçlerine baktığımızda şöyle bir tablo ile karşılaşırız (de Almeida, Scaraboto, dos Santos Fleck, ve Dalmoro, 2018:31).

Tablo 2: Çevrimiçi Topluluklarda Tüketici Katılımının İtici ve Tetikleyicileri

Çevrimiçi Topluluklarda Tüketici Katılımının; İtici ve Tetikleyicileri			
Analiz Seviyesi	İtici ve Tetikleyiciler	Anahtar Öğeler	Anahtar Yazarlar
Kişisel seviye	Kişisel Bağlılık	Fedakâr güdüler	Brodie vd., (2013), Hammedi vd., (2015), Pansari ve Kumar (2017), Martínez-López vd., (2017), Mathwick ve Mosteller (2017), Raies, Mühlbacher ve Gavard-Perret (2015)
		Duygusal güdüler	
		Kişisel kimlik	
		Duygusal bağlar	
		Üyeler arasındaki ilişkilerin gücü	
	Kişilik Belirleyicileri	Sosyal ve interaktif olma eğilimi (sosyal kimlik)	Baldus, Voorhees ve Calantone (2015), Ul Islam, Rahman, ve Hollebeek (2017), Wang, Ma ve Li (2015), Wirtz vd., (2013)
		Deneyime açıklık	
		Empatik ve işbirlikçi benlik	
		Kamu bilinci	
		Belirsizlikten kaçınma	
		Marka tutkusu	
	Kişisel Hedefler	Kişisel güçlendirme	Baldus, Voorhees ve Calantone (2015), Brodie vd., (2013), Mathwick ve Mosteller (2017)
		Kendini ifade etmek	
		Kendini keşif	
		Sosyal gelişim	
		Eğlence	
		Hazcı ödüller	
Bağlamsal Seviye	Topluluk Ayarları	Üyelerin uygulamaları	Breidbach, Brodie ve Hollebeek (2014), Claffey ve Brady (2017), Dessart, Veloutsou ve Morgan-Thomas (2015), Hollebeek, Jurić ve Tang (2017), Schau, Gilly, ve Wolfinbarger (2009)
		Topluluk tasarımı	
		Sosyal destek ve empati	
		Topluluk kullanıcı deneyimi	
		Marka ve kullanıcı topluluğu yönetimi	

	Marka Ayarları	Marka ve kullanıcı topluluk yönetimi	De Vries ve Carlson (2014), Rosenthal ve Brito (2017), Schamari ve Schaefers (2015)
		Marka yönetimi	
		Zayıf ve güçlü marka	
		Marka anlatısı	
		Marka kimliği	

Kaynak: de Almeida vd., Journal of Interactive Marketing ,2018 s. 29–42

Bu tablo online topluluklarda tüketici katılımı için kişisel bağlılığın, kişiliğin, topluluk işleyişinin, marka işleyişinin (online marka topluluğu ise) ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu kriterler topluluk dinamiğinin devamlılığı için önemli hareket noktalarıdır. Topluluk üyelerinin katılımında bulunması topluluğun amaç ve güncelliğine hizmet etmektedir. Çünkü çevrimiçi topluluklar, üyelerinin bağlılığı ve gönüllü katılımları ile oluşur ve varlıklarını sürdürürler (Ren, Kraut ve Kiesler, 2007, s. 377).

2.1.4.1. Sanal tüketim topluluklarında üye tipleri

Kozinets online topluluklarda dört tür üyeden bahseder ve onların davranış kalıplarını açıklar (Kozinets, 1999, s. 255)



Şekil 2: Sanal Tüketim Toplulukları ve Üye Türleri

Kaynak: Kozinets, 1999, s. 55

Üye türlerinden ilki turistlerdir. Turistler; daha zayıf sosyal bağları olan, grupla ve tüketimle daha yüzeysel ilişkiler kuran katılımcılardır. Daha zayıf yeteneklere ve becerilere sahiptirler. Üyelerin ikinci türü ilişki kuranlardır. İlişki kuranlar; sosyal bağları güçlü olan ama tüketime yönelik zayıf bağları olan katılımcılardır. Grup içinde dostça

bağların sağlanması için gayret gösterirler. Üçüncü tür üyeler, adanmışlardır. Adanmışlar; tüketim eylemine yönelik güçlü istek duyarlar ama grupla aralarında zayıf bağlar vardır. Dördüncü grup ise içeridekilerdir. İçeridekiler; hem grupla güçlü sosyal bağlar kuran hem de tüketime yönelik ilgileri yüksek olan kişilerdir. Adanmışlar ve turistler sanal sosyal bağlar kurmaya ilgi göstermeyen, toplulukta bulunmaya bilgi edinmek, ürüne kolay ulaşma gibi daha fonksiyonel bir açıdan bakan katılımcılardır. Bu gruplardakiler için ilişkide bireysel amaçlar ve kişisel kazanımlar daha önemlidir. Grubun ve diğer üyelerin istek ve ihtiyaçları onlar için önemsizdir gruba pek yararları yoktur (Kozinets, 1999, s. 254; Kozinets, 2002, s. 64).

İlişki kuranlar ve içeridekiler; iletişimlerinde ilişkilere önem verirler. Bu tür üyeler için fonksiyonellikten ziyade sosyallik daha önemlidir. Bu doğrultuda güdülenirler. Onlar için uzun dönemli kişisel kazanımlar önem taşır. Bu kazanımlara grubun standartlarını sağlayarak ya da iş birliği içerisinde olarak elde edebileceklerini düşünürler. Satışa yönelik pazarlama faaliyetleri için adanmışlar ve içeridekiler önemli hedef gruplarıdır. Topluluğun tüketim kültürü, değerleri ve normları öğrenilmek isteniyorsa ilişki kuranlarda değerli bilgi sağlayıcıları olacaktır. Uygun pazarlama politikalarıyla turistlerde; adanmışlar ya da içeridekilere doğru hareket ettirilebilir (Kozinets, 2002, s. 64).

Solomon da tüketicilerin sanal toplulukla özdeşleşmelerini iki şeye bağlar. Bunlar; etkinliklerin kendisine yakınlığı ve diğer üyelerle oluşturulan sosyal ilişkinin yoğunluğudur. Solomon'a göre bu iki etkenin birleşmesinden dört farklı üye türü ortaya çıkmaktadır. Solomon'a göre bunlar (Solomon, 2003, s. 178):

1. Turistler, grupla güçlü sosyal bağlara sahip değildir ve etkinlik onlar için geçici bir hevestir.
2. Kaynaşanlar, güçlü sosyal bağlar kurarlar ama merkezi tüketim etkinliğine fazla ilgi göstermezler.
3. Müdavimler, etkinliğe büyük ilgi gösterirler ama grupla çok az sosyal bağları vardır.
4. Tam üyeler hem güçlü bir sosyal bağlılık hem de etkinliğe karşı büyük bir ilgi gösterirler.

2.2. Sosyal Etki ve Uyma

Sosyal etki bireyin davranış veya inançlarını, bir kişi veya grubun gerçek veya hayali, niyetli veya niyetsiz baskısının etkisiyle değiştirmesidir (Arkonaç, 1993, s. 234). Yani bireyler yaşamları boyunca diğer bireylerden etkilenirken onları da etkileme gücüne sahiptirler. Tüm bunlar sosyal etki süreçleri kapsamında gerçekleşmektedir (Bulut, 2019, s. 41). İnsan davranışlarının birçoğu sosyaldir. Bu sosyal davranışlar her gün karşılaşılan pek çok küçük toplumsal durumdan etkilenerek ortaya çıkar. Her insan birbirinden farklı olsa da birlikte yaşadıkları toplumdan etkilenir benzer davranışlar geliştirirler. Mesela belirli bir bölgede yaşayan insanlar çoğunlukla aynı dil ve dine sahiptir. Benzer tutum ve inançları olmakla beraber çoğu kez ortak tepkiler verirler. Sosyal ortamda onaylanma gereksiniminin ne kadar temel bir insani ihtiyaç olduğunu görünce başkaları tarafından kabul edilmek için uymacı davranışlar sergilendiğini görmek normal karşılanmalıdır (Aronson, Wison ve Akert, 2012, s. 494).

Sosyal etki sonrasında meydana gelen gruba uyma davranışı, kişilerin benzerliğini ve dolayısıyla sosyal davranış düzenliliğini oluşturur. Bu durum bireylerin davranışlarının önceden tahmin edilebilmesini sağlar. Böylece sosyal etkileşim daha ahenkli olur (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 68). Bu şekilde ait olunan grupta bir ortak öğrenme de gerçekleşir.

Toplulukta birlikte ortak öğrenme sonucu grup normları oluşur. Sonradan topluluğa dahil olanlarda önceden belirlenmiş bu grup normlarına uymak zorundadırlar. Normlar, grubun kendi üyelerine yönelik kabul gören davranış, değer ve inançlarla ilgili örtük ya açık kurallardır (Aronson vd., 2012, s. 437). Normlar yazılı açıkça dile getirilmeseler bile grup üzerinde önemli etkiye sahiptir (Sabuncuoğlu, Vergiliel ve Tüz, 2005, s. 342). Bu kurallar, gruba üye olanların hangi durumda, hangi davranışı ne şekilde göstereceklerini belirtmektedir. Üye olma ve grupta kalma, grubun amaçlarına ulaşabilmesi için bilgi toplama, belirli fonksiyonları yerine getirme ve grubun sorunlarını çözerek birlikteliğine katkıda bulunma gibi bazı sorumlulukları da beraberinde getirir (Bulut, 2019, s. 23). Bu sorumlulukları yerine getirme ve grup kurallarına uyma, toplumsal uyum ve kabul edilme için ödenen bir bedeldir (Taylor, Peplau ve Sears, 2010, s. 212).

İnsanların sosyal etki sonucu topluluğa uyma davranışı göstermeleri bilim insanlarının da dikkatini çekmiştir. Sosyal psikolojide bu alanla ilgili yapılmış önemli

araştırmalar vardır. Bunlardan bazıları; Sherif'in 'Grup Normunun Oluşması' deneyi, Asch'in 'Uyma' deneyi ve Milgram'ın 'İtaat Deneyi' deneyidir. Kaynaklar sosyal psikoloji alanında yapılan bu deneylerini şu şekilde açıklar (Arkonaç, 1998, s. 235-240; Taylor, Peplau ve Sears, 2010, s. 213-215; Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 69-76):

- Sherif'in 'Grup Normunun Oluşması' deneyi (Sherif, 1936)

Sherif grup normlarının belirsiz durumlarda nasıl geliştiğini inceleyen için bir deney yapmıştır (Bulut, 2019, s. 54). Bu deneyde birbirini hiç tanımayan ve daha önce aynı grup içinde bulunmayan kişiler tercih edilmiştir. Deney 3 aşamada gerçekleştirilmiştir. Sherif deneylerini şu şekilde düzenlemiştir (Sherif, 1935, s. 15-20)

1. Aşama; Bu denekler ilk olarak teker teker laboratuvara alınmış ve kendilerine bir algı deneyi yapılacağı söylenerek tamamen karatılmış odada ufak bir lazer ışığı gösterilmiş ve ışığın hangi yönde ne kadar hareket ettiği sorulmuştur. Her denneğin önce birbirini tutmayan sayılar verdiği fakat zamanla belli sayıda karar kıldığı ve ışığın hep o kadar hareket ettiğini gözlenmiştir.

2. Aşama; Bu kişiler birkaç kişilik gruplar halinde laboratuvara alınmış ve lazer ışığının her gösterilişinde uzunluk yargılarını yüksek sesle dile getirmeleri istenmiştir. İlk bölümde birbirinden farklı standart geliştirmiş kişilerin bir araya geldiklerinde bu standartlarından vazgeçerek grup halinde tek bir standart oluşturdıkları gözlemlenmiştir. Böylece kişisel standartlar yerlerini tek bir ortak standartlarda bırakmıştır fikrine ulaşmıştır.

3. Aşama; Son olarak denekler araştırmanın ilk bölümünde olduğu gibi tek tek laboratuvara alınarak aynı işlem tekrarlanmış ve bölümde her denek yalnız olmasına rağmen ilk bölümde geliştirdiği kişisel standardı kullanmayıp grup standardına bağlı kaldığı görülmüştür.⁸

Belirsiz fiziksel gerçeğin yerini sosyal gerçek almış, grubun normunu bireylerce gerçek olarak kabul edildiğinden bu norma uyulmuştur. Böylece Sherif belirsiz ve bulanık durumda insanların tutarlı bir akran tarafından belirlenen norma uyma eğilimde olduklarını bulmuştur (Taylor vd., 2010, s. 214)

- Asch'in 'Uyma' deneyi (Asch, 1956)

⁸ <https://prezi.com/ncfy0hcqwe2/sosyal-etki-ve-uyma/> Erişim: 03.12.2017

Asch belirsizlikler ortadan kalkarsa uymanın ortadan kalkacağına inanmaktaydı. Bunu sınamak için çeşitli deneyler yaptı. Sonuçlar Asch'in tahmininin aksi yönde ve Sherif'in deney sonuçları ile uyumluydu (Taylor vd., 2010, s. 214-215). Deneyde 7-8 kişilik gruplara sıra ile birçok kart çifti gösterilmişti. Bu kart çiftlerinden birinde çeşitli uzunlukta üç çizgi diğerinde tek çizgi bulunmaktaydı. Bireylerden tek çizginin diğer üç çizgiden hangisine eşit olduğu sırayla, tek tek ve yüksek sesle söylemeleri istenmişti. Grubu oluşturan biri hariç, diğerleri araştırmada yer alan araştırma asistanlarıydı ve hangi kart çiftine ne tür cevap verecekleri önceden belirlenmişti. İlk önce birkaç kart gösterildiğinde araştırmacının yardımcıları doğru cevap vererek deneyin güvenliğini kazandılar, fakat daha sonra hep yanlış cevap vermeye başladılar. Denekler, yanlış cevap verilmesinden rahatsızlık duydular fakat sıra kendisine gelince (gerçeğe aykırı olduğu halde) diğerlerinin söylediklerini tekrarladılar. Asch'in beklentisinin aksine katılımcıların yüzde %76'sı denemelerin en az birinde yanlış cevap vererek uymacı davranış sergilemiştir (Aronson vd., 2012, s. 442). Grubun devamlılığı bu normlara uyulması ile mümkündür. Normlara uymayan kimseler grubun niteliğine bağlı olarak cezalandırılırlar. Bu nedenlerle çoğunlukla grup normlarına uygun davranışlarda bulunmayı tercih ederiz.⁹

- Milgram'ın 'İtaat' deneyi (Milgram, 1963)

Milgram insanların hiç tanımadığı birine zarar verme emri aldığı anda bu emri ne derece uygulayacağını merak etmiş, bunu anlamaya yönelik bir deney yapmıştır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 73). Deneylerdeki gönüllülere cezanın öğrenme üzerindeki etkisi ile ilgili bir araştırmada yer alacakları söylendi. Bu gönüllülerin bir şey unuttuğunda yani sorulara yanlış cevap verdiklerinde diğer katılımcıya elektrik şoku vermeleri gerekmemektedir. Deneyde aslında elektrik şoku verildiği düşünülse de aslında şok verilmemektedir. Karşılarındaki kişiler aktördür. Deney düzeniğinde iki farklı oda oluşturulmuştur. Bir odada otoritenin ve gönüllünün katılımcıyı görebilecekleri fakat katılımcının onları göremeyecekleri bir odada bulunmaktaydılar. Diğer odada ise katılımcı tek başına elektrik bağlantılı bir sandalyede oturmaktaydı. Gönüllüler, deney öncesinde yapılan testlere göre sadistlik eğilimi göstermemektedir. İtaat deneyi başladığında katılımcıya sorular yöneltilmekte ve verdiği cevabın yanlış olması durumunda gönüllüden şok vermesi istenmektedir. Gönüllü, gittikçe artan miktarda elektrik şoku verirken katılımcı bağırıp itiraz etmektedir. Arada bir tereddüde düşseler

⁹ <https://prezi.com/ncfyt0hcqwe2/sosyal-etki-ve-uyma/> Erişim: 03.12.2017

de gönüllüler odadaki otoriteyi temsil eden beyaz gömlekli bilim adamının ‘devam edin’ komutuyla şok vermeye devam etmişlerdir. Şokun ölümcül noktalara ulaştığı o anlarda katılımcının sesi kesilmekte, sağlıklarının ciddi anlamda tehlikeye girdiklerini göstermektedirler. Buna rağmen gönüllülerin %65’i deneye devam etmişlerdir. Aslında deneklerin hiç birisi elektrik şoklarını isteyerek vermemişlerdir. Tersine deneklerin çoğunluğu terlemek, kekelemek, titremek, dudaklarını ısırma, inlemek ve tırnaklarını ellerine batırmak gibi rahatsızlık hareketleri sergilemişlerdir (Güney, 2012, s. 174). Deneyi bırakmamak isteyenler onlara devam etmesini söyleyen bir otoriteye karşı gelmemişlerdi. Deneyi yarıda bırakmaları karşılığında hiçbir yaptırım görmeyecek olmalarına rağmen bırakmamışlardır.¹⁰

Bu araştırmalara baktığımızda, Sherif’in oto kinetik deneyinde bir sosyal normun nasıl oluştuğunu; Ash’inkinde yerleşmiş bir sosyal norma bireylerin nasıl uyduğunu; Milgram’ın deneyinde ise sosyal etkinin ve uyma davranışının nerelere varabileceğini görmekteyiz. Bu deneylerin sonuçları sosyal psikolojiyi aşan niteliktedir. Konusuna insanı ve toplulukları alan her disiplin için önemlidir. Çünkü sosyal bir durumda neyin alakalı olduğunun tanımı sadece sosyal-psikolojik bir problem değildir (Sherif, 1970, s. 146).

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital topluluklarda da sosyal uyum ve etki konusu araştırmacıların merakını uyandırmıştır. Ortak değerlerle bir araya gelen internet topluluklarında da aynı durumdan bahsedebiliriz. Orada da kendi kültür ve değerlerini oluşturmuş küçük bir toplum vardır. Ve bu sanal toplum bireyler üzerinde sosyal etkisini gösterir. Bununla ilgili birkaç güncel çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmalar gerçekte sanal olmayan dünyada yapılan deneylerin sonuçlarının sanal ortamda da oluştuğunu destekler niteliktedir. Örneğin Rossender ve Eriksson’ın yaptıkları çalışmada; insanların internet kullanırken nasıl uyum sağladıklarını ve bilgisayar aracılığıyla iletişim üzerinden nasıl sosyal etki yapılabileceğini araştırmışlardır (Rosander ve Eriksson, 2012, s. 1587). Sonuç internet üzerinde de uyum davranışının sergilendiğini göstermektedir. Makalede yapılan araştırma Ash’in bulduğu sonuçlarla uyumlu olmuştur. Bu bağlamda kendinden önce yapılan birçok araştırma sonucuyla da uyumludur (Laporte, van Nimwegen ve Uyttendaele, 2010; E. J. Lee, 2006; Postmes, Spears ve Lea, 2000). Gruba üyelik birey için ne derecede önemliyse, sanal gruplar katılımcılar üzerinde o derecede güçlü bir

¹⁰ <https://www.guncelpsikoloji.net/psikolojik-deneyler/milgram-in-itaat-deneyi-h2347.html>
Erişim:04.12.2017

sosyal etki uygulayabilir (McKenna ve Green, 2002, s. 125). Güncel yapılan birçok çalışmada yüz yüze ortamlarda olmasa bile Ash'in uyum teorisini desteklediği görülmektedir.

İletişimde etki önemli bir unsurdur. Kitle iletişim sürecinin başlatılmasındaki amaç hedef kitlelerin bilgi, duygu, düşünce ve davranışlarında değişim gerçekleştirmektir. Bu değişim etki olarak nitelendirilmektedir. Buna göre iletişim araçlarının etkisi; bilgide, duyguda, düşünce, tutum ve nihayet davranışta ortaya çıkan bir değişiklik veya değişme olmaktadır (Karaca, 2016, s. 637).

2.2.1. Uyuma davranışı türleri

Sosyal uyum yada diğer bir ifade ile uyuma davranışı 1900'lerin başından beri araştırılan bir konudur (Reysen, 2003, s. 1163). İnsanlar farklı durumlarda farklı uyuma davranışlarında bulunurlar. Bunlar: itaat, özdeşleşme ve benimsemedir. Bu kavramların ayrımını ilk defa 1961 de Kelman yapmıştır (Kelman, 1961).

- İtaat

Kişinin toplumsal nitelikteki bir uyarıcıya; soruşturmadan, sorgulamadan ve tartışmadan, eleştirmeden kesin bir uyuma davranışı göstermesidir. Burada kişi genellikle uymama davranışının doğurabileceği sonuçtan çekindiği için uyuma davranışı göstermektedir. İtaat sonucu gerçekleşen uyuma davranışının temelinde itaati sağlayan grubun gücü ve kontrolü vardır (Güney, 2012, s. 177; Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 93)

- Özdeşleşme:

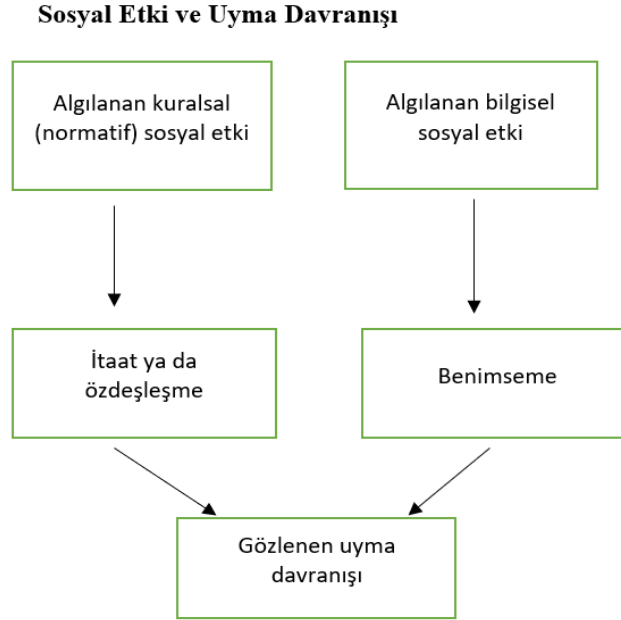
Kişiler bazı durumlarda içinde bulundukları, toplumsal grup ile kendileri arasında görünmez bağlar kurarlar ve kendilerini de onlardan biri ya da bir benzeri hatta tıpkısı gibi görme eğilimi gösterirler. Özdeşleşmenin temelinde uyulanın cazibesi, etkileyici özellikleri ve toplumsal değeri vardır (Güney, 2012, s. 177; Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 94)

- Benimseme:

Kişinin kaynağın davranışlarını, düşüncelerini, kendisine mal etmesi ile ortaya çıkar. Burada kaynak kişi olabileceği gibi bir örgüt, topluluk ya da grup olabilir. Kişi, uyuma davranışını kaynağa gerçekten inandığı için gösterir. Uyulanın fikri uyan için inanılır bir fikirdir. Bireyin kurala inanması sonucu gerçekleştiği için birey yalnız dahi

olsa kurala uymaya devam eder (Güney, 2012, s. 178; Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 95).

Sosyal etki ve uyma davranışını Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar bir şekil yardımıyla şöyle ortaya kaymaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 96) :



Şekil 3: Sosyal Etki ve Uyma Davranışı

Kaynak: Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 96

Gerçek hayatta bu şekilde gerçekleşen sosyal etki sonucu uyma davranışı böyle iken sanal ortamda nasıl gerçekleştiği önemli bir konudur. Yapılan araştırmalarda online topluluklarda sosyal etkininin artıp azalacağı noktasında kesin bulgular ortaya konamamıştır (Cinnirella ve Green, 2007; E.-J. Lee, 2006; Rosander ve Eriksson, 2012).

2.3. Grup Yapısı ve Dinamikleri

Bir anlamda tüm sosyoloji grup dinamiği hakkındadır (Gordon, 1999, s. 285). Çünkü akla gelebilecek tüm sosyal grupların içindeki faaliyetler ve karşılıklı etkileşimler grup dinamiğini oluşturur. Grup içindeki mevcut dengenin bozulması durumunda hemen grup içi hareketlenmeler başlar ve dengeyi kurmak için yapılacak tüm faaliyetler grup içinde bir dinamiklik meydana getirir (Güney, 2012, s. 20). Bu süreç başından sonuna uzun ve kapsamlı bir süreçtir. Grubun varlığını devam ettirebilmesi bu dinamiklere bağlıdır. Dolayısıyla varlığını devam ettirebilmesi için gerekli tüm şart, koşul ya da faktörler grup dinamiğini etkiler. Grup üyelerinin grubun yaşam süresi boyunca birbirleriyle etkileşiminden ortaya çıkan ve şekillenen güçler grup dinamiklerini

oluşturur. Bu dinamik güçler, grup üyelerinin gruptaki etkileşimlerinin ve daha geniş sosyal ortamdan gruba getirdiklerinin bir sentezidir. Grupları ve oluşan bu dinamik güçleri anlayabilmek için gruplara özgü özellikleri, etkileşimleri, hedefleri ve çıkarları dikkate almak gerekir.

Grup dinamikleri ile ilgili teorilerden ilk bahseden Kurt Lewin'dir. Grup dinamiği kavramını öncüllerini ve sosyal bilimdeki yerini yayınladığı makalesinde ayrıntılı olarak ele almaktadır (Lewin, 1947). Kurt Lewin 1951'de grup dinamiğini, grupta oluşan aktiviteleri ve ilişkileri belirleyen etkileşimler ve değişim gibi karmaşık sosyal süreçlerin grup üyeleri üzerindeki etkisini vurgulamak olarak tanımlanmıştır. Grupların bireyleri ve toplumu etkileme gücüne sahip, dinamik varlıklar olduklarını öne süren ilk bilim adamlarından biri Lewin'dir. Lewin grup dinamikleri teorisinde grupları açık ve karmaşık sistemler olduğunu belirtmiş, grubun davranışlarını etkileyen iç ve dış güçlerden bahsetmiştir (O'Connell ve Cuthbertson, 2009). Bu güçler grubu birçok yönden etkileyip değiştirebilir. Yani grup dinamiği için grubun herhangi bir bölümünde ortaya çıkan değişimlerin grup üyeleri üzerinde ve grubun yapısında meydana getirdiği etki ve tepkilerdir diyebiliriz (Güney, 2012, s. 204).

Grup üyeleri kendi küçük evrenlerini şekillendikçe, grup ortamı ve grup üyesi arasında oluşan dinamikler, tüm üyelerin temel sorunlarını uyandıran bir sosyal düzen oluştururlar. Etkileşimlerin kendiliğindenliği, sosyal küçük evrenlerinin ne kadar hızlı gelişeceğini ve ne kadar farklı olacağını belirler (Phan, 2001, s. 13). Tönnies'in de cemaat kavramını ortaya koyarken bahsettiği 'doğal irade' neredeyse 'grup duygusu' kavramıyla aynı anlamdadır (Akkaş, 2015, s. 74). Buradaki grup duygusu, küçük grup düzeninden ortaya çıkmaktadır.

Grup içindeki "güçlerin" incelenmesi esasına dayanan grup dinamiği kavramının konusu, grupların bireyler üzerindeki etkisidir. Grup, üyelerinin birbirleri ile etkileşimi sonucu denge oluşmaktadır. Bu dengenin bozulması durumunda yeniden kurulabilmesi için oluşan çaba, grup içinde bir dinamizm oluşturur. Bu dinamizm sadece grubun içindeki etkileşimle sınırlı değildir. Grubun çevresiyle ve diğer gruplarla olan ilişkilerinde içinde söz konusudur. Bunların toplamda hepsi grup dinamiğini oluşturur (Dereli ve Cengiz, 2011, s. 37). Yani grup dinamiği; grubun yapısını belirleyen tüm faktörleri ifade eder. Çünkü grup içindeki her sebep-sonuç ilişkisi grubun oluşumu ve varlığını devam ettirebilmesi ile ilgili faaliyetlerin tümü grup dinamiğini yakından ilgilendirmektedir

(Güney, 2012, s. 21). Grup içindeki dinamikleri ve grubun yapısını almak için önce grup kavramını anlamak gerekmektedir.

2.3.1. Grup kavramı

Resmi ya da resmi olmayan üyelik ölçütleri ile tanımlanan birlik olma duygusunu paylaşan kendilerini birbirlerine bağlı hissedenden çok sayıda kişinin oluşturduğu kümeye grup denilir (Gordon, 1999, s. 285). Grup kavramı 18. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. Kelimenin kökeni etimolojik olarak tam bilinmemesine rağmen İtalyancadaki ‘Gruppa’ kelimesinden geldiği düşünülmektedir (Güney, 2012, s. 180). Günlük hayatta sıklıkla kullandığımız grup kelimesi aslında sosyolojik olarak düşünülen kavramdan daha farklıdır. Sosyolojik manada bir kalabalığın grup olabilmesi için ortak amaçlar, ortak normlar ve kendilerini bir grup gibi hissetmeleri gibi koşullar öne sürülür. En azından etkileşim koşulunu sağlaması gerekir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 272). Kendilerini aynı grubun üyeleri olarak algılayan dolayısı ile grup içindeki diğerleriyle aynı psikolojik anlamı ve önemi paylaşan bireyler topluluğuna grup denilebilmektedir (Arkonaç, 1998, s. 269). Bu noktada gruplar bireyin bağımsızlığı, özerkliği ve bireyselliği üzerinde kapsamlı bir etkiye sahiptir denilebilir (Hogg, 1997, s.5).

Bir araya gelmiş her insan topluluğu grup sayılamaz. Grup sayılabilmesi için başlıca şu özellikler taşıması gerekmektedir.¹¹

- Birbirleriyle etkileşimde bulunan bireyler topluluğu
- Kendisini bir gruba ait olarak algılayan iki veya daha fazla kişi barındıran bir sosyal birim
- Birbirine karşılıklı olarak bağımlı olan bireyler topluluğu
- Bir amaca ulaşmak için bir araya gelmiş bireyler topluluğu
- Bazı ihtiyaçlarını birliktelik yoluyla doyumaya çalışan bireyler topluluğu
- Etkileşimleri bir dizi rol ve norm ile yapılandırılmış bireyler topluluğu
- Birbirlerini etkileyen bireyler topluluğu

¹¹<http://www.akademik.adu.edu.tr/bolum/fef/psikoloji/webfolders/topics/2GRUP%20S%DCRE%C7LER%DD.pdf> Erişim: 09.12.2017

Yukarıda da aktarıldığı üzere çok farklı türde ve büyüklükte gruplardan bahsedebiliriz. Aşağıdaki tabloda bu gruplardan bazı örnekler yer almaktadır (Güney, 2012, s. 203).

Tablo 3: Gruplar ve Örnekleri

Gruplar	Örnek
Çok üyeli	Ulus, cinsiyet
Az üyeli	Komite, aile
Görelî olarak kısa ömürlü	Arkadaş grubu, jüri
Binlerce yıl ömrü olanlar	Bir etnik grup, bir din
Bir alanda yoğunlaşmış	Bir yat mürettebatı, seçilmiş bir komite
Dağılmış	Amatör radyocular, akademisyenler
Daha informel örgütlü	Bir kulüp taraftarları, bir toplumsal eylem grubu
Çok spesifik amaçları olanlar	Bir dernek, bir çevresel protesto grubu
Daha genel amaçlı	Bir kabile grubu, bir ergen çetesi
Dini amaçlı	Camiler, kiliseler, manastırlar, cemaatler vb.
Siyasi amaçlı	Hükümet, siyasi partiler, parlamento vb.
Görelî olarak otokratik	Ordu, polis teşkilatı
İktisadi amaçlı	Şirketler, kooperatifler, bankalar vb.
Eğlenme -Dinlenme amaçlı	Oyun grupları, spor ve eğlence kuruluşları
Görelî olarak demokratik	Üniversitedeki bir bölüm, bir komün

Kaynak: Güney, 2012, s. 203¹²

Yukarıdaki kıstas ve örnekler ışığında sanal topluluklar içinde grup ifadesini kullanılabilir. Yine örnekler ışığında grup kavramından bahsedebilmek için topluluğun küçük ya da az sayıda olması gerekmediği söylenebilir. Bu mana da insan sosyal ve

¹²<http://www.akademik.adu.edu.tr/bolum/fef/psikoloji/webfolders/topics/2GRUP%20S%DCRE%C7LER%DD.pdf> Erişim: 09.12.2017

toplumsal bir varlık olduğu için değişimi ve gelişimi bulunduğu toplumdan etkilenmektedir. Bireyi tanımada ve onunda kendisini tanımasına yardım edebilmede grup yaşantısı önemli bir yaklaşımdır. Gruba katılan üyeleri için kendi davranışlarına diğer grup üyelerinin açıkça gösterdiği tepkiler anlamlı olup onlar için önemli bir öğrenme fırsatı oluşturmaktadır. Ayrıca akranlarla yürütülen grup yaşantısı içerisinde duyguların ifade edilebilmesi ve yaşanması ve duygular hakkında konuşabilme insan olmaya dair en önemli süreçtir. Etkileşim grupları etkinliklerini grup içerisinde kurulan ilişkiler ve etkileşim üzerinde yoğunlaştırırlar (Öner, Küçüker ve Akbalık, 1992, s. 424). Psikolojik olarak akranlar olarak ifade edilen bu ortaklık internette kendini ortak değerler kesişimine bırakır. Ortak değerlerle akranlaşan bu insanlar birlikte paylaşır tartışır ve öğrenirler.

Günümüzde web ortamında sayıları gün geçtikçe artan gruplar görülmektedir. Sosyal hayatın internete taşınması ile ortaya yeni elektronik topluluklar çıkmıştır. İnternetin günlük yaşantıya girmesiyle ortaya çıkan internet toplumunun alt grupları olan elektronik topluluklar, ticari faaliyetlerinde bu alana kaymasıyla, tüketiciler ihtiyaçlarını karşılayabileceği farklı bir araç elde etmiş olmaktadır. Bu toplulukların ortaya çıkışı, internet üzerinde birbiriyle online iletişim kurma ihtiyacı duyan insanların, kurumların ve ticari işletmelerin sayesinde gerçekleşmiştir (Kırcaova, 2005, s. 23). Özellikle batı toplumlarında ortaya çıkan daha az sosyalleşen, yalnız vakit geçiren içe kapanık tüketici kitlesi online mecrayı hızla benimsemiştir. Bu kitle ticari internetin gelişmesinde yardımcı olmuştur. Ticari internetin kapsamında tüketim ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ilgili faaliyetler bulunmaktadır (Kırcaova, 2005, s. 24). Aşağıdaki tablo bu hızlı gelişimin yıllar bazındaki göstergesidir.

Tablo 4: Dünyada İnternet Kullanıcıları

Dünyada İnternet Kullanıcıları MART 25, 2017						
Bölgeler	Nüfus (2017 Est.)	Popülasyon % of World	İnternet Kullanıcıları 31 Mar 2017	Penetrasyon Yüzdesi	Gelişim 2000- 2017	Kullanı- cılarının Yüzdesi
Afrika	1,246,504,865	16.6 %	345,676,501	27.7 %	7,557.2%	9.3 %

Asya	4,148,177,672	55.2 %	1,873,856,654	45.2 %	1,539.4%	50.2 %
Avrupa	822,710,362	10.9 %	636,971,824	77.4 %	506.1%	17.1 %
Latin Amerika	647,604,645	8.6 %	385,919,382	59.6 %	2,035.8%	10.3 %
Orta Doğu	250,327,574	3.3 %	141,931,765	56.7 %	4,220.9%	3.8 %
Kuzey Amerika	363,224,006	4.8 %	320,068,243	88.1 %	196.1%	8.6 %
Avustralya	40,479,846	0.5 %	27,549,054	68.1 %	261.5%	0.7 %
Dünya Toplamı	7,519,028,970	100.0 %	3,731,973,423	49.6 %	933.8%	100.0%

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> Erişim:24.04.2017

Enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ile bireylerin ve grupların bağlantılarını ve karşılıklı etkileşimini sağlayan bir ortam oluşmuştur. Bu ortam başlıca üç kuvvetten oluşur; ucuz bilgisayarlar ve cep telefonları, düşük maliyetli internet ve açık kaynak (Kotler, 2011, s. 17). İnternet kullanımının bu derece yaygınlaşması, ucuz olması gibi unsurlar web ortamında yeni dijital grupların oluşmasına neden olmuştur.

2.3.2. Grubun işlevleri

İnsanların gruplara katılma nedenleri ya da bu gruplara katılmakla ne gibi faydalar sağlayacakları sorularının yanıtları grup işlevleri konusunun ilgi alanına girmektedir. Gruplara katılmak bizim önemli sosyolojik ve psikolojik gereksinimlerimizi karşılamamıza yardım eder. Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar bu gereksinimleri şu şekilde sıralamışlardır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 275):

- Bir yere ait olmak ve başkalarından ilgi görmek
- Yalnız başına altından kalkamayacağımız işleri başarabilmek
- Yalnız grup üyelerinin ulaşabileceği bilgilere ulaşabilmek
- Grup içinde kendini güvende hissetme
- Grup dışı düşmanlara karşı korunma

- Olumlu bir sosyal kimlik edinebilme
- Benliğimizi tanımlamada yardımcı olma gibi işlevsel faydaları gruplar insanlara sağlayabilir.

Bu yoksunlukları gidermede yardımcı olan gruplara katılmak için bireyler motive olmaktadır. Bir sosyal gruba ait olma doğal bir insan ihtiyacıdır. Ama özetle insanlar güvenlik, sevgi, saygı, ilgi ve kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçlarından dolayı sosyal gruplara katılır ya da üye olurlar (Güney, 2012, s. 217).

2.3.3. Grubun yapısı ve süreci

Grup üyelerinin grup içerisinde karşılıklı çekicilikleri onları ortak görüş ve hedefleri algılayıp geliştirmek üzere motive eder. Bütün üyeler aynı tutuma sahip olsalar da her zaman aynı tarzda hareket etmeyebilirler. Zamanla üyeler birbirinden farklılaşır ve bu ilişkiler değişmez bir düzenlilik içinde karara oturur. Bu karara oturmuş ilişkilere, grubun farklılaşmış bölümleri arasındaki göreceli ilişki kalıbına grup yapısı denilir (Arkonaç, 1998, s. 284). Grup yapısı kavramının içine grubun tüm düzeni girmektedir. Bu düzen grup içindeki iş bölümü statü farklılıkları iletişim örüntüleri kurallar ve rol ilişkileri gibi normatif beklentileri kapsar. Grup yapısı üyeler arasındaki kalıplaşmış bu iletişim ve ilişki içinde belirlenir (Aktaş Mavili, 1997, s. 41). Kısaca grup yapısı düzenli ilişkiler yani birbirine kenetlenmiş statü ve roller sistemidir (Güney, 2012, s. 212).

Grup süreci kavramı ise grup içinde süregelen faaliyetlerdir. Bu faaliyetler; grubun amacına yönelik davranışları ve bunlarla ilgili etkileşim örüntülerini kapsamaktadır. Gruplar kurulduktan sonra üyeler; gruptakilerin olumlu ya da olumsuz kabul edilen davranışlarına verdikleri ödül/ceza tepkileriyle grubu döngüsel bir sürece sokmaktadırlar. Bu etkileşim süreci grubun genel işleyişini belirlemektedir. Yapılan birçok araştırma sonucunda da grup sürecinde grubu bir sistem olarak gördüğümüz takdirde grubun iki temel boyutu olduğu söylenebilir; iş boyutu ve sosyal duygusal boyutu (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 294):

- Sistem yeni durumlara uyabilmelidir (iş boyutu).
- Sistem amacını gerçekleştirebilmelidir (iş boyutu).
- Sistem kendini bir bütün olarak koruyabilmelidir (sosyal-duygusal boyut).
- Sistem üyelerini tatmin edebilmelidir (sosyal- duygusal boyut).

Literatürde grup yapısı ile ilgili çalışma yapan araştırmacıların ortak bir fikir birliğine varamadıkları ve yapının değişik yönleri üzerinde çalıştıkları dikkat çekmektedir. Yine de belli odak noktaları etrafında araştırmaların yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. (Aktaş Mavili, 1997, s. 41). Grup yapısını oluşturan, araştırmalara konu olan unsurlardan bazıları şöyledir:

2.3.3.1. Mevki ve roller

Mevki en genel anlamada sosyal bir derecelendirmedeki yere işaret eder. Grup içinde ise üyelerin grup içindeki değer ve prestijleri onların sosyal mevkileridir (Arkonaç, 1998, s. 286). Sosyal grup içinde yer alan her bireyin statüler (mevkiler) ve buna bağlı olarak gerçekleştirdiği rolleri mevcuttur (Güney, 2012, s. 21). Grup iç yapısı gereği bütün gruplarda üyeler arasında statü (mevki) farklılıklarının olduğu bilinmektedir. Bu mevki farklılıkların oluşmasında grup içi normlara uyma derecesi etkili olabilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 276). Gruplarda mevki farklılıklarının nasıl oluştuğunu Bales'in çalışmasında görebilmekteyiz. Bales'e göre temelde iki tip lider mevki ve o mevkie bağlı rol ortaya çıkar. Bunlar iş lider ve sosyal-duygusal lider tipidir. İlki görevin ve hedefin tamamlanması için tutum sergilerken ikincisi daha çok grubun birbirine tutunmasını sağlayan sosyal-duygusal yapıyı canlandırıcı yönde davranır. Nadiren de olsa bu iki tip liderlik aynı kişide var olabilmektedir (Bales, 1950, s. 177-195).

Sosyal statü, sosyal yapıdaki bireyin toplumdaki geçerli kıstaslara göre değerlendirilmesidir. Rol kavramı ise bireyin sosyal işlevi ile ilgili dinamik bir kavramdır. Sosyal rol bireyin ne yaptığını anlatmaktadır. Farklı grup üyelerinin farklı ve uzmanlaşmış görev ve sorumlulukları vardır ve buna rol farklılaşması denilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 380). Rol farklılaşması ile sağlanan iş bölümü sayesinde hem grup üyeleri daha fazla motive olur ve hedeflerin elde edilmesi kolaylaşır hem de grubun varlığına düzen getirilmiş olur (Arkonaç, 1998, s. 293). Her kişi en az toplumda katıldığı grup sayısı kadar rol oynar. Rol, gündelik yaşamdaki yapıya gelen eylem kalıplarıdır (Akın, 2011, s. 125). Toplumsal yaşam karşılıklı beklentilerden oluşmaktadır. Toplumsal yaşamın küçük bir örneğini oluşturan grup içinde de her bir grup üyesi, diğer üyeler için bir değer ve role sahiptir (Güney, 2012, s. 203). Bu beklentiler bireyin toplumsal rol ve statülerini belirler. Sosyal statü ya da mevkii sosyal bir mertebelenimdeki yere işaret eder. Grup içerisinde de toplumda olduğu gibi bazı kimseler diğer grup üyelerine göre daha yüksek bir yeredirler (Arkonaç, 1993, s. 40).

2.3.3.2. Normlar

Grup üyeleri arasındaki ilişkileri belirleyen ve düzenleyen temel değerlere normlar denir. Aynı zamanda kültürel açıdan arzu edilen ve uygun olarak değerlendirilen ortak davranış beklentisi de denilebilir (Gordon, 1999, s. 533). Normlar çoğu zaman yazılı değildir ve açıkça ifade edilmeyebilirler. Bazı durumlarda normun varlığı, ancak belli bir davranışın yadırganmasıyla anlaşılabilir. Normlar grup üyelerince bilinçli bir şekilde oluşturulabilirler ya da üyelerin birbirleriyle ve diğer gruplarla etkileşimi sonucu kendiliklerinden oluşabilirler. Bazı durumlarda ise normlar benzer başka gruplardan alınabilirler. Grup normlarının oluşumu için gerekli bir koşul, ortak güdüler ve sorunları olan bireylerin belirli bir sürede etkileşimde bulunmalarıdır. Birey, tek başına sosyal bir norm oluşturamaz (Şerif ve Şerif, 1996, s. 240). Normların başlıca görevleri grup içi birliği sağlayarak kaynakların ortak amaç doğrultusunda kullanılmasını sağlamak, çatışmaları en aza indirmek ve grubun kimliğini belirleyerek diğer gruplarla arasındaki sınırı keskinleştirmektir. Üyelerin normlara uyma dereceleri normun grup açısından önemine, üyelerin grup içi konumlarına ve grubun diğer gruplarla ilişkisine göre değişir. Aynı zamanda normlar grup için çok önemli olan grup hedefleri ile de yakından ilgilidir. Gruplar açıkça tarif edilmiş hedeflerini geliştirdikten sonra, normlar kaçınılmaz bir şekilde grubun hedefine ulaşmasını kolaylaştıran hareketleri cesaretlendirir ve bunu engelleyici davranışları kırar (Arkonaç, 1998, s. 290). Değerler normlar ve inançlar farklı bağlamlarda aidiyet sağlayıcı rollere sahip toplumsal olgulardır (Akın, 2011, s. 20).

2.3.3.3. Liderlik

Liderlik, tarihin tüm zamanlarında dikkat çeken bir konu olmuştur. 20. yüzyılda lideri ve liderlik davranışını çözümlemek için farklı alanlardan bilim insanı ve uygulayıcılar yoğun çabalar sarf etmişlerdir. Liderlik hakkındaki ilk teoriler, liderleri, izleyenlerinden (üyelerden) ayıran nitelikler üzerine yoğunlaşmıştır. Sonraki teoriler, durumsal faktörleri dikkate almışlardır (Baloğlu ve Bulut, 2015, s. 189).

Liderliğin temel özelliği toplumsal bir etkisinin olmasıdır. Bütün gruplarda liderliğin herhangi bir çeşidi vardır (Taylor vd., 2010, s. 335; Bulut, 2019, s. 87). Liderlik grup üyeleri arasındaki hem mevki hem de davranışsal farklılıkları kapsamaktadır. Lider grubuna yol gösterir, rehberlik eder ve grubun davranışını kolaylaştırır (Arkonaç, 1998, s. 294). Davranışları ve eylemleri başlatan, emir veren, kararları alan, grup üyeleri

arasındaki sorunları çözümleyen ve model işlevi gören hep liderdir (Taylor vd., 2010, s. 335).

Gruplarda lider, grubun amaçları doğrultusunda gerekli çalışmayı diğerlerine göre daha başarılı yapan, grup üyelerince sevilip sayılan sembolik olarak otoriteye ve yetkiye sahip olan kişidir (Ertürk, 2010, s.266). Etkili bir lider grubu içinde davranışları tüm grup üyelerinin grup içinde, lider olarak üyelerin kendilerini rahat hissetmelerine yardımcı olan bir örgüt kültürü oluşturabilen kişidir (Demir ve Düşün, 2015, s. 247).

Lider ya da yöneticiler için önemli bir unsorda “güç” kavramıdır. Güç kavramı lider ya da yöneticinin hem iş ve faaliyetlerini yürütmesinde hem de bu faaliyetleri yerine getiren bireyin davranışlarının oluşmasında belirleyici bir etkiye sahiptir (Koç vd., 2016, s. 489). Grup içindeki güç dengesi ve dinamiklerini etkileyebilen bu kavramla ilgili ilk çalışmaları French ve Raven (1959) yapmıştır. Gücün temel kaynaklarını; kişi ve örgüt, grup, takım arasındaki etkileşimlerden yola çıkılarak yasal güç, zorlayıcı güç, ödüllendirme gücü, karizmatik gücü ve bilgi/uzmanlık gücü olarak beş boyutta sınıflandırmışlardır (French ve Raven, 1959, s. 151).

2.3.3.4. İletişim

İletişim en temel tanımıyla bir mesajın göndericiden alıcıya aktarılmasıdır. İletişim süreçleri ve etkileşim kalıpları temel grup dinamikleridir. İletişim ile oluşan bu grup dinamikler; gruptaki üyelerinin tutum ve davranışlarını etkileyen sosyal etkileşimlerin unsurlarıdır. Grup üyeleri ne zaman iletişim kursalar, anlamları olan mesajlar göndermektedirler. Bu etkileşim grup dinamiklerinin oluşmasına yardımcı olur (Ertürk, 2010, s. 262).

Grup davranışını ortaya çıkması için iletişimin olması gerekmektedir. Hangi seviyede olursa olsun başkalarına ulaşma başkalarını etkileme ve bilgilendirmenin zorunlu bir yoludur (Güney, 2012, s. 213)

2.3.3.5. Yetkeci-demokratik grup yapısı

İletişim miktarı açısından üyelerin gösterdiği farklılıklar tüm gruplar için söz konusudur. İletişim örüntüsü gruptan gruba değişkenlik gösterebilir. Çeşitli iletişim örüntüleri grubun etkinliği ile de ilişkili olacaktır. Yetkeci gruplarda liderin baskın tutumu mevcuttur ve kararlar lider tarafından verilmektedir. Demokratik grup yapısında ise tartışma özgürlüğü içinde grup bir bütün olarak karar vermektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 290-291).

2.3.4. Grubun birey üzerindeki etkisi

Bireyler bulundukları gruptan etkilenirler. Grupların bireyler üzerinde normatif, tutum değişikliğine yönelik ve verimliliği yönünden etkisi vardır.

2.3.4.1. Grubun birey üzerindeki normatif etkisi

Asch ve Sherif gibi araştırmacıların yaptıkları deneylerde grup normunun oluşması ve var olan grup bireye etkisinin nasıl olduğu daha önceki bölümde yazılmıştı. Bu araştırmalarda ortaya çıkan bir sonuç vardır; birey grup içinde yalnız olduğundan farklı davranmaktadır (Asch, 1956; Sherif, 1936).

Sherif'in araştırmasında belirsiz bir uyarıcı fiziksel ortam söz konusudur. Denekler bu nedenle grubun oluşturduğu normu kabul etmişlerdir. 1955'te Asch, grup baskısı altında, azınlık katılımcılarının, denemelerin %36,8'inde yanıltıcı çoğunluğun yanlış kararlarına girdiklerini, normal kontrol koşullarında bireylerin zamanın %1'inden daha az hata yaptığını tespit etmiştir. Asch görevinde görülen uygunluk etkisinin, bir kişinin eylemleri bir grubun diğer üyeleri tarafından gözetime açık olduğunda ortaya çıkan etki olarak tanımlanan normatif etkiden kaynaklandığını belirtmektedir. Hatta bu nedenle, katılımcıların verdikleri cevapları özel olarak kabul etmediklerini, ancak grupla birlikte olacak şekilde cevaplandıklarını belirtmiştir (Cinnirella ve Green, 2007, s. 2013). Her iki araştırmada da üyelerin grup normunu kabul ettiği görülmektedir.

2.3.4.2. Grubun bireyin tutum değişimine etkisi

Gruplar üyelerinin tutum değişimini arttırabilir ya da engelleyebilir. Yapılan araştırmalara göre eğer tutum değişimi grup normu doğrultusunda, grup bunu arttırıcı yönde rol oynar ya da tam tersi ise grup bu tutum değişimini engelleyici rol oynar. Tutumun değişimine etkisinin oranı; üyenin gruba nasıl uyduğuna bağlı olarak ta değişir. Benimseme yolu ile uyma sağlanmışsa tutumun yönü ve şiddetinde grup daha belirleyici olacaktır. Örneğin Çinliler Kore savaşında esir aldıkları askerlere beyin yıkama ile propaganda yaparak onları gruplarından ayırıp bireyselleştirmiş kendi norm ve değerlerini onlara kabul ettirmişlerdir. Özellikle itaat yoluyla uyum sağlayan Amerikalı askerlerde bu yol başarılı olmuştur. Bir miktar Amerikalı asker Çin değerlerini benimsemişlerdir. Aynı yöntem Türk askerleri zerinde de denenmiş ama başarılı olunamamıştır. Çünkü Türk askerlerindeki gruba uyma itaat temelli değil benimseme temellidir. Türk askerleri grup yapılarını korumuş yalnızlaşmamışlardır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 278- 279).

2.3.4.3. Grubun bireyin verimliliğine etkisi

Grubun başarılı ve verimli olması çeşitli nedenlere bağlıdır. Yapılan işlerin türü, gruptaki üye sayısı, ya da gruptaki üyelerin cinsiyeti gibi konular grubun ve gruptaki bireyin verimliliğini çeşitli oranlarda değiştirir. Grubun bireyin verimliliği üzerindeki etkisi ise iki olgu ile açıklanabilir; sosyal hızlandırma ve sosyal kaytarma (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 280-281).

Sosyal hızlandırma; İnsanlar grup içindeyken yalnız başına olduklarından daha fazlasını yaparlar. Buna sosyal hızlandırma denir. Bireyin grup içindeyken yalnız olduğundakine oranla daha fazla iş çıkarmasını ifade eder (Varol, 1993, s. 160). Sosyal kaytarma ise gruplarda birden çok kişinin birlikte çalıştığı bir işte bazı kişilerin başkaları nasılsa yapıyor benim yapmama gerek yok şeklinde düşünmesiyle ortaya çıkan olgudur. Yapılan işte daha az sorumluluk hissedip daha az çaba gösterilmesidir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 285).

2.4. Grup Kültürü

Kültür kavramı olarak bir çok araştırma disiplinine ve uygulama alanında kullanılan interdisiplinel bir kavramdır (Sabuncuoğlu ve Vergiliel Tüz, 2005, s. 326). Türk Dil Kurumu kültürü, tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi/manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, bireyin üyesi olduğu toplumdan öğrendiği bilgi, gelenek, görenek, davranış, yasa, sanat, uygulama, zanaat gibi özdeksel ve tinsel ürünlerden oluşan bütün olarak tanımlamaktadır¹³. Antropologlara göre ise kültür, toplumun üyeleri tarafından birbirine aktarılan, paylaşılan; deneyimleri yorumlayıp davranış geliştirmekte kullandıkları görüşler, değerler ve algılardır (Haviland vd., 2008, s. 139). Ülkemizde kültürün ilk tanımını yapan Ziya Gökalp; ‘Cemiyetin bütün fertlerini birbirine bağlayan, yani aralarında bir dayanışma vücuduna getiren dini, ahlaki, hukuki, bedii, içtimai, iktisadi ve fenni müesseselerin heyeti mecmuasıdır’ demiştir (Aman, 2012, s. 137). Yani kültürden bahsedebilmek için öncelikle bir grup ya da topluluk söz konusu olmalıdır. Bir grubun kültürünü o grubun üyeleri, ait olunan topluluk ve toplum belirler. Bu etkenler değiştikçe kültürde buna bağlı olarak değişir. Farklı kültürlerde yapılan araştırmalar gösteriyor ki,

13

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=btsvekategori1=veritbnvekelimesec=214144
Erişim:27.11.2018

birçok sosyal psikolojik süreç kültürden etkilenmekte dolayısıyla her yerde aynı şekilde seyretmemektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 319).

Kültürün beş özelliği vardır. Bunlar; bütünlük, öğrenilme, paylaşılma, devingenlik ve simgeselliktir. Bütünlük, birbirinden ayrı parçaların bir araya gelerek oluşturduğu, düzenli bir bütün olarak fonksiyon gösteren iyi yapılandırılmış bir sistemi ifade eder ve bu sistem kendi içindeki tutarlılığıdır. Öğrenilme, kültür genetik olarak aktarılmaz onun içinde büyüyerek öğrenilir ve böylece bireyler toplumun üyesi haline dönüşme halidir. Paylaşılma, kültürün topluğun tüm üyeleri tarafından paylaşılmasıdır. Devingenlik, kültürün dinamik esnek ve değişikliklere adapte olabilmesidir. Simgesellik ise topluluğun üzerinde hemfikir olduğu, bir şeyi anlamlı biçimde temsil eden işaretler, amblemler, sesler gibi kültürün içinde barındırdığı unsurlardır (Aman, 2012, s. 138-139, Haviland vd., 2008, s. 113-119).

Yukarıda sayılan kültürün özelliklerine bir grup sahipse, orada grup kültüründen bahsedebiliriz. Grup kültürü olabilmesi için bireysel olarak üyelerin etnik, kültürel ve ırksal mirasından, önceki yaşam deneyimlerinden ve genetik yapılarından gelen değerlerin, tercihlerin ve kişilerarası davranış stillerinin harmanlanması gerekir. Grup kültürünün üç derinlik seviyesine sahip olduğu söylenebilir. Bunlar:

- Yüzey seviyesinde grubun kültürünü sergileyen sembol ve ritüeller vardır.
- Daha derin bir seviyede kültür, grup üyelerinin birbirleriyle etkileşirken kullandıkları stillerde ve yaklaşımlarda sergilenir.
- Kültürün en derin seviyesi, grubun üyeleri tarafından ortak bir şekilde benimsenen çekirdek ideolojiler, değerler ve inançlardan oluşur¹⁴ (Sabuncuoğlu ve Vergiliel Tüz, 2005, s. 326).

Geçmişten günümüze toplumların kültürel hayatlarını derinden etkileyen teknolojik gelişmeler, sadece maddi kültür öğelerini değiştirmekle kalmamış, manevi kültürü de derinden etkilemiştir. Böylece, toplumların sahip oldukları kültürel alışkanlıklar, tutumlar ve beklentiler de köklü biçimde değişmiştir. Dolayısıyla, eski çağlarda toplumları ve bireyleri harekete geçiren birtakım değerler, günümüz toplumları için anlamlarını yitirmiş, bu durum yeni anlayış ve değerler geliştirmeyi kaçınılmaz kılmıştır (Karaca, 2016, s. 639).

¹⁴ www.beu.edu.tr/Media/PbsDosya/23250_2016_11_28_c148b2c5.docx Erişim:26.11.2018

Hofstede kültürü; bir grubun üyelerini ya da bir insan kategorisini başkalarınınkinden ayıran zihnin kolektif olarak programlanması olarak tanımlar (Hofstede, 1991, s. 4). Bu tanım bizi kültürün bir nevi grupların ortak aklı, ortak hareketi olduğu fikrine götürmektedir. Hofstede'in (1980) 'Kültürün Sonuçları' adlı kitabında bireycilik ve toplulukçuluk kavramlarını şöyle tanımlamıştır: Bireycilik; bireyler arasındaki bağların gevşek olduğu, herkesin sadece kendine veya çekirdek ailesine bakmak zorunda olduğu kültürlerde geçerlidir. Toplulukçuluksa insanın doğumundan itibaren güçlü ve sıkı gruplara bağlı olduğu, bu bağlılığın yaşamı süresince sorgulanmayan bir sadakat karşılığında var olduğu toplumlarda gerçekleşmektedir. Bireyci kültürlerde bireyin kendisi daha fazla önemliyken, toplulukçu kültürlerde grup içi uyum ve aidiyet daha çok öne çıkar. Toplulukçu kültürlerde kişi kendisini bağımsız bir birey olarak değil bir grubun parçası olarak görür. Böylece benliğinin bireysel amaç ve davranışlarının, grubun norm ve beklentileri ile uyumlu olması kaygısını taşır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 215- 326).

Yaşayan her varlık gibi insanda var olmaya ve varlığının devamını sağlamaya çabalar. Yalnız insan diğer canlılar gibi sadece genetik donanımın dışında da var olma stratejisi geliştirmelidir (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s. 521). Kültür bu doğal stratejinin bir sonucudur. 1990'lardan itibaren internetin yaygınlaşmasıyla her türlü veri girişinin hızla arttığı, adına dijitalleştirme denilen bir sürece girilmiştir. Bu süreç kendi endüstrisini, kültürünü, iletişim ortamlarını ve dahi iletişimin kendisini; hatta kullanıcılarını da dönüşüme uğratmıştır (Çetin ve Özgiden, 2013, s. 173). İnsan farklı çevresel etkenlerin yarattığı farklı gerilimlerle çevrilidir ve bu gerilimlerim üstesinden gelebilmesini sağlayacak uyarlanma süreçler farklı kültürlerin oluşmasına yol açmaktır (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s. 521). Bu nedenle hızla dijitalleşen gelişen bu yeni dünyada insan varlığının devamını sağlayan kültür unsurlarını yeniden oluşturmaya çalışması kaçınılmaz olmaktadır.

Sanal gruplarda da kültürel değerler önemlidir. Grup katılımcılarının taşıdığı kültürel değerler de, grubun birlikte oluşturduğu kültürün değerleri de üyeler ve topluluğun işleyişi için önemlidir. Yapılan bazı çalışmalarda kültürel değerlerin sanal topluluk kullanıcıları arasındaki karşılıklı davranışları doğrudan etkilediğini göstermektedir. Sanal topluluğa aktif olarak katılabilecek ve diğer topluluk üyeleriyle kaliteli bilgi alışverişinde motivasyon gösterebilecek kolektivist odaklı tüketicileri tespit

etmek özellikle pazarlamacılar için önemli olabilmektedir (Chou ve Sawang, 2015, s. 215).

2.5. Sanal Topluluklarda Bağlılık-Güven Teorisi

Pazarlamada değişimin ve ilişkilerin öneminin kavranması ile ilişkilerin sağlamlığı ve devamlılığı adına güven ve bağlılık kavramları daha fazla incelenir hale gelmiştir. Güven ve bağlılık kavramlarını çalışmalarında ilişkisel pazarlamada bağlılık ve güven perspektifinde inceleyen öncü çalışma Morgan ve Hunt'a aittir (Nakıboğlu, 2014, s. 328). Morgan ve Hunt ilişkisel pazarlamada bağlılık ve güveni incelemektedir. İlişkisel pazarlama, işletmelerin amaçlarına ulaşabilmeleri için müşteri ilişkilerini uzun dönemli olarak kurma, sürdürme, geliştirme ve ticarileştirme olarak tanımlanır, işletme ile müşteri arasında gerçekleşen değişim ve ilişki sözlerinin yerine getirilmesine dayanır (Ersoy, 2015, s. 11). Bu tanımda da yer alan başta sözünü yerine getirme, vaat gibi birçok ifade teorinin temelini oluşturur.

Morgan ve Hunt; bağlılık ve güven kavramlarını pazarlamacılar için kilit ifadeler olarak görmektedir. Çünkü bu kavramların ilişkideki varlığı; ilişkideki paydaş ortaklarıyla iş birliği yaparak ilişki yatırımlarını korumak için çalışmaya teşvik eder. Mevcut ortaklarla kalmanın beklenen uzun vadeli faydaları lehine, cazip kısa vadeli alternatiflere direnmesini sağlar. Bağlılık ve güven potansiyel olarak yüksek riskli eylemleri, ortaklarının fırsatçı bir şekilde hareket etmeyeceği inancı nedeniyle sağduyulu davranmalarını sağlar. Yani bağlılık ve güven, doğrudan ilişkisel pazarlamanın başarısına neden olan işbirlikçi davranışlara yol açar (Morgan ve Hunt, 1994, s. 22).

Morgan ve Hunt çalışmalarında ilişkisel pazarlamanın doğasını anlamada önemli bir ölçü ortaya koymaktadır. Bu ikiliye göre (discrete transaction) sürekliliği olmayan kesikli/aralıklı işlemlere bağlı pazarlama ile ilişkisel değişimin hâkim olduğu pazarlama arasında belirgin farklar vardır. Sürekliliği olmayan kesikli/aralıklı işlemlere bağlı pazarlama faaliyetlerinde geçmişi olmayan keskin başlangıçlar söz konusudur. Bu tür pazarlama faaliyetleri kısa süren ve net, keskin bir biçimde son bulan pazarlama yapılarıdır. Diğer taraftan ilişkisel değişimin hâkim olduğu pazarlama faaliyetlerinde gerçekleşen anlaşmalar geçmişin izlerini taşıyan birikimli anlaşmalardır. Bu tür pazarlama tercihleri daha uzun süreli ilişkiler ortaya koymakta ve ani bitişler yerine devam eden ilişkileri ifade etmektedir (Morgan ve Hunt, 1994, s. 21).

Pazarlama bağlamında güven konusunu inceleyen Morman vd. güven için 'değişim partnerine güven duyma isteği' tanımını kullanmışlardır. Bu tanım, literatüre güvene yönelik iki genel yaklaşımı kapsar. Birincisinde, güven, bir değişim partnerinin, partnerin uzmanlığından, güvenilirliğinden veya niyetliliğinden kaynaklanan güvenilirliğine dair bir inanç, duygu veya beklenti olarak görülmüştür. Diğerinde ise, güven, bir ortağa olan güveni yansıtan güvenlik açığı olmadan güvenin gerekli olmadığını, çünkü sonuçların güven için önemsiz olduğunu ifade eden görüştür (Moorman, Zaltman ve Deshpande, 1992, s. 316). Bu tanım öncelikle, partnerin uzmanlığından kaynaklanan güvenilirliğine ilişkin bir inanç olması gerektiği anlamına gelir. İkinci olarak, güveni davranışsal niyet (ya da partnerinize itimat gösteren davranış) olarak görmektedir (Grönroos, 1994, s.9).

Literatüre bakıldığında taraflardan biri için oluşacak güvenin kaynağını ilişki içinde bulunan diğer tarafın güvenilirliği ve dürüstlüğü sağlamaktadır. İlişkideki taraflar için; istikrar, yeterlilik, dürüstlük, sorumluluk gibi çeşitli özellikler de güvenin oluşması ile alakalı davranışlardır. Taraflardan birinin ortaya koyduğu benzeri davranışlar güvenin oluşmasını sağlayacak ve değişimlerin neticesinde olumlu sonuçların doğmasına neden olabilecektir (Özdemir ve Koçak, 2012, s. 131).

Bir ilişkinin devam edebilmesi için güven kadar önemli bir diğer kavram da 'ilişkiye bağlılık' tır. İlişkiler için söylenebilecek bu genel ifadeyi, yine Morgan ve Hunt pazarlamaya için de kabul etmiş ve teorilerinde yer vermişlerdir. Morgan ve Hunt; ilişkiye bağlılığın ilişki pazarlamasının merkezi olduğunu önermişlerdir. Sosyal değişim literatüründe sıklıkla yer alan bağlılık kavramının topluluklar arası sosyal ve ekonomik değişimlerin sürdürülebilmesi için güven kadar önemli olduğunu ifade etmişlerdir (Morgan ve Hunt, 1994, s. 23).

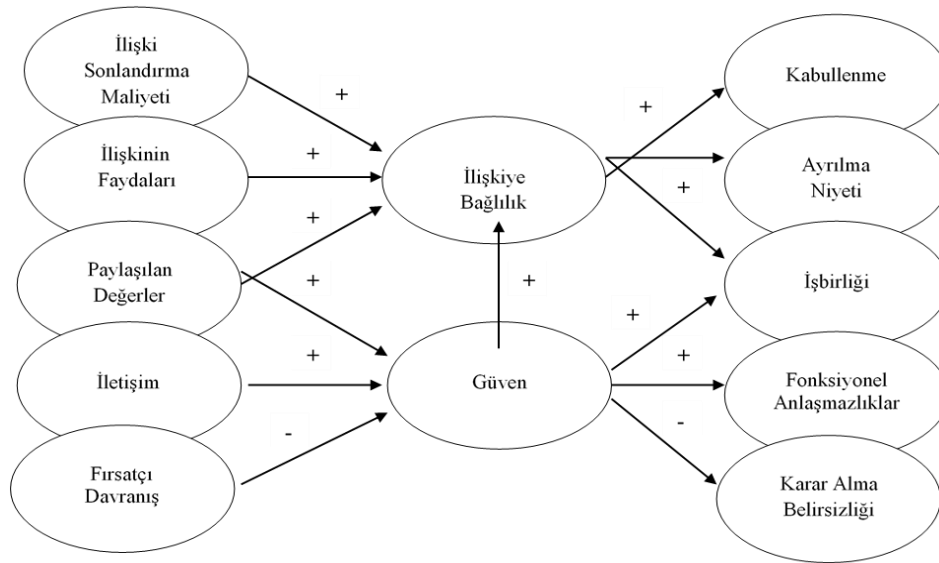
İlişkiye bağlılık değişim partneri açısından devam eden ilişkinin sürdürülebilmesi için kurulan ilişkinin gerekli tüm çabaların sunulacağı kadar önemli olduğuna ve uzun süre devam edeceğine duyulan inanç olarak tanımlanabilir (Nakıboğlu, 2014, s. 331). Uzun vadeli ilişkiler için güven ve bağlılık önemlidir. Pazarlamacılar da müşteriler ya da diğer paydaşlar ile kurdukları ilişkilerin devamlılığına önem verirler. Bu noktada bağlılık-güven teorisi önemli bir yol haritası sağlamaktadır.

Morgan ve Hunt odak firmanın (focal firm) ilişkisel pazarlamada kimler ile ilişkisel değişim içinde olduğunu 4 ana başlıkta sınıflandırmıştır. Bahsi geçen ana

başlıklar odak firmanın ilişkisel değişim içinde olduğu iç ortaklıkları, dış ortaklıkları, tedarikçi ortaklıkları ve alıcı ortaklıklarıdır. İfade edilen her ortaklıklar kendi içlerinde alt ortaklıklara sahiptir. Böylelikle her ana başlığa bağlı alt başlıklar da dikkate alındığında odak firmanın ilişkisel değişim içinde olduğu on ortaklık bulunmaktadır. Odak firmanın tedarikçi ortaklıkları mal/ürün tedarikçileri ve hizmet tedarikçileridir. Odak firmanın ilişkisel değişim içinde olduğu alıcı ortaklıkları ise ara tüketiciler ve nihai tüketicilerdir. Firmalar kendi içlerinde bulunan paydaşları ile de ilişkisel değişim içindedir. Buna göre odak firmanın iç ortaklıkları/paydaşları çalışanları, ticari birimleri ve fonksiyonel departmanlarıdır. Son olarak odak firmanın dış ortaklıkları/paydaşları, rakipleri, kar amacı gütmeyen kurumlar ve devlettir (Morgan ve Hunt, 1994, s. 21).

Teorinin ortaya koyduğu model beş ana girdi ve beş ana çıktıdan oluşur. Bu girdi ve çıktıların merkezinde ilişkiye bağlılık ve güven kavramları yer almaktadır. Beş ana girdi merkezdeki bağlılık ve güven üzerinde etkilidir. Model; ilişkiye bağlılık ve güvene bağlı beş önemli nitel çıktı sunmaktadır.

İlişkisel Pazarlamada ‘Aracı Değişken’ Modeli



Şekil 4: İlişkisel Pazarlamada Aracı Değişken Modeli

Kaynak: Morgan ve Hunt, 1994, s. 22

Morgan ve Hunt ilişkisel pazarlamada anahtar aracı değişken modelindeki değişkenleri şöyle açıklamaktadırlar (Morgan ve Hunt, 1994, s. 24-26):

Beş öncülden ilk olarak ilişkiyi sonlandırma maliyetlerinin bağlılığı ürettiğini ele almışlardır. Buna göre bir iş ilişkisinin sonlandırılması yeni alternatifler arama ve değişim maliyetlerini doğuracaktır. İkinci öncül olarak ele alınan ilişkinin faydaları bağlılığı

sağlamaktadır. Firmalar kendilerine katkı sağlayan ortakları ile ilişki kurmaya ve bu ilişkiyi geliştirmeye gayret ederler. Üçüncü öncül paylaşılan değerlerdir. Paylaşılan değerler hangi hedeflerin ve politikaların doğru veya yanlış olduğunu hangilerinin önemli veya önemsiz olduğuna dair firmaların ortak anlayış ve inançlarını ifade eder. Morgan ve Hunt bu ortak değerlerin hem güveni hem de bağlılığı olumlu etkilediğini ifade etmişlerdir. İletişim formal veya informal bir şekilde, anlamlı ve zamanında bilgi paylaşımını ifade etmektedir. Firmaların iletişim değişkenini arttırması birbirlerine olan güveni arttırmaktadır. İlişkisel pazarlamada anahtar aracı değişken modelinde beş öncülden sadece biri olumsuz etkiler ortaya koymaktadır. Bu öncül de fırsatçı davranıştır. Fırsatçı davranış güveni azaltmaktadır.

Morgan ve Hunt'ın ilişkisel pazarlamada anahtar aracı değişken modeline göre güven ve bağlılığa bağlı beş nitel sonuç elde edilmektedir. Kabul etme, ayrılma eğilimi, iş birliği, işlevsel çatışma ve karar verme belirsizliği modelde elde edilen beş niteliksel sonuç olarak ele alınmıştır. Çalışmada ilk olarak kabullenme ve ayrılma doğrudan ilişkiye bağlılıktan kaynaklanmaktadır. İlişkiye bağlılık firmalarda iş ortağının veya bir başkasının özel isteklerini kabul etme ve buna bağlı kalma şeklinde tanımlanabilen "kabullenmeyi" üretmektedir. Ayrılma da bağlılığın bir sonucu olarak ele alınmıştır. Fakat bağlılık kabullenmenin aksine negatif bir etki ile ayrılma davranışını azaltmaktadır. Fonksiyonel anlaşmazlıklar ve karar alma belirsizlikleri doğrudan güvenin sonuçlarıdır. Firmaların güven duygusunu ortaklarına kazandırmaları, fonksiyonel anlaşmazlıkların kolayca çözülmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle güven, fonksiyonel anlaşmazlıkları azaltmakta ve çözümüne olumlu katkıda bulunmaktadır. Karar alma belirsizlikleri de güven duygusuna bağlıdır. Güven duygusunun sağlanması belirsizliklere neden olan değişkenlerin önemi azaltmakta ve karar vermede yardımcı olmaktadır. Beş sonuçtan en önemlisi iş birliğidir. İş birliği hem güven hem de bağlılığın sonucudur (Bagozzi, 1975, s. 316). Sosyal insan için duygusal bağlılık değişim için önemlidir. Bu da ilişkinin iş birliği içinde ilerlemesini yardımcı olur.

Güven ve bağlılık kavramları sanal topluluk çalışmalarında yer almaktadır. Nykänen ve diğ. yaptıkları iki aşamalı ampirik çalışma ile Morgan ve Hunt'ın çalışmasında yer alan 'güven ve bağlılığın' sosyal ağlara katılımının ayrılmaz unsurları olduğu görüşünü güçlendirdiğini belirtmektedirler (Nykänen, Westerlund, Rajala, ve Järvensivu, 2009, s. 8). Sosyal ağlarda yapılan bir çok araştırma güvenin doğrudan üyelerin bağlılığını etkilediğini göstermektedir (Nykänen, Westerlund, Rajala, ve

Järvensivu, 2009; Cheng, Nolan, ve Macaulay, 2013; Laroche, Habibi, Richard, ve Sankaranarayanan, 2012; Casaló, Flavián, ve Guinalú, 2008).

Teori bir gerçek ya da fenomenin bir açıklaması olarak görülen tasarı ya da fikir ya da ifadeler sistemidir (Baker ve Saren, 2010, s. 10). Araştırmaya yön verecek fikir ve ifadelerin doğru seçimi önemlidir. Kozinet dijital kabile davranışının keşfedilmesi için, ‘sanal ilişki pazarlaması’ olarak adlandırılan şeyin çevrimiçi olarak uygulandığında ilişki pazarlama modelinin anlamını geliştirmeye hizmet edebileceğini iddia eder. Bu noktada sanal toplulukları anlamada ilişkisel pazarlamanın önemine değinir (Kozinets, 1999, s. 256). Bu nedenle sanal topluluk incelemesin yapıldığı bu araştırmaya, kullanılan yöntemin mucidinin belirttiği doğrultuda, ilişkisel pazarlamanın teorik temelini oluşturan güven bağlılık teorisi perspektifinden bakmak doğru bir tercih olabilecektir.

2.6. Sanal Topluluklarda Ortak Kimlik ve Ortak Bağ (Common Bond and Common Identity) Teorisi

Sosyoloji biliminde grupların nasıl oluştuğunu bireylerin gruplara nasıl dahil olduğunu açıklamaya yardımcı olmak için teoriler önerilmiştir. Bunlardan biri de Prentice ve arkadaşlarının 1994 yayınladıkları (Prentice vd., 1994), gruplara eklenmede ya da üyelerin kendi arasındaki ilişkilerdeki asimetrilere yola çıkarak iki tip gruptan bahsettikleri makaleleridir. Bu makalelerinde yaptıkları çalışmalar sonucu iki grup tipine ulaştıklarını ifade ederler ki bunlar; ortak kimlik ve ortak bağ gruplarıdır. Ortak kimlik ve ortak bağ teorisi; insanların kimliğe (yani, tartışılan konulara olan ilgisine) veya bağa (yani sosyal ilişkilere) dayalı olarak gruplara nasıl ve ne ile ilgili olarak üye olunduğunu ortaya koymuştur. Özellikle katılımcıların gruplara bağlanma nedenleri ve grup içi dinamikler ve gruplar arası ilişkilerin araştırıldığı çalışmalarda yazarlar bu teoriden faydalanmışlardır. Aynı teori sanal toplulukların bu yönlerini incelemede de kullanılmıştır (Sassenberg, 2002; Grabowicz, vd., 2013; Ren, Kraut ve Kiesler, 2007).

Teoriye göre, bir gruba bağlanma, onun içinde kalıcılık ve katılım, ortak kimlik veya ortak bağ açısından açıklanabilir. Kimlik temelli bağlanma, kullanıcılar bir bütün olarak topluluğa olan ilgilerine veya tüm üyelerin paylaştığı iyi tanımlanmış ortak bir temaya dayanarak bir gruba katıldığında kullanılır. Topluluğa katılımı kimlik (identity) temelli bağlılıktan kaynaklanan insanlar doğrudan kimseyle meşgul olamaz ve hatta anonim olarak yer alabilir. Onlar için önemli olan kişilerden ziyade konulardır. Bağ (bond) temelli bağlanma ise diğer özel üyeler ile kişisel sosyal ilişkiler tarafından

yönlendirilir ve bu nedenle grubun ana teması ihmal edilebilir. İki süreç, iki farklı grup türüyle sonuçlanmakta; kimlik temelli bağlanma (temaya dayalı) 'topikal' ve bağ temelli bağlanma 'sosyal' olarak adlandırılmaktadır (Prentice vd., 1994, 490-491). Pratikte gruplar, kimlik temelli ve bağ temelli grup katılımı karışımından oluşabilirler, ancak sıklıkla ya sosyalliğe ya da temaya dayalı olmaya eğilimlidirler. Teoriye göre, grup tipi; karşılıklılık ve tartışma konularına bağlıdır. Sosyal grupların üyeleri diğer üyelerle karşılıklı etkileşimlere girme eğilimindedir, oysa temaya dayalı gruplardaki etkileşimler genellikle doğrudan değildir. Ayrıca sosyal gruplarda; tartışma konuları büyük ölçüde farklılık göstermekte ve birden çok konuyu kapsamaktadır, oysa temaya dayalı gruplarda; yazışmalar grup temasıyla ilişkilidir. Teoriye göre, sosyal gruplar kendi üyeleri arasındaki bireysel ilişkiler üzerine kuruludur, bu nedenle yeni gelenlerin birbirleriyle güçlü ilişkileri olan üyelerle birleşmesi ve bütünleşmesi daha zordur. Bundan dolayı sosyal gruplar değişimlere karşı savunmasızdırlar çünkü bir kişinin arkadaşlarının ayrılışı kendi durumunu da etkileyebilir. Temaya dayalı gruplarda ise grup yeni gelenlere daha açık ve üye ayrılışlarına karşı daha güçlüdür (Grabowicz vd., 2013, s. 3).

Ren vd., (2007) ortak kimlik ve ortak bağ teorisine göre gruplara bağlanma nedenlerini anlamak amacıyla yaptıkları literatür araştırmasında sosyal psikoloji alanından 22 makale incelemiş ve bu nedenleri araştırmalarında şöyle ortaya koymuşlardır:

Kimlik temelli bağlanmanın üç temel nedeni şöyledir (Ren, Kraut ve Kiesler, 2007, s. 382);

- Sosyal sınıflandırma; Bir grup kimliğini sadece bir grup insanı aynı sosyal kategorinin üyeleri olarak tanımlayarak yaratabiliriz. Sınıflandırma, örgütsel üyelik veya katılımcıların politik değerleri veya seçimleri gibi öznel ölçütler olduğu gibi nesnel ölçütlere de dayanabilir.
- Dayanışma; Üyeleri iş birliğine dayanan gruplar, gruba bağlı kalmaya eğilimlidir. Ortak bir görev, ortak bir amaç, ortak kader veya ortak ödüller yoluyla karşılıklı bağımlılık, grup kimliğini güçlendirmektedir.
- Gruplar arası karşılaştırmalar; Kendilerini bir grubun üyeleri olarak tanımlayan ve kategorize eden insanlar kendilerini diğer gruplarla karşılaştırmakta ve katılımcıların ilgisini arttırmak grup içi vaatlerini arttırmaktadırlar. Ayrıca diğer gruplara karşı duyulan rekabet duygusu grup içi birlikteliği kuvvetlendirmektedir.

Bağ temelli bağlanmanın üç temel nedeni (Ren, Kraut ve Kiesler, 2007, s. 382);

- Başkaları ile sosyal etkileşim; insanların birbirlerini tanımalarını ve güven inşa etmelerini sağlar. Etkileşim sıklığı arttıkça, birbirlerini sevmeye de artar. Üyelerin diğerleriyle etkileşim sıklığı, birbirleriyle ilişki kurdukları ölçüde önemli bir belirleyicidir.
- Kişisel bilgi; kişisel bilginin paylaşılması kişiler arası bağların bir sonucudur. Buna göre, çevrimiçi toplulukların üyeleri, kendilerini açıklamak ve birbirlerini tanımak için fırsatlara sahiplerse, ilişki kurma olasılıkları daha yüksektir.
- Kişilerarası cazibe; kişisel elektronik postalar, sohbet odaları, anında mesajlaşma gibi senkronize iletişim araçları dahil olmak üzere özel mesajlaşma, daha genel olarak kendini açıklama ve sosyal etkileşim için temel mekanizmadır. Birçok topluluk, üyelerin gruptaki kişiler hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olan fotoğraflar, arka plan, deneyim ve ilgi alanları gibi kişisel bilgileri içeren kullanıcı profilleri sunmaktadır.

Ortak bağ ve ortak kimlik grupları arasında niteliksel olarak üç ayrımdan bahsedilebilir. Bunlar; grup içi eşitlik, grup ömrünün uzunluğu ve grubun yaşayabileceği bir çatışma ya da sorun karşısında grubun verdiği tepkilerdir. Ortak kimlik grupları eşitlik ilkesi doğrultusunda, ortak bağ grupları ise adalet çerçevesinde yönetilmelidir. Ortak bağlarla birbirine bağlı gruplarda insan ilişkileri gruptan daha ön planda olduğu için ortak kimlik gruplarına göre, grup ömrü daha kısa olmaktadır. Grup içi çatışma ya da sorun yaşandığında ortak kimlik üye ayrılışlarından daha az etkilenmektedir. Çünkü ortak bağ gruplarında ayrılan üyeler samimi ilişkiler içinde oldukları pek çok üyeyi de etkileyip grubu daha fazla yıpratılabilmektedirler (Prentice vd., 1994, s. 491). Ü

Üyelerin birbirleri ile ilişkileri, yaşanan çatışmalarda grupta değişen dengeler, grup ömrünün uzunluğu, topluluğun doğru yönetilmesi gibi konular grup dinamiğini doğrudan etkilemektedir. Bu noktada ortak kimlik ve ortak bağ teorisi; topluluğu anlamak ve grup dinamiklerini ortaya koyabilmek adına araştırmaya katkı sağlamaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde; araştırma deseni, araştırmanın örnekleme ve katılımcıları, veri toplama teknikleri, verilerinin toplanması ve analiz edilmesi süreçleri hakkındaki bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırma Deseni

Desen terimi bir planın var olduğunu ifade etmektedir. Bu planlar, araştırmada unsurları bunlar arasındaki ilişkileri ortaya koyan geniş çaplı planlardır. Önemli olan nokta hangi desenin ve yöntemin en uygun, üretken ve kullanışlı bilgiyi elde etmede yardımcı olacağını bulabilmektir (Patton, 2014, s. 254-255).

Tüketim kültürünün ana unsuru olan insanın gerçekte neyi düşünerek satın alma davranışı gerçekleştirdiğini anlayabilmek pazarlama bilimcileri için önemlidir. Kültür, belirli bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan ve aktarılan davranışların sonuçları ile öğrenilen davranışlar bütünüdür (Odabaşı, 2003, s. 312). Tüketim kültürü ve topluluk davranışlarını anlayabilmek pazarlama açısından önemlidir. Bu açıdan araştırma yöntemi olarak etnografinin kullanılması değerlidir. Bunun yanı sıra internet, ihtiyacımız olan mal ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olmak, mal ve hizmet alımı veya satımı yapmak, kişisel gelişim olanaklarını keşfetmek gibi bir çok farklı amaca hizmet eden olanaklar sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimsek, 2018, s. 221). Böylece insanların sanal olarak bir araya geldikleri yeni dünyalar doğmuş, buradaki insanlar kendi kültürlerini oluşturmuştur. Bu nedenle araştırmada incelenecek topluluklar siber ortamda var olduğu için, yöntem olarak netnografi yöntemi kullanılmaktadır.

3.1.1. Pazarlamada araştırmalarında nitel yaklaşımlar

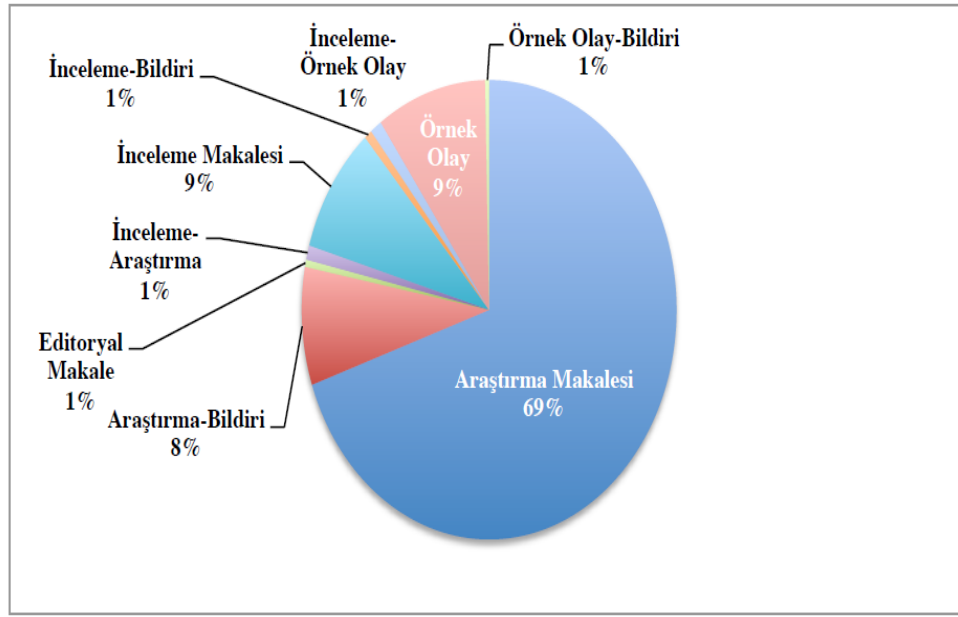
Araştırmacılara kültürel grupları incelemede çeşitli araçlar sunan etnografya yöntemi; pazarlama bilimine zengin veri kaynakları sağlamaktadır. Etnografik araştırma bir süre boyunca birbiriyle etkileşim içinde bulunan bir grup insanın bir kültür ortaya çıkaracağını esas olarak ele alır ve bunu rehber varsayım olarak kabul eder. Etnografik araştırma da sosyal sistem içerisindeki kültür, yaşam ve insanların gerçekte neler yaptığını gözlemlere dayalı olarak tanımlamaktadır (Patton, 2014, s. 81). Tüketim toplumunun hızla geliştiği günümüzde ürünlerin sadece fonksiyonları için değil, aynı zamanda taşıdıkları anlamlar, semboller ve işaretler nedeniyle tüketilmesi söz konusudur. İşaretler; nesne, olay, ortam vb. temsil eden her hangi uyarıcılardır (Odabaşı ve Oyman,

2002, s.20). Tüketicilerin sadece ürünün tüketicisi değil aynı zamanda üreticisi olmaları, bireysel kimliğin sahip olunan ürünlerin taşıdıkları sembollerle tanımlanması, yorumsamacı yaklaşımın tüketici davranış araştırmalarına uygulanmasının daha uygun olabileceği görüşünü desteklemektedir. Yorumsamacı yaklaşımda araştırmacının incelediği özne ile etkileşim ve iş birliği içinde olması, diğer bir ifadeyle konunun katılımcısı olması öngörülmektedir (Dedeoğlu, 2002, s.75-76).

3.1.2. Netnografinin tanımı ve kapsamı

Tüketici davranışının açıklanmaya çalışılması açısından kullanımı giderek yaygınlaşan etnografik yöntemler sanal toplulukların davranışlarını açıklamada önemli ipuçları sağlamaktadır. Sanal ortamda uygulanan bu etnografik yöntemler “siber etnografi” ya da “netnografi” olarak adlandırılmaktadır (Akturan, 2007, s. 241). Bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ve kullanıcılarının hızla artması nedeniyle birçok antropolog, sosyolog, ve nitel pazarlama araştırmacısı, etnografya araştırma tekniklerini çeşitli sanal topluluklara adapte etme ihtiyacına değinmişlerdir (Escobar, 1994, s. 215). Bu ihtiyaca binaen Kozinets’in geliştirdiği netnografya yöntemi bilim dünyasını ilgisini çekmiş, hızla dünya literatüründe saygın bir yer edinmiştir. Kozinets etnografinin temel özelliklerini çevirim içi ortamlara uyarlayarak revize etmiştir (Yıldırım ve Şimsek, 2018, s. 229). Bu yöntem, Sage Araştırma Metotları Sözlüğünde; antropolojinin geleneksel ve yüz yüze yürütülen etnografya araştırma tekniklerini bilgisayar temelli iletişimler sayesinde oluşan çevirim içi kültür ve toplulukların çalışmalarına uyarlayan nitel ve yorumsal bir araştırma metodu olarak tanımlanmaktadır (Jupp, 2006, s. 193). Uzun zamana ve derin temasa dayanan geleneksel etnografiye kıyasla “netnografi” daha hızlı ve az maliyetle gerçekleştirilebilmektedir. Etnografide olduğu gibi netnografide de anlamlar, semboller, insan bilişsel ve duyuşsal boyutları ile ilgili zengin ve derinlemesine bilgi sağlamaya imkân sunmaktadır (Kozinet, 2002, s. 2). Netnografi, çevrimiçi görüşmelerde ve etkinliklerde gizli girişimden aktif katılıma kadar geniş bir yelpazede yer alan belirli bir basamak ve analitik yaklaşım yelpazesini sunan kolayca uyarlanabilir bir metodolojidir. Netnografiler kısa olabilir ve tek bir topluluğa odaklanılabilir veya birkaç toplulukta yıllarca araştırmayı içerebilir. Veri olarak videolardan, resimlerden, seslerden ve metinsel ifadelerden faydalanılmaktadır. Netnografiler tek başına ya da çevrimdışı üye etkileşimleri de dâhil olmak üzere çevrimiçi topluluklarda diğer araştırma yöntemleriyle birleştirilebilir (Costello, McDermott ve Wallace, 2017, s. 9).

Netnografi; odak grupları, anketler, röportajlar, veri madenciliği ve içerik madenciliği gibi yöntemlerden, doğal, sürükleyici, bağlam odaklı ve katılımcı olduğu kadar gözlemsel olması yönüyle farklıdır (Kozinets, 2012, s. 39). Bu nedenlerden dolayı kullanımı akademide gittikçe yaygınlaşan netnografi yönteminin, kullanım alanları da çeşitlilik arz etmektedir. Yazar'ın Web of Science akademik veri tabanından 1975-2017 yılları arasından elde ettiği 593 netnografik çalışmanın yayın türleri ve oranları aşağıdaki tabloda sunulmuştur (Yarar, 2018 s. 202) .



Şekil 5: Netnografik Çalışmaların Yayın Türleri

Kaynak: Yarar, 2018, s. 202

Sosyal medya pazarlamacılar için devamlı ve nitelikli veri sağlayan bir tüketici iç görüşü kaynağıdır. Kültürel iç görüleri dönüştürülecek sosyal medya verilerinin oluşturulması adına en uygun yöntem netnografi olmaktadır. Bu yeni sayılabilecek bilimsel araştırma yöntemi, değişen tüketici dünyasını anlama ve açıklama da gittikçe popülerleşen bir metottur. Netnografik araştırma süreci aşağıdaki adımlardan oluşmaktadır (Kozinets, 2002, s. 63; Kozinets, 2010, s. 74-156):

1. Kültürel Giriş

Netnografinin ilk aşaması kültürel giriş aşamasıdır. Bu aşama araştırmacının hangi siber topluluğu araştırmaya karar verdiği aşamadır. Siber topluluğun seçimi önemli bir karardır ve bu kararı etkileyen başlıca beş etken vardır (Baş ve Akturan, 2013, s. 57). Bunlar:

- Seçilecek topluluğun araştırma konusuyla doğrudan ilgili olması gerekir.
- Topluluk içerisindeki iletişim yoğun olmalıdır.
- Haberleşmeler detaylı ve zengin veriler içermelidir.
- Üyelerin karşılıklı etkileşimi yoğun olmalıdır.
- Topluluk geniş bir sanal topluluk olmalıdır.

Bu aşama araştırılacak şeyin ne olduğuna, nasıl inceleyeceğine, araştırmacının kendisini topluluğa nasıl tanıtacağına, konunun etik olarak nasıl ele alacağına karar verildiği, araştırılacak toplulukların, kültürlerin belirlendiği aşamadır. Bu ilk aşama aynı zamanda planlama aşamasıdır. Netnografik araştırmanın planlama aşamasında yapılması gerekenlerden ilki, araştırmacının sorusunun ilgisini çeken belirli bir çevrimiçi topluluğu tespit etmektir. Çevrimiçi topluluğun araştırma için uygunluğunu anlamak adına, seçilen topluluk ve forumları, tartışılan konular ve bireysel katılımcılar hakkında mümkün olduğunca çok şey öğrenmek gerekmektedir (Belz ve Baumbach, 2010, s. 305-306). Araştırmacı incelediği topluluğu sıkı bir şekilde takip etmeli, yapılan görüşmeleri ve profilleri anlamaya çalışarak o toplulukta yer edinmelidir. Araştırmacı ancak bu şekilde pusuya yatarak o kültüre giriş yapacak bir strateji belirleyebilir (Akturan, 2009, s. 6).

2- Veri Toplama ve Analiz

Netnografi yönteminde veriler temel olarak iki şekilde toplanır. Bunlardan ilki topluluk içindeki yazışmaların olduğu gibi kopyalanmasıdır. Buna arşivsel veri de denilmektedir. Diğer ise araştırmacının süreç içerisinde kendi gözlemlerini kaydetmesidir. Bunlar araştırmacının saha notlarını oluşturmaktadır (Baş ve Akturan, 2013, s. 57). Planlama ve kültürel giriş aşamasında araştırma yapılacak ortamın seçilmesi ve araştırma odağı ve araştırma sorularının belirlenmesinin ardından veri toplama aşamasına geçilmektedir. Veri analiziyle birlikte ilerleyen veri toplama aşaması, bir kültür ya da topluluğun üyeleriyle iletişime geçilmesi anlamına gelmektedir. Kozinets, bütün önemli bilgilerin harflerle ve rakamlarla taşınmadığını, görsel ve grafiksel veriyi de ihmal etmemek gerektiğini belirtmektedir. Arka plan renklerine ve fon biçimlerinin yanı sıra, çizimler, his simgeleri (emojiler) ve fotoğraflar gibi daha açık grafiksel sunumlara da dikkat edilmesi gerekmektedir (Kozinets, 2010, s. 95-98).

Netnografi her ne kadar etnografiden türetilmiş bir yöntem olsa da ondan ayrıştığı birçok nokta vardır. Öncelikle araştırmacı çevrimiçi ortamlar ile yüz yüze görüşülen ortamın farklı olacaktır. Dolayısıyla veri toplama koşunda farklılıklar yaşanmaktadır

(Kozinets, 2010, s. 96). Bu nedenle Kozinets veri toplamada dikkatli olunması gerektiğini belirtmiştir. Veri toplama, netnografik katılımıla bağlantılıdır. Bu katılım veri toplarken netnografinin doğasını da anlamaya yardımcı olur. Katılım için sadece gruba kayıt yaparak üye olmak yeterli değildir. Netnografinin basit bir kodlama araştırmasından farkı etnografik iç görüye sahip olmasıdır. Özetle, araştırmacının topluluk içindeki varlığının dengesinin önemi vurgulanmaktadır (Kozinets, 2010, s. 96-97).

Veri toplamada veri miktarının büyüklüğü de netnografi yapan araştırmacı için önemli bir dezavantajdır. Çünkü sanal ortamda yığınlarca mesaj anlık olarak paylaşılabilmektedir. Bunlardan hangilerinin faydalı olduğu ya da hangilerinin kullanılabilir olduğunu ayırt etmede araştırmacı zorlanabilir. Bu durumda, araştırmacı için iki yol vardır: araştırmanın kapsadığı süreyi sınırlamak ya da sadece belirli diyalogları ya da konuları takip etmektir (Özbölük ve Dursun, 2015, s. 236). Araştırmacı veri toplama ve yorumlama aşamalarında bu ipuçlarını dikkate almalıdır.

3- Güvenilir Yorumlama

Netnografinin bu safhası nitel veri analizi konusunda dikkat gerektiren tekrarlamalı bir yorum sürecidir. Toplanan bilgiler kodlanır, karşılaştırılır, sınıflandırılır ve anlamlandırılır. Her yeni bilgi parçacığı ile karşılaştırıldığında o zamana kadar oluşturulmuş olan anlamlar bütünü yeniden değerlendirilir, gerekli olduğu durumlarda sınıflandırmalar yeniden yapılır ve bu süreç en son bilgi parçacığı da yapısal bütüne dâhil edilene kadar tekrarlanır (Varnalı, 2013, s. 33). Netnografik veri toplama ve analiz boyunca, pazarlama araştırmacılarının, belirli bir toplulukta gözlenen tüm tüketici eylemleri kümesinden ziyade, çevrimiçi bir topluluğun iletişimsel eylemlerinin içeriğini analiz ettiklerinin bilincinde olmaları gerekmektedir. Bu, netnografi ile etnografi arasındaki çok önemli bir farktır. Netnografyada metinsel ifadelerden güvenilir bir yorumlama yapmak için dikkatli olmak gerekmektedir. Etnografi, odak grupları veya kişisel görüşmeler gibi geleneksel yüz yüze yöntemlerden büyük bir ayrılıştadır, netnografi, özellikle ve pazarlama araştırmacılarına doğruluğundan emin olunmayan bilgileri kullanmaktadır. (Kozinets, 2002, s. 64-65). Bunların dışında özellikle yorumlama aşamasına dikkat edilmesi gereken iki nokta vardır. İlki katılımcıların farklı kimliklere bürünme olasılığından dolayı tekrar eden veri toplanması durumu olabilir. İkincisi toplanan veriler yazılanlardan ibaret olduğu ve davranışlar gözlenemediği için araştırmacının veriyi yorumlarken dikkatli olması gerekmektedir (Baş ve Akturan, 2013, s. 57).

Sanal topluluktaki bireylerin toplulukla ve tüketim faaliyetiyle ilişkileri bağlamında dört gruba ayrılabilir. ‘Turistler’; daha çok gezinme amaçlı toplulukta bulunan onun dışında grupla herhangi bir sosyal bağı bulunmayan bireylerken, ‘İlişki kuranlar’; tüketim faaliyetleriyle ilgisi olmayan ama grupla güçlü sosyal bağları bulunan bireylerdir. ‘Adanmışlar’ tüketim faaliyetleriyle ilgili fakat sosyal bağlardan uzak bireylerdir. ‘İçeridekiler’; toplulukla sosyal bağları kuvvetli ve tüketim faaliyetlerine ilgileri bulunan bireyleri ifade etmektedir (Kozinets, 2002, s. 64). Kozinets’e göre ‘içeridekiler’ ve ‘adanmışlar’ en zengin veri kaynağını oluşturan katılımcılardır (Yıldırım ve Şimsek, 2018, s. 230)

Güncel konuların belirlenmesi, topluluk ortamında kabul gören ve görmeyen davranış kalıplarının ve ifadelerin tespit edilmesi, üyelerin hayallerinin, açıkça dile getirilemeyen arzularının ve korkularının deşifre edilmesi, topluluğun iletişimine ve fikirlerine yön veren baskın bireylerin tespit edilmesi, topluluğun değer yargılarının, tüketim alışkanlıklarının ve sosyal yapısının keşfedilmesi gibi markalar için stratejik önem taşıyan bilgilerin ortaya çıkarılması analiz ve yorumlama sürecinin olası çıktıları arasındadır (Varnalı, 2013, s. 33).

4- Etik Standartların Sağlanması

Netnografi yönteminde dikkat edilmesi gereken adımlardan biri de etik kontroldür. Yüz yüze gerçekleşmeyen yöntem bu yönden etik ihlallere çok açıktır. Netnografi, inovasyon odaklı bilgiye ulaşılması ve pazara sunulan değerin arttırılması için çabalayan bir araştırma inisiyatifidir. Bu şekilde görülüp, açıkça uygulandığında tüketiciler tarafından yadırganma ihtimali çok düşük olacaktır. Dolayısıyla, etik bir araştırmacı kimseyi açıkça ne için olduğunu belirtmeden sorgulamaya kalkışmamalı, incelediği toplulukların üyelerinin kimliklerini ifşa etmemeli veya sahte bir kimlik ile topluluk üyesi rolü oynamamalıdır. Bu tip davranışlar fark edildikleri takdirde şiddetle ve sosyal medya üzerinden topluca cezalandırılırlar. Bu gibi durumlar, markaya zarar verebilecek söylentilerin çıkmasına ve sosyal medya üzerinden hızla yayılmasına neden olabilirler (Varnalı, 2013, s. 33-34).

5- Üye Kontrolleri

Üye kontrolü araştırmanın sonuçlarını katılımcılarla paylaşmasını ifade eder. Sonuçların üyelerle paylaşılıp kontrol edilmesi en doğal ve pratik yoldur. Bunun çeşitli faydaları vardır (Kozinet, 2002):

- Katılımcılar çalışmaya dâhil edilerek onlara görüşleriyle ilgili söz hakkı tanınır,
- Katılımcılar, ilave veriler ve özellikli iç görüler sağlayabilir,
- Hatalar ve yanlış anlaşılmalara elimine edilebilir,
- Etik tartışmaların en aza indirgenmesi sağlanır,
- Sanal topluluk üyeleri ve araştırmacı arasında süregelen bir ilişki yaratılabilir (Kozinets, 2002, s. 66).

3.1.2.1. Netnografide geçerlilik ve güvenilirlik

Nitel araştırmalarda araştırmanın daha kaliteli olması uygulanabilecek çeşitli stratejileri Dedeoğlu (2005) şöyle sıralamıştır:

- Amaçlı örnekleme yapılması (purposeful sampling),
- Uzun süre sahada kalma (prolonged engagement),
- Çeşitleme (triangulation),
- Devamlı (persistent) gözlem,
- Üye denetimi (member checking)
- Detaylı tasvir (thick description) (Dedeoğlu, 2005, s. 13).

Kozinets de nitel bir yöntem olarak gerçekleştirilen netnografik çalışmaların kalitesinin değerlendirilmesinde göz önüne alınacak 10 kriter oluşturmuştur. Bu kriterler yapılan netnografik araştırmanın niteliği hakkında fikir vermektedir. Bunlar (Kozinets, 2010, s. 163-173):

- Tutarlılık (Coherence)
- Titizlik (Rigour)
- Literatür bilgisi (Literacy)
- Gerçekçilik (Groundedness)
- Yenilikçilik (Innovation)
- Aktarma (Resonance)
- Gerçeğe Benzeme (Verisimilitude)
- Yansıtma (Reflexivity):
- Pratik (Uygulama) (Praxis)
- Karışım (Intermix)

Netnografik bir araştırma da bu kriterlerin sağlanması ile dijital dünyada nitelikli bir çalışma yapmak mümkün olabilecektir. Bilinmeyen bu yeni dünyanın sınırları geniştir ve zaman zaman kapsamı belirsizleşebilmektedir. Netnografi sosyal bilim araştırmacıları için mevcut yaklaşımları sürekli olarak geliştiren ve değiştiren bu yeni kültürel ortamda çalışmak için yeni bir yaklaşım standardı sunmaktadır (Kozinets, 2012, s. 39).

3.2. Araştırmanın Örneklemi ve Diğer Katılımcıları

3.2.1. Araştırmanın örneklemi

Araştırma amaçları doğrultusunda Facebook'ta uzun süredir takip edilen bir grup seçilmiştir. Grup yöneticisinden araştırma için izin almakla beraber etik hassasiyet nedeniyle yine de grubun ismi araştırmada değiştirilerek kullanılmıştır. Bu nedenle araştırma yazınında araştırmacının belirlemiş olduğu 'Topluluk X' ismi kullanılmaktadır. Araştırmanın evrenini, seçilen sanal topluluktaki paylaşımlar oluştururken, örneklemi, belirlenen zaman aralığında 'Topluluk X' grubundan elde edilen veriler oluşturmaktadır.

Topluluk X Hagel ve Armstrong (1997)'un topluluk sınıflandırmasına göre; bir ilgi alanı, ilişki kurma ve işlem topluluğudur bununla birlikte, fantezi ögesini içermez. Aynı zamanda grup Prentice vd., (1994)'in yaptığı sınıflandırmaya göre 'ortak kimlik' grubudur. Araştırmacı Topluluk X'in kuruluşundan itibaren bir üyesidir ve bu nedenle zengin bir etnografik katılımcı-gözlemci anlayışını sağlamaktadır. Topluluk X'i özetle tanıtmak gerekirse; araştırma başlangıcı olan 27 Şubat 2017 tarihinde üye sayısı 10557 kişiden oluşmaktadır. Mayıs 2019 tarihi ile ise güncel üye sayısı 16719'dır. Grup 'gizli grup' statüsünde bir topluluktur. Gizli bir grup olup sadece arkadaş tavsiyesi ile girilen bir grup olmasına rağmen üye sayısı hızlı bir şekilde artmıştır. Grup Kurucu Lider hanımın yine admini olduğu bir diğer grubu olan 'Karatay Beslenmesi' grubundaki üyelerin beslenmelerine uygun alım yapabilecekleri satıcılara ulaşılması amacıyla kurulmuştur. Araştırmacının toplulukla ilk tanışma noktası da bu 'Karatay Beslenmesi' grubudur. İlk olarak 'Tarla kapısı' adıyla bir üyenin grubuna, satın alım yapmak isteyenler ve satış yapacaklar Kurucu Lider hanımın yönlendirmesiyle dahil olmuştur. Sonra burada yaşanan anlaşmazlıklar sonucunda 'Topluluk X' adında yeni bir grup oluşturulmuştur. Her ne kadar çıkış noktası Karatay beslenmesi olsa da sonrasında sağlıklı doğal ürünler olarak içeriği genişletilmiştir. Grup iki yıl içinde yavaş yavaş yapısını netleştirmiştir. İlk yaşanan tartışmalarla toplama ürün satanlar gruptan çıkarılmış

sonrasında giderek üreticileri, özellikle kadın üreticileri destekleyen bir hal almıştır. Grup genel olarak iş birliği içinde olan bir topluluktur.

Üyeliğin ücretsiz olması, takip edilen süre boyunca aktif yazışma ve paylaşımın yapılmakta olması, üyelerin birbirine karşı yardımsever ve bilgilendirici yaklaşımda bulunması, topluluğun Facebook gibi Türkiye’de oldukça yaygın bir şekilde kullanılan bir platformda yer alması ve araştırma sorularının karşılığını bulacağı düşünülerek bu grup seçilmiştir.

3.2.2. Üye profili

Yapılan gözlemler sonucu grup üyeleri hakkında genel çerçevede şunları söylemek mümkündür: Üyeler sağlıklı ve doğal beslenmeye dikkat eden bireylerdir. Yaş ortalaması orta yaş üstünde, eğitim seviyesi genel olarak yüksektir. Kadınların sayısı erkeklerden daha fazladır. Alıcı olarak rasyonel hareket etmeyi tercih etmektedirler. İnsani ilişkilerde içten ve iletişime açıktırlar. Diyalogların belli bir seviyede ilerlemesine dikkat etmektedirler. Üslup gruptakiler için önemlidir. Kurucu Lider’in önerilerini ve grup içi tavsiyeleri dikkate alarak hareket etmektedirler.

3.2.3. Araştırmacı

Popper’in değindiği gibi (Popper, 2010, s. 141);

“Bütün betimlerimizin seçici niteliğinin gerekçesi, kabaca söylersek dünyamızdaki olguların olası inceleme yönlerinin sonsuz zenginliği ve çeşitliliğinde yatmaktadır. Bu sonsuz kaynağı betimlemek içinse elimizde yalnızca sonlu sayıda sözcük mevcuttur. Demek ki istediğimiz zaman istediğimiz kadar betimleyebiliriz, ama betimlerimiz daima eksik kalacaktır. Bu nedenle seçkiyi belli bir bakış açısından yapmak, sadece kaçınılmaz değildir. Böyle bir şeyi denememekte gerekir. Çünkü eğer başarabilseydik, elde edebileceğimiz daha nesnel bir betim değil aksine birbiriyle bağıntısız bir önermeler yığını olurdu. Belli bir görüş tarzının veya bakış açısının geliştirilmesi kaçınılmazdır; bundan sakınma yolundaki safça deneme ise sadece kendimizi kandırmamıza ve eleştirel olmadan, bilincinde olmadığımız bir bakış açısını kullanmamıza yol açar.”

Bilimsel araştırma araştırmacıdan bağımsız düşünülemez. Özellikle nitel bir araştırmada nesnelliği aramak mümkün değildir. Araştırma süreci araştırmacının perspektifinden etkilenmektedir. Yaptığımız gözlemler bu koşullardan etkilenmekte ve onları yansıtmaktadır (Charmaz, 2008, s. 402; 2016, s. 35). Burada amacın doğruluk olması hedeflenmelidir. Bütündeki resmi, doğru bir şekilde kendi gözlemlerinden anlatan araştırmacının rolü bu noktada önemlidir. Çalışmada buna azami gayret edilmiştir.

Bulunduğu noktadan araştırmayı anlatan araştırmacının bakış açısı daha net anlaşılsın diye uzun tasvirlerin olduğu araştırma günlükleri tutulmuştur. Yine doğru bir aktarım adına grup üç yıl boyunca takip edilmiş, özellikle pazarlama açısından kendini tekrar eden faaliyet dönemlerinden biri seçilmiş o dönem analize sokulmuştur.

Araştırmacının heyecan ve kişisel merakı yaptığı çalışmaya yön vermektedir (Moustakas, 1994, s. 104). Araştırmacı uzun süredir sağlıklı beslenmeye konularıyla ilgilenmekte ve sanal toplulukları takip etmeyi sevmektedir. Bu nedenle grup seçilirken araştırmacının merakı ve daha öncesinden bilişsel olarak kendini geliştirdiği bu alanla ilgili faaliyet gösteren bir grup seçilmiştir. Burada amaç kültürü tanıyor olup doğru aktarma olasılığını yüksek tutmaktır. Araştırmacı araştırmada katılımcı gözlemci olarak yer almıştır. Netnografi, kültürel antropolojideki etnografya ve kültürel araştırmalar gibi, çalışılan kültüre, bir kültürel ye olarak tam katılımı kuvvetle vurgular. Bu katılım, saha çalışmasının önemli bir unsurunu oluşturur (Kozinets, 1998, s. 367).

Araştırmacı yeterliliğini arttırmak ve yönteme daha fazla hâkim olabilmek adına tez jürisinin nerisi doğrultusunda Prof. Dr. Asker Kartarı'nin vermiş olduğu 'Etnografiden Netnografiye Nitel Araştırmalar' adlı eğitime katılmıştır (EK III). Buna ek olarak doktora ders aşamasında alınan kredili nitel araştırma yöntemleri dersinin dışında gönüllü olarak bir dönem Doktor ğretim yesi Sema nler'in verdiği nitel araştırma yöntemleri ve uygulamaları derslerine katılmıştır. Bu derslerde Nvivo Programı kullanımı öğrenilmiştir.

3.2.4. İnandırıcılık komitesi

Tezin danışmanı sayın Prof. Dr. Nezihe Figen Ersoy Arca, tez izleme jürisinde tez yazımı boyunca rehberlik eden sayın Prof. Dr. Ayşe Sevgi ztrk ve sayın Prof. Dr. Mine Oyman tezin geçerlilik ve güvenilirlik komitesini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra nitel araştırma yöntemlerine hakimiyeti açısından sayın Dr. Öğr. Üyesi Ozan Ağlargz'den yardım alınmıştır.

Nitel araştırmalarda araştırmanın daha kaliteli olması için uygulanabilecek çeşitli stratejiler bulunmaktadır. Bunlardan; amaçlı örneklem (purposeful sampling), uzun süre sahada kalma (prolonged engagement), çeşitleme (triangulation), devamlı (persistent) gözlem, ye denetimi (member checking) ve detaylı tasvir (thick description) gibi yöntemler başlıca faydalanılanlar olarak öne çıkmaktadır (Dedeoğlu, 2005, s. 13). Buna göre araştırmanın konusu ile ilgili detayları ortaya koyabilmek için grubun bütün

paylaşımları yaklaşık 44 hafta süresince yakından incelenmiş (devamlı gözlem), öncesinde üç yıl kadar grup takip edilmiş (uzun süre sahada kalma), Facebook grup yazışmalarının yanı sıra değerlendirmeye araştırmacı günlüğü dâhil edilmiş (çeşitleme), örneklem problem doğrultusunda seçilmiş (amaçlı örneklem), topluluğun kültürü alışveriş döngüsü ve grup dinamikleri araştırma günlüklerinde detaylı bir şekilde tasvir edilmiş (detaylı tasvir), elde edilen veriler yorumlandıktan sonra kontrol edilmesi ve onaylanması açısından grup kurucusuna gönderilmiş ve görüşleri alınmıştır (üye denetimi) (EK II).

3.3. Veri Toplama Teknikleri

Temel veri kaynağı 27.02.2017 –31.12.2017 zaman aralığında Facebook Topluluk X grubunda paylaşılan postlar ve yorumlardır. Bu zaman dilimin seçilmesinde üyelerin karşılıklı etkileşimin yoğun olması, satılan ürünlerin mevsimselliği etkili olmuştur. Buradaki kriter grubun sosyal yaşamının kronolojik zamanına dayanmaktadır (Creswell, 2016, s. 156). Etik yönetmeliği doğrultusunda sanal topluluktaki Kurucu Lider’den gerekli izin alınmıştır (EK I). Toplam 220 post yaklaşık 10000 yorum incelenmiştir. Postlar Nvivo 11 bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Çalışmanın tarafsız aktarımı için yaklaşık 100 sayfalık araştırmacı günlüğü yazılmıştır. Veri çeşitliliği ve araştırmacının iç görüşünü aktarabilmesi adına bulgular yazılırken araştırmacı günlüğünden faydalanılmıştır.

Topluluğun Facebook hesabından alınan ve örnek olarak çalışmaya konulan her türlü yazı imla hataları da dahil olmak üzere düzeltilmeden, değiştirilmeden alınmış, ilgisiz olan çok uzun metinlerde alakasız kısımlar çıkarılmış ve (...) ile belirtilmiştir. Veriler araştırmaya aktarılırken etik nedenlerle adminlerin, satıcıların ve üyelerin gerçek isimleri kullanılmamıştır. Dört tane olan adminler; Kurucu Lider (Admin-1), Admin 2, Admin 3, Admin 4 olarak adlandırılmışlardır. Kurucu Lider aynı zamanda grubun kurucusudur ve diğer adminleri kendisine yardımcı olmaları için sonradan admin yapmıştır. Gruptaki satıcılara da tesadüfî olarak aynı adminlerde olduğu gibi Satıcı 1, Satıcı 2, Satıcı 3 gibi numaralar verilmiştir. Satıcıların çoğu aslında ürettikleri ürünün üreticileridir. Çok azı grupta istenen ama bulunmayan ürünleri, yine üretici olan etraflarındaki başka üreticilerden temin edebilmektedir. Bu nedenle tamamı için ‘Üretici’ yerine ‘Satıcı’ tabiri kullanılmıştır. Analiz dönemi itibarıyla grupta 45 satıcı bulunmaktadır. Üyelerin yazışmaları aktarılırken; eğer bir diyalog aktarılıyorsa kişilerin etkileşimlerinin anlaşılabilmesi adına üyelere numara verilmiş (örneğin; Üye 1, Üye 2,

Üye 3 gibi), eğer temayı açıklayabilmek adına farklı postlar altından bağımsız üye yorumları aktarılıyorsa da numara verilmeden direkt ‘Üye’ olarak gösterilmiştir. Numaralandırılmamış her üye birbirinden bağımsız kişi ve yorumlara aittir. Veri sayısı yüksek olduğu için kaydedilen verilerin hepsi araştırmaya yazılamamış, ama temayı anlatacağı düşünülen yeterli sayıda örnek araştırmaya alınmıştır.

3.3.1. Süreç ürünler

Postlar ve yorumlar kaydedilirken gerekli görüldüğü yerlerde kullanılan fotoğraflarda kaydedilmiştir. Ana sayfa, satıcıların kartvizitleri, grup bilgilendirme yazısı, sayfanın ana görüntüsü, sayfanın adminlerinin belirtildiği alanın görüntüsü araştırmaya destek olması adına kaydedilmiştir.

Kaydedilen görsellerin birçoğunda satıcı ya da alıcıların isim ya da resimleri olduğu için etik nedenlerle araştırma yazınında paylaşılmamıştır. Gerekli görülen durumlarda tez danışmanı ile yapılan görüşmelerde gösterilmiştir.

3.3.2. Yansıtma araştırmacı günlüğü

Araştırmacı 27 Şubat 2017 tarihinde Kurucu Lider’e yazılan izin isteme yazısı ile günlük tutmaya başlamıştır (EK I). Tez izleme sürecinde danışman ve jüri hocaları ile analiz bitim tarihi olarak kararlaştırılan 31 Aralık 2017 tarihine kadar araştırmacı günlüğü tutulmuştur. Çalışmanın tarafsız aktarımı için 108 sayfalık araştırmacı günlüğü yazılmıştır.

3.3.3. Gözlem

Netnografi sanal ortamda yapılan etnografi olduğu için araştırmada veri toplama tekniği doğal olarak gözlem olmuştur. Gözlem için Facebook’taki ‘Topluluk X’ grubu seçilmiştir. Topluluk amaçlı örneklem yöntemine göre seçilmiştir. Belirleyici unsurlar şunlar olmuştur:

- Araştırma problemi ile doğrudan ilişkili olması,
- Üyelerin karşılıklı etkileşimin yoğun olması,
- Yazışmaların detaylı ve zengin veriler içermesi,
- Giriş eşiği yüksek bir grup olup, kayda değer bir alışveriş ortamının olması.
- Kişisel merak doğrultusunda; direkt üreticiden alımın yapıldığı, sağlıklı beslenme odaklı, güven üzerine inşa edilmiş bir topluluk seçilmiştir.

Araştırma açısından elverişli sanal ortamın saptamak, topluluk kültürünü anlamak uzun zaman alabilmektedir bu süreçte topluluklardaki katılımcı profillerinin ve tartışma konularının derinlemesine incelenmesi gerekmektedir (Kozinets, 2002, s. 63). Pusuya

yatmak olarak adlandırılan bu dönem araştırma için önemli bir zaman dilimidir. Bu doğrultuda; araştırma için Facebook da 3 yıldır takip edilen gizli grup statüsündeki ‘Topluluk X’ grubu seçilmiştir. Gizli grup statüsünde olması nedeniyle grubu arama motorunda direkt görmek mümkün değildir¹⁵. Üye olan başka bir kişinin eklemesi gerekmektedir. Dolayısıyla amaç doğrultusunda belli bir uğraş göstererek grubu bulmak ve dahil olmak gerekmektedir. Bu da grupta gerçekten alıcı olmaya hazır üyelerin bulunduğu düşüncesini desteklemektedir. Pazarlama gözlüğü ile bakıldığında bu nedenle bu kitle boş kalabalık değil değerli bir kitledir. Araştırmada araştırmacı katılımcı gözlem yapmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Yazışmalar şeklinde elde edilen bilgiler online transkriptlerden ibarettir. Çalışmada toplanan bu bilgiler analiz edilirken kodlanmış, karşılaştırılmış, sınıflandırılmış ve araştırmanın temel sorularına cevap verebilecek nitelikte anlamlandırılmıştır. Her yeni bilgi parçacığı eklendiğinde anlamlar bütünü yeniden değerlendirilmiş ve yeniden sınıflandırmaya gidilmiştir. Bu döngü araştırma bütünlüğü sağlanana kadar devam etmiştir. Toplanan veriler içerik analizi ile incelenmiştir. Bu yapılan sayısal bir içerik analizi değil etnografik içerik analizidir. Etnografik içerik analizi yapıların, stillerin, imajların, anlam ve nüansların keşfedilmesini ve karşılaştırılmasını kapsamaktadır (Baş ve Akturan, 2013, s. 50). Veri toplama sürecinde kullanılan fotoğraflar, araştırmacı günlüğü ve gözleme ilişkin detaylara aşağıda değinilmiştir.

Facebook ‘Topluluk X’ grubunda belirlenen tarihleri içerisindeki postlar öncelikle araştırmacının kişisel hesabına kaydedilmiş daha sonra Ncapture vasıtasıyla Nvivo 11 programına kaydedilmiştir. Facebook’un özelliği gereği metinler Nvivo programına direkt metin olarak değil pdf şeklinde atılabilmektedir. Dolayısıyla bazı yorumların altında kalan kısımlar ya da gözükmeyen metinler araştırmacı tarafından veri kaybı olmaması adına önce Facebook’tan Word’e aktarılmış sonrasında tekrar Nvivo 11 programında işlenmiştir. Kaydedilen 222 post ve postların altındaki yaklaşık 10.000 yorum tek tek incelenmiştir. İncelenen yorumlardan önce 72 temaya sonrasında da 10 tema 38 alt temaya daralmıştır (Creswell 2012, s. 244). Elde edilen temalar bulgular bölümünde başlıklar halinde açıklanmıştır. Temalar açıklanırken Nvivo’da ilgili kayıtlı kodlardan örnekler kullanılmıştır.

¹⁵ https://www.facebook.com/help/220336891328465?helpref=faq_content Erişim: 07.04.2019

4. BULGULAR ve YORUM

Bulgular açıklanırken üç ana kaynak dikkate alınarak yorumlar yapılmıştır. Bunlar; analiz sonrası ortaya çıkan temalar, araştırmacının iç görüşünü yansıtan araştırmacı günlüğü ve verileri alana bağlayan literatür alıntılarıdır.

Araştırmada yüksek sayıda veri kaydı yapılmıştır. Bu verilerden temsil niteliği ve niceliği yüksek olan diyalog ve yorumlar burada aktarılmıştır. Üyelerin paylaşımları yazım biçimleri ve kelimeler değiştirilmeden sadece tırnak içine alınarak ve italik yazımla gösterilmektedir. Grup kültürünü anlamak adına bu yol izlenmektedir. Çünkü etnografide müdahaleci bir analizden ziyade ortamın ve olayların basit bir açıklamasını sunarak başlamak gerekir (Creswell, 2018, s. 197).

Bulgular yazılırken, araştırma boyunca tutulan yansıtıcı araştırmacı günlüğünün ilgili kısımlarından bölümler paylaşılmıştır. Nihayetinde yapılan bir nitel araştırma olduğundan, araştırmacının iç görüşünün bu noktada bulguları tamamlayıcı ve zenginleştirici bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Nitel araştırmada gözlem yapmak demek saha günlüğü tutmak demektir. Bu günlüklerde tanımlayıcı veya izlenimsel her şeyi yazmak gerekmektedir (Ger, 2009, s. 11).

Araştırma süresi boyunca paylaşımcıların fiziksel, duygusal, sosyal, çevresel birçok paylaşımı farklı ifadelerle tekrar ettikleri görülmüş ve bu paylaşımlar kendi içinde sınıflandırılmıştır. Verilerin sınıflandırılmasında aynı konudaki farklı ifadeler kendi içinde alt temalara ayrılarak ortak bir noktada gösterilmeye çalışılmıştır.

4.1. Kurucu Lider

Bu tema 33 posttan 87 referansla oluşmuştur. 2 tane alt temadan oluşur. Bunlar; Kurucu Lider'e güven ve hayranlık, Kurucu Lider (Admin-1)'in Çabası. Admin, İngilizce deki “administrator” kelimesinin kısaltılmış halidir. Administrator ve admin kelimelerinin Türkçe deki karşılığı; yönetici, idareci ve yönetimdir¹⁶. Admin kelimesinin dilimizde günlük dilde yönetici anlamında kullanıldığını görmekteyiz. Adminler; çevirim içi dünyada bir sanal topluluk kuran ya da sonradan yöneticisi tayin edilen, sistem yöneticiliği yapan kişi ya da kişilerdir. Adminler sanal ortamın yeni kanaat önderleri durumundadırlar. Kurdukları sanal toplulukları yönetip, yönlendirip fikirleriyle

16

<https://translate.google.com/?hl=tr#view=homeveop=translatevesl=envetl=trvetext=administrator> Erişim: 07.04.2019

etkilemektedirler. Sanal ortamın bu yeni kanaat önderleri, sahip oldukları gücü yüz yüze iletişimin ötesinde çok daha etkin ve kalıcı bir şekilde kullanmaktadırlar. Dijitalleşen dünya ile kanaat önderinin hâkim olduğu mecralarda değişim göstermiştir. Kanaat önderi kavramı aktif konumunu radyo programlarından, köşe yazılarına, televizyonlardaki tartışma programlarından, söyleysel kitaplara ve günümüzde ise internete yerini bırakmıştır (Kaymaz, 2013, s. 358).

Sanal topluluklarda yöneticinin varlığı ve rolü önemlidir. Her topluluğun kendine özel bir yapısı vardır. Bu da yöneticinin etkinlik ve önem derecesini belirlemektedir. Kimi gruplarda admin ön planda ve baskınken, kimilerinde daha geri plandadır. Ama her durumda grubun devamlılığında olmazsa olmazdır. ‘Topluluk X’ grubunda topluluğun kurucusu olan Kurucu Lider (Admin-1) grup için son derece önemlidir. Diğer admin 2, admin 3 ve admin 4’ü tek başına yetismeye zorlandığı için yardımcı olmaları maksadıyla admin yapmıştır. Yorumlarda ve araştırmacı günlüğünde görüldüğü üzere üyelerin algısında grup Kurucu Lider ile özdeşleşmiştir. Onsuz grup düşünilememektedir.

‘2014 ten beri takip ettiğim için neler yaşadıklarını nasıl bir evrim geçirdiklerini çok iyi biliyorum. Kontrollü ve nezaketli bir oligarşi var grupta. Adminine karşı sonsuz bir güven var. Kurallara ve yazılanlara itaatten değil benimsemekten kaynaklanan bir uyma davranışı var.’ (Yansıtımlı Araştırmacı günlüğü s. 48, 29 Haziran 2017)

‘...Kurucu Lider Hanıma da böyle bir güzel bir grup ve adminler için de teşekkür etmeyi ihmal etmedi.’ (Yansıtımlı Araştırmacı günlüğü s. 16, 28 Nisan 2017)

‘Kurucu Lider Hanımın bu davranışını tebrik ederim. Satıcısını koruması ve arkasında olması alıcılara da bundan sonra satıcı olmak isteyen diğer kişilere de güven veriyor.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s. 45, 29 Haziran 2017)

‘Tabi ki herkesi aynı anda memnun etmek tabiri caizse deveye hendek atlatmaktan zor. Ama çoğunluk Kurucu Lider hanımın yönlendirdiği şekilde hareket edecektir. (Grubun demokratik yapısına örnek bir post)’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s. 67, 29 Eylül 2017)

‘“satıcı arkadaşlar lütfen duygusal değil mantıkla davranmayı bilelim’ diyerek eleştirip, soğuk kanlı olmayı bilelim dedi Kurucu Lider Hanım (hep dengeli)’ (Yansıtımlı Araştırmacı günlüğü s. 68, 29 Eylül 2017)

‘...tabi ki grup kurucusu Kurucu Lider Hanım’a (ki bu sıklıkla oluyor) teşekkürlerini ilettiler.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s. 71, 12 Ekim 2017)

‘Bu grubun ayakta kalmasını sağlayan tavır bence tam da bu. Kurucu Lider Hanımın bu hassasiyeti tüketicuyu ondan fazla düşünmesi yanlış gördüğünde hemen düzeltmek için harekete geçmesi insanların güvenini kazanmasının en büyük nedenleri. Bu işte güvenmek ve müşteri güvenini kazanmak her şey demek. Güvenmeyen müşteri alışveriş yapmaz çünkü ki bu gıda sektörü ve buradan alışveriş yapanların çoğu organik ve sağlıklı beslenmek isteyen insanlar. Alınan gıdaya güvenmek demek sağlığını koruduğuna inanmak demek. O kapıdan bir kere girdiğinizde ve güvendiğinizde aynı zamanda inanmış ve alışverişe hazır oluyorsunuz’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s. 83-84, 8 Kasım 2017).

‘Yukarıdaki gibi bir postun sahibi olan Kurucu Lider için, demokratik lider diyebiliriz. Başka grupları da biliyorum. Kendinden habersiz toplanılmasına kızan, yeni grup oluşumundan korkan liderler. Topluluk X kendi içinden en az 2 grup çıkardı. Ama hala büyüyor ve güçleniyor. Yaşanan her çatışmadan yeni deneyimler ve dolayısıyla yeni normlar ortaya çıkardılar’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s. 27, 10 Mayıs 2017).

Sanal ortamda bir topluluk oluşturmak grup dinamiğinin devamlılığını sağlamak için grup üzerinde yönetici/yöneticilerin sosyal kontrolünün olması gerekmektedir. Bu kontrol, etkileşim, devamlılık ve sabit kimlik koşullarını sağlayan sanal topluluk üyeleri üzerinde gerçekleşen geleneksel bir kontroldür. Bu sosyal kontrol, sanal topluluk üyelerinin topluluğun kurallarına uymalarının zorunlu tutulmasıyla veya yöneticiler tarafından belirlenen ve uyulması gerekli birtakım özel şartlarla sağlanır (Haberli, 2012, s. 128). Topluluk X grubunda da grup kurallarıyla grubun yönetimini sağlayan adminler bulunmaktadır. Grubun kurucusu da olan Kurucu Lider gruptaki kontrol ve yönetimini grubun kuralları benimseyerek uymasından sağlar. Karşımızda baskın, katı bir liderden ziyade dengeli demokratik bir lider bulunmaktadır.

Sanal topluluklarda lider, grubun davranışlarını etkilemede belirleyici bir karakterdir. Kozinet yaptığı saha çalışmalarında bir çok kez topluluk liderinin üyelerin zevklerini değıştirdiğini ve ardından aktif olarak diğerlerini “dönüştürmeyi” hedeflediğini gözlemlemiştir (Kozinets, 1999, s. 256). Üyelerin topluluk kurallarına uyulması beklendiği gibi yöneticilerinde de üyelere karşı bazı sorumlulukları yerine getirmesi beklenir. Yöneticiler, topluluktaki aktiviteleri üyelerinin ilgi alanlarına göre düzenlemek, içerikleri de üyelerin bireysel ihtiyaçlarını dikkate alarak hazırlamak zorundadırlar. Böylece sanal cemaatin üyeleri ilgi alanları bağlamında ortak bir paydada buluşmuş olurlar (Haberli, 2012, s. 128).

4.1.1. Kurucu Lider'e güven ve hayranlık

Gurubun kurucusu da olan Kurucu Lider kararları çoğunlukla takdir edilen ve hayranlık uyandıran bir liderdir. Satıcılar ve alıcılar arasında alınacak kararlarda grup üyeleri Kurucu Lidere güvenmekte ve bunu sıklıkla belirtmektedir.

Üye: *'Kesinlikle doğru bir karar size katılıyorum'*

Üye: *'faydalı bir paylaşım oldu. Kurucu Lider hn. Her iki tarafı da hakkaniyetle gözettiğiniz için çok teşekkür etmek isterim...'*

Üye: *'Teşekkürler Kurucu Lider hanım'*

Üye: *'karar7nızı adaletinizi her iki tarafı da eşit koruma güdünüzü takdir ve teşekkür ediyorum Kurucu Lider hanım..çok isabetli olmuş..'*

Üye: *'allah razı olsun Kurucu Lider hanım'*

Üye: *'Size sevgilerimi yolluyorum'*

Üye: *'En adil karar bence abla yüreğine sağlık..'*

Üye: *'Çok iyi bir karar Kurucu Lider sizlerde böyle durumlarda çok yıpranıp uzuluyorsunuz begenip isteyen alsın istemeyen almasın'*

Üye: *'Kararınızı doğru ve adil buluyorum. Herkes her konuda uzman olamaz.'*

Üye: *'Çok yerinde bir karar vermissiniz Kurucu Lider kutlarım'*

Üye: *'Çok adil....'*

Üye: *'Çok doğru bir karar olduğunu düşünüyorum.'*

Üye: *'Teşekkür ederiz duyarlı davranışınız için Kurucu Lider hanım'*

Üye: *'Güzel aklınıza ve yüreğinize sevgiler Kurucu Lider hanım'*

Kurucu Lidere olan sevgi ve memnuniyet yorumlarda sıklıkla geçmektedir. Özellikle Kurucu Lider ile tanışma ve görüşme isteği grup üyelerince dile getirilir.

Üye 1: *'Kurucu Lider hanımcım öncelikle her zaman düşündüğümü yazayım Bu grubu oluşturarak bizleri üretici ile buluşturduğunuz için gerçekten size minnettarız'*

Üye 2: *'Kurucu Lider hanım zaten tarafsızlığınızı iki yıldır defalarca gördük izledik'*

Üye 3: *'İstanbul'a döndüğümde sizlerle tanışmak çok isterim.'*

Üye 4: *'sizinle tanışma fırsatını kaçırdığım için üzıldüm.'*

Satıcı 4: *‘Hayırlı olsun oğlumuzun mekanı:)ne güzel dostluklar kuruldu gurubumuzda Kurucu Lider sayesinde :)sanki akraba sanki 40 yıldır tanışıyor muyuz gibi yüz yüze görüşünçede hemen sohpet koyulaşıyor’*

Yine çeşitli postların altına grup kurucusuna ola hayranlık ve iyi dilekler sıklıkla yazılmaktadır:

Üye 1: *‘Kurucu Lider hanım sizi kutluyorum gidip böyle kontrol ediyorsunuz ya hakkınızı helâl edin insanlar doğal beslensin diye gösterdiğiniz çabadan dolayı çok teşekkür esiyorum size güveniyoruz bu gurubun kurucularına hepsi ne ayrı ayrı teşekkür ediyorum iyiki varsınız’*

Üye 2: *‘Lütfen sikmayın caninizi...Kurucu Lider’e daima danismanizi oneririm.Hem çok iyi hemde çok adaletli bir insan.Lezzetli usak tarhananizi özlemle bekliyorum.Kolay gelsin’*

Üye 3: *‘Bu platformu oluşturmada ve devamdaki çalışmalarınız emekler için size çok teşekkür ediyorum Kurucu Lider ..’*

Kurucu Lider: *‘Zaten arada kargodan bile mağdur olan bana yazıyor yada urunde sorun bulan ve ben hakem gibi araya girdiklerim oluyor sorun cozuluyor’*

Üye 3: *‘Kolay gelsin bir insanı görmeden tanımadan bu kadar seveceğim hiç aklıma gelmezdi. Ne kadar iyi yürekli birisiniz Kurucu Lider ve Admin 2 Hanım’*

Satıcı 10: *‘Öncelikle çok büyük fedakarlıkla, emek ve sabırla gurubu kurup, bu günlere getiren, toplum için fayda üreten, çok değerli Kurucu Lider hanımefendi ye sonsuz teşekkür ederim. Üyelerimizin memnuniyet ifadeleri, beni ve ekibimi ziyadesi ile mutlu etmiştir.’*

Üye 4: *‘sizi tebrik ediyorum Kurucu Lider hanim.umarim bir gun tanismak nasip olur’*

Üye 5: *‘Kurucu Lider hanım merhaba, bu siteden alisveris yapmamın tek nedeni sizin adaletli duruşunuzdur’*

Üye 6: *‘Sizi hiç tanımadım Kurucu Lider hanım fakat dürüstlüğünüz konusunda dört dörtlük bir kişiliğiniz var tebrik ediyorum sizi ve çok teşekkür ediyorum.’*

Üye 7: *‘Gerçekten Topluluk X grubunun hakkını veriyorsunuz Kurucu Lider hanım.’*

Üye 8: *‘Gurur duyuyorum sizinle. Çok haklısınız.’*

Üye 9: *'Ne kadar adaletli ve vicdanlisiniz.tebrik ediyorum'*

Üye 10: *'Sanırım bunlardan birisi bendim:) Kurucu Lider açılan postları gördüm ancak yoğunluklarım vardı...bir türlü fırsatım olmadı.alışveriş yaptıklarımı yorum yapmak isterim tabi.bu imkanı sağladığınız ve en önemlisi şeffaflığınız,dik duruşunuz için teşekkür ederim'*

Satıcı 28: *'pasif grup uyesi iken tekrar aktif uye olmama destek olan Kurucu Lider ablama sonsuz tesekkurler'*

Üye 11: *'Kurucu Lider abla çok teşekkürler bu kadar net olduğun için'*

Üye 12: *'Sizi çok tebrik ediyorum ve fikirlerinize tamamen katılıyorum.'*

Üye 13: *Kurucu Lider hanım teşekkür ediyorum. Topluluk X adına yakışır şekilde ilerliyor.*

Üye 14: *Anne Mete Duyarlı tutumunuz için teşekkür ederim.Kurucu Lider Hanım*

Üye15: *'Kurucu Lider Hanım sizin titizliğinize ve dürüstlüğünüze bir kez daha hayran kaldım sizi seviyorum'*

Üye16: *'Kurucu Lider Abla,keşke Cumhurbaskani olsaydınız. Şu hakkaniyet dürüstlük ve daha birçok şey...'*

Üye 17: *'Evet her zaman ki dürüst ve duyarli Kurucu Lider 🍷 sen böyle olmasan bu grup 6 ay zor dayanirdi'*

4.1.2. Kurucu Lider'in çabası

Bu alt tema Kurucu Lider'in grup için çabasını ortaya koyan bir temadır. Kurucu Lider alıcıların memnuniyeti, satıcıların mağdur olmaması ve grubun devamlılığı için sürekli bir çaba içindedir. Bazen üyeler bazen de kendisi bu durumu yorumlarda anlatmakta ve bu durum postlardaki yorumlara şöyle yansımaktadır.

Üye 1: *'Ne mutlu sizin başınıza gelmemiş ama bu gelmeyecek anlamına gelmez. Kurucu Lider hanım sizleri korumaya çalışıyor. Siz risk alıp gönderebilirsiniz.'*

Kurucu Lider: *'Satıcı 9 bey ne mutlu size sizin basiniza denk gelmemis bende herkesin duzenli odeniyor saniyordum ama malesef oyle olmamis .sizlerin evi köyü belli ama alıcıların hepsini bilmemize imkan yok hepsi alısveris yapmiyor ama kim yapıyor kim yapmiyor zaten cogunu tanimiyoruz uye olarak ekliyoruz okadar.eklerken kim iyi niyetli kim kötü niyetli bilmek imkansiz ..benim bu kararim sizlerin emeklerine saygimdan ve kıyamadigimdan .bugune kadar sikayeti olan bütün uyeler icin elimden geleni yaptim*

satıcılar için pek önlem düşünmedik ben sizlerle uzun süredir beraberim sizlerden bir yamuk olacağını düşünmüyorum ama ya sizede olsun istemiyorum'

Kurucu Lider: *'Sükurler olsun ki çok kişi değil zaten satıcılarımız güvenilir ve hesabına sadık müşterilerimizi biz biliyoruz diyorlar üç günde baya mesafe aldık paralar yavaş yavaş yatmaya başladı'*

Üye 2: *'en çok neyden korkuyorum biliyor musunuz? diyorum ki bir gün grup adminlerinin Kurucu Lider hanımın tepesi atıverecek ve aaa yeter artık kapatıyorum grubu diyecek diye aklım gidiyor... işki grubumuz ve üretici arkadaşlarımız ve de kadir kıymet bilen dürüst alıcılarımız var... geçinip gidiyoruz bu düzeni bozanı bence hemen işi etsinler.. hiç bir satıcı zor durumda da kalmasın hiç bir alıcı da töhmet altında .kalmasın...ben grubu çok seviyorum ve daha alacaklarım var'*

Kurucu Lider: *'Bu grubu kolay kolay kapatmam çünkü buradan evine destek olan çocuk okutan kendine güveni gelen çok kişi var birde evine güzel ürün temin etme sevinci yaşayan köyüm diye seven sevinen bir sürü alıcı uyemiz var bir kere pes eder gibi oldum ondada grubun yazdıkları sayesinde pes etmek grubu kapatıp yada devredip mağduriyetler yaratmak sana yakışmaz deyip kendimi toparladım .'*

Kurucu Lider: *'amacım doğru dürüst bir işe faydalı olabilmektir'*

Kurucu Lider: *'ben hiç bir zaman maddi çıkar gözetmedim sizlerin teşekkürleri mutlulukları benim en sevdiğim unsur oldu'*

Kurucu Lider: *'Gerçekten bazıları dekontu görmüş ama para hesaba geçmemiş yazık iki gün önceki olaydan sonra orada yazısınca tekrar kontrollerinde dolandırıldıklarını farkettiler ..birde istek yaparken Allahın adı hamdolsunlar öyle kolay kullanılmış ki .Allah hepsini bildiği gibi yapsın okudukça sinirleniyorum biz insanlar evlerine destek olsun diye cırpınıyoruz hediyelerini dahi ya kabul etmiyor yada ısrar üzerine kırılmasınlar diye kabul ederken çoğu zaman paramla alıp ücreti anında yatırırken bu tipler hiç emeksiz dünya alışverişini yapıp üzerine yatmayı haram yemeyi nasıl içlerine sindirebiliyor insan yerken nasıl yutabilir ki .'*

Üye 1: *'Kurucu Lider hanım grup yöneticisi olarak sorumluluk yükleniyorsunuz. Ama kendinizi bu kadar yıpratmayın. Onlar kendi cezasını çekecek. Herkes te sizin iyi niyetinizin farkında.'*

Kurucu Lider: 'ardniyetlerin kurbanı olmayalım diye çok çabaladık grubumuz kapanmasın pes etmeyelim güzel insanlar üzülmesin diye herşeye göğüs gerdik kendimize yapılan suçlamalara karşı dahi neredeyse tek başına mücadele ettik'

Kurucu Lider: 'ben artık yalnız mücadele etmekten sizlerin bu konularda kendimi defalarca ifade etmeye çırpındığımı gördüğünüz'

Kurucu Lider: 'bahsettiniz durum grupta bir kaç ürün olsa olurda grupta okadar cesit varki ben grubun işleyisine zaten gönüllü çok vakit ayırıyorum birde bu iş üstüne kalırsa ben bu kadarına vakit ayıramam .uğraşamam'

Kurucu Lider: 'Kötü düşünmek degilde yetememek diyelim ..bende elimden geleni yapmak isterimde çok daha fazlasına zamanım yetmiyor benden beklenileni yapamadığımda da yetmezlik durumu oluyor bende ..yoksa onun dışında herhangi bir durum yok ..bende kimse kandirilsın yada haksız kazansın istemem kimse mutsuz olsun magdur olsun millet kandirarak kazansın ben vebal alayım istemem ondan dolayı yazdım kapatmak derken ee madem bisey yapılmıyorsa neden alısveris olsun dusuncesi olursuza memnuniyetsizlik olursuza ondan kapatırız dedim ..kafam karmakarışık oluyor böyle durumlarda ne yapacağımı bende şaşıyorum'

Kurucu Lider: 'Borcu olanlara mesajla bilgi verildi zaten ama hesapları tek tek kontrol zor o nedenle gözden kaçanlar varsa diye unutmuş ama kendisine ulaşılmamışlar varsa diye onlardan ricacı oldum yazıda'

Kurucu Lider: 'Bazı borçlular engel koymuş baskalarıyla ulaştık onlarda .o kısırlaride gruptan uzaklaştırdık'

Kurucu Lider: 'Üç gündür kim kimdir diye muge anlı gibi uğraş verdik'

Kurucu Lider: 'Ama suçlular mutlaka olay yerinde bir delil bırakırlar denirya adresler adlar farklı olsada ortak noktadan bulduk'

Kurucu Lider: 'O günkü konu seker üzerineydi bizde seker durumuna baktırdık sonra prolini öğrendik Admin 2 cebinden odayıp grup için onuda ekletti bizde burada paralı memur değiliz bizim elimizden bu kadar geliyor .değerlendirme durumuna gelince değerlendirme yaptıracak bir yetkili tanıdığımız olmadığı için burada bilen varsa diye yardım istedik değerlendirme olayı raporda sadece bu kadar yapılıyor çünkü . işimiz gerçekten zor grubun içinde bize destekler gerekiyor çünkü bizde bu işi gönüllü yürütüyoruz kazancımız olsa kimseden bisey beklemeden her sorumluluğu alıp her işi

yüklenmek zorundayız ama gönüllü durumda herseyi sırtlanmamızı kimse sadece bizden beklememeli'

Kurucu Lider: *'Üye hanım bizde çok isteriz ama zamanında ben bu grup ugruna zona oldum ne acı cektim bir gece acillik oldum tansiyonum fırladı kaç gece sabahladım kim kimdir nedir diye araştırmalar yaparken ip ucları ararken sanal alemde insanları taniyabilm5ek çok zor yuzuze gorustuklerimizde bile husrana ugradıklarımız oldu dene yanıl derken kaç üye mağdur oldu bunların sorumluluğu hiç kolay değil yoksa bir çok kişiyi alırım hiç kimsenin kazancı benim cebime girmiyor kimseylede anlaşılmamız yok o nedenle daha rahat kararlar alıyoruz ama birini alıp olmadı çıkardık deyince alışveriş yapan üyeler bize biz mağdur olduk ama diye sitem ediyor kimler geldi kimler gitti buradan'*

Kurucu Lider: *'Admin 2 abla 3 yıl önce Satıcı 4 salca yapsanda grupta bulamayanların birazına olsun göndersen dedigimizde ürkek olan acaba olurmuki yapabiliyordum diye Satıcı 4'ün geldiği seviyeye bak ..onu tesvik eden motive eden cesaret veren bize kızına oğluna ablalarına minnettar kendine bizim ona güvendiğimiz kadar güvenemiyordu o zamanlar ..nereden nerelere geldi.'*

Kurucu Lider: *'Evet ben gruplarımda böyle insanlar tanıdım ki aslında bir çok konu ve durum için potansiyelleri vardı cesaretleri yoktu sadece hadi diyen el veren insana ihtiyaçları vardı gerek kilo vermede gerek ürün hazırlamada gerek depresyonda yaşanan hayatlarında bunlar gibi çeşitli konularda biraz destekle çok güzel sonuçlara imza attılar .bu arada bende önce ailemin sevdiklerimin arkadaşlarımdan sayesinde bana verdikleri enerji ve cesaretle motivasyonlarıyla bu sene araba kullanmaya cesaret ettim yıllardır hep bahanelerim vardı herkes herseyi yapacak diye bisey yok arabada kullanmayım bana göre değil derdim ve yapabildiğimi görünce pek mutlu oldum şimdi hayatımın hareket sınırları dahada genişledi örneğin'*

Admin 2: *'Satıcı 4 bu grubun kurulma nedeni zaten Kurucu Lider iyi ki var ve bizimle, onun pozitif kişiliği içindeki insan sevgisi yaptığı herşeye yansıyor'*

Üye: *'Çabanız için teşekkür ediyorum,Kurucu Lider hanım'*

Kurucu Lider bu grubu sağlıklı beslenme amaçlarına uygun satıcı ve üreticiler bulmak adına kurmuştur. Tüketici olarak birçok kez şaibeli durumlarla karşılaştığı ve menfaat ilişkilerinden dolayı aldatıcı alışveriş işlerine şahit olduğu için bu konuda çok hassas davranmaktadır. Araştırmaya dahil edilen sürecin dışında da grubun takip edildiği

pusuya yatma döneminde bu konu ile ilgili birçok kez açıklama yaptığı gözlenmiştir. Kurucu Lider'e göre satıcılar ile girilen menfaat, hediyeleşme gibi ilişkiler güvenilirliği zedelemektedir. Bu nedenle hediye ürün vb. kabul etmemektedir. Ürünleri ücreti ile kendisi almaktadır. Bu gayretlerinin meyvelerini de zamanla alır. Çabaları araştırmacı günlüğüne de yansımaktadır:

'Kurucu Lider hanım istediği ütopyik satış ortamını kurmuş gibi.' (Yansıtılmalı Araştırmacı günlüğü s. 78, 3 Kasım 2017)

'Kurucu Lider Hanım satıcılar ve ürünlerle çok titiz bir şekilde ilgilendiğini yine gösterdi.' (Yansıtılmalı Araştırmacı günlüğü s. 79, 3 Kasım 2017)

'...adlı takipçi bugün grupta minnettarlık dolu bir yazı paylaştı. Kurucu Lider Hanıma da böyle bir güzel bir grup ve adminler için de teşekkür etmeyi ihmal etmedi' (Yansıtılmalı Araştırmacı günlüğü s. 45, 29 Haziran 2017)

4.2. Bilgilendirme-İletişim

Bu tema 184 dosyadan 330 referansla oluşmuştur. Grup içi bilgilendirme ve iletişimle ilgili 4 tane alt tema bulunmaktadır. Bunlar; üretim süreci, ürün ambalajı, ürün arama sorma, ürün-üretici bilgilendirmedir. Grup üyeleri bilinçli alıcılardan oluşmaktadır. Gıda konusu onlar için önemlidir ve bu nokta da kendilerini sürekli geliştirmektedirler. Bu nedenle bilgilenecek amaçlı çok soru sormaktadırlar. Ürünler doğal mı, üretim süreci nasıl, ilaçlama yapılmakta mı, hatta üretimde kullanılan kapların çelik oranına kadar sorulmaktadır. Çünkü sağlık bilinci, ilgili gelişmeleri izlemeyi ve proaktif sorumluluğu gerektirir. Bu tüketiciler, sağlıklı kalmak ve yaşam kalitelerini arttırmak ve devam ettirmek için kendilerini motive ettikleri gibi sağlıklı davranışlar sergileyerek aldıkları önlemlerle oluşacak hastalık riskini de azaltmayı hedeflemektedirler (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015, s. 200). Zaten satıcılar da muhataplarının farkında oldukları için onları tatmin edebilmek amacıyla sık sık iletişime geçerek ayrıntılı bilgiler vermektedirler. Karşılıklı kurulan bu yapıda iletişimin kuvvetli ilerdiğini söylemek mümkündür.

4.2.1. Üretim süreci

Bu alt tema alıcıların meraklarını gidermek amacıyla üretim süreçlerinin paylaşıldığı yorumlardan oluşmaktadır. Bazen üyeler süreci soru ile sormakta bazen de üreticiler soru gelmeden açıklama postları yayınlamaktadır.

Satıcı 1: 'Gelelim sadete, benim zeytinlerim hemen yenilecek halde değiller... Bazı müşterilerim hemen yiye bilirmiyiz diye soruyorlarda... Sizden tek dileğim ilk haftalarda 3-5 kez ters çevirmeniz Daha sonra 15 de bir ,sonraları ayda bir Ama en güzeli bol bol çevirmek, hem stres atıp hemde kendi zeytininizin oluşuna katkıda bulunmak... İlk çevirmeleri ben yaptım, ikincileri Yurtdışı çalışanları kamyonu yüklerken (ücretsiz) :)

Ben sizler için 4-5 adet test tenekesi hazırladım Herbirini her ayın sonunda açıcam Nezamanki olmuşlar müjdeyi verecem Bu sene diri toplattım, zira bazı müşterilerim yumuşaklıktan şikayetçi olmuşlardı Elinizdekilerin kıymetini biliniz Zira ne çarşıda ne pazarda nede markette tenek yuvarlama bulamazsınız, satılmazlar...' Satıcı 1 esprili bir dille zeytinlerinin olgunlaşma sürecini anlatıyor. Guruptakilerin bir çoğu evde zeytin kurma işlemine yabancı olduğu için bu süreç birkaç kez anlatıldı yorumlarda. '

Üye 1: 'Merhaba Satıcı 4 Hn hayırlı satışlar. Biz arkadaşlarla toplu sipariş vermek istiyoruz, bir kaç sorum olacak. Salçalarda ne tuzu kullanıyorsunuz? Güneşte mi kurutuyorsunuz? Bir de domates ve biberleri kendiniz mi yetiştiriyorsunuz? İlaç vs için soruyorum' ya da bunun gibi üretim süreciyle ilgili sorular üyelerden gelmekte.

Satıcı 10: '...sadece Ilgaz ilçemizin birkaç köyünde yetiştirilen, ata tohumundan başka piyasada tohumu olmayan, hasattan kısa bir süre sonra çabucak tükenen, yöreye özel pirincimiz Sarı kılçık hasadı bu ay sonu başlıyor. '

Satıcı 28: 'Son durum; bir hafta öncesinde ön ödemesini yapanlar için geçen hafta pazar günü taze çay yaprakları o gün gölgede soldurmaya alındı, lakin o günden sonra hava hep yağmurlu gittiğinden süreç yavaş işlemekte, bu bir haftalık süreçte ben caylığimdaki çayları toplayıp fabrikalara satmaya devam ettim. tahminim salı günü mayıs çayı toplama işlemim sona erecek bu zamana kadar havanın güneşli olduğu bir gün ikinci kez isteyenler için tekrar yeşilçay için kurutmaya alacağım. ve bunu tekrar duyuracağım , bir olumsuzluk halinde ise sipariş vermek isteyenlerin isteklerini temmuz çayında karşılayabilirim , ilgi gösteren herkese çok çok teşekkür ederim. '

Satıcı 29: 'Tahin yapımında kullandığımız susam Antalya Manavgat Serik Fethiye bölgesinden getiriliyor. Susamlar bir süre suda yıkılıyor. Daha sonra ardıç odunlarıyla kara fırında kavruluyor. Günümüzde bütün tahinciler teknolojiye yenik düşerek fabrikasyon sistemine geçtiği halde Bozkırda firma olarak ardıç odununda kara fırında susamlarımızı kavururarak eski geleneği devam ettiriyoruz. Bu işlemin ardından Tonlarca ağırlıktaki doğal taş değirmenlerde susamlar öğütülüyor. '

Satıcı 18: *‘Öncelikle Merhaba Çoğunuzun bildiği gibi 3 sezondur gün kurusu kayısı ve badem üreticisiyim grupta. Bahçemiz Malatya Battalgazi de biz eşimin işinden dolayı Elazığ da ikamet etmekteyiz nerdeyse her haftasonu ve tatillerde bahçedeyiz yazın yaklaşık iki ay bahçede kalıyoruz Ürünlerimizi ilaç kullanmadan yetiştirmeye bilhassa özen gösteriyoruz kayısı hasadı haziran sonu gibi başlayıp temmuz sonu gibi son buluyor Badem ise eylul sonu gibi başlayıp ekim ortası gibi son buluyor 3 yılda bir ziraat mühendisi getirip budama yapıyoruz Her yıl düzenli olarak hayvan gübresi atıyoruz Yaz döneminde haftada bir sonbaharda 15 günde bir sulama yapıyoruz’*

Satıcı 3: *‘İklimsel değişim havaların çok kurak gitmesi zeytinde yağışın az olması hatta hiç olmaması zeytinde olgunlaşmayı geçiktirdi. Yakın bir zamanda başlayacak erken hasat.’*

Genel olarak bilinçli tüketicilerden oluşan grupta üretim süreç ve aşamaları ile ilgili sorular sıklıkla sorulmaktadır.

Üye 1: *‘Satıcı 1 bey hangi cins zeytin kullanıyorsunuz bu tenekeye zeytini direk mi koyuyorsunuz içinde poşet varmı küflenme oluyor diye poşet geçiriyorlar peynir için kullananlar’*

Üye 2: *‘Nasıl bir ortamda kurutulmuş oluyorlar .Tesekkur ederim.’*

Üye 3: *‘Satıcı 1 bey zeytinleri hangi ayda hazırlıyorsunuz?’*

Üye 4: *‘Tarhanalar nerede kurutuluyor acaba açık yerde mi yoksa kapalı mı merak ediyorum ?’*

Üye 5: *‘Satıcı 15 hanım keçi yoğurdu ndan olan ile nohutlu olan ayrımı tam anlayamadım ben’*

Üye 6: *‘Satıcı 4 hanım, size bi sorum olacak domates salçasını kaynatıp süzüyor musunuz?yoksa makineden geçirip mi kurutuyorsunuz?’*

Üye 7: *‘Sağlıklı gıdaların sağlıklı kaplarda pismesi gerekir biz bunada dikkat ediyoruz bu grupta.Alüminyum tencere vs kullanıyor musunuz,recel ya da pekmezlerini ne cesit tencerede kaynatıyorsunuz?Bilgi vererseniz ben de çok memnun olurum zira kızım için sizden alisveris yapmak istiyorum.’*

Üye 8: *‘ sucuk ve sosislerin yapım aşamalarını görüntüleyebilirmi en azından etlerini ve malzemelerini kısa bir şekilde gösterebilirmi eti hangi bölgenin’*

Üye 9: *‘satıcı 2 hanımcığım, fırınlıyarak mı gönderiyorsunuz, dondurarak mı?’*

Üye 10: 'Ben aldığım ürünün hangi aşamalarda yapıldığını ve hangi kaplarda fermente olduğunu bilmek istiyorum. Özellikle tarhana, pekmez, recel vb. Çay satan beyefendi hurma pekmezi yaptığını söylemişti ve kaydettiği kazanın'

Satıcı 28: '...yazınızda bendende bahsetmişsiniz, her sene kendi ihtiyacımız için yaptığımız pekmez kalaysız bakır tavada-büyük bakır leğen-üretildiği için grup kurallarına uygun olmadığı için satışa sunulamadı, ben yeşilçay ve beyaz çay birde yaban mersini satıyorum, yazınızda bahsettiğiniz tarhana reçel ve pekmez v.b. satışlarım bulunmamaktadır. Buradan da siz tüketicilere ve grup yönetimize bir öneride bulunmak istiyorum belki daha önceden sağlaması yapılmış olabilir: kaynatarak ürün yapan üreticilerimiz reçel, pekmez, cevizli sucuk, salça v.s üreten üreticilerimizde kaydettiği ekipmanlarının fotoğraflarını siz tüketicilerin huzurunda paylaşsınlar'

Yine üretim sürecinin sağlıklı işlemesi için izledikleri adımları üreticiler aşağıdaki gibi yazmaktadır:

Satıcı 5: 'burda konu şekerli bir meyve yani her üründe olduğu gibi çabuk kurtlanmaya en müsait ürün. bu tip durumlarda saklama koşulları devreye giriyor. biz bu yüzden kurutulmuş her üründe önce şoklama yaparak gönderiyoruz. derin dondurucuda şoklar, derin dondurucuda muhafaza eder veya soğuk havalarda muhafaza ederiz. ürün soklandığı zaman içerisindeki lavra dediğimiz kurt sineğinin atmış olduğu yumurtayı etkisiz hale getirmiş olursunuz ve kurtlanmanın önüne geçersiniz. en azından belli bir süre dışarda saklandığında bile kurtlanmayı geciktirirsiniz..'

Satıcı 3: 'Sadece kaya tuzu ve su ile olgunlaştırılmıştır. Sele zeytininden biraz fazla olur tuzu ancak aşırı değildir'

Satıcı 15: '...camlarım sineklikli ve acıkta yapmam asla kapalı dükkan katında ve karsilikli camlar acık fuzgarda kuruturum kendiniz yapıyormusunuz afiyet olsun kuf olmaz tarhanada asla'

Satıcı 21: '...gittiği yerde muhafaza çok önemli nasıl inciri difirize koyuyorsanız buda aynisini yapın bu havada dışarıda hiç bir işlem görmeden elma kurutmaya çalışıyoruz fırında 3 günde kurutanlar var ilaçlı suya koyanlar var asla böyle birşey yapmıyorum doğal ortamda kurutmaya çalışıyoruz bunda benim tek suçum acele ettim hergun kurumadımı diye baskınızda vardı ama ne olursa hatam benim artı gecen sene bir bir müşterim benim hurmalardan afrotoksit vardiye subelenmisdi Kurucu Lider bir tanıdığım bakmisti hiç bir şey çıkmamıştı şu an cennet hurması hiç bir sorun yok önlemini

zaten aldık kuruyanlari buzhaneye koyduk büyük iri olanlarda halen askıda kuruma aşamasında burda'

4.2.2. Ürün ambalajı

Önemli pazarlama fonksiyonlarından biri olan ambalaj gruptaki alıcılar için bazı açılardan önemlidir bazı açılardan değildir. Eğer konu ürünün sağlıklı ve problemsiz bir şekilde de ulaşması ise o noktada önemlidir. Onun dışında tasarım konusu üyeler için öncelikli olmamaktadır. Bu noktada da grubun alışverişe rasyonel ve fonksiyonel bakış açısı görülmektedir. Ürünlerin ambalajı hakkında satıcılar genel olarak ya da soru üzerine açıklamalarda bulunmaktadır. Bu açıklamalar ve sorular postlara şöyle yansımaktadır:

Satıcı 1: *'Üye hanım zeytinler Gemlik türü tabir edilen " Trilye " zeytini.Peynircilerin ne kullandığını bilemiyorum.Ama benim tenekeler paslanmaz laklı,2-,3 yıl belkide daha fazla garantili.Dışa pıslanabilir ama içi asla...'*

Satıcı 3: *'Cam şişede gönderimler için Satıcı 16 hanımın ambalajlarından esinlenerek bizlerde böyle bir çalışma yaptık' Satıcı 16 yumurtaları kırılmasın diye straforları kendisi şekillendirerek ambalaj üretmişti.'*

Üye : *'Cam şişeler için iyi olur. Tenekeler için de üst ve alt kısmına kapak gibi takıp koli bandıyla sarılır. Tenekenin gövde kısmı açık kalır. Bu şekilde tenekelerde kargoda hasar görmez.'*

Satıcı 15: *'Kargoda tarhanalarım patlamasin kise magdur olmasin diye birde ekonomik olsun diye kendim dikiyorum bez torbaları sevgiler arkadaşlar'*

Üye 1: *'Daha ne buluşlar yapılacak bakalım'*

Üye 2: *'Rengarenk, çok hoş'*

Üye 3: *'Benim taranalarımda güzel sağlam torbada'*

Üye 4: *'Satıcı 15 hıncım ellerinize sağlık o lezzetli tarhanalarada böyle rengarenk torbalar çok yakışır..'*

Üye 5: *'Bez kese Yeterince iyi bir paketleme'*

Üye 6: *'Paketi ilk açtığımda nereden geldiğini bilmesem, sürpriz yeni yıl hediyesi gönderildi zannedirdim:) O ne güzel ve zarif bir paketti.'*

Üye 7: *'Ozenli paketlemeniz için teşekkürler'*

Yukarıdaki diyalog kargoda patlayan tarhana poşetlerine çözüm olsun diye kendisi elde bez torba diken Satıcı 15 ve üyeler arasında geçmektedir. Ürün muhafazası

önemlidir. Aynı zamanda bir aile ortamında hissiyatı olduğu için el emeği ambalaj alıcılar için özel olarak hazırlanmaktadır.

Satıcı 3: *'Cam şişe maraska kare şeklinde olanların 1 litrelik cam şişe fiyatı 32 tl teneke ambalajdaki fiyatımız 29.- tl cam şişe gönderimlerinde koli 2 adet yada 4 adet olabiliyor.. kırılmayı önlemek için köpük kolilerde geliyor.'*

Yine farklı satıcılar için ambalaj konusunda memnuniyet belirten yorumlar şu şekilde yazılmaktadır:

Üye : *'Ambalajlaması da çok iyiydi . Sorunsuz elimize ulaştı. Bu sene tekrar alıcam'*

Üye: *'Ben teşekkür ediyorum.Satıcı 5 hanıma.Sadece kargo özensiz.Ama kendisi çok güzel paketlenme yaptığı için.Önemli bir.sorun çıkmıyor'*

Üye: *'Ambalajlama iyi olmazsa maalesef kargo firmaları ürünü ziyan ediyor. Kendisine de söylemişim etiketlerin üzerine biber ve domates diye yazılırsa güzel olur.'*

Üye: *'paketlenme konusunda da ürünler hep sağlam geldi yırtılma ezilme vs yaşamadık'*

Üye: *'3litrelik ambalajlar var mı hala Satıcı 3'*

Üye: *'Yemeklik ve tursuluk tuzumu kendisinden temin ediyorum.tuzların küçük pakette olması çok kolaylık.saygılı ve kibar olduğu için de teşekkür ederim'*

Üye 1: *'Satıcı 14 Bey'den zeytinyağım geldi.Bu kadar mı özensiz paket olur diyeceğim ama diyemiyorum,çünkü paket yoktu.Direk yağ kutusunun üzerine yapıştırılmış adres.Ya kardesim bugün 2 tl ye toka alıyoruz onu bile posete koyuyorlar.Bir poşet te mi bulamadiniz saracak'. Üyenin serzenişine diğerleri tepki vermektedir. Çünkü ürün zarar görmemiştir. Üstelik ürünü ambalajlamak kadar ambalajlamamanında bir mantığı var. Bunu kendisine şöyle açıklamaktalar:*

Üye 2: *'Ben Satıcı 3 beyden almıştım o. Da öyle yollamıştı fakat yağın koyulduğu şeyin adı zaten ambalaj ...niye bu poşet merakı doğaya bu kadar zararlıyken ?' doğa dostu üyeler fazladan ambalaj içinde tepki veriyorlar.*

Üye 3: *'Geçen yıl Satıcı 3 beyden aldım, teneke bayağı hasarlıydı..'*

Üye 4: *'Bence en güzeli. Yağ olduğunu görerek getirmisler. Zarar gormemis'*

Üye 5: *'Zeytinyağının bu şekilde kargoya verilmesi daha mantıklı ve dikkatli taşıyor kapalı kolide ne olduğu bilinmediğinden atıyorlar fırlatıyorlar her şeyi*

yapıyorlar ,ben saygısızlık olarak kabul etmiyorum ama sizin bakış acınız sizde saygı duyarım’

Satıcı 14: ‘Selamlar.. Kargo şirketlerinin düzeni için bu şekilde gönderim yapıyoruz.. Üzerindeki barkod önemli.ve en önemlisi karton paket olsa atılıp tutuluyor..görünür olması için bu yol tercihimiz.. İkincisi 2 teneke ve 4 teneke alan kutularımız var,bir teneke ye kesip yamamak zor oluyor.. Durum bu..genel olarak böyle gönderimler..’

Üye 6: ‘Ambalaja o kadar takılmayın önemli olan içindeki ürün.’

Üye 7: ‘Zeytinlerimiz de böyle tenekelerinde geliyor. Hem Satıcı 3 beyden hem de Satıcı 14 beyden zeytin almıştım, tenekenin üzerindeki etiketle gelmişlerdi. Geçen hafta Satıcı 1 beyden 10 kg zeytin de tenekesinde geldi. Kargocuların tenekeyi görünce özenli..’

Üye 8: ‘karton ağır olunca parçalanmış geliyor. Ben zeytin aldım. O kadar özenli paket olmasına rağmen karton paramparça geldi. Birinde de karton yırtıldığı için kargo paketi çıkarıp atmış vaziyette gönderdi. Ürününüz sapasağlam gelmiş. Bence kartın olsa içini göremeyecekleri için zedeleyip getirecekti. Dikkatli davranmışlar gördüğüm kadarıyla.’

Üye 9: ‘Zeytinyağı böyle gelir, kargo çalışanları ordan oraya atmasın diye, bende Satıcı 3 beyden aldım böyle gelmişti, biraz darbeye rağmen’

Üye 10: ‘Kargoyu karşılamak koşuluyla iade etmeli madem. Satıcı keyfi olarak iade edilen ürünün kargosunu neden katışlamak zorunda olsun ki. Teneke yamulsa ne olur’

Kurucu Lider: ‘Arkadaslar bu tenekeler özel yapım tenekeler Satıcı 3 bey daha önce birkaç kez yazmış bilgi vermisti eger uyemiz teneke zarar gorup yag etkilendi diye dusunuyorsa endiseye gerek yok bu diger endise eden uyelerimizede bilgi olsun’

Ürünün ne kadarlık gramajlarla paketleneyeği konusunda sıklıkla sorulan hatta satıcılara tavsiyede bulunulan bir konudur. Yine burada da grup üyelerinin ürünlerle ilgili faydacı ve fonksiyonel bakış açısı görülmektedir.

Üye : ‘Satıcı 28 Hanım hoşgeldiniz, hayırlı olsun, fındıkları vakumlu paketlerde gönderme imkanınız varsa öyle gönderin fındık ceviz, badem gibi kavaonozada koysak uzun süre taze olarak kalmaz, en azından isteyene yarım yada birer kiloluk paketler halinde gönderilirse hem daha fazla alma hem de uzun süre bayatlamadan saklama imkanı olur diye düşünüyorum

Üye: *‘Birer kiloluk vakumlu poşette olursa fazlaca almak istiyorum. Başka türlü saklanması zor bayatlıyor. Bir kilo bir kiloda almak kargo açısından yük oluyor. Lütfen değerlendirirseniz almak istiyorum...’*

Üye: *‘daha küçük kavanozda yok değil mi 1 kiloyu tüketemeyiz muhtemelen’*

Üye: *‘Adı kavut mu yoksa markasını acaba? Rica etsem içindekiler kısmını çekermisiniz benim için? Birde kimden sipariş ettiniz acaba?’*

4.2.3. Ürün arama-sorma

Bu alt tema grupta ürün ihtiyacı olanların, aradıkları ürünü post açarak ya da alakalı postların altına yorum yazarak sorması ile ortaya çıkmıştır. Tavsiye isteyen yorumlarda ürün arayanlar tarafından paylaşılmaktadır.

Üye: *‘Kantoron yağını satan Var mı ? 2 ay önceki yanığa etki eder mi ?’*

Üye: *‘Grupta Bittim sabununu kim satıyordu..Lütfen iletişim kurabilir mi ?’*

Üye: *‘Merhaba Kurucu Lider hanım, ben sari kantoron yagi almak istiyorum önerbileceğiniz bir firma varmıdır? Teşekkür ederim.’*

Üye: *‘Nasıl alacağız bu kremi’*

Üye: *‘Hemşire bi arkadaşımın Bittim sabununu duydum.. Ananesinden devraldığı geleneksel bittim sabunu yapımını annesi devam ettiriyormus.. Ancak dışa satamıyorlar 8 kardeşlermiş sadece bize yapabiliyor dedi.. Yararları sac ve cilt için resmen mucize.. Ben bizzat kızda tanık oldum.. Benim bilmek istediğim şey geleneksel yapım olan Bittim sabununu yapan satan varmı bu grupta.. Yada satan birini tanıyan..’*

Üye : *‘Acaba portakal kabuğu reçeli satan var mı ?’*

Üye : *‘Erik pestili satan var mı? Tercihim yumuşak ve hafif kalın olanlardır.’*

Üye: *‘Ayyyyyyyy ben taze börülce istiyorum.’*

Üye : *‘Satıcı 12 hanım asma yaprağı var mı kilosuna ne kadar’*

Üye : *‘Satıcı 5 hn. Ben tam Kurumuş istiyorum , gruptan başkasından aldım ama tam kurumamıştı , sizin incirleriniz nasıl? Bilmem istediğimi anlatabildim mi, kupkuru istiyorum’*

Üye : *‘Ellerinize sağlık, unları kimden aldınız ,istanbulda buluyordum ,Ankarada bulamıyorum..’*

Üye: *‘Mrh denenmiş tecrübe ile sabitlenmiş leziz doğal tarhanayı kimden alabilirim?acaba’*

Üye: *'Satıcı 11 ürünleri migros da bulunuyormu acaba.....'*

Üye: *'Bu zeytin hangi zeytin den Satıcı 3 bey bizde tatsaydık sele yok demiştiniz ama bu başka herhalde'*

Üye: *'Az tuzlu ayda tuzsuz zeytinde varmı'*

Üye: *'Satıcı 1 Bey, tuzsuz ya da az tuzlu siyah zeytininiz var mıdır? Ancak öyle aylarca bekleyemem, bebeğim çok sabırsız, hemen yemesi lazım:))'*

Üye: *'Satıcı 26 bey siyez bugdayiniz var mı'*

Üye: *'Siyez bugdayi unu ne zaman siparis verebiliriz'*

Üye: *'Ham zeytin varmı'*

Üye: *'Satıcı 6 bey varsa petek bal almak istiyorum'*

Üye: *'Bende propolis istiyorum'*

Üye: *'turşu var mı. Benimkiler tutmamış turşusuz kaldım'*

Üye: *'Zeytin sütü varmı Satıcı 3 bey'*

Üye: *'Bir yakınımın acil ihtiyacı var. Bana mesajla yanlılıkla atmış Topluluk X'e atacakken yardımcı olursanız sevinirim Satıcı 6 beyde varsa ? Diğer üyeler bilgilerinize'*

Üye: *'satıcı 1 bey sele yok mu sizde?'*

Üye: *'Cayın yanına giden üzüm koftesi mi anlamadım yani pestili?'*

Üye: *'Çiğdem Durmuş Demir Ben de ceviz almak istiyorum. Satıcı 20 hanıma nasıl ulaşabilirim?'*

Üye: *'Cig zeytin satiny or musunuz'*

Üye: *'Acıbiber salcasıda varmı'*

Üye: *'Siirt battaniyesi satışınız da var mı'*

Üye: *'Satıcı 4 hanım mehaba ev yapımı tarhana istiyorum varmı'*

4.2.4. Ürün-üretici bilgilendirme

Bu alt tema satıcıların ürünleri ve kendileri hakkında bilgiler verdikleri post ve yorumlardan oluşmaktadır. Bu yorumlarda ürünlerin kullanım bilgisi, saklama koşulları, nereden ulaşılabileceği, üreticilerin nerede olduğu gibi konularda yer almaktadır.

Satıcı 10: *'Et suyuna Salma yöntemi ile tereyağlı olarak pişirilen sarı kılçık pirinci küçük taneli gibi görünsede, pişince diğer pirinçlere göre bereketlidir ve daha çok pilav elde edilmektedir... Lezzeti de anlatılamayacak kadar güzeldir... Kabuğu soyulup çeltik*

makinesinden çıktıktan sonra herhangi bir katkı ve ilaç kullanılmadığından güvelenmemesi için, serin ve karanlık bir yerde saklamalısınız.'

Satıcı 10: 'Sarı kılçık pirinci satışı yeniden başlıyor....İlgilenen üyelerimize duyurulur... konu ile ilgili soru ve görüşlerinizi yorumlarda belirtirseniz cevaplamaya çalışırım... Sağlıcakla kalınız..'

Üye: 'Gecmiş olsun Kurucu Lider hnm bende aldım koyu renk şişede duruyor daha kullanmadım son kullanma tarihi varmı nekadard kalabiliyor'

Üye: 'Satıcı 1 bey fideleriniz sivas bölgesinde rakim 1380 yetisirmi bilgilendirirseniz memmun olurum köyümde 1 tane zeytinagaci bulunmuyor.bu sene iki tane fidan Antalya yadan götürdüm fakat satıcı bana bilgi veremedi'

Üye: 'İçinde ne var bu sabunun'

Üye: 'Alerjik çocuğa kullanan varmı'

Satıcı 31: 'Son zamanlarda katkı maddeli yiyecekler pekçok hastalıklara sebep olmakta, çocuklarına doğal ürün yedirmek isteyen anneler reklamların cazibesıyla mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. İçinde sadece keşiboynuzu özütü ve tahin olan akışkan kıvamda ürünümüz doğal bir ürün olup, çocuklarınıza gönül rahatlığı ile yedirebilirsiniz. İster cevize batırsınlar, ister kaşıkla yesinler. Sipariş vermek isteyenler için ürün fiyatı kilosu 35 tl'

Üye: 'Satıcı 31 Hanım .duyarlılığınız çok sevindirici,evet katkı maddelerinden hastalıklar arttı.Bir şey soracağımşusam kavrulunca zararlı hale gelmezmi yada sıkımda bir sıcaklık derecesi varmı ..'

Üye: 'Satıcı 29 hanım merhaba gorselde ki iki tahin arasın da fark vami lezzet olarak ? Hangisi daha çok tercih ediliyor bilgilendirirseniz çok sevinirim.'

Üye: 'Mrhb kızım için sormak istiorm 18 aylık..çiğ mi daha uygun olur kavrulmuş mu pekmezle karıştırmak için bazende kek ya da kurabiye yapmak için cevaplarsanız sevinirim tşklr'

Üye: 'Bu cesitlerden hangisi tat olarak maekettekilere yakın acaba,cesitlerden hangisi damak tadımıza uyar tahmin edemedigim için soruyorum özellikle çocuklar için Almak için nasıl irtibata gecicez ayrıca'

Üye: *'fıstıkla aynı kargoda geldiğinde sabun kokusunun fıstıklara sinmesi gibi bir sorun olmadı değil mi? Ben de ikisini bir sipariş etmek istiyorum ama tereddüt ettim koku açısından'*

Satıcı 17: *'Üye hanım merhaba önlemini alırım kutuda alsanız poşettede alsanız koku sinmez'*

Satıcı 27: *'Saçbakım yağı saç dokulmeleri kepeklenme saç köklerini güçlendirmek için kullanılıyor.'*

Üye: *'Bu sabunun özelliği nedir, hangi yağdan yapılıyor acaba.?.'*

Satıcı 12: *'şimdi biliyorsunuz ki bizim çalışma kişi sayısı annem ananem babam ve benim ve bu durumda herkese yetişebilmek için elimizden geleni yapıyoruz ama takdir edersiniz ki ürün çeşitlerimiz fazla olunca biraz sizleri bekletmek durumunda kalıyorum sizlerden bu konu hakkında özür diliyorum bana ismini yazdıran herkesi sayfa sayfa liste yaptım ve olduğu sürece sıra sıra gönderim yapacağım bu konudaki ilgi ve anlayışınız için hepinize ayrı ayrı teşekkürlerimi iletiyorum kimse ürünsüz kalmayacak allahın izniyle ama birazcık zaman istiyorum sizden teşekkür ediyorum sevgiler meloş ,ananem ve benden sizleri seviyorum'*

Satıcı 31: *'Öğrenmek için gerekli zihin enerjisini sağlayan çoban helvası sizlerinde çalışırken gün boyu zinde olmanıza katkı sunar. Sonbahar yorgunluğunuzu atmanıza katkı sunar.'*

Satıcı 31: *'Oda sıcaklığında 3 ay dolapta 1 yıl bozulmaz. Hiç bir katkı maddesi olmayan çoban helvası Keçiboynuzu, susam, yer fıstığı ve ak darıdan yapılmaktadır. Şeker, gluten içermez doğal güçlü bir besindir.'*

Üye: *'yetiştirildiği bölge konusunda bilgi yok mu'*

Satıcı 12: *'Herşey tam gaz yolunda ilerlemeye devam ediyor.Yeni mahsuller tüm hızıyla dökmeye devam ederken bir taraftan o güzel lezzetlerle sizleri kavuşturmaya çok az kaldı aramıza yeni katılanlar ve bizi yeni tanıyanlar için de küçük bir hatırlatma olsun biz sabırsızlıkla salça, o nefis köz patlıcan soslarımız ve domateslerimizle sizlere ulaştırmayı bekliyoruz son günlerimiz çok az kaldı yine size duyuru yaparım teşekkürler bu arada o sarmaların içine koyduğumuz ve lezzeti iki kat arttıran goruk ekşisi de yaptık bu arada isteyen arkadaşlar msj atması yeterli'*

Üye: *'Bende 5 kg istiyorum ama bu siyah incirle beyaz incirin farkı nedir, nasıl kurutuluyor bilgi verirmisiniz.'*

Satıcı 1: 'Özelden o kadar çok mesaj geliyorki " Satıcı 1 bey özledik harika yumurtalarınızı,ne zaman üretime başlayacaksınız " diye'

Satıcı 1: 'Bende buradan açıklama gereği duydum Olanaklarım kısıtlı olduğundan dolayı bir arkadaşımın duvarları 4 ayda örebildik,bir 4 ayda çatıyı kapatacaz inşallah,ondan sonrada tavuk alacaz ölmez sağ kalırsak :) Bu sefer daha bir bilinçli olacam,daha kaliteli yumurta üretecem..... Eski kümesten geriye kalan üçbeş domates vede tavukların sessiz çılgılığı... Bu sene zeytinde yine iddialıyım,sıfır kimyasal,sıfır ilaç Kim bilir bende ilaçlama yapsam 2-3 katı zeytin elde edebilirdim Ama bana bu kadarı yetiyor,2 ton kadar zeytin alabilirim...'

Satıcı 12: 'Sevgili Topluluk X Üyeleri Geçen sezon yaş kayısı postunu geç acmistim İsteyen herkese gonderememistik hem biz hem de gonderemedigimiz uyeler uzulmustu Gonderebildigimiz uyelerde ikinci kez siparis vermek istemislerdi onlarada gonderememistik Bu yıl aynı sorunlar olusmasin diye erkenden duyuru yapalim istedim Şu an kayisilar yesil çağla.Tahminimce haziran sonuna dogru olgunlasmis olurlar. İsteyen uyeler simdiden ön siparis icin isim yazdirabilirler Geçen yıl olduğu gibi 5kglik kolilerde gonderim yapılacaktır'

Satıcı 12: 'Arkadaşlar ben ekstra pos açmadım domates kurusu için çünkü hepsine yetebilmek mümkün değil soranlara sipariş kadar yaptık ama kalırsa elbetteki duyururum teşekkür ediyorum anlayışınız ve ilginiz için'

Satıcı 1: 'Görmüş olduğunuz gibi zeytinleriniz güven altındalar :) Yazın yapılanları atlıyorum.... Toplaması emek,Elekten geçirmesi emek,her biri 25 kg olan kasaların bir oyana bir buyana taşınması emek.. Ve en önemlisi son aşaması,tenekeleme aşaması Öyle bazılarının sandığı gibi kürek kürek girmiyor tenekelere Gördüğünüz gibi her biri kontrol edilip,tektek elden geçiyor Bu yüzden Satıcı 1 zeytinleri lezzetli :) Vede herbir aşamasında tek başımayım,yardımcım falan yok. Şu aralar msg lara yanıt veremiyorum,araya birde doğum günü msg ları karışınca bende beyin resmen durdu :) Hele bir şu sıkışıklık bitsin,herbirinize dönmeye çalışacam tek tek. Gördüğünüz gibi yerim çok dar.(Bereket aylardır bitmeyen inşaatım var,bir çoğuda orada) :) Zeytinler beklemeye gelmez 1-2 hafta bile demez yumuşayıp çürümeye başlarlar.. Geceyerılarına kadar zeytin seçiyorum,tartıp,ölçüp tenekeleyip kargoya veriyorum,kargodan ürününü almışımı almamışımı takip ediyorum,gerekliyse telefon açıyorum. Size sadece haftada 1-2 kez çevirmesi kalıyor Hal böyleyken " Satıcı 1 beyy bizim yerimize

çevirmisiniz, olduklarında yollarmısınız " mesajları geliyor. Yutkunuyorum, kızmamaya çalışıyorum, sinirlerime hakim olup Nazikçe anlatıyorum... Ama yeter bundan böyle bir mesaj daha gelirse şayet , " Hanfendi marketlerde hazır zeytin bol " yazacam. :) Hadi Satıcı 6 abim Amerikada ve 3-5 müşterimde Avrupada, yaza alacaklarmış... birkaç müşterimde farklı mazeretleri var. Türkiyedekilere ne oluyor kuzum :)

Yaş olmuş 57, Naim gibi bir halk kahramanı bile ölümcülken... Üstelik ben halterci bile değilken :)

Düşünsenize 40-50 kişinin böylesi siparişini kabul ettiğimi Vira Bismillah deyip Kırkpınar pehlivanları gibi her hafta gir depoya teneke yuvarla

Bu gidişle seneye çekilmeyi bile düşünüyorum guruptan. :) :) :)

İşimden memnumuyum ? Evet memnunum, Seviyormuyum ? evet seviyorum. Ama yoruluyorum (bazen), her ölümcül insan gibi

Bana soracaksınız şimdi ,boş vakitlerinizde ne yapıyorsunuz diye ? Uyuyorum '

Üye: 'Nerenin yaprağı acaba?'

Üye: 'Satıcı 21 sipariş verdiğimizde temmuz ayının yapraklarından yeni mi hazırlıyorsunuz yoksa şu anda elinizde mayıs yada haziran aylarının yaprakları var mı siz Denizli buldan da yaşıyorsunuz'

Üye: 'Satıcı 3 bey bana az tuzlu ve tatlı yani acı olmayan bir zeytin lazım. Sizde var mı acaba?'

Üye: 'Bu teneke kaç kiloluk'

Üye: 'Satıcı 1 bey bende 5kilo 5 kilo iki teneke siyah zeytin istiyorum zeytinleriniz çok tuzlu olmuyor değil mi notunuzu almıyorsunuz yeşil zeytini de teneke ile mi gönderiyorsunuz'

Satıcı 1: 'yeşil zeytinleri plastik bidonda gönderiyorum

Üye: Sizin kurduğunuz 3teneke 5er kiloluk siyah 2teneke 5er kiloluk yeşil zeytin istiyorum Satıcı 1 bey listeye eklermisiniz'

Üye: 'Kargo yapıyor musunuz? Bir de yolumunu nasıl yapıyorsunuz?'

Üye: 'Belli süreliğine mi olacak satış yoksa her zaman mümkün mü. Bir'

Üye: 'Dondurup mu gönderiyorsunuz acaba?'

Üye: 'Temizliyorsunuz değilmi'

Üye: 'Bu sarmsakların özelliklerini paylaşırsınız'

Üye: 'Satıcı 26 bey Kastamonu'da neredesiniz? Ben Kastamonu'da yaşıyorum'

Satıcı 26: 'Değerli grup üyeleri; Kastamonu-Taşköprü sarımsaklarımız neredeyse hazır sofralarınıza. Yaklaşık bir hafta daha kuruttuktan sonra satışına başlayacağız. Fiyatlarımız iri sarımsakta 12 TL/kg dır. Her zamanki gibi en kaliteli İSTİKLALYOLU Siyez ürünlerimiz de ağustos ortasında hazır olacaktır. Sağlığınız ve cebiniz için taklitlerimizden sakınınız!'

Satıcı 31: 'İçindekiler kısmı zor okunuyor Üye hanım, keşboynuzu, fıstık, Akdari ve susam içeriği.'

Satıcı 32: 'Yeni yıla girerken kısa bir bilgilendirme vermek istedim 2 ay gibi kısa bir süre içinde 400 kg yakın Mantar siparişini 200'e yakın grup üyesine ulaştırdık'

Üye: 'Satıcı 24 bey merhaba sucukta etin sağlıklı olması kadar kullanılan baharatların da güvenli olması gerekir siz nereden temin ediyorsunuz'

Kurucu Lider: 'Arkadaslar az önce ciceklerimi paylasmistim talepler oldu ama ben izmirde yasiyorum sehir disina kargo masrafida var o nedenle masraflı oluyor aklıma geldi Satıcı 24'ten ürün alanlardan talep eden olursa ve banada yazarlarsa onun kargosuna koyup gönderme durumu olabilir belki böylece kargo maliyeti olmaz .aslinda satis amacım yoktu hatta yapılısında ilk yorumlarda gösterdim ama beni sayfamda takip edenler bilir ben bir çok hobiyle amatorce ugrasiyorum ve malzeme cesidi cok oluyor onların masrafına katkı olsun diye talepleri kabul edeceğim aslında iyide olacak .çiçeklere 20 tl fiyat düşündüm . kargo ayrı isterseniz bir arkadaşın anlasmalı kargosuyla 7 tl gibi bir fiyatla yollayabilirmişim .yada ptt kargoyla 9 tl gibi bir fiyatlada yollanabilir . Arzu edenler özelden yazabilir'

Üye: 'Satıcı 15 hanım merak ettim yaptığınız tarhana ekşi mi ? Çok ekşi tarhana yiyemiyoruz ona göre sipariş vermek istiyorum'

Satıcı 33: 'Sağlıklı atıştırmalıklar. Gönül rahatlığıyla saglikli cips tüketimi için denemeye değer Portakal cips, Mandalina cips, Limon cips, Armut cips, Kırmızı pancar cips, Elma cips, Elma kup cerez, Mandalina dilim.'

Satıcı 17: 'Güneydoğunun meşhur BİTTİM SABUNU sabunun faydaları anlatmakla bitmez.Saçı besleyerek yumuşak hale getirir. Antiseptik mikrop öldürücü özelliği sayesinde deri hastalıklarının çoğuna çok iyi gelir. Egzamaya, mantara, ergenlik sivilcelerine vücuttaki yara ve tahrişlere karşı etkilidir. Gözenekleri açar varisleri iyi derecede rahatlatır.'

Üye: '1 kiloya kaç adet sabun oluyor'

Üye: 'Merhaba, Satıcı 10 beyden aldığımız kaya tuzu yıkanmış mı? Bilgisi olan yazsın veya Satıcı 10 bey bilgi verirse sevinirim'

Satıcı 10: 'Merhaba aslında bunu paylaşmazdım satmazdım derdim.kismet diyelim istanbul lütfi kırdarda fuar açtık Gurupta bizden alışveriş yapan oldu ve neden gurupta satmıyorsunuz denildi.Kurucu Lider abla ile konuyu görüşüp sağolsun onay verdi. dayı taraflarım ev yapımı üzüm pekmezinden tamamen şekersiz CEVİZLİ SUCUK çıktı tek kelimeyle muhteşem diyorum alan pişman olmaz.'

Üye: 'Kurutma nasıl yapılıyor, sinek börtü böcek için önlem alıyor musunuz?'

Satıcı 10: 'Önlem alınır kışın zaten kaldığı ortamda sinek vs Sıcak yerde kalmasın bu mevsimde de sorun olmaz da'

Üye: 'Nasıl yapıyorsunuz Satıcı 15'

Üye: 'Kışında mı yapıyorsunuz?'

Üye: 'Afiyet olsun , yeni hasad zeytinyağın asit oranı nedir?'

Üye: 'sizde sadece soğuk sıkı m zeytinyağı mı'

Satıcı 34: 'Kuru üzüm faydaları Kuru üzüm tam bir karaciğer dostudur vücudumuzda kan oranını artırır.'

Kurucu Lider: 'Satıcı 34 bey uzumü nasıl kuruttugunuzu bana anlattığınız sekilde grubada yazın hatta paylasımın basına yaptığınız açıklamaya ekleyin

Satıcı 34: 'Arkadaşlar Gülleci bulamacı doğal bir ilaçtır tüm meyve ve sebzelere uygulaya bilirsiniz <http://xn--glleci-3ya.com/> adresi ve diğer internet adreslerinden araştırabilirsiniz'

Satıcı 34: 'İsteyen olursa hazır gülleci bulamacı da gönderebilirim zirai ilaç (zehir) kullanmaktan herkes kurtulur böylece'

Üye: 'Kuru uzum tarifini alabilir miyiz'

Üye: 'Satıcı 25 hanın kızılık ve kuşburnu marmelatı şekersiz mi'

Üye: 'Üye hanım,şekersiz olarak tadı nasıl acaba'

Satıcı 18: 'Agustos basından itibaren gonderimlere baslayacagiz insallah Önceligimiz daha önceden siparis verenler.Öncelikle onlari gonderip daha sonra sirayla diger butun siparisleri gonderecegiz'

Satıcı 18: *‘Siparis vermek isteyenler messengerdan iletisime gecebilir Ozelden badem soranlar icin badem hasadimiz eylul sonunda’*

Üye: *‘Bende 2 kg rica edeceğim ama boyutları bilemedim. Küçük çok mu minik, büyük çok mü büyük? Size zahmet olmayacaksa yanyana fotoğraflarını çekebilir misiniz?’*

Satıcı 18: *‘Buyuk orta kucuk boy gun kurusu*

Sari isimli kayisimizda bu’

Üye: *‘Satıcı 18 isimli kayisi ne demek’*

Satıcı 18: *‘Üye hnm kukurt kozmetik sanayinde vs dede kullaniliyor sari kayisida kullanilmasinin sebebi kurtlanmayi boceklenmeyi onlemek zaten uygun dozajda kullaniliyor korkuldugu kadar zararli oldugunu dusunmuyorum kucuklugumuzden beri sari kayisiyida tuketiyoruz yinede uzmanina danismak da fayda var.sadece Kayisiyi degil her gidayi yemeden once yikamak da fayda var’*

Üye: *‘Satıcı 1 bey zeytinleriniz cinsi kıvrıcık mı’*

Üye: *‘Satıcı 1 bey kurulmuş ne zaman yenebilir?’*

Üye: *‘Benim polen diye bildiğim çam ağacının ilkbaharda ürettiği tozlardı.. Bu poleni açıklamanızı rica etsem.. Kusuruma bakmayın sadece bilgi için istiyorum.. 1980 li yıllarda Öğretmen Okulu öğretmeni teyzem (matematik ve biyoloji) polen e çok merak sarmıştı.. Bizim bahçede de çamlar dolu idi.. Bize polen toplattırıyordu’*

Kurucu Lider çeşitli zaman aralıklarında satıcıların isimlerinin olduğu resimler paylaşp üyelerin tüm satıcılar için olumlu ya da olumsuz görüşlerini bildirmeleri için postlar açmaktadır. Bu postlar altına ürün ve üretici ile bilgilendirme yazıları paylaşılmaktadır

Kurucu Lider: *‘Lütfen olumlu olumsuz ne düşünüyorsanız yazarmısınız’*

Kurucu Lider: *‘Lütfen olumlu olumsuz ne düşünüyorsanız cekinmeden yazarmısınız’*

Kurucu Lider: *‘Lutfen olumlu yada olumsuz ne düşünüyorsanız yazarmısınız’*

Kurucu Lider: *‘Lütfen olumlu yada olumsuz ne düşünceniz varsa çekinmeden yazın .’*

‘Kurucu Lider Hanım grupta satıcıları ve ürünleri hakkında paylaşım açıp üyelerin şikayetlerini ve memnuniyetlerini yazmalarını isteyeceğini bildirdiği bir duyuru yaptı. Grupta bunu sık sık yapıyor -neredeyse ayda bir kez-. Bunun amacının grubun daha şeffaf

daha güvenilir olması olduğunu söyledi.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.75, 29 Ekim 2017)

Üye: ‘*Satıcı 18 hanım bu yıl ki gün kuruları biraz daha az kurumuş olabilir mi? Lezzetinde geçen yıla göre bir fark yok, bozulma v.s de olmadı yalnız içleri daha açık renk kalmış, o tam koyulaşmış gün kurusu renginde değil sanki. Sebebi nedir?*’

Üye: ‘*Satıcı 6 bey merhaba propolis almak istiyorum çocuklarım için. Yaş sınırı varmidir birde nasıl kullanılır bilgi verebilirmisiniz*’

Satıcı 6: ‘*Üye hanım 1 yaşına kadar olan bebek ve çocuklar için bal ve arı ürünleri önerilmez. 1-2 yaşını geçtikten sonra sorun yok. Bilgi için Topluluk X'in dosyalar bölümünde propolisle ilgili yazıyı okuyabilirsiniz. Daha geniş bilgi için internet adresimde propolis, propolisin yararları, kullanımı diye sorgulama yapabilirsiniz.*’

Satıcı 21: ‘*sizlere suprizim var demiştim işte o suprizim nasıl sağlıklı çocuklar yetiştirmek istiyorsanız bizde sizler için uğraşıyoruz 😊 sizler 😊 normelde Denizli yöresine ait bir lezzet üzüm köftesi diğer adı pestil sadece üzüm suyu ve irmik doğal atıştırma çocuklarınız için misafirleriniz için çayın kahvenin yanında şiddetli tavsiye ederim çok lezzetlidir diğer cam tepsideki gün balı oda üzüm suyundan kaynamadan olur üzümün şirasından tepside kendi kendine günde koyulaşır aynı bal gibi kaynamadan olan pekmez adı gün balı 😊 Bayram sonu siyah kan yapıcı üzümlerimiz kurudu ve pekmezlerimiz ilk posta oldu isteyen olursa bayram sonu gonderebilirim eğer ceviz ve cennet hurması ile almak isteyen olursa bir ay sonra kargo yapabilirim sevgilerimle*’

Üye: ‘*pestil ve üzüm köftesi aynı şey sanırım.?*’

Üye: ‘*Gün balının pekmezden farkı nedir Satıcı 21 hanım*’

Üye: ‘*Satıcı 21 hm üzüm köftesi nedir*’

Üye: ‘*Gün bali neki uzum köftesi nasıl bir şey.resim varsa paylaşmışınız.Satıcı 21*’

Satıcı 21:



Satıcı 19: ‘Kuşkonmazları bu resimdeki gibi temizleyebilirsiniz’



Üye: ‘prolin nedir diye merak edenler için bilgiyi paylastım.Topluluk X resmen bizler için bir okul görevi görüyor daha önce prolin nedir dense kesinlikle bilmezdim’

Üye: ‘birşey sormak istiyorum. Üzüm köftesi almıştım. Çok şekerli geldi. İçinde nişasta mı var?’

Kurucu Lider: ‘Olumlu olumsuz ne düşünüyorsanız lütfen yazarmısınız’

Kurucu Lider: ‘Olumlu olumsuz ne düşünüyorsanız lütfen yazarmısınız’

Satıcı 30: ‘İyi günler değerli Topluluk X üyeleri fasulyelerimiz büyüyor Ekim ayında tam olarak yetişir ve isteyenlere gönderebiliriz Sipariş vermek isterseniz şimdiden not alarak kaydetmek isterim Fiyat. Kg. 20 tl’



Üye: 'İçi renkli mi?'

Üye: 'Ayrıca nerenin fasulyesi Satıcı 30'

Satıcı 30: 'Özel bir fasulyedir tadını bilenler biliyordur

Üye: 'Kabuklu olarak mı satıyorsunuz?'

Satıcı 13: 'Yeni katılan ve tüm üyelerimize selamlar Kütür kütür çubuk turşuları bu yılda hazırladı. 11 eylül de kargoya vermeye başlıyoruz. Değerli siparişleriniz bekliyoruz. İsteyene ankara içinde 8 lt camda kurulan salatalık turşusu elden teslim edebiliriz. Kısıtlı sayıda olduğundan Cuma'ya kadar sipariş etmeniz gereklidir. Sevgilerimle'

Satıcı 5: 'Herkes Güneşin Bugün İncir Bahçemize İlek Atımı Yapacağız Canlı Yayın Yapmak İstiyoruz , Katılım Gösterirmisiniz Acaba ? Sorularınızı Cevaplamak Muhabbet Etmek İstiyoruz'

Satıcı 4: '2015 yılı 3 ton domatezzz 2016 yılı 5 ton domatezzz 1017 yılı 10 ton domatezzz işledik. Şu anda domates salcamızın hepsini allahın izniyle yağmura yakalanmadan kuruttum. Teknelerimiz boşaldı. Dün biraz biber doğradık. Yarın yine doğramaya devam edicez. Biber domatese göre daha çabuk kuruyor insallah onuda yüzümüzün akıyla kurutucuz. Fırsat buldukca domates olan siparişleri göndericem. Benim çalışan elemanlarım yok.ailece ve gönülden yardıma gelen yakınlarım ile yapıyorum.eleman alamıyorum çünkü gece 1 lere kadar domates doğradığımız oluyor.'

Satıcı 28: ‘Sizlerle ordudan 1. Kalite ic kavrulmus ve 1. Kalite ic kavrulmamis findigimizi bulusturmak istiyorum urunumuzun sonuna kadar arkasindayim umarim sizlerde begenirsiniz 1KG KAVRULMAMIS IC FINDIK:30 TL 1KG KAVRULMUS IC FINDIK:35 TL 10 kg ve ustü alimlarda kargo bana ait TEL NO:0505 745 49 24 1KG ile 5KG ARASI 8 TL ile 15 TL ARASI SURAT KARGO PAKETI’



Üye: ‘Hayırlı olsun, fotoğraftakiler kavrulmuş sanırım, kavrulmamışların fotoğrafı da var mı? Bir de kargo ücretlerini yazar mısınız? İki kg için, dört kg için ne kadar olur?’

Üye: ‘Merhaba, "ürünümün arkasındayım" kısmını biraz açabilir misiniz. Grup ve Araştırmalarımız sayesinde sağlıklı sebze-meyve, süt ve süt ürünü nasıl olur öğrendik. Ama ben fındık hakkında hiçbirşey bilmiyorum. Hangi fındık iyidir yada hangisi kalitesizdir. Bu post altında uzun olacaksa ayrıca bilgi verebilerseniz belki benim gibi bu konuda bilgi sahibi olmayanlar da faydalanır.’

Satıcı 28: ‘Peki bunu geniş ve güzel bir yazıyla cevaplamak isterim musade ederseniz sizi bilgilendirmek benim isim için ve sizin güven duymanız içinde önemli gönül rahatlığınızı en kısa zamanda yazıya dokmek ve gorsellestirmek üzere’

Üye: ‘Satıcı 28 hanım resim atabilecekmisiniz çiğ fındığın’

Üye: ‘Sabunların içeriği nedir, neye iyi geliyor acaba?’

Satıcı 17: ‘Sabun içeriği Bittım yağı kül suyu tuz Sac dökülmesine egzemaya kepeğe ve sivilcelere karşı etkili sabun’

Satıcı 4: ‘İzmir bergamada yaşıyorum. Küçük bir bağımız var. Aslen esnafız(optisyoniz) Kurucu Lider ile 17 yıllık arkadaşız . Topluluk X gurubu kurulmadan

önce canan karatay sağlıklı beslenme gurubundaydım. Admin 2 ablam ve bir kaç arkadaşım ile Kurucu Lider'de kahvaltıda sohbetimizde (böyle bir gurup olsa doğal ürünler elinden gelen birşeyler yapsa ne güzel olur) diye içten sohbet ettik.ve bana Admin 2 ablam. Satıcı 4 salca yapsan senin yerin müsait ne güzel olur dedi... Tam 2 ay düşündüm ve eşime ramen gözümü kararttım:) Eşimde ben keyif için evi yaptım yayıntı istemem kendine başka bağ bul desede:))) Velhasıl 3.sezonumuz bitmek üzere:) Ben kendi bahceme ekiyorum fakat yetmiyor tabii. Fidelerin bağzılarını kendim.bağzılarını 60 yıllık bahcivan komsumdan alıyor.bir başka konşuma özel diktirtiyorum.sebzeler kendi bahcemden her hangi bir ilaç yok..5 kez capa yapılıyor yabani otlar için. Tarhanamda kendi sebzelerim.komsumdan doğal süt alıp kendim mayalıyorum. Eriştemde de kümes yumurtası ve doğal süt kullanıyorum.çelik,cam,toprak tencere,ahsap tekne kullanıyorum.şeffaf plastik kap ve kovaları yıkama,taşıma aşamasında kullanıyorum kaçış yok:(Ailecek ve gizli kahramanlarım(izne cikan yegenlerim:))ile ürünlerimi sunuyorum. İlk yıl : 3 ton 200 kg İkinci yıl: 7.5 ton Bu yıl :15 ton Domatezzzzz ve biber işledik. İşledik ama 6 ay bağda nöbet tuttum:) Ben ıslatmadım nemlendirmedim sizlere ulaştırdım.sizde salcalarımıza iyi bakın:) Biber dolapta domateside kavonozlara bölün üzetine zeytin yağ kaplayın.bir bir tüketin serin yerde durabilir. Islak kaşık kulcanmayın:) İşte böyleeee Sizden ötürü gözlükçüyken salcacı oldum:) Bağdan selamlar,sevgiler efemim.... (Seneye başka bağ bulcam gibi duruyor:(')

Satıcı 21: 'Merhaba güven kabisinin değerli üyeleri ☺ başkadir ☺ ☺ sizler için yoğun çalışma devam teze yaprak üzüm kesilinceye kadar olur ama Mayıs yaprağı bir onun içinde bu hafta gönderim yapamıcam çünkü köydeyim resimde gördüğünüz gibi sadece birazcık zaman inşallah önümüzdeki hafta dağıtım yapcam hepinizin mesajlari geliyor sorun yok internetim fazla olmadığı için yazamıyorum ilginiz için teşekkür ederim ceviz , cennet ☺ hurması, pekmez ,ve siyah üzüm, hunnaptan memnun kaldığınız gibi inşaallah yapraklarımız danda memnun kalırsınız ☺sevgilerimle'



Üye: *‘Yapraklarınızı nereden alıyorsunuz Satıcı 21 hanım çok güzel görünüyorlar’*

Ürün kullanım bilgisi bu tema altında en geniş alan kaplayan konuyu oluşturmakta. Birçok kişi takıldığı konularla ilgi üretici ya da satıcılara sorular sormakta ve cevaplarını almaktadırlar. Örnekleri aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Ürün: *‘Tenekede kurulmuş zeytinde aynı ilgiyi şefkati istiyormu yoksa direk yenebilir mi’*

Ürün: *‘Hemen yenmeye hazır zeytin yokmu’*

Üye: *‘tenekeleri bekleteceğimiz yer oda sıcaklığı problem olurmu Satıcı 1’*

Üye: *‘Bu fidanları evde ne kadar süre bakmamız gerekiyor. Büyüdükçe budanacak mı yoksa belli bir süre sonra dışarı toprağa mı ekmemiz gerekecek. İlk ürünü ne zaman verir acaba bu fideler’*

Üye: *‘Satıcı 17 bey neden saçlarda yağlı gibi bi izlenim bırakıyor.ben çalışan biriyim açıkçası sırf bu sebepten kullanamıyorum.ki durulamayı bol yapmama rağmen’*

Üye: *‘Ben ve iki kızımın da cildi çok kuru. Ayrıca egzama kaynaklı kaşıntı ve yaralar mevcut. Satıcı 17 bey bittim sabunu çare olur mu bize ?’*

Üye: *‘Arkadaşlar kayısıları yıkayıptamı yiyiyorsunuz..Ben yıkıyorum yemeden önce içine sinmiyor..Ama yıkayınca güzel olmuyor..’*

Üye: *Bende 5 kilo zeytin istiyorum elimize ulaştığında yiyebilecekmiyiz hemen Satıcı 1 bey'*

Üye: *'Sac yagini temiz saca surup bekleterek mi kullandiniz'*

Üye: *'evet,saça yedirip 1 saat bekledi.sonrasında yıkadı oğlum.ve haftada 2 kere uygulanıyor.hatta oğlum haftada 2 olduğunu ilk duyduğunda dudak büktü:~) nasıl tedavi edecek böyle diye düşündü.'*

Üye: *'kurt gördüğünüz zaman sevinersenizde içiniz almıyor olabilir , çoluğunua çocuğunuza yedirmek istemiyorda olabilirsiniz çok normal :) ama bu demek değilki hepsi kurtludur, ürün kötüdür.. diğer faktörkleride sorgulamak lazım.. kurutulmuş gıdalarda hangi ürün olursa olsun aldığınızda mutlaka kendi evinizde dondurucunuzda en az 3 gün şoklayıp dışarda muhafaza edebilir kurtlanmayı önler ve geciktirebilirsiniz. diyerek genel bilgi ile cümlemi tamamlayayım.. teşekkür ederim sevgilerimle..'*

Üye: *'Peki Defne tohumu ne işe yarıyor öğrenmek Bisterim'*

Üye: *'Satıcı 1 bey bu açılmayan zeytinler kaç yıl dayanıyor?'*

Üye: *'ben şimdi anlamadım ama sormak kabahat değil herhalde. Satıcı 1 beyden alınan zeytinler hemen yenmeye hazır değil mi! İllaki bekletmek mi gerekli. Ne kadardır beklemesi gerekli. En uzun beklenen zeytin daha mı iyi oluyor? Falan filan'*

Üye: *'ben kendimde zeytin yapmak istiyorum siz onun içinde zeytin gönderimi yapıyormusunuz'*

Üye: *'Zeytinlerim bugün geldi Satıcı 1 bey. Çok teşekkür ederim, benimkinde de numara var mı? Ayrıca olmamış zeytinleri yıkamadan kurmak istiyorum. Bir sıkıntı olmaz değil mi?'*

Üye: *'Bende yıllardır sabunlardan kaçtım, saçımı kolay tarayamam diye, duştan çıkmadan ev yapımı sirke veya kombucha çayı ile ıslatın 2 dk sonra durulayın, hem arındırıyor, hem saçlar yumuşacık kolay taranıyor.'*

Üye: *'Son durulama suyuna sirkeli su yaparsanız saçlarınız yumusak olur'*

Üye: *'ama saçımdan bir türlü durulayamıyorum.hafif bir yapış yapışlık kaldı.bir yerde hata mı yapıyorum acaba? Kullananlar ya da ziya bey destek olabilir mi sacında kullanıp memnun kalan hanımlar nasıl kullanıyor acaba?'*

Üye: *'Satıcı 17 bey demin ana sayfaya yazdim belki okuyan hanimlarin önerisi olur diye buradan size de sorayim. Sacımdan durulayamadim bir türlü hafif bir yapis*

yapıslık kaldı dibi yağlı gibi görünüyor. 2 kez duruladım baktım olmadı sacimi yeniden duruladım. Saci boyalı hanımlar çok memnundu, nerde hata yapıyorum bilemedim.’

Satıcı 21: ‘Üye hanım saçınız alışık değil sabuna iyi durulamak lazım boyalı saçta kişiden kişiye zor alışır vazgeçmeyin derim sirke suyu ile deneyin’

Üye: ‘Şimdi asıl sorum; küçük oğlumun baticon ve iyot alerjisi var. Küçük bir çizik bizde ciddi enfeksiyona dönüşüyor. 2 gün önce düştü ve her gün oksijenli su ile yıkamamıza rağmen şuan dizi iltihaplanmış durumda. Satıcı 27 beyden gelen kremlerden hangisini kullanmalıyım bilemedim.’

Üye: ‘Merhabalar, ayak mantarı ve tırnak mantarı için öneriniz nedir. Aynısafa ve kantaron iyi gelir mi? veya daha etkili başka bir şey’

Satıcı 27: ‘Oglunuza Kantaron yağını’

Üye: ‘mantarına aynısafa kremi iyi geliyor.ben Satıcı 27 beyden aldım.memnunum

Yemeklere salca yerine kullanabilirmiyiz’

Satıcı 1: ‘Tenekelerinizi hergün un eler gibi sallamanıza gerek yok :)

İlk ay haftada birgün,sonraki ay 10 günde bir,daha sonrası aklınıza geldiğinde çeviriniz.... :) Kapağı kesinlikle aşağı bakmasın

Kendi suyunda aylarca dayanır,kapağını açıp tüketceğiniz kadarını alıp kapağı kapatmanız yeterlidir, Zeytinlerinizin şekli,farklı boyutu ve rengi sizi yanıltmasın... Doğal zeytin bunlar çünkü,siz asıl tadına bakınız... Benim tavsiyem 4 ay sonra açmanızdır Ha ,dayanamayıp 2 ay sonra açıp tadına bakabilirsinizde sıkıntı yok Olmamışsa kapağını kapatıp 2 ay daha bekleyebilirsiniz bozulmazlar’

Üye: ‘Satıcı 1 bey zeytinlerimi sağa - sola ve ters yüz yapıp da çeviriyorum, kapak aşağıya bakıyor ters yüz yaptığımda çevirirken , yapmayım yani ?’

Üye: ‘Satıcı 1 bey birşey sorabilirmiyim zeytinlerin içine ne koyuyorsunuz’

Üye: ‘Satıcı 16 hanımcım, yumurtalar illa buzdolabına girmeli mi? Balkonda kalsa sorun olur mu?’

Üye: ‘Yumurtaları haşlama esnasında çatlama oluyor mu...bazı çatlaklar kaynayınca ortaya çıkıyor...biz genelde haşlama yaparız o açıdan soruyorum...kaynayınca çatlaktan içeri giren su yumurtanın tadını bozuyor köpürme yapıyor’

Üye: ‘Benim polen alerjim var. Unutarak 1 çay kaşığı yedim, bin pişman oldum. Boğaz kaşıntısı mahvetti beni. Başka ne şekilde tüketebilirim? Satıcı 6’

Üye: ‘Polenin raf ömrü ne kadardır? Elimde 2 yıl öncesinden kalna bir kavanoz var. Buzdolabında saklıyorum.’

Satıcı 6: ‘Aktarlarda kavanozda satılan kurutulmuş polenin raf ömrü için bir şey diyemiyorum. Kavanozda tarih yazılı ise onu dikkate alın. Ancak o polenin yararları konusunda emin değilim. Soğuk zincirde muhafaza edilen polen en azından bir yıl tazeliğini korur.’

Üye: ‘Satıcı 1 bey tenekelere nasıl yapıyorsunuz tarif verirmisin biz vidona yapıyoduk bu sene bizde teneke yapmak istiyoz bizim zeytinler tirilya olurmu tenekeye size kolay gelsin’

Satıcı 19: ‘Kuşkonmazı hemen tüketmeyecekseniz, en iyi saklama şekli kuşkonmaz demetini çiçek gibi 4cm kadar su dolu bir kabın içine koyup, buzdolabında dik oturtmaktır. Bu şekilde kuşkonmaz 2 hafta tazeliğini korur.’

Üye: ‘Tadı acı deilmiydi Kurucu Lider hanım acaba bende ilk defa geçende yaptım çok acı geldi bana tadı yiyemedim ayıklama işleminimi yapamadım anlamadım sap kısmı kullanılmıyor diye duydum Kurucu Lider’

Üye: ‘evde nasıl közlenir ki acep bir de ilk defa alacağım hangisiyle başlayayım denemeye yeşil beyaz mor? keşke karışık paketiniz olsa Satıcı19 hn’

Üye: ‘Satıcı 4 hnm ben erişteyi size sormayı unutmusum kac dkk haslıyorsunuz veya püf noktası varmı nasıl yapıyorsunuz?’

Üye: ‘merakımdan soruyorum. ceviz ilaçlansada ilaç kabuktan içeri nüfuz eder mi?’

Üye: ‘böyle yumuşak.urunler buzdolabına dedim.derin dondurucuda saklanmalı.cunki buzdolabı bile bir süre sonra korumaz benim gün kuruşu kayisilarım bile buzdolabında kuflendi fazla yaş olduğu için şimdi.nr alırsam buzluğa atıyorum sorun olmuyor bu hurmalarda ici recel kıvamında galiba bunlarda derin dondurucuda saklanmali ama bunun uyarısını satıcı yapmalı satarken’

Bilgilendirme-İletişim temasını oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şu şekildedir:

‘Kurucu Lider Hanım grupta bir satıcı yoklaması yaptı.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.35, 15 Mayıs 2017)

‘...Grupta yine bir memnuniyet mesajı vardı!’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.35, 15 Mayıs 2017)

‘Grupta yine bir memnuniyet mesajı. Bir  ye Satıcı 5’ten aldığı zeytinlerden ve Satıcı 24’ten aldığı sucuklardan çok memnun olduğunu yıllar sonra gönül rahatlı ıyla yiyeceği hemde istediği tatda sucuklar bulduğu için ne kadar mutlu olduğunu dile getirdi. Satıcı 24 herkesin favorisi!’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.38, 25 Mayıs 2017)

‘Topluluk X’te ürünlerle ilgili hareketlilik başladı. Satıcılar tanıtım yazılarını yazıyorlar.  r n   abuk biten birkaç satıcı şimdiden  n sipariş alıyor.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.48, 18 Haziran 2017)

‘Satıcı 12 tarladan bir sürü fotoğraf paylaşarak yeni ürünlerini satışa sunmaya çok az kaldığı müjdesini verdi. Genelde  r n tanıtımında ya da mevsimi gelip satışa başlanacak ürünlerde böyle görselli postlar açılıyor. Onun dışında grupta görsel paylaşımı çok az, genelde hep yazı.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.52, 23 Temmuz 2017)

‘Satıcı 3 Bursa’ya yolu düşenlere Nilüfer İhsaniye de bulunan Agora Kapalı  arşısında açılan yeni ma azalarına u ramalarını tavsiye etti. İlerleyen zamanlarda zeytinyağı nasıl t ketelece i ve nasıl saklanılaca ı hakkında sohbetler yapacağını ve bu konuları içeren bilgi broş rlar da ıtaca ını söyledi. Amacının zeytinyağı konusunda bilinçli tüketiciler yetiştirmek olduğunu söyledi.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.58, 29 Ağustos 2017)

‘Satıcı 21  z m suyu ve irmikle yaptığı doğal bir atıştırmalık olan pestil resimlerini grupta paylaştı. Bu yeni bir  r n. Muhtemelen çok tutulur çünkü direkt şeker tüketmekten sakınan bir grup olduğu için şekerli atıştırmalık ihtiyaçlarını sağlıklı yoldan karşılamak isteyeceklerdir. Bunun yanında üzüm suyundan kaynamadan güneş işı ında elde edilen gün balı denen balı da paylaştı.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.59, 30 Ağustos 2017)

‘Bir  ye bugün ki yazısında aldıkları ürünlerin yapım aşamasında kullanılan malzemenin önemli olduğunu iyi gıdanın sadece ev yapımı olmadığını söyledi.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.67, 29 Eylül 2017)

‘Sanırım Satıcı 16 önerisi işe yaradı. Bazı satıcılar bunu kullanmaya başladı bile. Satıcı 3 Bey de Satıcı 16 Hanım dan esinlenerek ürünlerini koruması için strafor kaplarla göndermeyle başlamış.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.72, 25 Ekim 2017)

4.3. Çatışma

Bu tema 94 dosyadan 353 referansla oluşmuştur. Çatışma bazen gruptaki kişiler ya da gruplar arası anlaşmazlık anlamına bazen kişinin anlaşmazlık algılaması ya da ortaya çıkan sorunları çözmede yeteneksizlik anlamına bazense kişi veya gruptan çelişen istemlerde bulunulması anlamına gelebilir (Güney, 2012, s. 210). Etkileşim halinde olan tüm gruplarda çatışmaya rastlanabilmektedir. Topluluk X de etkileşimin yoğun olduğu ve alışverişin söz konusu olduğu bir grup olduğu için çatışmalar yaşanmaktadır. Çatışma teması altı tane alt temadan oluşmaktadır; Kurucu Lider müdahale, ayrılan satıcılar-sahte grup, satıcıların mağduriyeti, satıcılara itham ve imalar, satıcıları savunma, satıcıların kendilerini savunması.

Yeni üyelerin katılması bazen grubu zenginleştirmekte bazen de farklı düşünce ve fikirde insanların grubun önceden oluşan standartlarına uymamasından dolayı çatışma oluşturabilmektedir. Genellikle birey grup çatışması daha çok bireyin grubun amaçlarına kurallarına gelenek ve alışkanlıklarına uyum sağlamamasından kaynaklanır bu tür bir çatışma sonucu birey grubun standartlarını ya benimser ya da gruptan ayrılır (Güney, 2012, s. 211). Grupta denge bozulursa dengenin yeniden kurulmasına yönelik faaliyetler sergilenir. Dengeye yönelik bu etkileşimler grup dinamiğidir (Ertürk, 2010, s. 248-249) Topluluk X’te bu tip çatışmaları önlemek adına sık sık kurallar tekrar edilmektedir. Eski üyeler gerekli gördükleri yerde hatırlatıcı uyarılarda bulunmaktadırlar. Buna rağmen az da olsa yaşanan çatışmalar sonrası gruptan ayrılan üyeler ve satıcılar olmuştur.

4.3.1. Kurucu Lider’in müdahalesi

Grubun kurucusu da sayılan Kurucu Lider’in gruptaki etkisi yüksektir. Olumsuzluklara derhal müdahale etmekte ve çözmeye çalışmaktadır.

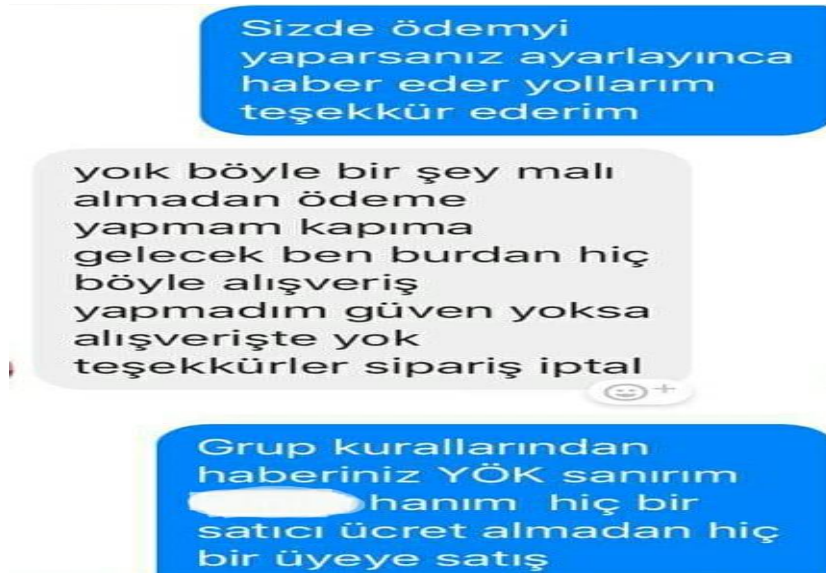
Örneğin Satıcı 20’den ceviz alıp memnun kalmayan bir üyenin isyanına Kurucu Lider’in verdiği cevap şu şekildedir;

Kurucu Lider: *‘Üyelerimiz oradan aldıklarında memnuniyet paylaşımları acıyordu Satıcı 20 hanım grupta geçen seneki tatsızlıktan sonra hic paylasim yapmadı.biz memnuniyetleri gorunce alternatif olur diye onayladık .kendisi grupta satis yapmıyor o nedenle onun icin paylasımda acmamistım’*

Kurucu Lider: *'Hatta dün bir üye özelden alternatif sorunca uyeler memnun diye Satıcı 20'ye bakın isterseniz demistim .'*

Ürün gelmeden ödemeyi yapmak istemeyen bir üyenin satıcıya yazdıklarına kızan Kurucu Lider yazılanları paylaşmakta şöyle müdahale etmektedir;

Kurucu Lider: *'acıkca yazayım bu grupta satılan hic bir ürün acıl yada ilaç degil .lütfen sizlere ürün yollamak için elinden geleni yapan kimseyi magdur etmemek için cirpinan bu insanları daha fazla magdur etmeyin onlarda insan .elinizi vicdaninize koyun siz bir urun yapip satsanız gruptan herhangi biri size para odemededen yolların dese hatta siparis esnasında hesap no bile istemese yollarmıydınız .tepkiniz varsa bize gosterin kuralı biz koyuyoruz önce paraları yatacak sonra ürünler yola cikacak .bu kurala uymayan satıcılarıda kim olursa olsun gruptan cikartacağım bunuda bilmenizi isterim arkadaşlar'*



Bu müdahale sonrası grup kurallarının altı tekrar çizilmiştir.

Gruptan çatışmalı bir şekilde ayrılan önemli satıcı ile ilgili bir üyenin yorumu üzerine Kurucu Lider'in müdahalesi şöyle olmuştur;

Kurucu Lider: *'Üye hanım ortada bir emek olunca rekabet için insanların karalanmasını hazmedemediğimiz için galiba bizlerde bu konuda bir kaç gündür sinirlerimiz gerildiginden hassasız .facede bazen konusarak çok iyi ifade edilebilecek bir şeyi yazarak tam anlatamıyor yada yanlış anlaşılabiliyoruz sizin yorumunuzda böyle bir şey oldu ama durum anlaşıldı .Ayrılan satıcı Q'nun incirleri evet yere goge koyamıyorduk bir zamanlar incirler gene aynı incirdir mutlaka ama kisilerin sağlığını koruma gibi*

gosterip bir insanada bu kadar kara atılmamalı .onun incirleri degismemistir ama bizim ona bakis acimiz onun yaptiklariyla cok degisti .bizde onun Satıcı 5'e ispatsız saldırıları karşısında ona sahip çıkmaya çalışıyoruz bu para ne kötü biseymis iyice anladık artık .' yine ayrılan satıcılardan biri için yazılanlara şöyle cevap verir Kurucu Lider;

Kurucu Lider: 'ayrılan Satıcı Y hanım bize sordugumuz sorulara tam net ve samimiyetle cevaplar vermedigi icin cikarmistik daha dogrusu yeni gruba dahil etmemistik'

Üyeler arası gerginlikleri de Kurucu Lider akli selim ile çözmeye çalışmıştır. Ortak amaçlarını hatırlatır grup üyelerine.

Kurucu Lider: 'tartismak yada gerilmek bir çözüm degil .cözüm ne yada ne olabilir hepimiz aynı gemd yiz arkadaşlar birbirimizle yada cözdürürlermi boylesimi birilerinin isine geliyor birileri derken ilaç sanayi örneğin .hadi vatandas hile yaptı denetimlerde rüşvet karşılığı örtbas oluyor bu malesef cok uzun yılları kapsayan bir durum .gecmiste ugur düNDAR neleri ortaya cikarmisti ..'

Kurucu Lider: 'Sizi engelleyen satıcı grubumuzdaysa bana ozelden adını yazmanızı ve aranızdaki diyalogdan bahsetmenizide rica ediyorum lutfen bu ricami karşılıksız bırakmayın '

Bal satıcısı olan bir beyle üyenin yaşamış olduğu sıkıntıya adminler müdahale etmiştir. Çoğunlukla yanlış anlaşılmalara ve üslup sorunundan dolayı satıcı gruptan ayrılmış ve bir üyede gruptan çıkartılmıştır. Bu nadir görülen bir durum. Üye çıkartmak gözlem süresi ve öncesindeki pusuya yatma süresi boyunca bu olaya kadar hiç gözlemlenmemiştir. Grubun genel görgü kurallarına uyan saygılı bir üslubu var bu üye ona uymayan bir tarzda yorum yazdığı için olaylar bu yönde gelişti. Adminlerin üzerinde çok hassaslaştıkları karşılıksız emeklerine iftira attı. Bunu kabul edemediler.

Kurucu Lider: 'fakat su durumu da göz ardı etmeyelim ortada net bir durum yok balın lezzetine göre yazılan düşünceler var o nedenle Satıcı 22 beyi de direk suçlu ilan etmeyelim. Satıcı 22 bey uslupta hatalı davranarak ve üyeyi telefonla aramakla tartışmakla kendini zora soktu'

Kurucu Lider: 'Satıcı 22 bey yorumunuzu okuyan bir uyemiz balınızı gecmiste tanıttığınız bir yazınızı ekran görüntüsü olarak gönderdi bu yazıda meyve ağaçlarının olmadigından bahsediliyor hatay hic konu bile edilmemis sorumlulugum adına yazınızın görüntüsünü paylasacağım.yukardaki yorumunuzla bu yazı cok celisiyor arılar kışa

dayanıklıysa hatay bölgesine gitmelerine de gerek yok ozaman ..zaten sizde prolini bizle öğrendiniz ..ballara kendiniz hic analiz yaptirmamissiniz ..ben size bundan sonra kendi sayfanizda yolunuz açık olsun diyorum'

Admin 3: 'Kaldı ki ben de Satıcı 22 beyden 4 kilo bal aldım buraya da yazdım balı çok tüketmememe rağmen, beğendim ve severek tükettim... nasıl fesat düşüncelere içindesiniz? İnanılır gibi değil... kendinize gelin ve sınırlarınızı bilin...'

Kurucu Lider: 'Baldan memnunsanız yemeye almaya devam edersiniz biz celiskileri yazdik her iki yazida Satıcı 22 beye ait ..terbiyesizligin luzumu yok .sizin gibiler icin ugrasilarimiza verdigimiz emeklere yazik ..ayni bal oldugu ne malummus ...'

Kurucu Lider: 'Siz bize hileli analiz ithaminda bulunursanız bende bu davranisi terbiyesizce bulurum en dogal hakkimiz'

Admin 3: 'Alan alır almayan almaz ... dünyanın yeniden keşfedilmesi değil ... hep öyleydi öyle olacak... konu sizin sınırları aşmanız haddinizi bilmemeniz... !!!'

Kurucu Lider: 'Evet neden kendimizi yipratıyoruzki gruptan cikartiriz olur biter ve bitti'

Kurucu Lider: 'Alan alır almayan almaz demis bide .sanki biz alana engel oluyoruz .Satıcı 22 bey uyelere neler dedi neler yazdi engeller koydu ozaman sabirle durdum bal analize gitsin gelsin dedim haksizlik olmasin dedim Admin 3 emek verdi cebinden para verdi .karsiligina bak ..'

Satıcı 21'in küflü ürünleri atın demek yerine yıkayıp kullanın demesine Kurucu Lider çok kızdı. Kendisi sağlıklı olduğu için bu konuda sıkça uyarı yaptığı için bu durumu hazmedemedi ve çok kırıldı. İnsanların bu tip durumları ana sayfada paylaşmaları gerektiğini sadece memnuniyet postlarının olmaması gerektiğini belirtti:

Kurucu Lider: 'Satıcı 21 bunlarımı yıkayıp kurutacaktı .vah ki vahhhh Ben yarım saattir hayal kırıklığı yasiyorum nasıl boyle bir oneride bulunulur minicik bir kuf olsa bile hangi gıda olursa olsun atiyoruz insan sagligi cocuklarin sagligi neyse şu an biraz sakinlesmem gerekiyor · Yanı Mesele para degil nihal hanım saglik .benim grubuma bu durum hic yakismadı cok üzgünüm.'

Kurucu Lider: 'Arkadaslar 3 gündür hurmalar nedeniyle huzursuzum nedeni küf olayı ve satıcının uyemize YIKA PETEK ÜSTÜNDE TEKRAR KURUT diye tavsiyede bulunması alıcı üyeninde oyle yaptım ama dagıldı demesi ilk gün satıcının cevabına dehsete düştüğüm için alıcı üyenin cevabına bisey yazmak aklıma gelmedi'

Kurucu Lider: ‘ben satıcımızada dedim senin verdigin cevap beni dehsete dusürdü hala kabullenmiyorum bunun mazereti olamaz yıka tekrar kurut ..bu dünya yıkılsa iflas edeceğini bilsen verilecek bir cevap degil okadar yorgundumki ne yazdığımı farketmedim yazdı.boyle bir cevabıda asla kabul etmiyorum o kadar yorgunsan ürün cesidini miktarını azaltırsın en saglıklı olacağın sekilde çalışırsın .burada hurmaları bir çok insan coluguna cocuguna yediriyor kendisi yiyor burada bilincli alıcı kadar tam bilinc olusmamis alıcılarımızda var diyelimki yıkadım ama dagıldı diye cevap veren uyemizin hurması yıkandığında parcalanmasaydı o hurma yenmis olsaydı o kuf yok olmusmu olacaktı. Uyemiz o hurmayı yemeye devam edecekti belkide bizlerde duymayacaktık peki ya sonrası ..yani uc gundur kafam allak bullak bir yerde abla hurmaların sadece bir tertibi sorunlu kurudu digerlerinde sorun yok lutfen hurma satısını kaldırma diyor (bu sorunlu kuruyan bu gruba gönderilmemeliydi onların yollanması zaten bastan hata)...uyeye yazılan kabul edilmez bir hata .ben burada bilincli satıcılar istiyorum ben kendimde colugum cocugum ailemde ayni seyleri yiyoruz cevabını asla kabul etmiyorum herkes ürünleri konusunda olumlu yada olumsuz durumları konusunda saklama kosulları konusunda ders çalışmalı kullandığı malzemeden tutunda saklama kosullarına kadar herseyi en iyi sekilde bilmeli .yoksa küçük üreticiyi destekleme hayallerini rafa kaldırırız .biz küçük üreticiyi desteklemek istiyoruz ama bilincsiz sadece ürünü yaptım yolladım paramı kazandım benim isim bitti hadi beni destekleyin diyeni degil ..bu hurmayı konu alan ama bütün üreticilerimiz için yazılmış bir paylaşımlı lütfen aldığınız domates kurularını sebze kurularını kavanozlarda yollanan sosların kapaklarını (kolay açılıyorsa icine dogru basık degilse vakum hali bozulmussa onlarıda hemen atın) hatta bütün ürünlerinizi gözden gecirin saklama kosullarını alıcılarda iyi öğrensin aylar gecince kurtlandı boceklandı kuflendide demeyin .benden bu kadar ..ben elimden geleni yapıyorum ama lutfen alıcılarda satıcılarda gereken sorgulamaları bilinçlenmeyi yapsın biz kimseden maddi beklentide bulunmuyoruz gruba aldığım her satıcıya dedigim su bizim tek istedigimiz uyelerimize temiz güvenilir ürün yollayın dürüst davranın ..daha nasıl bir insanlık yapabilirizki.insanlar para kazanacak diye vebal kazanmak istemiyorum ve acıkca yazayım istedigimiz kosulları bile bile saglıksız kosullarda üreten insanları düşünüyormus gibi davranıp sadece gözünü para bürümüs satıcılarımız varsa hakkımı helal etmiyorum .ben burayı haksız kazançlar için uyelerimizin guveni bosa gitsin sağlığı etkileyecek gıdalar’

Kurucu Lider: ‘bu arada emekcilerimizin parasını yatırmayıp ama ürünlerini afiyetle yiyenler bu kısa günün kârı diye düşünüdüğünüz kul hakları baska bir yerden misli misli çıkacaktır dua edinde sadece maddi kayıplarınız olsun bende grup kurucusu olarak size buradan yaptığınız alisverislerde o insanları uzduğunuz oyaladığınız yada yatırmadığınız için kendi ugrasılarının hakkını helal etmiyorum’

Kurucu Lider: ‘Ben bu gruba üç gündür fırsat tanıyorum resmen yalvarıyorum olumlular kadar olumsuzluklarıda yazın cekinmeyin diye .paranız sağlığınız riske girmesin diye ama postlar memnuniyetlerle dolu hic curümus gibi gelen domates kurularından kapaklar kolayca acılan sos kavanozlarından küflenmiş cennet elması kurularından bana yazılan daha geldiğinde bastırınca yariya inen yapraklardan kisacasi ozelime yazdiklarini buraya yazanlar olmadı ..’

4.3.2. Ayrılan satıcılar-sahte grup

Adminler genelde herhangi bir münakaşaya yol açmasın diye ayrılan satıcılar hakkında konuşmak istememektedirler. Ayrılanların kendi sayfalarında satış yaptıklarını belirtir, arkalarından kötü konuşmazlar. Yine de bazen ayrılan satıcıların kendi sayfalarında grup hakkında kötü niyetli konuştuğu bilgisi paylaşılır postlarda. Bu paylaşımı her iki tarafı da takip eden üyeler yapmaktadır.

Kurucu Lider: ‘kervanımız hep yürüdü yürümeyede devam edecek .(olayı bilmeyip merak edenler var dun gece grup dışı sataşma üzerine dedikodular yuzunden paylasım acmistim arzu ederlerse onu bulup okuyabilirler konuyu burada uzatmak istemiyorum cok üzulen satıcı ve alıcı arkadaşlarımız oldu onlara moral için bu paylasımı yaptım’

Üye: ‘Olayı başından beri takip ediyorum. Aklıma takılan gerçekten o kişilerin incirleri analize gidip bizim sitedeki bayanın ürününün kötü çıkıp çıkmadığı (daha önce bu konu konuşulduysa ben kaçırmışım) kaldı ki ben her iki satıcıdan da incir aldım bizim sitede ki hanımın inciri bana daha güzel gelmişti .’

Üye: ‘eh be Eski Satıcı Q, bırak artık sevmediğin bu gurubu, git yoluna yapma...sahiden bu hiç iyi bir şey değil...Kurucu Lider in, emeklerim haram olsun demesine sebep olma..bırakkkkk’

Satıcı 12: ‘Bende sonradan okudum ve cok kötü cok cirkince bir sataşma olmus kedi ulasamadagi ete mindar dermis bizde cok cektik Eski Satıcı Q in kendini tekellesme olmak istemesinden neyseki adminlerimiz olaya el atti ve bu sorun ortadan kalkti bunun için cok cok teşekkür’

Üye: *‘Sanırım bahsettiğiniz yağ Eski Satıcı Q’in yağı. Ben her iki yağı da kullandım. 0,2 dizem yağla 0,5 dizem yağı dünyanın hiçbir yerinde 45/29 fiyat oranında bulamazsınız. Yani o başka, bu başka. Elmayla armutu kıyaslamayıp yiğide hakkını vermek lazım. Parayla ölçülebilecek bir yağ değil o. Bu arada Satıcı 3 Bey’in yağını da beğendim. Herkese güzel günler dilerim.’*

Kurucu Lider: *‘Biz cikarmadık yorumlar olursa cevap hakkı olsun diye birkaç gün sonra cikartmayı düşündük tabi bunu kendi cikmazsa ihtimali için düşünmüştük’*

Eskiden grupta olan ama daha sonrasında yeni oluşturulan gruba dahil edilmeyen Eski Satıcı Y ile ilgili durumu bilmeyen bir üye teşekkür postu açar. Hemen üyelerden biri durumu hatırlatma amaçlı uyarır:

Üye 1: *‘Keşke grubumuzda olsaymış’*

Üye 2: *‘Daha önce gruptaydı.Atıldı.’*

Üye 1: *‘atılma senebini bilmiyorum keşke ism i lanse etmeseydiniz’*

Üye 2: *‘İsmi ben değil siz yazdınız,şu saat itibari ile pekde goren olmadı demek bi tek ben gormusum.benim gibi grup eskilerinin hepsi biliyor llayi,ben yazsam ne olur yazmasam ne olur.’*

Üye 1: *‘ben teşekkür etmek için isim yazdım’*

Üye 2: *‘İyide o kişi grubumuzda değil dedim bende,niye uzatıyorsunuz ki.’*

Kurucu Lider: *‘Eski Satıcı Y hanım bize sordugumuz sorulara tam net ve samimiyetle cevaplar vermediği için cikarmistık daha dogrusu yeni gruba dahil etmemistik’*

Kurucu Lider: *‘psylasımı kaldırabilirsiniz böylece bu yorumları baskaları okumamis olur’*

Ayrılan satıcıların dışında bir de sahte hesaptan dolayı grupta şaşkınlık yaşanmıştır. Aynı isim ve aynı resim kullanılarak başkaları tarafından grup açılmış ve grubu arayanlar herkese açık olduğu için yanlışlıkla önce oraya üye olmuştur. Bir üyenin uyarısıyla durum anlaşılmıştır.

Üye 1: *‘Birine grubu tavsiye ettim, eklemiş ama beş üye varmış, grup linki nasıl paylaşabilirim, bu grubun çakmasını biri beni aydınlatsın lütfen, o bayanı ekleyemiyorum, çünkü facamde ekli değil’*

Üye 2: *'resminde görünen Topluluk X değil.herkese açık grup yazıyor gerçek Topluluk X olan grup kapalı gruptur.Bu sahte bir Topluluk X grubu'*

Admin 2: *'Yukardaki çakma'*

Admin 2: *'Bi bitmediler'*

Üye 1: *'Aynen bende şaşırdım, bayanı önce arkadaş olarak ekleyip sonra gruba ekledim, çakmalar oluyorda resme kadar aynı pes'*

Kurucu Lider: *'Çakmada çıgır açtilar bu grupla'*

Admin 3: *'Pes! ... ama fazlasıyla butik bir grupmuş(☺☺... 5 kişilik:)))))) çakmada çıgır:)'*

Kurucu Lider: *'Devamini getiremediler ilk actiklari andaki haliyle kaldı .coktan varliginin farkındayım bu grubun'*

4.3.3. Satıcıların mağduriyeti

Güven ortamı üzerine kurulan gurup ilişkileri uzun süre bir sıkıntı olmadan ilerlemiştir. Para ödenmeden siparişler gönderilmiş, zaman zaman ödemeler bekletilebilmiştir. Grubun 'gizli grup' olması dolayısıyla girişin zor olması uzun süre homojen bir güven seviyesini koruyabilmiştir. Ama bir müddet sonra bazı satıcılar bir grup insan tarafından dolandırıldıklarını fark etmişlerdir. Güvene dayalı ilişki kurdukları için geç fark etmişler ve bu durum bir kısım satıcı için para kaybına neden olmuştur.

Kurucu Lider: *'Arkadaslar satıcı grubunda gördüğüm kadarıyla satıcılarımızın ne çok mağduriyetleri varmis.onlar çok desteksiz kalmis hepsi en az bir kac kere alacağını alamamis yada cekinerek utanarak arayıp yatirtmak zorunda kalmislar ve hala bazilarida alacaklı bir kısmının kargosu geri donmus tabi bunlar onlara hep zarar .birde insanlar birbirine benzemiyor bazi uyelerde kaprislerde cabasi olmus biz sanıyoruzki hersey tıkr tıkr isliyor lutfen elinizi vicdanınıza koyun hangi market esnaf size aylar sonra odeyeceginiz sekilde urun veriyor.'*

Satıcı 9: *'Aslında mantıklı olan o fakat ürünler kargoda çok hasar görüyor insanların beklentisi boşa çıkıyor o esnada ücretide aldıkmi biz çok suçlu duruma düşüyoruz ve üzüliyoruz çok şükür kimse para ile ilgili problem yaşatmadı geneli sabit müşterilerimiz zaten bu ayardada gider hepside bilincli tüketici sağolsun kimi hastasına kimi çocuğuna kullanıyor insanımız emeğe saygı var'*

Üye: ‘Satıcı 9 bey internetten amerikadan ordan burdan bir suru urun almayı biliyorlar parasını yatırmadan yolluyormu o siteler? Hayır tabiki. Gelen urunde neyse o kabul ediyorlar. Sonucta bu bir alisveris ve bu alisverisi internet uzerinden yapıyorlar. Bu türk risklere karşı hazırlıklı olmalılar. Yoksa tabiki gidip bakkaldan alabilirler(bu arada 50 yıllık bakkaları bile veresiye vermez) sizi çok iyi anlıyorum takdir ediyorum bazı insanlar belliki bu durumu kullanmaya çalışıyor. Suistimal edilmeyin ödeme hesaba gecince urun cikisi veriyoruz diyin. Tabi sabit müşterilerinizde sanıyorum bu yazıyı okumustur burdalarsa, onlarda umarım siz söylemeden yeni sisteme geçerler.’

Admin 3: ‘Üye hın haklısınız... Ancak bazı üretici arkadaşlarla konuştuğumda, maalesef aldıkları cevap buymuş onun için yazdım... durumumuz yok sonra öderiz... bu nasıl bir saçmalıktır... anlayabilmiş değilim inanın... ayrıca vicdansızlık da... Admin 2 abla sağolsun çok önemli bir konuya değindi de anlamış olduk ... meğer ne çok mağdur olan üretici varmış...’

Üye: ‘Çok, çok haklısınız eniyisi emin olmadan para ellerine geçmeden malı göndermesin resmen dolandırıcı kaynıyor ortalarda insanları madur ediyorlar yazık.’

Kurucu Lider: ‘Armagan hanım mesela Satıcı 24’e dekont resmi atılmış oda para yattı sanmış ama dün kontrol etti ne para var nede kendinden alisveris yapan bayanla iletisim yolu .engellemiş heryerden. 280 tl uctu gitti ..diğer satıcılarımızda dün kontrollerini yaptı bir cogunun emegi az yada çok çalınmış iki gündür ciddi üzgünüm ve sinirliyim nasıl sofralarına koyupta coluk çocuk besleyebiliyorlar haramla bilmiyorum’

Kurucu Lider: ‘Satıcı grubumuzda hali görseniz iciniz acır ..hepsi kendilerini dolandıranlarla yazismalarını attı ve dertlerini yazdı çok üzüldüm’

Kurucu Lider: ‘Bir grup musallat olmuş değişik isimlerle yapmışlar alisverisleri karsilastirmaları yaptılar tel aynı adresler bazen aynı bazen farklı isim farklı yada ablam bilmemkime yollayın demisler mesela dekont resmide sahte sahte atmışlar bizim iyi niyetlilerde kanmışlar iki gün önce bir olay sonucu ortaya çıktı hersey’

Kurucu Lider: ‘Üye hanım grupta olmayan bir kişiyi desifre etmek çözüm değilki örneğin ilk isimden bu yana 5 ayrı isim kullanılmış birde dekont resmi atılınca ödeme tamam sanılmış bir kısmı bu uc gün içinde durumu farketti hırsıza kilitmi dayanır derler ya’

Kurucu Lider: ‘Arkadaslar iki gündür sinirden kuduruyorum diye tabir varya aynen öyleyim ..tarhanasından zeytinyağına sucuguna sosisine kadar herseylerini

almislar kargoları bile bazılarının satıcı tarafından ödenmiş ve dekont resimleri diye talimatların resmini çekip koymuşlar hesapta para olmazsa isleme zaten girmiyor ve hiç para vermeden bu ürünleri şimdi afiyetle ve hiç utanmadan yiyorlar çok afedersiniz ama kaba bir tabir olacak ama zehir zıkkım olsun böyle yapanlara ..birde cete gibi çalışmışlar ... Instagram sayfasından baktıkta halleri vakitleri yerinde insanlar birde'

Üye: *'esnaflar tlf nolarını alıyor nasıl para odemiyorlar oyle belescilikmi olur haram çokluğuna çocuğuna gönül rahatlığıyla yedirtiyor vallahi kar yapıym derken daha büyük zarara uğrar yapmasın kimse hak yemek çok kötü bir şey'*

Üye: *'teşhir edin bir daha kimse onlara ürün satmasın, bu platformda asıl değerli olan şey küçük üreticiler bence, müşteri çok ancak burada bir araya gelip sizlere hizmet etmeye çalışan, temiz ve doğal üretim yapan küçük üreticiler çok nadir. ne demek mahkeme ile tehdit etmek nasıl bir ezikliktir bu, aynı şeyi markette alışveriş yaparken yapsana sıkıyorsa defol git derler adama'*

Admin 3: *'kargonuz yola çıktı diye mesaj atıyorum herkese genelde dönüp teşekkür ediyorlar ya da hangi kargo diye soruluyor bu hanım hiç cevap vermemiş sabahtan beri arıyorum mesaj atıyorum dönmüyor almayacaksanız da dönün diyorum tık yok bende sayfada adını etiketlemeye çalışarak çağrıda bulundum bunu gören eski Satıcı Q uyardı beni çeşitli isimler altında onada yapmış aynı şeyi iki aynı adresle üzölmek değilde nasıl diyeyim kötü hissettim epeyde sohbet etmiştik bu hanımla gruptanda çıkmış zaten'*

Üye: *'ÇETE BUNLAR'*

Admin 3: *'ben uyarılmasaydım hastadır görmemiştir diye beklerdim ama bunlar çete olmuş maalesef'*

Admin 3: *'Eski Satıcı Q sağolsun uyardı beni isimleri o verdi hatta bende iki isim vardı'*

Kurucu Lider: *Satıcı arkadaşlar lütfen çok dikkatli olun Satıcı 35 kardesimizide dolandirdilar oysaki o nasıl iyi niyetliydi o surecte birde her yerden engel koydu kötü niyetli kadın. Birde yeni dogum yaptim demis engelleri koymadan önce insan cocugundan korkar bunlarda Allah korkusunda yok'*

Dolandırılma olayının nasıl ortaya çıktığını ileriki günlerde Kurucu Lider açıklamıştır. Tesadüfen ortaya çıkmıştır. Dolandırıcıyı gruptan ayrılan Eski Satıcı Q'in farklı bir isimle grupta olanı biteni takip etmesi sayesinde öğrenmişlerdir.

Kurucu Lider: *‘Bence o an evde olmamaları kargonun geri dönmesi Admin 3 abla için sans olmuş kargo eve gitmiş .Admin 3 abla kargonuz subeye dondu demek için aramış ulaşamayınca gruba adını yazmış Eski Satıcı Q de baska bir hesapla grubu takip ediyorsa o hesapla ismi görünce Admin 2 ablayı uyarmış ama bu arada kendiside 1500 tl kadar bu kisininde aralarında olduğu bir grup kisi tarafından dolandırıldığını fark etmiş ..yazık günah nasıl boğazlarından geçiyor’*

Olaylar ortaya bu şekilde çıkınca başta Kurucu Lider’in müdahalesiyle hesaplar ortaya dökülmüş ve tahsil edilemeyen meblağların üzerine gidilmiştir.

Kurucu Lider: *‘Arkadaslar 3 gün içinde satıcı arkadaşların aylardır alamadığı paraları hesaplarına yatırıldı .baya bir uğrastık ama coguna ulaştık . bizde yönetim olarak huzura kavuştuk ama olurya gözlerinden kaçan yada yatmayan paraları varsa yatırmayan yada yatıramayanlardan ricam onlarda bir an önce yatırsınlarki grubumuzun isleyisi sağlıklı olarak devam etsin’*

Üye: *‘Ne kadar ayıp urun alipda parasini ödememek’*

Üye: *‘neden satıcı arkadaşlarda,bizler gibi sıkıntılarını genelde paylaşmamışlar.aylarca sattığı ürünün parasını alamamak ne demek.çok üzücü ve sıkıntılı bir durum.’*

Kurucu Lider: *‘dekont resmi atmışlar ama ödeme emrini tiklamadan ..resmi çekip yollamışlar hemde kac kere bizimkilerde yatti sanmış aynı kisi hemde kac kisiye böyle ve defalarca yapmış birde safa yatıyor banka hatası diyor ama neden engel koyduna cevabı yok’*

Kurucu Lider: *‘Toplu hareket edildiğini ve hukuk yoluna gidileceğini görünce yatırdı en çok mebla ondaydı .. Ifsa edileceğini anlayan yada edilen gruptan çıkıveriyor zaten’*

Üye: *‘Ben bunun bütçeyle değil ahlakla ilgili olduğunu düşünüyorum. Parası olmadığından değil, bu gariban satıcı bir yaptırım uygulayamaz nasılsa diye parasını bilerek ödemiyor bunlar. Bütçesi uygun olmayan ahlak sahibi iyi insan canı istesede ödiyemeyeceği siparişi vermez. Bu yapılan hırsızlıktır, başka bir şey değil.’*

Üye: *‘Nasil bu kadar kolay haram yiyebiliyorlar. Kul hakkını nasıl odayecekler. Aycin ve Satıcı 2 hanım'a çok uzuldum. 5 kilo yaprakdan, o yoğunlukta sarma yapmak kolay mı ? Satıcı 2 hanım bildiğim kadariyle bobreklerinden rahatsız birde. Bende butik çalışıyorum gıda üzerine. 5 kere basıma geldi ve hakkımı helal etmedim.’*

Üye: *'nasıl haram lokma yiyor ve yediriyorlar anlamıyorum sarma yapamıyorsan almayacak ve yemeyeceksin bu kadar basit ve net paranız yoksa alıp yemeyeceksiniz bu insanların burdan aldığı parayla malzemesini alıyor ewinin gecimini sağlıyor yazıklar olsun odemeyenlere'*

Kurucu Lider: *'İş yoğunlугundan hesapları kontrol edemiyor cogu nasıl olsa yatar mantığındalar birazda ama bu ara baya mağdur oldular'*

Üye: *'Soz konusu gıda olunca kapıda ödeme büyük risk. Kapiya gelmiş ama geri cevrimis birçok gıda bozulabilir.'*

Satıcı 2: *'Kapıda ödemede çözüm değil para ödemeyen kargoyuda almaz daha da zarar hem yollarken para veriyoruz hem gelince hem ürünler ziyan oluyor daha kötü'*

Satıcı 14: *'Bir kargoyu iki kez gönderdim..iki kez ayrı ayrı parasını ödedim.. En son dağıtım yapan kargocunun kendi özel telefonunu buldum.. Yemin etti abi kimse yoktu diye.hatta telefonla aradım dedi.alıcı beye ilettim telefon yasak çalıştığım yerde dedi.ama o zaman hata sizde dedim.. Kabul etmem dedi..iyi napalım bize kaldı, hadi kalp kırılmasın bizden gitsin.inanın çok örneği var ama küçük şeyler diye dile getirmiyoruz..yeterki samimi olunsun bir şekilde çözüyoruz'*

Satıcı 14: *'Alıcı dostlara anlayışları için çok teşekkürler.. Malesef çürük elmalar çıkıyor..ama inanın % bir bile değil.. Ama yüz lira da olsa bize zarar veriyor..emek bir yana,moral bozuyor, dalga geçer gibi pişkinlikle ödeme yapmamak..normalde herkes çalışıyor, mutlaka tolerans olmalı zaten ancak böyle olayları yaşadıkça zor durumda kalıyoruz.. Toptancılara ödemelerimiz oluyor..tekrar herkese teşekkürler..'*

Kurucu Lider: *'Satıcı 12'nin parası bu sabah yatırıldı arkadaşlar ..Satıcı 14ün parasinida Üye hanım mesaj atmamıza ragmen donus yapmamisti insallah oda yatırıp kul hakkı vebalinden kurtulur .isim vermek hic hos degil ama baska care bırakmadı bize'*

Bu mağduriyetler sonrasında, zaten adminlerin tavsiye halinde sürekli söyledikleri önce ödeme alınmalı ifadesi kural haline getirilmiştir. Güven ortamı vaat eden bir satış ortamında üyelerin bir kısmı bu tavsiyeye itiraz etmişlerdir. Hatta satıcılardan bile gerek yok diyenler olmuştur. Bu dolandırıcılıkların ortaya çıkmasından sonra, grup bütün olarak kurala sahip çıkmıştır.

4.3.4. Satıcılara itham ve imalar

Bu ve bundan sonraki iki tema birbiriyle bağlantılıdır. Satıcılara yapılan imalar ve ithamlar; grupta karşılığını, satıcıları diğer üyelerin savunması ya da satıcıların

kendilerini savunması olarak bulmaktadır. Bu alt temada açılan postlardaki alıcıların, satıcılar ve/veya ürünleri hakkındaki imaları ve ithamları yer almaktadır. Çok sert olmasa da çatışmaya yol açan bu yorumlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

Üye: *'Geçen sene 2 kilo aldığım lezzetini bildiğim için 6 kilo aldığım yerli ceviz.geçen senekinden eser yok yarısı başka büyük cevizle karışık ve büyük cevizlerin içide görüldüğü gibi siyah ve tadı acı Artık 2 oldu her verdimiz sipariş acaba nasıl bişey gelicek diye tedirginliklemi beklicez(kendi adıma).6 kilo maddi yönü? 3 yaşındaki çocuğum nasıl yiyebilir ? Bu gibi satıcılarımız hiçmi birtane bakıpta biz parasını veren insanlara n gönderiyoruz acaba diyorlarmı? İçinden 3. 5 tane olsa asla laf etmem kırdımın yarısı farklı yarısı farklı.'*

Üye: *'Diyecek okadar çok şey varki ama birde iletişime geçmek istiyorum ama nafile kimseden dönüş yok.'*

Satıcı 21'in ürünlerindeki sıkıntılardan dolayı bir üyenin açtığı postta bazı imalarda bulunduğu yorumlar grubun bu konulardaki davranış kalıplarını görmemizi sağlamaktadır. Bu tarz ithamların olduğu postlar pek açılmamaktadır. Genelde de satıcıları diğer alıcılar savunur.

Üye 1: *'Lütfen bir satıcı arkadasimizi cok fazlasiyla para hirsinda gormeye basladim...tamam uretmiyoruz emegimizde yok bu konuda hemfikirim ama cer cop kurtlanmis boceklenmis yada kuflenmis seyleride haketmiyoruz degilmi? Bir satıcı arkadas elimde kalanlar diye liste cikarmis altina arkadaslar kurtlu ciktigini yazmislar ve satıcida bunu bilip halen elinde kalanlari bize satmaya calisiyo biz neyiz'*

Kurucu Lider: *'Geldiginde kurtluysa sonuna kadar haklısınız'*

Üye 1: *'Bana gelenler oyleydi yazmis arkadasimiz Diger arkadasa gidenlerde oyleymis'*

Üye 2: *'Kurucu Lider hanım, ne olur yanlış anlamayın, sizi çok seviyorum ama buraya bir kez satıcı olarak giren yerini garantilemiş mi oluyor, neden Satıcı 21 Hanım bu kadar rahat anlamış değilim, önce küflü hurmalar, yıkayıp kurutun ifadeleri, sonra ceviz olayı, şimdi de kurtulanmış hünnap... Bu guruba satıcı olarak girmek kolay değilse satıcı olarak kalmak da kolay olmamalı. Lütfen sizden konuya el atmanızı rica ediyorum'*

Kurucu Lider: *'Arkadaslar ben Satıcı 21 hanımla ilgili gelisen olaylara mudahil olmuyorum o konuda Admin 2 ablayı muatap alacaksınız çünkü Admin 2 abla ona bir*

sans daha verelim diye bana yazmıstı bende herhangi bir sorun olursa sen muatapsın artık ben karışmıyorum demisti...

Üye 3: 'Kaç zamandır ürün satıyor bu hanım. .uzun süre oldu...sonradan mı bozuldu acaba merak ettim..yorum yazanlar aydınlatabilir mi?'

Üye 3: 'Cevizden herkes çok memnundu bu aralar herkes şikayetçi. .o zaman farklı yerden mi alınıp satılıyor'

Üye 1: 'Satıcı 21 hanım bakın güzel ürünler sattınız ve yedirdiniz o zaman kim kasınızın üzerinde goz var dediki...benim hunnap noktasındaki kızgınlığım 2 kişi kurtlu demis ...bunu bizlere yollamaya calisiyonuz halen ...bile bile ...bu çok agirima gitti benim'

Üye 1: 'Bizde buna benim elimden ciksinda kimin elinde kalırsa kalsin denir cope atmalık mal almiyoruz ne yazikki ulkenin sartlarida ortada'

Üye 4: 'Tek bir kişiye herkes yoğunlaşmış ama daha önce inciri kurtlu ve gramaj eksik diye belirttiğimiz ki benim 2 siparisimdede gramaj eksikti aynı ürün satısta? Defalarca belirttim ama o konu üzerine gidilmedi malesef..'

Üye 1: 'Kimse bu parayı kolay kazanmiyo bu acitasyon edebiyatına girmek yanlış bence...'

Üye 1: 'Ekmek kapisina mani olmak derken biz kimsenin ekmek parasina mani olunsun demiyoruz piyasanin 2 kati para odayerek arti birde kargo parasi var ...sadece biraz daha ozenilmis urun istiyoruz kaldiki mayis ayında gruba uye olup Satıcı 21 hanimin koyune kadar gittiginize gore iyi arkadassiniz'

Üye 1: 'Sezon basindan beri surekli olaylar tek bir insandan ciktiği için olabilirmi'

Üye 1: 'İsten bahsediyoruz para kazanılan onun emek sarfettiği kadar karsi tarafında emegi olan birseyden'

Üye 4: 'Eski Hurmaların tam kurumadan yollanmasının sebep-i neydi ki Satıcı 21 hanım?'

Üye 1: 'İsyerinde surekli hatalariniz olsa patrona hatalarimdan ders aliyommu diyeceksiniz'

Üye 1: 'benim kurtlari sevmem'

Üye 1: 'Nicin hic alıcılar tarafından bakilmiyo 2 yıldır burdayım şimdiye kadar kime böyle form acmisim kaliteli ürün isteme hakkımız yokmu ?'

Üye 1: ‘Duygusal davranılmadan bu ayki olaylari bir dusunun dedimki bu sezona kadar guvendigim saticilardandi burada hizmet istemek hizmet beklemek hakkim’

Üye 2: ‘Satıcıyı savunmak adına yapılan yorumlar iyice saçmalama moduna döndü. Kesinlikle duygusal davranılıyor’

Üye 1: ‘Bu arada Satıcı 21 hakli diye saatlerdir bir kisinin ustune yukleniyosunuz...ama Satıcı 21 aci cekiyö Satıcı 21 yiprandi sadece kaliteli alisveris etmek isteyen kurt gormek istemeyen ben kotuyum’

Üye 1: ‘Bu haftaki kurtlu cevizlerdemi posette kaldı’

Üye 1: ‘Sizde surekli takip etmiyosunuz galiba sezon basindan beri hep kuf hep kurtlu urun ama hep bir neden var dimi’

Üye 5: ‘Ben bir ay önce Satıcı 21 hanımdan hünnap Aldım çok güzeldi,hemen bitti.İkinci kere aldığımda kurtlu çıktı. Satıcı 21 hanım da açıklamasını yaptı,hastalanmış hemen gönderememiş.Diğer aldığıım ürünlerin hepsinden memnun kaldım.Telafisini de yapacak.Ben başkaları madur olmasın diye yazmıştım.Lütfen kırıcı olmayalım.’

Üye 1: ‘Bu kadar konusmada kimse magdur olmasin diye zaten’

Üye 6: ‘Satıcı 21’den yaprak, yaş ve kuru üzüm aldım, hepsi çok lezzetli ve güzeldi. Bunlara ağırlık verirse yine çok güzel satışlar yapar. Her şeye yetişmeye çalışmak kaliteyi düşürüyor.’

Üye 7: ‘Ben su ana kadar bisey almadim ama hep okudugum zamanalr bu hanimla ilgili yorumlar sebebi ile gruba olan guvenim sarsildi sizin mantiginiz cok dogru dogal degilse bozuksa neden alayim ?? Tum emek edenler icin uzucu Satıcı 21 hanimda ozelinden satar’

Yukarıdaki gibi doğrudan açılan ima postlarının dışında çeşitli postların altında da böyle yorumlara rastlanılmaktadır.

Üye: ‘Emekleriniz heba olmaz inşallah lakin başkasına sözü olan işçilere 2 kat teklif vermeniz iş ahlakı ve hukuku açısından etik olmamış. Saygılarla’

Üye: ‘iscilerinimi ayartmis oluyorsunuz o tarla sahibinin yerine koydumda Satıcı 1bey simdi s z baska bir tarlanin kendimi gercekten zor bir durum .adam kimbilir ne zaman ayarladi o iscileri seneye yovmiyeler cok pahali derseniz buna siz sebeb olmus olacaksınız diger tarla sahipleri bide sizin gibi psrakende satmiyor toptan veriyorsa zaten daha ucuza verecekler .icimdeki ses keske boyle yapmasaydiniz diyor’

Bazen çatışmalar ürün üretici alıcı üçgeninden bağımsız diğer faktörlerden kaynaklanmaktadır. Kargonun bir türlü ulaştıramadığı bir ürün için yaşanan sıkıntı örneğinde olduğu gibi.

Üye: *‘ne demek istediniz anlıyamadım.burda aldığım ürünler 1 günde elime geçiyorken 5 gündür kapalı havasız bir ürün için benmi suçlu oluyorum şimdi?’*

Üye: *‘üstelik alınan et ürünü ve nemli azcık empati yapın sizin başınıza gelse ne yapardınız riski göze aldım siperiş verdim yemeğe devam mı derdiniz’*

Üye: *‘Admin 3 satıcı elinden geleni yapıyor ama kargo getirmiyor şimdi bu risk banamı kalıyor?’*

Üye: *‘Admin 3, 5 gün nemli birşeyi lütfen sıkı sıkı pakette tutun birde bu et ürünüyse:(içinize sinerek tüketirmiydiniz size soruyorum?’*

Üye: *‘dolapta değil tamam hava soğuk ama buzdolabında bile kıymayı 5 gün tutun bakalım ne oluyor’*

Bir üyenin verdiği bal siparişi sonrası imalarda bulunduğu bir post açması sonunda bal satıcısının gruptan ayrılmasına kadar gitmektedir.

Üye 1: *‘Kargo fişi nasıl olmaz yani bu balın nereden geldiği belli değil mi? Adres bilgileri yazılı değil mi’*

Üye 2: *‘İlk bal satisına basladigin da sekerlimi sekersizmi baliniz diye soran bir kac kisiden biriydim baya bir gec cevap vermisti "sekersiz" diye ve yine musteri memnuniyetini referans gostermisdi beyfendi yeterli gelmemisti acikcasi bunlar bana ve almamistim’*

Üye 1: *‘Ben baldan şüphelendiğimi söylüyorum arkadaş bana ikram bal göndermek istiyor’*

Üye 1: *‘Satıcı 22 bey şuan bizi telefonda tehdit edip şerefsizlikle suçluyor’*

Üye 1: *‘arkadaş 15 dakika olmuştur eşimi telefonda rahatsız etmeye devam ediyor’*

Üye 3: *‘Linc kelimesini ne kadar rahat kullanıyorsunuz Satıcı 22 bey .Hanimefendi sorununu özelden cozebilse buraya yazmazdi .Siz gerekli zemini hazirliyorsunuz kusu ve suphe icin sonra "linc" etmekle sucluyorsunuz bunun farkinda olmalısınız öncelikle. Satıcı 22 bey ben balımdan eminim derken sekersiz olduğundan mi glikozsuz olduğundan mi yada her ikisinin de olmadigından mi eminsiniz ?’*

Üye 1: *‘Satıcı 22 ben abartmıyorum tatlıya bağlanan bişey yok iban istemeniz dışında size bu mübarek günde bize yaşattıklarınızdan dolayı eğerki bi hakkımız varsa helal etmiyorum haksızsam eğer sizde helal etmeyin hakkımı aradım abartıyorda oldum’*

Üye 1: *Kurucu Lider doğru söylüyorsunuz en güzeli o idi ama numune verilmemiş bana yazdığı cevaba bakarmısınız Kurucu Lider hanım ben başka bal yollarmışım bu arkadaşın kendine olan güvenini gösteriyor Kurucu Lider hanım lütfen burda yazmadan önce sizden izin aldığımı ilk size yazdığımı arkadaşlar söylemişsiniz’*

Üye 1: *‘Satıcı 22 sizi tanımam etmem neden karalama kampanyası başlatayım burdan aldığım ürünlere gerek özelden gerekse sayfadan memnuniyetimide yazıyorum’*

Üye 1: *‘tadı kötü demedim bize çok tatlı geldi petekler sert geldi dedim Satıcı 22 bey daha önce yediğimiz bal çam balıysa bu doğan tatlı gelmiş olabilir dedi sadece doğal olup olmadığını öğrenmek istedim bununda hakkım olduğunu düşünerek’*

Üye 4: *‘Satıcı 22 Tarım bakanlığı yetkililerine ben sizin isminizi verdim. Bakanlıktan gelen cevapta yazıda da şikayetten bulunduğunuz şahıs ile görüşülmüştür yazıyor. Telefonda da özellikle üç dört neden yetkililere örnek vermediniz diye Sorduğumda . Sordukları ben değil amcam dı demediniz. Benim size karşı bir düşmanlığım Nasıl olabilir. Ben size rakip olacak bal üreticisi değilim ki. Sin ürünü kötülemek için böyle yola başvuralım. Kaldı ki öyle bir niyetimiz olsa. Piyasada çarşıda pazarda satılan şekerli sahte ballar var. Köyümde şerbetle bal üreten arkadaşlarım var. Böyle bir örnek alır özel laboratuvara tahlile yollar, gelen menfi görüşü burada yayınlardık. Fiyatı bal fiyatından pahalı olduğu içinde ve resmi olması için bakanlık şikayet hattına yapmayı uygun gördük. Örnek vermiş olsaydınız ve bakanlıktan gelen olumlu, yenilebilir raporunu burada Paylaştığımızda grupta bulunan arkadaşların takdirini alacaktınız. Belki de il müdürlüğü iyi bir bal üreticisi olduğunuz için size belge verecekti. Fakat sizin gerek telefon konuşmamız da gerekse burada ki yazışmalarınız da tedirgin olduğunuzu ve kendinizi haklı çıkarma gayreti içinde olduğunuzu görüyorum. Umarım haklı çıkarsınız. Biz mahçup oluruz. Dediğiniz gibi Kurucu Lider hamına bana yollamayı ısrar ettiğini bal parasını yollayın. Bende Kurucu Lider hanıma paket halinde geldiği gibi balı yarın kargo ile kendisine yollayacağım. Gelen tahlil sonucu sizi de beni d grupta herkesi rahatlatacaktır, ben Kurucu Lider hanıma tahlil labaratuvar adresini vereceğim. Kabul ediyormuşsunuz. Kabul edeceğinizi tahmin ediyor ve bekliyorum. Balınıza güveniyorsanız. İyi akşamlar.’*

Üye 1: ‘Satıcı 22 şuan yaptığınız terbiyesizlik neden balınıza bişey katayım kendinize olan güveni göstermiş oluyorsunuz sonradan katılan bişey varmı diye itiraz edersiniz’

Üye 1: ‘Satıcı 22 sen bunu yazarak kendini haklı bizi sözde haksız duruma düşürdüğünü sanıyorsun sanırım tek istediğimiz doğal bal yemektir bu saatten sonra senin balının doğal olup olmadığı beni ilgilendirmiyor çirkeflikle kazandığını düşünüp sevinebilirsin’

Üye 1: ‘Kurucu Lider burda yazmadan sorunumu size yazıp sizden onay aldım bu arkadaşları tanımam etmem balı bana güven vermedi kendi adıma güvenerek yemek istedim şerefsizlikle suçlandım postu yoruma kapatın lütfen isteyen alır isteyen tahlil yaptırır beni ilgilendirmiyor ben güvenmek istedim SUÇLANDIM’

Zaman zaman Satıcı 5 ile ilgili çeşitli üyeler sıkıntılarını dile getirmekte

Üye 1: ‘Satıcı 5 hanımdan eğri çekirdek ve kalamata zeytini ve incir aldım.Kalamata zeytinini beğenmedim.İncir ve eğriçekirdek zeytini süper.Sağolsun iyi yaşasın.Esnaflığı iyi ama işçilerine verdiği yemeği gösterip 4 kg zeytin bile toplamadıkları halde 75tl ücret alıyor diye yazmasını çok yadırgadım.Üzüldüm’

Üye 2: ‘Bozulmuş bezelyelerim için birşey yapmadı’

Üye 4: ‘Satıcı 5 zeytinin de iyisini bilirim yağında tuzun da domatesin de Ettiler damak tadına uymuyor diye demedim zeytinin kendisi iyi değildi hayal kırıklığına uğradım üzülmeysin’

Satıcı 21’in sattığı hurmalar hızlı küflenince üye serzenişte bulunmakta:

Üye 1: ‘Satıcı 21 hn sizinle ilgili grupta paylaştığım durumda lütfen cevap verir misiniz çünkü özel den söyledim ama açıklık getirmediğiniz’

Üye 1: ‘al bunları yenisini gönder demedim.on günde bi ürün bu hale gelir mi diye sordum.paranın konusu asla olmadı’

Üye 2: ‘Kurumus urun de rutubetli ortamda kuflenebilir.....yada ilk kurutmadaki hatadan olur....olay yada sonuc bu degilki..yaklasim tarzi....yika balkona koy ..yaklasimi ismi guven le basliyan siteye uygunmu.....gerci bende burdan z.yag siparisi vermistim..hic gelmemisti ya neyse’

Üye 3: ‘Ben daha dün aldım kargodan ve buzdolabındaydı 1 günde bu hale gelmiş’

Üye 4: 'Üye 1 hanım hatırlarmısınız ben bademler geldiği gün bayattı satıcı kavrulmadığı için size öyle gelmiş demisti. Elimdeki bademler ve dutlar 1 ay olmadan yüzlerce kurt ve güve olmuştu. Uygun koşullarda. Sakladığım halde demistim. Sizde benim paylaşımına ilaçsız ürün kurtlanır. Sorun? Yazmıştınız'

Üye 5: 'Bende bu konudaki görüşümü dile getireyim.ben Satıcı 21 hanımdan geçen yıl hurma kurusunu 30 dan aldım .Çok da güzeldi.sonra ürünü bitince başkasından temin ederek 35 e aldık grupça.bu normaldi .çünkü bi yere gidip başkasından alıp emek harcıyordu ..bu yıl ürünün 40 tan başlaması beni irlite etti ..cevizi çok güzeldi inşallah yine alicam.ama hurma konusunda böyle bir düşüncem oluştu.yanlıışsam konuşalım lütfen'

Üye 1: 'Evet gördüm Satıcı 21 tskler. Benden küflenen hurmaları istiyorsunuz.ama ben onları o haliyle tutacak deyildim ve attım.resimledim.parayıda yeni ürünüde siz teklif ettiniz.ben lafını bile etmedim.teklifinize karşılıklıta.Kurucu Lider hn bilgisi dahilinde seçimim'

Üye 1: 'Konu kapanmıştır beni daha fazla üzmezin.ürünü attım.ama paranın peşinde olmadım.istetseniz gönderebilirim.yalnız konuyu kapatın.'

Üye 6: 'Benden de küflü hurmaları istedi Satıcı 21 hanım. Ben kargo çok tutar dedim ama ayrı ayrı paketleyip gönderin kargo anlaşmam var dedi. Atmamıştım iyi ki... yarın göndereceğim.'

Üye 1: 'Bu nasıl bi şey ya anlayamadım.hep onu gemi etmek lazım bu arkadaşları anlayamadım.yanlıışlar söylenincemi insanlar kötü oluyor.ben Satıcı 21 hn dan kendisine yakışanı yapmasını beklerdim.özüir dileyip konuyu kapatabilirdi.ama o uzattıkca uzattı yeter yani'

Üye 6: 'Merhaba arkadaşlar. Satıcı 21 hanımdan aldığım hurma kurularında geçen yıl hic sorun yasamadım fakat bu yıl ki hurmaları bir arkadaşın açtığı post sonrası kontrol etmek istedim ve küfle karsılastım. Söylediği şekilde gelir gelmez dolaba koymuştum. Resimleri yoruma ekleyeceğim.'

Üye 6: '6 kg almıştım durum bu... diğer kutularda da küf mevcut.'



Üye 7: *‘Ahh Satıcı 21 ne yaptın sen ??? Bi kere o havalar yağışlı vantilatörle kurutmaya çalışıyorum gibi bi paylaşım yapmıştın,o zaman bende aflatoksin olsaydı düşündüm ama Satıcı 21 bu paylaşımı yapıyorsa kendine güveniyordur dedim.Ben seni iyi niyetli bildim’*

Bu konu sonraki günlerde de yorumlarda konuşulmuştur. Satıcının tavrı ve çözüm odaklı olmaması grupta eleştirildi. En sonunda Kurucu Lider müdahale ederek olayı çözdü. Grup bu tartışma sonrası satıcıları daha rahat eleştirmeyi, doğal ürünün aynı zamanda sağlam ve sağlıklı da olması gerektiğini öğrenmiştir.

4.3.5. Satıcıları savunma

Bu alt tema satıcılara yapılan imaların üyeler tarafından savunulduğu yorumları içermektedir. Grup içi bu tip çatışmalarda bu alt temalar bize üyelerin satıcıları sahiplenme durumu hakkında fikir vermektedir. Savunma yorumlarının sayısı itham ve ima yorumlarının sayısının çok üstündedir.

Örneğin ceviz alıp memnun kalmayan bir üyeye diğer üyelerin yaptığı savunmalar şu şekildedir;

Üye 1: *‘Bilerek yapıldığını düşünmüyorum aynı ağacın verdiği mahsul farklı çuvallara konuluyor kimi nemleniyor böyle siyahlasıyor kimi erken kırıldığı için beyaz kalıyor eğer kuf yoksa yiyebilirsiniz’*

Üye 2: *‘Kararanlar güneş yanığı diye biliyorum.’*

Üye 3: *‘Ben çok uzun zamandır Satıcı 20’den alırım gayet de memnunum Satıcı 21 doğum yaptı yapacak o yüzden mesajınıza geri dönüş yapamamış olabilir yoksa kendisi çok ince kibar ve ilgilidir telafisini yapacaktır’*

Üye 4: *‘Ben kendisinden alisveris yaptim , rengi koyu olma konusunu sormustum o da soyle cevapladi. Cevizlerin tadi gayet guzel, koyu renk kabuklular dahil.’*

Üye 5: *‘Ben de bu sene 3 kg bir 10 kg bir aldım evet bazılarında kuruluk var elle soyum yapılanlar 2.parti ilki daha güzeldi makineyle soyulup yollanmıştı ama acılık hiç görmedim’*

Üye 6: *‘Sezon başında 10 kg Yalova cinsi aldım, içleri oldulça dolgun ve kararma yok, geçen sene aldıklarım da daha çok kararma ve arada doğal olarak bozuk çıkıyordu, Satıcı 20 Hanım cevizlerin güneşe bakan taraflarının karara bileceğini söyledi.’*

Ürün gelmeden asla ödeme yapmayacağını belirterek satıcıya kızan bir üyeye diğer üyeler satıcının hakkını hemen savunmaktadırlar. Zaten bu tip bir iki çatışma sonrası önce ödeme sonra ürünü gönderme kuralı grupta yerleşmiştir.

Üye 1: *‘O zaman satıcı da sana ürün göndermez ne bilsin parasını ödeyeceğini. Ayrıca alıcının verdiği cevap da çok kaba. Her kimse bir an önce bir üslub dersi almasını tavsiye ederim.’*

Üye 2: *‘böyle insanların gruptan çıkarılması gerektiğini düşünüyorum; hem kurallara uyma hem de kaba saba konuş. satıcı değil, alıcıyım. her alışverişimde direkt ücreti ödedim ve ürünü bekledim.’*

Üye 3: *‘Parayı alıp ürün göndermeyen hiç duymadım ama alıp da ödemeyen malesef duyuyoruz’*

Üye 4: *Grubun alışveriş kuralları bir yana, nasıl saygısız, nasıl horgören bir uslub bu. Çok rahatsız edici. Gruptan çıkarılması önerisini destekliyorum.’*

Üye 5: *‘Havale yapmadan sipariş vermeye çalışan kişinin.Zaten tarzı da hoş değil’*

Üye 6: *‘Uslup çok çirkin bi kere ya ne sanıyoruz kendimizi’*

Satıcılara ithamlar imalar alt temasında yer almakta olan Satıcı 21 ile ilgili tartışmalarda savunma cephesi de vardır. Üstelik bu üyeler sayısal olarak şikayetçi olanlarda daha fazladır. Ama konu sağlıkla ilgili olduğu için Kurucu Lider Satıcıyı ciddi bir şekilde uyarmıştır. Ama bu birkaç şikâyet ve itiraz, grup uyumu üzerinde azınlık etkisi yapmış ve şikâyet etmekle ilgili çekinceleri olan diğer üyelerin harekete geçmeleri konusunda teşvik edici olmuştur.

Üye 1: *‘merak ediyorum siz neden Satıcı 21 Hanımın çıkarılmasını istiyorsunuz. Ürünlerini almamanız yeterli gelmiyor mu. Ürünlerini begenmeyen almaz bu kadar basit. Ben yapraklarını çok begeniyorum be alıyorum begenmediğim ürünlerini de almam. Almamanıza rağmen ısrarla çıkarılmasını istemeniz hiç hoş değil.’*

Üye 2: *‘Biraz ağır eleştirmiyor musunuz ben bir başkasından kuru incir aldım iki gün buzdolabında sakladım ve kurtlandı Satıcı 21 hanımın ürünleride gittiği yerde bozuldu kimsenin ekmeğiyle oynamayın günahdır’*

Üye 3: *‘Yazmayım dedim ama dayanamadım gerçekten ! Satıcı 21 yı tanımasam bu işleri nasıl yaptığını nasıl uğraştığını bilmesem şu birkaç kişinin yazdıklarının üstüne onun hakkında neler düşünürdüm kim bilir..’*

Üye 2: *‘Tabii ki kolay kazanılmıyor ama sadece Satıcı 21 hnm değil herkeste olabiliyor niçin bu hanıma bu kadar yükleniyorsunuz’*

Üye 2: *‘Hata insanlar içindir siz hiç hata yapmadınızı yanlışını anlamış telafisini yapmış’*

Üye 1: *‘Almayın kardesim almayın alanada mani olmayın’*

Üye 2: *‘Sanıyorum sizin Satıcı 21 hanımla kişisel bir sorunuz var bu konu üzerinden gidiyorsunuz’*

Üye 4: *‘Ben hünnap ve kuru siyah üzüm aldım. Üzümü gelir gelmez derin dondurucuya attım hünnap 2 aydır bez torba da kapalı balkon da duruyor kurtlanma olmamış. Satıcı 21 hanım ısrarla hünnapın kurtlanabileceğini söyledi. Mümkünse buzdolabında saklayın diye uyardı.’*

Üye 5: *‘Taksim meydanında sallandırılım Satıcı 21 hanımı herkese ders olsun olur mu ? zannedersiniz herkes dört dörtlük muhteşem her yaptığı 10 numaralık iş ... hatalar olur telafi edilir ucunda ölüm yok bu kadar katı olmaya da gerek yok tabi ki satışa devam etsi’*

Üye 6: *‘İyi de siz Satıcı 21 hanımın açıklamasını dinlemiyorsunuz ki?! Hunnapları paketlemiş, hastalandığı için gonderimi gecikmiş ve paketi acmadan kargolamış. Sorun burda oluşmuş. Telafisini de yapmış yada yapacak.’*

Üye 6: *‘İlacsiz agactan olduğunu ilk partinin bittigini orda da açıklamıştı. Art niyet ararsanız art niyet görürsünüz. Onu da telafi ettigine eminim ben. Siz sahtekarlıkla suçluyorsunuz alenen, bu çok ayıp bir şey. Elestiri getirecekseniz saygılı ve düzgünce...’*

Üye 5: ‘Bir yaprak yolluyor içinden 1 bardak su çıkmıyor tıka basa dolu gayet güzel incecik ... hurmalar ,üzümler yaşı kurusu muhteşem ... dünya üründen 3-5 hata var tamam öldün sen !!! el insaf başka da bir şey demiyorum’

Üye 7: ‘Bu GRUPTAN ne aldım ki Satıcı 21 hanımdan da aldım hiç bir sorun yaşamadım. Alınan ürün taze ve yeni bir ürün bunu güzel muhafaza etmek gerekir diye düşünüyorum. Ki telafisi yapılmış yada yapılacak bu kadar ısrarla çıkarılmasını istenilen kişi için el ...’

Üye 8: ‘Bir hata oldu diye bu kadar gaddar olunmaz Satıcı 21 gereken açıklamaları yaptı inkar etmedi el insaf.’

Üye 8: ‘Bende bir çok ürününü aldım hiç sorun yok çok güzeldi.’

Üye 9: ‘Yaprak ile beraber kuru üzüm satısında grupta olsa ? Sonucta kuru üzüm ile ilgili sorun yaşanmadi yada ben hic denk gelip görmedim’

Üye 10: ‘ama Satıcı 21 hanımın pekmez ve kuru üzümü de güzeldi’

Üye 11: ‘Benim siparişlerim bugün geldi..Ben cok memnunum..Olası aksilikler için cok fazla yüklenildiğini düşünüyorum.’

Üye 12: ‘Yorumlari okudum da biseyler söylemek istiyorum. Urun size gayet normal gelmiş ancak saklama kosulundan dolayı kuflenmiş. Satıcıya yuklenmek ya da al bunlari yenisini gonder demek ne kadar mantikli bilemedim’

Üye 13: ‘Valla geldiği günden beri budolabında tertemiz duruyor yedikçe çıkarıyorum hiç birşeyi yok ben Satıcı 18 hanım dan aldım’

Üye 14: ‘Coklu urun satanlarda bazen bir urunu cok guzelken diger urunu guzel olmayabiliyor. Ama dile getirmedim sahsen. Gerek duymadim sirf satisina mani olmamak adina. Tamamen maneviyat’

Bu örnekte de aldığı ürünün yarısından kurt çıkan bir üyenin paylaşımının altına konuyu savunalar yorumlarını yazmaktalar.

Üye: ‘Buda Canan Karatay hocamızdan kurt varsa doğaldır eğer kurt istemiyorsanız marketten alın bol kimyasalli ilaçlı tercih sizin özellikle pazardan meyve alırken kurtlu olmasına bakıyorum çok az satıcı var kurtlu satan geçenlerde 2 kg elma aldım hepsinde kurt vardı kurtları attım yedim tadı müthişti .’

Üye: ‘Benim de dun dikkatimi cekmisti, kizim bir meyveyi yiyorsa mutlaka icinde kurt oluyor, meyve kurtsuz ise yemiyor, tabi kurtlu kısmi koparip atıyorum çocuk kurt

iyor kurttan hoslanıyor sanilmasin hurmayı bile eger ici kurtluysa yiyor. Kurtlar lezzetli :) meyveye sebzeye geliyor anladigim kadariyla bir de kimyasaldan uzak olanlara.'

Üye: 'Bende şimdi postu görünce açtım evet bizdede bir miktar var yari yarıya kurt ama açıkçası ben severek yedim kurtsuz olanları en azından ilaçsız olduğunu biliyorum. şimdi icindekileri ayırt edip dolaba sağlam olanları göz kararı koyacağım. 2 kg kadar aldım az miktar açıkçası alır almaz yedik bayıldık'.

Maliyetleri düşürmek amacıyla kendisi daha ilkel yollarla ambalaj üreten Satıcı 16'nın ambalajın köpüklerinin biraz döküldüğünü buna dikkat ederek açmaları gerektiğini söylemesi üzerine birkaç kişi satıcıyı eleştirmiştir. Bu duruma kızan ve satıcıyı savuna üyeler postun altına yorumlarını yazmışlardır.

Üye 1: 'Sorun bulmak çok kolay emege saygı sart'

Üye 2: 'Temizlikden haberi olmayan bunu yazar acarsın makinayı 2 dklik iş lafımu bunların dediği'

Üye 3: 'aaa yok artık, insanlar fiyat artmasın diye uğraşmış ona da kusur bulmuşlar. fazla müşkülpesentlik de gdo kadar sağlığa zararlıdır tahminimce'

Üye 4: 'Çok iyi düşünmüşler gerçekten . Şikayet i olan market yumurtalarına devam etsinler .'

Üye 5: 'Kolaymış gibi gorunen seyin altındaki emegi ve harcanan zamani goremeyen insanlar ancak sikayet etmeyi bilirler. ellerinze saglik.'

Üye 6: 'Öyle veya böyle Satıcı 16 hanımın iyi niyeti ortada.İyi insanları desteklemek lazım.Desteklemeyen kendi bilir.'

Üye 7: 'Filiz Salgun Pekoz insanları memnun etmek nekadark zor arkadaş yaa... walla gönderiyi okuyorum da nereye bağlanacağını merak ettim okudum sonununa kadar pess yaaa şaka gibisiniz arkadaşlar... komiksiniz..'

Satıcı 14'ün gönderdiği zeytinyağının ambalajsız olması, direkt teneke ile gönderilmiş olmasına kızan üyeye, diğer üyeler hasarsız aldığı üründen dolayı şikâyet etmesine anlam verememiş ve satıcıyı savunmuşlardır. Gruptakilerin rasyonel bakış açısı burada da görülmektedir.

Üye 1: 'Paketiniz sapasaglam gelmiş bozulsa ezilse neyse neden takıldınız anlamadım'

Üye 2: 'Kap getirin dökeceğim kabınıza demiş gibi tepki vermişsiniz?'

Üye 3: *‘hiç bir hasar yokken neden bu kadar sitem ettiniz anlamadım bizim için önemli olan ürünlerin sorunsuz zararsız hasarsız gelmesi değil mi?’*

Üye 1: *‘Hatta belkide bu sekilde gönderildiğinde daha dikkat ediyorlardır kutunun icinde gelenler genelde yamulmus oluyor cünkü’*

Üye 4: *‘Bildiğim kadarıyla kargolar yağı bu şekilde kabul ediyorlar.. bana da başka yerden bu şekilde geldi.. koli de ne olduğu belli olmadığı için patlama riskini göze alamıyorlar..’*

Üye 5: *‘Zeytin ve zeytinyağları bu şekilde geliyor zaten ,bana hep böyle geldi yani.’*

Üye 6: *‘Bence çok mantıklı en azından zeytinyağı olduğunu anlaşılır dikkatli yerleştirirler benim karton kolide korumalı olarak gönderilen zeytinyağı tenekemi delmişlerdi’*

Üye 7: *‘Bana da Satıcı 1 Bey den bu şekilde geldi, ancak aklımın ucundan böyle birşey geçmedi.Tamamen niyet ve bakış açısı, hoş olmamış.’*

Üye 8: *‘paylaşımınız da ki üslup çok yapıcı olmamış. Sizi eleştirmeden kargocuların davranış şekilleri size izah edilirken de kızgınlığınız devam ediyor. Biz sizi niye suçlayalım.’*

Üye 9: *“ Pıt pıt diye patlattığımız poşetlere sarılmalydı bence delinmemiş olması şans ” yazmışsınız, Pıt pıt dediğiniz şey naylon parçası,o olunca delinmezmi tenekeler yani ? Kargocular özellikle uyardılar beni,tenekeler açık olsun ki taşıyan ne olduğunun bilincine varsın diye...’*

Kurucu Lider: *‘Resmen pireyi deve yapmissiniz tenekenizde hasar olsaydı size ve bu sert yorumunuza hak verirdim ama belkide en duzgun teneke size gelmiş inanin bu sozlerinize diyecek kelime bulamadım .almam demissiniz ya gercektende almayin.olumsuzlukları yazın dedik sizinki bambaska bir durum olmuş yorumum hosunuza gitmeyecek ama ben ne düşünürsem onu yazan bir insanım’*

Üye 10: *‘Zeytinyağı herkesten oyle geliyor normal’*

Üye 10: *‘Satıcı 14 beyden baska seylerde aldim kutuda idi ama zeytinyağ tenekede kutusuz gönderiyor herkes’*

Üye 11: *‘Satıcı 14 bey gerçekten doğal ürünlerin satisini yapan bir ureticimiz.Bana 5-6ay oncesinde karton kutu icerisinfe gondermist ve teneke deforme olmustu.ici saglam olduğu surece cok onemli olmamali ambalaj.’*

Üye 12: *‘yamulmuş deforme olmuş ürün almayız tabi ki tam olarak anlatmak istediğimde buydu yani şahsen benim buydu tenekede hiçbir deformasyon yok dolayısıyla dert edecek bir şey olmaması gerekiyor’*

Üye 13: *‘Mujgan Tuna Atıl yamulmadan, akmadan gelen bu kargoya,kırk yıl düşünsem öyle biryazı yazmak aklıma gelmezdi.’*

Üye 14: *‘Bence bu post u teşekkür yazısı olarak değiştirin.baksanıza mis gibi gelmiş bir kurdelesı eksik okadar. Belki satıcının tek hatası o dur bu resimde’*

Üye 15: *‘Teneke de pırıl pırıl gelmiş el değmemiş gibi kargo şirketine de bravo yağ dökülürse temizlemek gerekir her yer batar başka kolilere de zarar verse sıkıntı olur diye el üstünde taşımışlar sanki ... bakış açısı farklı herkesin bana da gelmişti Satıcı 3 beyden ilk düşündüğüm çok mantıklı başlarına geleceği bilirler olmuştı’*

4.3.6. Satıcıların kendilerini savunması

Bu alt tema çatışmalı postlarda kendilerine itham ve imalarda bulunan üyelere karşı satıcıların kendilerini savunmalarını içermektedir.

Satıcı 2: *‘Üye hanım adres bilgisi verdi doğrudur kapıda ödeme varmı dedi küçük bir koli 20 tl tutar yurtiçi uygun olduğunu ve Üye hanımında kapıda ödeme baya kargo pahalıymış dedi bende evt dedim ama bana kapıda ödeme diye belirtmedi belirtse idi zaten hesap bilgisi atmazdım eğer belirti ve ben gözden kaçırdı isem özür dilerim bende hesap bilgisi istemedi diye kapıda ödeme diyede hesap bilgisi atıp bu şekilde söyledim’*

Satıcı 5: *‘Herkes Merhabalar, Hiç Böyle Bir Post Açacağım Aklıma Gelmezdi.. Ama Üzülerek Açıklamak İstiyorum.. Geçen Hafta Perşembe ve Bu Hafta Başında Olmak Üzere 2 Gün Bezelye Sevkiyatı Yaptım.. Bir Çoğunuza Ulaştı, Gayet Normal Bir Problem Yok, Ama Bir Kaçında Malesef, Taşınma Sırasındaki Dikkatsizlik, Sube Sıkıntısı, Teslimat Süresi, Alınmayan Paket, Kargoya Verildikten Sonra İptal Edenler Gibi Sorunlar Yaşadım. Bu Saydığım Sıkıntılar İçinde Haliyle Koli İçerisindeki Bezelyelerdede Bozulmalar Yaşandı. Bu Bozulmalara Etken Paket İçine Giren Kötpe Bezelye, Kırık Bezelye Yada Gözden Kaçan Çürük Bezelyelerde Tetiklemiş Olabileceğini Düşünüyorum. Daha Başka Ne Olabilir ? Pazartesi Günki Sevliyattan Sonra Bu Sıkıntıları Çözmek İçinde Koştura Koştura Şube Gittik, Yanımda Ufacık Bir Bebek Teslim Edilmesi Gereken*

Kargolar Siz Düşünün.. Kimseye İade Koli Göndermedim, Bir Kolim İadeye Düştü, Oda Hala Gelmedi.. Yağmur Meselesi Var Birde, Yağmur Yağsa Hasat Olmaz, Islak Bezelye Koliye Girmez, Koliye Hirse Biz Merkeze Gidip Yeslim Edene Kadar Paket Dayanmaz, Hasat Bittikten Sonra Yağdı Yağmur. Sevkiyat Sırasında Olmuştur Onu Bilemem Nasıl Bilebilirimki ? Salı Günü İse Paketler Yavaş Yavaş Adreslere Teslim Olmaya Başladı, Yine Aynı Şekilde Kolide Bozulma Patçalanma, Çürüme Sıkıntıları Oldu, Taşınma Esnasındaki Sıkıntıları Bile Üstlenerek Kimseyi Mağdur Etmek İstemedim Neticede Bizim Hatamız Değil. Ama Vicdanlı Bir İnsanım Bu Konuda Kimse Beni Sorgulayamaz. Hak Yemem, Hakta Yedirtmem. Sıkıntılı Paketler İçin Müşterilerimle Tek Tek İrtibata Geçip İlgilendim, Gerekli Çözümü Ürettim... Kimseyi Ayırmadım, Xx kişiye başka Xx Kişiye Başka Bezelye Göndermedim. Kurucu Lider Ablanın Kolisinde Bile Sıkıntı Çıktı Siz Düşünün. Ayıracak Olsam Ayırırdım. Bende Hala Şaşkınım ve Oldukça Üzgünüm. Bugün Ulaşan Bir Müşterimle Telefonda Uzun Uzadıya Bu Konuyu Değerlendirdik ve Çözümleye Çalıştık, En Azından Benim Açımdan Böyle.. Herkes Memnun Olduğu Gibi Tabikide Memnuniyetsizliğinde Belirtecek, Tarafıncada Gereken Neyse Yapılacak. Olması Gerekende Budur. Ancak Şakınlık İçinde Okuduğum Şeyler Oldu, Ben " Safece Sizde Oldu, Asla Çürük Göndermem Diye Bir İfade Kullanmadım " Sıkıntılar yaşamışken Neden Böyle Birşey Söyleyeyim. İnanmamazlıkta Yapmadım, Kimsee Yalancısıyızfa Demedim. Heleki Beklemiş Ürün Hiç Göndermedim. Bugün Kandil Günü ve Pazartesi Ufacık Bebeğimle Hasatın Nasıl Yapıldığını Nasıl Paketlendiğini Bir Ben Bi Allah Biliyor. Beklemiş Ürünü Neden Gönderip Başımı Ağrıtayım ? Ben Manyakmıyım ? Bunu Asla Ama Asla Kabul Etmem. Ama Bi Talihsizlik Olmuş Pakette Sıkıntı Çıkmiş, Olan Olmuş Telfa Edilmesi Yönündeki Teklifim Geri Çevrildi, Açıklamam Hiçbir Şekilde Dinlenmedi ve Kabul Edilmedi. Beni Üzende En Çok Bu Oldu. Daha Ne Yapabilirim Nasıl Yardımcı Olabilirim ? Hala Teslim Olmayan, ve Sıkıntılı Çıkan Paketlerde Var. Bugün Yaşadığım Üzücü Olay, Kullanmadığım İfadeler Konu Farklı Yerlere Geldi. 2 Gündür İnanılmaz Yoruldum Kuryenin Hataları Sevliyat Sorumsuzluğu Yüzünden İşittklerim, Kargoya Verildikten Sonra İptal Edilen Paketlerim.. Bunları Hiç Dile Getirip İşfa Bile Etmedim Hep Anlayışlı Oldum.. Yinede Uğraştım, Ama Olmadı.. Bu Sıkıntılardan Dolayı Yeni Bezelye Sevkiyatı Yapmıyorum, Sevkiyatı Kapatıyorum. Hakınızı Helal Edin. Sıkıntılı Paketler İçin Ödemesi Gelenler İade Edilecek, Ödemesi Gelmeyenlerdende Ücret Talep Etmiyoruz. Üzgünüm, Sizlerinde Daha Fazla Üzülp

Karşılıklı Olataak Uğraş ve Kırgınlık Yaşansın İstemiyorum.. Kendimce Elimden Gelenin Fazlasını Yaptığımı Düşünüyorum. Ama Hemen Ama Sonra'

Satıcı 5: 'Evet Kurucu Lider abla hak veriyorum, hak verdiğim içinde elimden geleni yapmaya çalışıyorum, çalıştım.. konu sabahki mevzuyla kalmadı malesef.. Üye hanımda biliyor annesiylede yeniden görüştük.. Evet çocukla zor oluyor, göze alarak devam ediyorum elimden geldiğince.. bahanem olmuyor hiç bir zaman ama kargoda yaşanan sıkıntının tamamen benim üstüme yıkılması durumun çocuğuma getirilmesinide ben hak etmiyorum yinede anlayışlı olmakla beraber gerekeni yaptım. Yeniden gönderim yapsamda aynı sıkıntılar yaşanacak gibi görünüyor.. çünkü paket benden çıkınca müdahale etmesi kontrol edilmesi ve yönlendirilmeside zor oluyor.. daha bir çok şeyi dile bile getirmediğim kendime dert bile edinmedim ama bu durum başka yerim yutarım susarım ama en hassat olduğum şeyi bu konulara dahil ettirmem.. sağlık olsun derdimiz tek bunlar olsun benim tek isteğim anlayıştı.'

Satıcı 21: 'ben asla küflü hurma göndermedim gonderdigim yerde olustu ama iyice kurumadan gönderdim ama saklama koşullarından bir kişi çıksın bana geldiğinde kufluydu desin annim açık ama gittiği yerde olduğu halde telafisini yaptım hünnap gelince sizde'

Satıcı 12: 'Bir Satıcı olarak çok teşekkürler Admin 2 ablacım bu duruma el attığın için seni tebrik ediyorum 🖐o kadar çok çaba harcaniliyorki kargolama hazırlama vs derken herkes zevkle hazırlıyor diye düşünüyorum ama bazen de cok kalp kirmalar oluyor malesef ki herşey konuşularak halledilir burada herkes marka olmuş şekilde ama illaki hatalar bizler için telafisi olmayan birşey yoktur her iki taraf içinde insanlıktır onemli olan teşekkürler'

Satıcı 5: 'Ağaçlar ne Verdiyse Kabullendik. En İyi Zeytin Taneleri, En İyi İncir Seçimleri Yapararak, Elimizden Geldiğince Hep İyisi İçin Çabaladık. Her Çiftçinin, Her Yörenin İş Ve İşleyiş Politikasının Ayır Olduğunu Göz Önünde Bulundurursak, Yaptığımız İş Ve Söylemlerimiz Bazılarımıza Ters veya O İş Yanlış(Mış) Olarak Gösterildiği Zamanlarda Yaşadık. Grupta Daha Önce Yaşadığımız Sıkıntıyı Bir Çoğunuz Biliyor ve İyi Niyet Taşımayan Profiller Tarafından Her Fırsatta Hatırlatılıyor. Tarafımıza Güvensizlik Profili Oluşturulduğu Zamanlarda Kendimizi İfade Edebilecek ve Kanıtlayabilecek Güçte Değildik) Özellikle İncirimize Gösterilen İlgiyi Saptırtmak Ve Karalamak Adına Verilen Uğraşta Kazanılmış Gibi Görülsede, İlk Zamandan Bugüne

Kadar İş Politikamız Hiç Değişmedi ve Her Zaman Sağlıklı Ürünler Ürettik ve Gönderdik. Olabildiğince Şeffaf ve Dürüstlükten Ödün Vermeden, Yaptığımız İşleri Sadece Göstermelik Yapmadık, Yada Olduğundan Daha Farklı Göstermedik. Kişiliğimi Karakterimi Hiçbir Zaman Değiştirmedim, İş ve Rant Uğruna Çirkinleşmedim. Kimseyi Yaptığı İşten Ötürü Küçümseme ve Karalama Çabasına Girmedim.. Fakat Son Günlerde Gündem Yine İncir ve Kimyasala Döndü. Sürekli ama Sürekli Üzerime Bir Çalışma Politikası ? Satıcı 5'in İnciri Kimyasallı, Satıcı 5 İşini Yanlış Yapıyor, Farklı Gösteriyor Gibi Söylemler.'

Satıcı 22: *'Tarımcılar köye gitmiş. Köyde 68 yaşındaki amcamı çağırmışlar. Adam köyde yaşayıp doğru düzgün okuma yazması bile olmayan biri. Tarımcılar internetten glikoz satıyormussunuz diye sormuşlar. Amcam da internetten bir şey satmıyoruz, demiş. Ben İstanbulda yaşıyorum. Balın dağıtımı buradan yapıyorum. Üretimini babam yapıyor. Bunlar Erzurumda ki köyüme gitmişler. Olayla hiç bir ilgisi olmayan amcamı çağırmışlar'*

Satıcı 22: *'Bu hanımefendinin eşi balın tadına bakarak balda bir şey olduğunu söylemiş. Ben de 7 Mayısta istediğiniz yere tahlil ettirin dedim. Yazışmalar yukarıda'*

Satıcı 22: *'Tehdit falan yok. İnsanların adı bu kadar kolay kirletilemez. Sadece siz bizden bal almıyorsunuz. Abartmayın'*

Satıcı 22: *'Kendilerinin elinde hiç bir tahlil sonucu olmadan tamamen ağız tadıyla test edip üreticiyi lekelemek bu kadar kolay mı? İnsanın 10 yılda oluşturduğu itibarı 1 günde yerle bir etmeye çalışıyorlar. Balimizi istediğiniz yere tahlil yaptırabilirsiniz. Zaten çok yakında ben de tahlil yaptırıp sonuçları buradan yayınlayacağım. Ama ayıptır günahıdır. Küçük üreticiyi ezmek bu kadar kolay olmamalı. Biz malimizin arkasındayız. İsteyene de parasını geri yollarız. İtibarımız her şeyden önemli'*

Satıcı 22: *'Sizin bizim balı yollayacağınız ne malum. Bizim diğer müşterilerimizden her hangi biri numune yollayabilir. Ücretini de geri yollarız. Biz balımıza sonuna kadar güveniyoruz.'*

Satıcı 22: *'Tahlil işi kolay abi. Az kalsın lince uğruyordum. Allahtan Admin 2 hanım beni etiketledi. Yoksa bu linçten haberim bile olmayacaktı.'*

Satıcı 22: *'Arılar her kışın Hatay Dört Yol Kuzulucuda konaklıyor. Bununla ilgili oradaki tarım ilçe müdürlüğünden alınan yazıyı(izni) size yollayabilirim. Arıların*

konaklama izni yazısı. Grupta bal satmak gibi ısrarım da yok zaten. Karar elbette sizin. İyi akşamlar. Saygılar'

Satıcı 18: *'kayısı için kendi adıma nacizane açıklama yapmak istiyorum öncelikle 5 tlye kayısı yok 5 tl dedikleri elekalı diye tabir ettiğimiz kayısı.Aslında buna kayısı bile denmez bunları zaten alıp tüketemezsiniz bunları öğütüp çeşitli yerlerde kullanılıyor'*

Satıcı 12: *Emek veriyoruz çok didiniyoruz ama her zman alıcıda haklı bazen bizimde hatalarımız oluyor ve bana iletildiği konusunda hep telafisi yapılmıştır sahsimiz adına konuşuyorum herşey sadece para değildir biz çok severek bu işleri yapıyoruz ama hatam olduysa da özür diliyorum'*

Satıcı 21: *Merhaba sevgili ailem inanın çok üzıldüm akşam akasam böyle olmasını istemezdim normalde 20 .25 günde kuruyan hurmalar doğal ortamda 35 günde hala içlerini çekmedi nedeni ise hava şartlarından kuruyan hurmalar 2 gün yağışa girmesi ile tekrar yumuşadı bu ara sobolar kurup yaktık nemi dağıtmak için yağışa girmeden ilk gönderdiğim hurmalar yağıştan önce gönderdiğim hurmalar da gittiği yerde sorunlar oluştu'*

Satıcı 21: *'Merhaba arkadaşlar konu benim inan zaten çok üzgünüm hataliyim yıka kurut dememeliydim ama onu nasıl yazdığımı bile farkında değilim evde huzursuklarım vardı bir de yorgunluk sonraktan farkına vardım yazmadan önce unlanmis zannettim'*

Çatışma temasını oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyan cümleler şu şekildedir:

'Eski bir Satıcı 5 Hanım, epeydir var bir ara grubun ana karakterlerinden biri olan hatta kısa bir süre adminlikte yapmış olan başka bir zeytin ürünleri satıcısı olan eski Satıcı Q beyle çatışmış, gruptan çıkmıştı. Kurucu Lider hanım küçük bir ihtilalle eski Satıcı Q beyi gönderince birçok ayrılan satıcı gibi o da döndü. Kırılan dökülen herkes geri döndü.' (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.15, 28 Nisan 2017)

'Kurucu Lider Hanım 2 gün önce satıcıların mağduriyetlerini grupta belirtmişti. Uzun uğraşlar sonucu satıcıların aylardır alamadıkları paraların hesaplarına yattığının müjdesini verdi. Bu sayede yönetim olarak ta huzura kavuştuklarını söyledi. Bundan sonra alışverişlerin güvenli bir şekilde sürmesi ve satıcılarında bundan ders alması temennisinde bulundu. Birçok grup üyesi insanların ürün alıp parasını ödememelerini kınadı. Bu tarz mağduriyetler grupta çokça yaşandı. Bu önlemin alınması satıcıların

faydasına oldu. Grup yönetiminin ve başta Kurucu Lider Hanımın böyle bir kural koyması onun satıcılarına karşı duyarlılığını gösteriyor.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.20, 3 Mayıs 2017)

‘Topluluk X kendi içinden en az 2 grup çıkardı. Ama hala büyüyor ve güçleniyor. Yaşanan her çatışmadan yeni deneyimler ve dolayısıyla yeni normlar ortaya çıkardılar.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.27, 10 Mayıs 2017)

‘Admin 2 satıcı arkadaşlarının hakkını savunmak amacıyla grupta bir yazı paylaştı. Biraz sitemli konuştu. Alınan ürünlerden memnun kalınmadığında satıcılara uygun bir dille durumun izah edilmesini, kimseyi kırmadan, mahkemeye tehdit etmeden, ezmeden konuşulmasını istedi. Adminler ürünlerin sağlığa uygunluğu üretim koşulları gibi konularda satıcıları zorlasalar da mağdur edilmelerine de izin vermiyorlar.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.52, 23 Temmuz 2017)

‘Bir üye grubu birine tavsiye etmiş ve onu gruba eklemiş, grupta beş üye olunca anlam veremeyip bu durumu Topluluk X’te paylaştı. Grubun Topluluk X değil sahte bir grup olduğu ortaya çıktı. Kontrol ettiğimde ana sayfa resminin dahi aynı olduğunu gördüm. Potansiyeli fark eden uyanıklar yaptı herhalde.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.72, 25 Ekim 2017)

‘Çabuk tepki verip hemen işleri toparlamak çok önemli. Satıcı 9 bey doğru bir tutum sergiledi.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.82, 6 Kasım 2017)

4.4. Dayanışma

Bu tema 168 dosyadan 537 referansla oluşmuştur. İnsanların üyesi olduğu grupları başka gruplara nazaran daha iyi görme eğilimi vardır. İç grubu kayırma eğilimi sosyal psikolojide çoklukla araştırılmıştır. Henry Tajfel’in ‘asgari grup paradigması’ kullanılarak da gözlenmiş bir olgudur. Tajfel birbirine yabancı rastgele oluşturulmuş iki grubun üyelerinin kendi grup üyeleriyle sanki arkadaş yada akrabaymışçasına birbirlerini kayırdıklarını gözlemlemiştir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 266). Topluluk X’te de aslında birbirini tanımayan insanlar, sanki arkadaş ya da akrabaymışçasına birbirleri ile dayanışma içindedirler. Hiçbir ortak noktası olmayan üyeler dahi sadece grup olduklarını düşündükleri için birbirlerini kayırdıklarına göre; belli bir tema ve ortak nokta etrafında toplanarak bir araya gelmiş olan ‘Topluluk X’ üyeleri muhtemel ki dayanışma içinde olacaktır. Topluluk X üyeleri kimi zaman zarar edebilecekleri durumda bile birbirlerini

desteklemeyi tercih ederler. Bu durum grup dinamiklerini sağlam tutmaya yarar. Böylece grubun yaşamı güçlenerek devam eder.

Bu tema 6 tane alt temadan oluşmuştur. Bunlar; yardımlaşma, hediye ürünler, kadına destek, sağlıklı beslenme ve tarifler, sorunlara çözüm önerisi ve tavsiyedir. Bu alt temaları tek tek açıklamak bütünde şemsiye temamız olan dayanışma-paylaşım temasını anlamak adına yararlı olacaktır.

4.4.1. Yardımlaşma

Yardımlaşma alt teması 34 kaynaktan 146 referansla oluşmuştur. Bu alt temada grup içindeki üyelerin birbirlerine olan karşılıksızlık temelli dayanışmaya yönelik yaklaşımlarını görülmektedir. Örneğin normalde işi pirinç alım satımı olmayan bir satıcı Kastamonu'nun pirinci güzel ve sağlıklı diye üyelere üreticiden karsız bir şekilde pirinç ulaştırmaktadır ve bunu tüm maliyetleri şeffaflıkla yazarak göstermektedir:

Satıcı 10: *'Çeltik başı ve Çiftlik köylerinden ay sonu hasat edilecek prinçler, tüccara geçen seneki fiyattan yani 7 tl ye dökme oarak satılmaya başlandı. Biz de üretici çiftçiler ile görüştük ve tarladan bu fiyattan alım yapacağız. Ancak nakliye, hamaliye ve ambalaj bedeli ile birlikte kilosu bize tahminen en fazla 8tl ye gelmiş olacak... net fiyat talep toplanınca belli olacaktır. Piyasada içine başka pirinç katılmamış Sarı kılçık 9tl ila 12tl den satılmaktadır. Karışım yapılmış pirinçler ise bölgede 6tl ve 7tl den satılmaktadır...'*

Normalde faturalı çalışan küçük bir işletme olmasına rağmen karsız yaptığı bu işlem için fatura kesemeyeceğini belirtir:

Satıcı 10: *'Ürün kar amaçlı tedarik edilmediğinden kdv siz yani faturasız olarak şahıs üzerinden diğer alıcı şahısa gönderilecektir.'* Hatır gönül için yapılan bu işlem den grup üyeleri çok memnun kalırlar. Bu tip davranışlar grup içi bağlılığı ve güveni tesis etmede öne çıkmaktadır.

Satıcı 18: *'2 sezondur ürün listemizde bakliyat da mevcut bakliyatlar bizim kendi üretimimiz değil grup üyelerinin ısrarı ve Kurucu Lider hnmın onayı ile oluşmuş bir satış Bakliyatları grupta üreticisi olan arkadaşlardan öncelikle tedarik etmeye çalışın'* Yine burada da ısrar üzerine faaliyet dışı alanlarda yapılan satışın örneğini görürüz. Üstelik burada satıcılar arasındaki dayanışmayı da görürüz. Satıcı öncelikle asıl işi bakliyat olanlardan alıma yönlendirmektedir. Kurucu Lider de bu dayanışmanın sürekli destekçisi ve teşvik edenidir:

Kurucu Lider: *'Ne güzel yazmissın Satıcı 18 önceliginiz grupta bakliyat uretenlerden olsun diye yuregine saglik'*. Grupta satıcılar birbirini bu açıdan hep desteklemektedirler; öncelik ana ürün üreticisidir ya da eski satıcındır ya da ihtiyaç sahibi satıcındır gibi.

Kurucu Lider: *'Grubumuzdaki bütün zeytinler güzel ve memnuniyet verici sizde kalmazsa diger ureticilerimiz de bulunmakta mesela Satıcı 3 bey ne demisti once Satıcı 1 bey satsın sonra biz satısa baslarız cok guzel bir söylemdi bu .okudugum an böyle bir karakterin grubumuzda olmasından gurur duymustum Satıcı 14 var Satıcı 3 bey var care tukenmez bizde .onlardan olgunlaşmış halini satın alırlar'* doğru ve erdemli davranışlar üyeler tarafından takdir edilmektedir. Bu durum grup içinde memnuniyet ve güveni arttırmaktadır.

Satıcılar hem diğer satıcıları destekler hem üyeler ile bağlılıklarını arttırmaya yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Örneğin Bursa'da dükkânı da olan bir zeytin ürünleri satıcısı Topluluk X'in diğer satıcılarının da ürünlerini komisyonsuz dükkanında teşhir edip, satmaktadır. Gelen üyelere de bazı imkanlar vaat etmektedir:

Satıcı 3: *'Ayrıca satış mağazamızda Satıcı 10 beyin tuzları ve bazı Bursa ya özgü tadlar olacak. Yolu düşen herkesi kahve içmeye davet ediyoruz. Yine benim birkaç ağaç zeytinim var ama zeytinlerimi sıkıracak yer bulamıyorum diyenler gelirken getirin. Biz kahvemizi içerken zeytinleriniz soğuk sıkım zeytinyağına dönüşsün'*

Grup, satıcılarından böbrek rahatsızlığı olan ve diyalize bağlı olarak yaşamını sürdüren bir bayanı da desteklemektedir. Kurucu Lider hanım öncesinde sahtekâr olmadığını araştırmıştır. Bayan Türkiye'de ev diyalizini yapan ilk hastalardandır. Kurucu Lider gruba tanıtımını yaptıktan sonra durumunu açıklar ve grup yardımlaşma mesajları atmaya başlar. Normalde sağlıklı beslenme kriteri dışında ürünler satmasına rağmen dayanışma grup kurallarının önüne geçer ve satın alma motivasyonunu artırır.

Satıcı 2: *'İyi akşamlar başta Admin 2 ablama ve Kurucu Lider hanıma çok teşekkür ederim sabah Kurucu Lider hanım videomu paylaşmış kendisindeininde sağlıkçı olduğu bilmiyordum ev diyalizi 8 yıldır var son 2 3 yıldır yayıldı ben ev diyalizine başladığımda Türkiye genelinde 7.hastaydım eğitimi aldım ev diyalizine başlama sebebim 2. Kez anne olmalı Allahım ol dedi 10 yıl sonra bir mucizem oldu iyiki evde başlamışım dışarıya çıktım kimse hata olduğumu bilmiyor şunuda belirtiyim 2 yıl merkezde girdim keşke en başından ev diyalizine başlasa idim her seye geçte olsa bir*

adım atmak ve kendine güvenmek lazım eğer sizlerinde yakını varsa evde gire bilir yorum. Yapan herkese çok teşekkür ederim Admin 2 abla iyiki seni tanımışım çok teşekkür ederim Allah'a emanet olun'

Üye: *'Kurucu Lider abla, Satıcı 2 hanımın ürünleri için siz yeni bir paylaşım açsanız? Hem ürünleri hem fiyatlarını içeren. Başa tutturulan fotoğraflar gibi mesela? Satıcı 2 da bizlerle banka bilgilerini paylaşır, hepimiz destek olmaya çalışırız.'* Genel sipariş ve destek mesajlarının yanında bunun gibi maddi yardım teklif edenlerde olmuştur.

Yine başka bir postta yardımlaşma örneklerini görürüz. Normalde ham zeytin satan bir satıcıdan yurtdışına gitme durumundan dolayı zeytini kendisi için kurmasını rica etmektedir:

Satıcı 6: *'Satıcı 1 bey, yurt dışı telaşı, bal yetiştirme derdi nedeniyle ne salça, ne yağ ne de zeytin siparişi verebildim. Bu sene zeytini tenekeyle alıp kendim olgunlaştırmayı tasartıloydum ama bu işi sana havale etmek zorunda kalacağım galiba.'* Satıcı yapmayı memnuniyetle kabul etmektedir. Yine de Kurucu Lider desteğini belirtmektedir: Kurucu Lider: *'Satıcı 6 abim Satıcı 1 bey yapar tabi o yapmazsa ben yaparım sana.'*

Satıcı 1: *'Sevgili Topluluk X arkadaşlarım Kötü haber tez gelirmiş..... İlk benden duyun istedim. Bu güne kadar 125 şanslı kişiye zeytin gönderdim,hepsininde zeytinleri güvende,evlerinde..... Onlarca arkadaşım mesaj attı bu gün,"Akhisarda salı günü don tehlikesi var" dedi. İnanmıyorum,inanmakta istemiyorum aslında,zira şu an için hava günlük güneşlik... Şayet Salı günü don olursa burada.. Guruba zeytin göndermem mümkün değil.. Az miktarda zeytin topladım kendi imkanlarımla... Cumartesi ve pazar günüde devam edecem... Az biraz gönderi yapabilirim belkide Ücretini peşin yatırıpta zeytin bekleyenlerede ücretleri aynen iade olacaktır.... Dua etmekten başka çare yok...Umarım don uğramaz buralara...'* Doğal bir afet sorunu karşısında serzenişte bulunan üreticiye yardımlaşma mesajları gelmektedir. Ürünlerin ziyan olmaması adına hiçbir karşılık beklemeden toplamaya gitmeyi teklif edenler olmuştur.

Üye: *'Allah yardımcınız olsun Satıcı 1 bey. Keşke mümkün olsa da gelip o nimetleri el birliğiyle toplasak. İnşallah olmaz korkulan.'* ,

Satıcı 14: ‘İşte doğanın kendine has dengesi, evrimi var. Bizde havalar soğusun da zeytine ayaz girsin diye bekliyoruz.. Zira bizim yağ oranı artar, zeytin bozulmaz sağlam olur vs vs.. Satıcı 1 abi yardıma gelirim inşallah gönlünce olur kolay gelsin :) abi.’

Başka bir üretici üyede postu görünce İstanbul’dan hemen otobüse binmiş ve toplamaya yardıma gitmiştir.

Satıcı 7: ‘Satıcı 1 kardeşim ben çıktım yola bindim otobüse metro turizm ile geliyorum , sabah 8 de inşallah Akhisar’dayım bana özelden adres bilgisini yaz lütfen’ Akhisar’a giden bunu grupta paylaşırlar ve grup dayanışması böylece ziyadeleşir.

Satıcı 1: ‘Sabah 8 de telefon çaldı ,arayan Satıcı 7.... "Ben geldim garajdayım "..... Bekle dedim geliyorum, Akhisarda işkembe-paça çay eşliğinde kahvaltımızı yaptık.. İşçi yokluğundan yakındım, inanamadı Çiftliğe doğru yola çıktık... Yolboyu tüm muhabbet işçi yokluğu idi.. Tam yarıyola gelmişken Zeytinliğin birinde 20 -25 işçi gördük, zeytin topluyorlardı. Durduk, işçi bulup bulamayacağımızı sorduk, hepside "sözümüz var gelemeyiz" dediler "Yövmiyenizin 2 katını verecem" dedim Bir-iki tanesi kulak kabarttı hemen... Biri telefonumu aldı Yarım saat sonra müjdeli haber geldi Köyden adam bulabileceklerini söyledi, arabamız yok, gelir alırmısınız dedi İçimden dedimki, kiralık Lumizin olsa gönderirim sizlere :) Don Çarşamba günü geliyormuş, üç gün yetecek bana :) Neyse Topluluk X dostları.... Satıcı 7’nin gelişi vesile oldu. O geldi, onu almaya gidip dönüşte, işçileri gördüm, işçi buldum, yarın gelecekler..... Ayağı uğurlu geldi, o gelmeseydi şayet o yoldan geçmeyecektim, o işçileri göremeyecektim, zeytini toplayamayacaktım. Bir yıllık emeğim heba olacaktı.. Ben bu Satıcı 7’ye nasıl teşekkür edip nasıl mutlu etsem acaba diye düşünüyordum, buldumda..... Topladığın tüm zeytin benden sana hediye dedim :) Olmaz kabul etmem diye tutturuyor... Bir yolunu bulcaz inşallah Kalın sağlıklıkla’

Bu tip dayanışma örneklerinin gruptaki karşılığı kuvvetlidir. Üyeler çok memnun olmakta ve birbirlerine bağlılıkları artmaktadır:

Üye: ‘Satıcı 1 bey bir dahaki hasatta haber edin iki minigimi, kocamı da alırm gelirim. Ama yevmiyemi isterim ayıp olmasın’

Üye: ‘Dünden beridir aklım sizde.’

Üye: ‘Maşallah, sözün bittiği yer.’

Üye: ‘Satıcı 1 bey çok sevindim. Bugün sabah yazınızı okuyunca üzülmüştüm. Guneydoguda oldukça uzak biyerdeyim size birde ufak kızım var, gurbette

birakacagim yer yok.Ancak burasi büyük bir grup,size yakin cevrede olan insanlar haftasonu gelebilirlerdi'

Üye: *'Harikasınız :)) Yardıma koşasım geldi'*

Zaman zaman grup dışından gelen tehlikelere karşı da grup dayanışma içinde tepki gösterir. Daha önce gruptan ayrılan satıcılar bir şekilde ortak müşteriler vesilesi ile ya da sayfalarındaki paylaşımlarla gruptakileri sıkıntıya sokabilmektedirler. Yine böyle bir sataşmayı paylaşan satıcıyı gruptakiler şöyle teselli etmektedir:

Üye: *'Hiç üzme kendini bu dünyada herkes Kalbinin ekmeğini yer kızım.Birilerinin ekmeğiyle oynamak ,dedikodu yapmak hiç yakışmıyor ,günahtır.Ayrıca doğum aşamasında seni tanıdığım için heyecanla bekledim ve merak ettim bebeği.İyiki paylaştın fotoğrafını pek de yakıştı Allah uzun ömür versin.Ayrıca gönderdiğin ürünler çok güzeldi. '* gibi ya da;

Üye: *'Satıcı 5 hanım,meyve veren ağaç taşlanır,...yola devam...emeğinize,ellerinize sağlık,Allah razı olsun siz ve sizin gibi emekçilerden,selamlar'* şeklinde.

Yine başka bir grup dışı kaynaklı tartışma da satıcılardan biri:

Satıcı 1: *'Guruba tekrardan renk getirecem,az biraz bekleyiniz....Ücretsiz paylaşımlarımda olacak.Herşeyin para olmadığını göreceğ art niyetli kişiler... '* grup için zararına faaliyette bulunacağını vaat eder.

Daha önce gezen tavuk besleyen ve onların yumurtasını satan bir satıcı grup dışından birilerinin şikâyeti üzerine yasal olarak üretim yapmadığı için tavuklarını kesmek zorunda kalmıştı. Aktif bir üye olmasına rağmen bir müddet üzüntüden geri planda kalmıştı. Üyelerin teşvikiyle yeniden yumurta üretimine başlamak için yasal şekil şartlarına uygun kümes inşasına başladı. Bunu paylaşması ile daha üretmediği ürünlerin sipariş ödemelerini destek amaçlı önceden yatıranlar oldu.

Üye: *'Hayırlı olsun Satıcı 1 bey.hep birlikte gelip duvar örelim.cümbür cemâât:)'*

Satıcı 1: *'Buradan isimsiz kahramanların adını vermek istemiyorum ,onlar kendilerini biliyor.Birisi 600 tl yatırmış,diğeri 300'*

Satıcı 1: *'Bu parayı niye yatırdınız diye sorduğumda ? Hani ileride zeytin ve yumurta yollıyacaksınız ya diyorlar.....Sırf onları mahçup etmemek açısından soyunuyorum tekrardan...'*

Eşinin rahatsızlığından dolayı ürünlerini hemen elden çıkarıp nakde dönüştürmek için ürünlerinde ciddi bir indirim yapıp bunu açtığı postla duyuran satıcının postunun altına üyelerin yaptığı yorumlar yardımlaşmanın boyutlarını bize göstermektedir:

Üye: *'Satıcı 9 beye bu ince düşüncesi için çok teşekkür ederiz ama malum bu zor dönemlerde hem maddi hemde manevi desteğe ihtiyaç duyuluyor. Ben diyorum ki Satıcı 9 beyden alış verişimizi önceki fiyatlardan yapalım, tüm Topluluk X'in buna destek vereceğine inanıyorum. Ne dersiniz'*

Üye: *'Aslında benimde bu indirim olayı hic icime sinmiyor .Satıcı 9 kardesimiz zor zamaninda mecburen bu urunleri elinden cikartacak biz ona eski fiyatlarıyla alip destek olabilecek kadar guzel bir grubuz...'*

Üye: *'Satıcı 9 bey geçmiş olsun ben 2 kilo patlatmalık 2 kilo haslamalık mısır 1 kilo sarımsak istiyorum size zahmet..Eski fiyattan ödeyeceğim nasıl oluyor acaba sipariş..'*

Admin 3: *'Satıcı 9 Bey merhabalar... Eski fiyatlardan sipariş vermek istiyorum... acil şifalar dilerim...'*

Satıcı 10: *'Geçmiş olsun Satıcı 9 bey. Allah c.c. acil şifalar versin. Siparişlerimi özelden yazıyorum.'*

Üye: *'Satıcı 9 bey, eşinize önce acil şifalar diliyorum Daha önce erik kurusu alan varmı ,çekirdekli mi'*

Satıcı 17: *'Satıcı 9 bey geçmiş olsun siparişimi özelden yazıyorum.'* Bu şekilde eski fiyattan onlarca sipariş gelmeye başlıyor açılan postta. Satıcı bile yazılanlara şaşkınlıkla cevap vermektedir:

Satıcı 9: *'Arkadaşlar hayırlı geceler ne diğcemi şaşırdım liste yapıp döneceğim çok fazla ürün yok bende zaten sezon sonu ne diğcemide bilemiyom kimseye elimde olan ne varsa çıkartıcam'*

Yukarıda verilen örneklerin dışında hastalık, ölüm, düğün, maddi manevi sıkıntılarda da grup üyelerinin birbirine destek olan yazışmalarını görebiliriz.

4.4.2. Hediye ürünler

Grupta hediye ürün vermek nadiren rastlanan bir durumdur. Tahmin edilenin aksine böylesi samimi bir grupta hediye verilmesi çok sık olmamaktadır. Daha önce yaşanan birkaç diyalogdan sonra böyle olmuştur. Hediyeenin bir standardı olmadığı için ürünle

gelen hediyeleri alanlar bazen mutlu oldu bazen de kendilerini diğerleriyle kıyaslayarak mutsuz olmuşlardır. Bunu ifade edince hediyelerin gönderimi konusunda bir çekince gelişmiştir. Yine de bazı satıcılar kura gibi yöntemlerle hediyeler vermektedirler. Örneğin bir zeytin satıcısı yeni yıl için çekilişle zeytin ve zeytin ağacı hediyesi vermiştir.

Satıcı 1: *'Kola yaparda Satıcı 1 yapmaz mı ? Kapaklarınızı açarken içine bakınız İçinde böylesi rakam görürseniz bedava kazandınız demektir 10 tane koydum,kime gitti bende bilmiyorum (tabiiki 356 yok içinde) :),rakamların karşılığı benimkiyle uyuyorsa Seneye 2,5 kg benden yana ücretsiz zeytin kazandınız demektir Saygıyla Kalınız Satıcı 1'*

Üyeler bu hediye çekilişinden çok memnun kalmaktadırlar:

Üye: *'Bakalım heyecanla bekliyorum'*

Üye: *'Benim bonuslu tenekelerim de geldi Satıcı 1 bey.kısmetim öyleymiş demekki.bide kapaktaki de bana çıkarsa değmeyin keyfime'*

Üye: *'Satıcı 1 bey ben de cekiliste bana çıkan yesil zeytinimi'*

Kurucu Lider: *'Arkadaslar ilk cekilisi acıkliyorum 2 adet zeytin fidanı kazananlar (Satıcı 1 beyin bana attığı listenin orjinal halidir)'*

Üye: *'Zeytin fidanını ekecek yerim yok çok üzgünüm keşke bahçeli evim olsaydı zeytin fidanından değerli bir hediye olamaz çokkk çokkk teşekkür ediyorum'*

Kurucu Lider: *'Yesil zeytin kazananlar (Satıcı 1 beyin bana yolladığı listeyi orjinal haliyle yayınlıyorum)'*

Üye: *'Aaa çok sevindim,çok güzel bir yeni yıl hediyesi oldu. Teşekkürler Satıcı 1 Bey,Kurucu Lider Hanım'*

Üye: *'Süper kazandım yeni yılın ilk hediyesi teşekkürler Satıcı 1'*

Üye: *'Yeni yılın ilk hediyesi Çok tesekkurler Satıcı1 bey.'*

Üye: *'Çok teşekkürler Satıcı 1 Bey ve meslektaşım Kurucu Lider Hanım'*

Satıcı 1: *'tesekkur ederimben normalde sanssizim ama 2018 e sayenizde sansli girdim...cok kibarsiniz tekrar tesekkurler'*

Üye: *'Üye hn ne kadar şanslı,hem yeşil hem siyah zeytin kazanmış,piyango bileti almışmi acaba'*

Üye: *'Tesekkur ederiz cok degerli bi hediye'*

Üye: *'Teşekkür ediyorum piyango vurdu diyelim o halde'*

Üye: *'aahhhhh be nasıl çıkmaz bana çıkmaz ... bu nasıl bir şans böyle... kahroldummmm'*

Üye: *'Kazananlara afiyet olsun mutlu yıllar'*

Daha önce aynı zeytin üreticisi Arabistan'da yaşayan bir grup üyesine merakı olduğunu söylediği için zeytin fidesi hediye etmişti.

Satıcı 1: *'Kendilerine 3 adet gönderdim,Salı günü elinde olacak (Umreye gidenlerle)'*

'Üye daha sonra kendisine ulaşan fidelerin fotoğrafını grupta paylaştı. Emek isteyen bir hediye verme yolu. Birçok insan ancak aileden birisi ya da samimi bir arkadaş için bu gayreti gösterir. Bu olay araştırmacı günlüğüne de şöyle yansımıştır; 'Satıcı 1 Bey de umreye gidenlerle birlikte üç fidan göndermiş. Allah aşkına şu dönemde kim kimin için girer böyle bir zahmete.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.85, 9 Kasım 2017).

Bunun dışında grupta dönemsel olarak ürünle standart bir ürün hediye gönderen satıcılarda vardır. Örneğin bittim sabunu satıcısı bir bey sabunlarıyla beraber özel bir dokuması ve ipi olan lif hediye göndermektedir. Kıymetli bir ürün olduğu anlaşıncı birçok üye lif için sabun almıştır.

Kurucu Lider: *'Bu gidisle cogumuzun evinde aynı lifte yerini alacak galiba 😊😊'*

Üye: *'Lif de güzel. Ama ben de sormuştum özel bir ip mi diye, değil. Fakat ipin cinsi ve örgüsü güzel,büyüklüğü ideal.'*

Paylaşılanlardan da anlaşıldığı üzere hediye ürün göndermek gibi bir zorunluluk olmamasına rağmen satıcılar bu konuda cömert davranmaya çalışmaktadır. Bu ufak hediyeleşmeler üyelerin arasındaki bağları kuvvetlendirmektedir. Zaten aile arkadaş ortamı gibi hissettikleri bir platformda oldukları için bu doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum araştırmacı günlüklerine de yansımıştır: 'Bu tip durumlarda üreticiler genel olarak düşünceli. Alıcıdaki karşılığını gördükleri içinde çok mutlu olarak bu konuya daha özenli yaklaşıyorlar. Genelde çoğunun küçük üreticiler olmalarının da bu konuda etkili olduğunu düşünüyorum. Zaten az olan bu tip davranışlar yapay değil doğal olarak gerçekleşiyor.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü 22 Eylül 2017, sayfa 65)

4.4.3. Kadına destek

Kadına destek grup için önemli bir kavramdır. Adminlerinin tamamının kadın olduğu grup bu konu da hassastır. Bazen üstü örtülü bazen açık olarak bu konu grup

postlarında geçmektedir. Grupta satış yapanlar kadın ağırlıklıdır. Grup kurallarında açıkça belirtilmese de bu konuda pozitif ayrımcılık yapılmaktadır. Örneğin böbrek rahatsızlığı ona bir kadın satıcının ticari girişimi desteklemek adına yöneticiler tarafından tavsiye üzerine alınmıştır. Normalde birçok başvuru olmasına rağmen gruba yeni satıcı alımı çok nadir yapılmaktadır.

Kurucu Lider: *'Arkadaslar dun grubumuza Admin 2 ablamızın tanisarak aldigi ve kendisini yaptiklarini hastaligini anlatirken googlede video var abla oradan izleyin ben evde kendim diyaliz islemini gerceklestiriyorum o nedenle ürünlerimi hazırlamaya vaktim oluyor diyen Satıcı2 hanımın videosunu az önce izledim .kendisinin bunu yayınladığımdan haberi yok magduriyet için değil azda olsa tanımak için bu videosunu izlemeniz için bu fotoyu yayınlıyorum .videoyu paylaşmayı beceremedim merak edenler googleden bulup izleyebilir ben sağlıklıyken evde diyaliz yapılabildiğini bilmiyordum hemde bu durumda dikkat çekmiş olurum diye düşündüm.her işlemi kendi yapıyorsa bir insanın kendi damarına kendisinin girmesinde hiç kolay bir şey değil gerçekten tebrik ederim.'*

Üye: *'cesur yürekli Satıcı 2 hm yaşam mücadeleniz tebrik ediyorum'*

Üye: *'Bol satışlar bol kazançlar sayfamıza Hoşgeldiniz'*

Bazen de konu üzerine ayrı bir post olmamasına rağmen farklı konularda çeşitli postların altında kadına destek ifadelerine rastlanmaktadır.

Satıcı 5: *'Ben Bir Kadın Olarak, Aileme Destek Vermek ve (Çiftçiliği)Kendi İşimizi Geliştirip İlerletmek, Bahçemizden Çıkan Ürünleri Daha İyi Değerlendirmek Adına Başladım Bu İşe..Bu Sezonu Dahil Olmak Üzere 3 Sezonu Birer Birer Çıktık Basamakları.'*

Satıcı 5: *'Ben Genç Çiftçi Olmaktan, Kadın Üretici Olmaktan, Aydın İçin Çalışmaktan, Türkiye İçin Çalışmaktan Gurur Duyuyorum.'*

Üye: *'üreten kadınlar Yolunuzdan ve çizginizden şaşmayın Satıcı 5 hanım kimileri konuşur kimileri icraat yapar O aksam okuduklarımdan sonra hemcinsim olarak sizi yürekte kutluyorum'*

Üye: *'Üretici kadınlar yolunuz açık olsun.Allah bereket versin.Kolay gelsin.'*

Üye: *'Ahhh!!! marifetli kadınlar... Ellerinize, emeklerinize sağlık'*

Üye: *'Hamarat caliskan Turk kadinklari bereketli ulkemiz..allah nazarlardan korusun..'*

Üye: ‘Kurucu Lider hanım mükemmel bir yorum da bulunmuşsunuz biz kadınlar aslında o denli güçlüyüz ki yapamayacağımız başaramayacağımız hiçbir iş yok. Sadece bir anlık ürkekliği üzerimizden atmamız gerekiyor 'başarabilirim, neden olmasın yapabilirim' o güven duygusunu hissettiği anda sonuç Satıcı 4 hanımın yaptığı gibi mükemmel’

Bu tip yazışmalar bize kadına destek konusunda grubun dayanışma içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu destek küçük üreticiyi, girişimciyi destekleme tavırlarıyla örtüşmektedir. Zaten ülkemizde kadınları, girişimciliğe yönlendiren nedenlerin başında ülkenin makro ekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın bir çabası olarak, küçük işyeri kurma girişimleri bulunmaktadır (Keskin, 2014, s. 86).

Yansıtmalı Araştırmacı günlüğünde grubun genel anlatımının yer aldığı bir kısımda bu konuya değinilmektedir; ‘...Sonrasında giderek üreticileri özellikle kadın üreticileri desteleyen bir hal aldı.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.3, 27 Şubat 2017). Ya da diğer günlerde konu şöyle geçmektedir; ‘Desteklenmesi gereken bir kadın üretici varsa ve hatta bu hastaysa, grupta sağlıklı beslenme konuları rafa kaldırılabilir. Börek baklava satılabilir. İki yıl önce asla böyle bir şeyi kabul etmezlerdi.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.26, 10 Mayıs 2017).

‘Kurucu Lider hanım bu konu da çok özenli. Grupta satış yapılması için izin verilen satıcılar arasından kadınlara pozitif ayrımcılık yapıyor.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.29, 12 Mayıs 2017).

‘Genel normlarına uygun almayan bir alımı yine kadını destekleme ilkeleri doğrultusunda ihlal etmiş oldular. Demek ki normların ağırlıkları başka başka. Kadını destekleme sağlıktan önce geliyor.’ (Yansıtmalı araştırmacı günlüğü s.34, 14 Mayıs 2017).

4.4.4. Sağlıklı beslenme ve tarifler

Sağlıklı beslenme bu konudaki bilincin oluşması ile başlar. Sağlık bilinci, sağlıklı ilgili gelişmeleri izlemeyi ve proaktif sorumluluğa sahip olmayı gerektirir. Sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler sağlıklı kalmak ve yaşam kalitelerini arttırmak ve devam ettirmek için kendilerini motive ettikleri gibi sağlıklı davranışlar sergileyenler aldıkları önlemlerle oluşacak hastalık riskini de azaltmayı hedeflemektedirler (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015, s. 200). Sağlıklı beslenme grubun önemli kuruluş amaçlarından birisidir. Grubun

adminleri Karatay beslenmesini uygulayarak sağlık bulan kişilerden oluşmaktadır. Zaten ilk çıkış noktaları Karatay beslenmesine uygun temiz gıda bulma çabası olmuştur. Kurucular ve ilk kuruluştaki katılan üyelerin neredeyse tamamı Karatay beslenmesini uygulayan bir diğer Facebook grubundandır. Prof. Dr. Canan Karatay'ın önerileri¹⁷ doğrultusunda sağlıklı beslenmeye çalışmaktadırlar. Yine bu doğrultuda kaynağı belli mümkün olduğunca doğal ve temiz ürünlere ulaşmak arzusuyla bu grubu kurmuşlardır. Satıcılar bu özenle seçilmektedir ve katılımcılar bu noktada hassastır. Grup büyüdükçe Karatay beslenmesi odağında gevşeme olmuşsa da sağlıklı beslenme ve sağlıklı yaşam konusu hep önemli kalmıştır. Bu temada genel olarak sağlıklı yaşam için doğal beslenme, zararlı beslenmeden kaçma, sağlıklı beslenmeye destek olacak doğal tarifler gibi konular yer almaktadır.

Üye: *'misirunu patates kaşar peynirinden börek gibi birşey yaptım, ben glutensiz besleniyorum çünkü alternatif bulmaya çalışıyorum.'*

Üye: *'Glutensiz beslenenlerin gıda sistemine Kara bugdayı ilave etmesini öneririm. Marketlerde satılan glutensiz unların içeriğini çok iyi okumanızı da öneririm. Yağmurdan kaçarken doluya tutulma riskini gözardı etmeyin.'*

Üye: *'arkadaşlar merhaba... yoğurt mayalama olayını bir türlü düzene bindiremedim..bazen maya buluyorum bazen bulamıyorum... bazen evde oluyor bazen komşuda bile denk gelmeyebiliyor... hiç içinde mayayı dondurarak saklayan var mı? doğallığını ve içindeki gerekli faydalı bakterileri yititirir mi acaba? internette aşağıdaki gibi bir tarif gördüm... buz kalıbına koyup dondurup o şekilde kullanıyormuş... sizce güvenilir mi? fikir ve bilgi lütfen... teşekkürler'*

Üye: *'Faydası yada içindeki yararlı bakteriler donunca ne hale geliyor onu bilmek titiz laboratuvar çalışmaları gerektirir onu bilemeyiz ama maya sağlam kalıyor ve yogurdu mayalıyor'*

Üye: *'Afiyet şifa olsun... Rica etsem patlicani nasıl yaptınız , tarif verir misiniz ...kırmızı kapyda da yapmak istiyorum.. İkinin de tarifini lütfen.. Sizi yoracağım ama çok makbule gecer . selamlar'*

Üye: *'Satıcı 20 canımdan keşiboynuzu unuyla çocuklara (yalan yok ucundan kıyısından azıcık tirtikliyorum) şahane browni yapmıştım buna güvenerek nohut,*

¹⁷ <https://www.sabah.com.tr/aktuel/2013/11/07/beslenme-tuzaklarina-karsi-13-karatay-cozumu>
Erişim:1.03.19

mercimek,kuru fasulye unlari da aldım. Her birinden 2 ser kaşık un 3 yumurta yoğurt sőt biraz karbonat bir cimdik tuz koyup iyice karıştırdım tava da akitma gibi pisirdim çokça yaptım dolaba koydum bazen tost bazen yesillikle peynirle durum gibi yaptım bu seferde pizza...’.

Üye: *‘Erkek çocuklar için arabalı (ballı sarısı akışkan yumurta)bir çok şekile sokup hikaye ekleyip yumurta yemesini sağlayabilirsiniz benim oğlum heręün bu neli yumurta anne diyor hala Hikaye ve gorsellik işi kolaylistiriyor sağlıkla büyüütün oğlunuzu dilerim’*

Satıcı 15: *‘Merhaba arkadaşlarım benim tarhanamdan cok lezzetli soslar olur sade corbaya kullanmayiz biz tarhanayi herseye katariz surekli elimizin altindadir tuz biner gibi poacaya korariz bukme yapariz sos yapariz tavaya yağı koyariz bir kasıkta tarhana kısık ateste kavururuz kıtır kitir olana kadar istediğiniz yogurtlu yiyeceklere sos olarak dokeriz Afıyetler olsun’*

Üye: *‘Tarhanalı yumurta da yapılyormuş bu arada yumurta yemeyen bebeklere’*

Üye: *‘siyez bulgurunu makarna gibi haşlayıp tarhanayı yağda kızdırıp sos olarak döküyorlar. Deneyeceğim ben de’*

Kurucu Lider: *‘Sabah bende tarhanayla mıhlama yapmaya karar verdim bu sabah biraz tereyagi ile birazcık tarhanayi hafıf kavurdum birazcık su ilave ettim baktım kıvamlaniyor yarın mıhlama yapayım dedim bugunkune yumurta kırıp yedim’*

Yukarıdaki gibi sağlıklı tariflerin sorulduğu, paylaşıldığı gözlenmektedir. Yine bazı postlarda Prof. Dr. Canan Karatay’dan ve Karatay beslenmesinden bahsedilmektedir:

Kurucu Lider: *‘KARATAYCI ARKADAşLARRRR alıştınız kavrulmuş tahınlara ama işte bu bizim için’* Kurucu Lider burada kavrulmamış çiğ tahini eleştiren üyelere sesleniyor. Çünkü kavru lan her ürün translaşır ve doğal, sağlıklı olmaktan çıkar.

Kurucu Lider: *‘çiğ olduğu için trans hale gelmeden üretiliyor’*

Satıcı 19: *‘Bu tarifimiz Karatay kahvaltımıza uygun pratik ama çok lezzetli bir tarif’*

Üye: *‘Karatay hocamızda o rafdaki glutensiz ürünlerw çok karsi’*

Kurucu Lider: *‘Karatay beslenmesine geceli 3 yılda disarda yedigim kahvaltı yada yemek sayısı iki elin parmagını gecmez heralde canan hoca sayesinde gözümüz açıldı’*

Üye: *'evet unlu terbiye yasak ama tarhana ara sıra yendiğine göre ve ben terbiyeli yemek sevdiğim için tarhana hakkımı bazen o şekilde kullanıyorum... işkembe çorbası, arnavut ciğeri gibi güzel amaçlar için tarhana kullandığımı beyan ederim saygılarımla'*

Gruptakilerin sağlıklı yaşama engel olduğu için dışarıda yemeğe, hazır gıdalara karşı olduklarını paylaştıkları aşağıdaki gibi yorumlar da bulunmaktadır:

Kurucu Lider: *'En guzeli yapabildigimizi evde yapmak ve disarda cok fazla bisey yememek .zaten disarda iki üç kata malolan birde sagligimize zarar eden yiyecekler yerine evde aynı parayla hemde cok daha fazla aynı yemeklere tertemiz sahip olabiliriz hic olmasa yaptigimizi biliriz .tabi temiz hammadde gıda bulmakta önemli'*

Üye: *'Afiyetle yiyin inşallah içinde neler var ve ne kadar a mal oluyor kilo verme çabası için böyle sağlıklı beslenmek varken niye hazır kaçalım değil mi'*

Üye: *'Hele yemek fabrikaları içler acısı'*

Sağlıksız ürünlere alternatif sağlıklı atıştırma maliklerinin olması üyeler için önemli bir konudur. Sadece kendileri için değil, torunları ve çocukları içinde bu tip ürünleri almaktadırlar. Böyle ürünlerin de satışı grupta mevcuttur.

Üye: *'Satıcı 21 Hanimdan saglikli atistirmaliklarim jet hiziyla geldi.'*

Grupta satılan gıdalar ile ilgili sağlığa zarar verebilecek konularda postlara zaman zaman konu olmaktadır:

Kurucu Lider: *'Biz sizlere burada kufun zararını hala öğretemediysek ben daha diyecek bisey bulamiyorum .inan bu oneriye yapman beni cok hayal kirikligina ugratti acabalar olusturdu kafamda'*

Kurucu Lider: *'Ben yarım saattir hayal kırıklığı yasiyorum nasıl böyle bir oneride bulunulur minicik bir kuf olsa bile hangi gıda olursa olsun atiyoruz insan sagligi cocuklarin sagligi neyse şu an biraz sakinlesmem gerekiyor'*

Üye: *'evet kuf cok onemli kururken olusur kuf sonra da yayilir en basinda cok iyi kututmak lazim ben de istemistim ne olacak simdi...Alfatoksin testi ysptirmek lazim'*

Üye: *'Gıda mikrobiyolojisi konusunda biraz bilgili oldugum icin yazayim..kufu cerez meyve..nin cok.az miktari bile cocuklarda cok agir harabiyete ve olume dahi yol acabilir..buyuk insanlarda karaciger kanserinin en buyuk nedenlerindendir....burda satıcı bayanin o urunu derhal atin yeniside yolliyorum..demesi en dogru yaklasim olurdu...sagligin tavizi olamaz...'*

Üye: *'Aflatoksin benim korkulu rüyam çünkü karaciğer kanserinin korkunç yüzünü gördüğüm hastalar oldu...Özellikle çocuklarda karaciğer yetmezliği aniden gelisebilir.Bu hic yabana atilabilecek bir sey değil. Aflatoksin iceren ürün yerine fabrikasyon ürünü tercih ederim .Bende aldım Satıcı 21 dan hemen cam kavanozla buzdolabına koydum.Gozle görünen bir bozulma yok.Tadida cok güzel. Ama aflatoksin ve küf olayi ciddi sorun.Bu konuda gurubumuzun hala bilinlenmeye ihtiyacı var maalesef. ..'*

Üye: *'Kurucu Lider hnm, yazınızın içinde çok değerli bilgiler var fakat uzun ve birkaç olay anlatıldığı için arada dikkatlerden kaçabilir diye düşündüm,küf konusunu lütfen üzerine basarak, zaman zaman burada işlerseniz hem üretici hem tüketici açısından çok faydalı olur, sevgiler...'*

Küf konusu kadar ürünlerin ilaçlı olması ihtimali de grupta yer yer tartışılmıştır:

Üye: *'Satıcı 21'den ceviz ve üzüm aldım, ceviz şaibeli okuduğum kadarıyla. Üzümlerden de hergün 2 yaşındaki kızıma yediriyorum. İçim hiç rahat değil. Vermesem mi? Sağlıklı atıştırılabilir diye aldığımız şeylerle zarar vermiş olmayalım. Paketli gıda, şeker vermiyorum derken kimyasala boğulmuş "sağlıklı" ürünler mi tüketiyoruz'*

Üye: *'İlacı bir kez atınca topraktan temizlenmesi 10 yıl sürer..Etrafında ilaçlı arazi olmamak şartıyla.. İnsanlarla cahilce oynamasınlar...'*

Sağlıklı beslenme ile ilgili yukarıda yorumlarda yer alan konular yansıtılmalı araştırmacı günlüğüne de yansımıştır. 'Üye Hanım, Satıcı 21'den aldığı keçi boynuzu unuyla browni yapmış. Memnun kalıp mercimek fasulye ve nohut unlarından da almış. Bu unlarla yaptığı akıtmanın tarifini takipçilerle paylaştı. Bu akıtmaları bazen peynir ve yeşillikle ya da tost şeklinde de tükettiğini söyledi. Bu tarifi bir gün bende yapacağım. Bu tarz sağlıklı yemek tarifi postları ara ara geçiyor. Bu yönde yaşam tarzının grupta desteklenmesi adına önemli bence.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.49, 20 Temmuz 2017).

'Kurucu Lider Hanım bu tarz faydalı ürünlerin yapımlarını sıklıkla paylaşıyor. Domates sosu ve sirkenin yapımını da paylaşmıştı. Hatta birçok üreticiye ürünlerinin yapımı ve tarifini de verdirtiyor. Yani yapabilecek olanlar için ürün tarifleri grupta saklanmadan veriliyor. Sağlıklı beslenmenin grupta desteklenmesi adına bu şeffaflık ve iyi niyet çok güzel.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.60, 31 Ağustos 2017).

4.4.5. Sorunlara çözüm önerisi

Bu alt tema grup içinde karşılaşılan sorunlar karşısında üyelerin ve adminlerin tutumu yer almaktadır. Grupta başta adminler olmak üzere ürün ve üreticilerle ilgili çıkan sorunlara hemen çözüm üretmeye çalışan doğal bir sistem oluşmuştur.

Kurucu Lider: *'Burada herkes kendi emeğiyle çaba gösteriyor olabilir gelen üründen memnun kalmayabilirsiniz yazın gönderen arkadaşta, telafi edilmiyorsa bizlere yazın ama usuluba lütfen dikkat edelim kırıp dökmeyelim'*

Üye 1: *'Urunden memnun kalmazsak ta burada paylasir , bir orta yol buluruz diye dusunuyorum'*

Kurucu Lider: *'O konuda hic endiseniz olmasin bugüne kadar haberim olduğu kadariyla cok magduriyet yasanmadı olanlarida cozdüler'*

Üye 2: *'Satıcı 5 hanım maalesef hizmet sektöründe insan faktörü olduğu için sıkıntı olabiliyor ,ger meslekte bu var,nasıl bir diyalog yaşadığınızı bilmiyorum ama lütfen kişisel algılamayın.üslup ve çözüm arayışında olup olmamak maalesef çok önemli.'*

Kurucu Lider: *'Arkadaslar bu rahatsız oldugunuz durumu bizim gruptan ureticilermi yapiyor yapan varsa bana isterseniz özelden yada burda yazarsanız bende bilgilenmis olurum .'*

Böyle genel çözüm ifadelerinin dışında yaşanan olaylar bazında da adminler hemen müdahale edip problemleri ortadan kaldırmaya gayret etmektedirler.

Kurucu Lider: *'Satıcı 5 sende bizim yerimize koy kendini ..grupta guzel guzel bezelyeleri goruyorsun ben ilk kez dondurucuya koymaya fotolar yuzunden heves ettim .iri taneler piril piril bezelyeler hayaliyle koliyi bekliyor ve bir gunde geldi oleyyy diye sevinerek aciyorsunki oda ne bir suru bozuk bezelye ici ufak yada bos bezelye ile karsilasiyorsun oturup ayiklamaya calisirken altlarda bisey yoktur dedikce karsina gene bozuklar cikiyor sayfaya bakiyorsun denilen miktardanda az bide evdekilerin bakislari ...yani biz kargosunda sorun olanlar gercekten uzulduk bizde boyle olsun istemezdik sende istemezdin kimse kimsenin emegine laf etmiyor birazda tepkiler herkeste farkli tabiki .sabahta dedim önce can sagligi telafisi olmayan seyler degil bunlar ne senin uzulmene deger nede bizim keske her dert boyle olsa ...biz nelerin ustesinden karsilikli iyi niyetlerle geldik bununda ustesinden gelinir .ufak bebekle tabiki kolay degil ama bu senin isin sen bu zorlugu goze alarak hem bebegini buyutmeye hemde isini yapmaya kendin karar verdin ayni benim gecmiste 20 ay arayla iki cocugu dunyaya getirip nobetli bir iste*

calismam gibi sonucta profosyonellik gerektirir bunlar mesela ben hastama ben iki cocukla ne zorluklar yasiyorum ama sizede bakiyorum diyemedim hastalarken bir isime gitmek zorundaydim hepimiz kendi secimlerimizin sonuclarini yasamak ve mumkun oldugunca bunlari aksettirmemek durumunda kaldik ablam .bunlari yazdim diyede uzulme ama bunlar gercek ya bir koltukta birkaç karpuz zor tasinir sende zamanla alisip pratikleseceksin bugunlerde gececek’

Kurucu Lider: ‘Bu alısveris Satıcı 5 ve mağdur olanlar ama satıcı 5 tarafından telafi yoluna gitmeye calisanlar icin nazar boncugu olsun .Satıcı 5’den cok guzel alısverisler yapıldı ve gene yapılacaktır .ben buna ictenlikle inanıyorum ..burada bir cok olumsuzluk yasandı el birligiyle ustesinden geldik karsilikli iyiniyetle cozemeyecegimiz hic bir sey yok sorun yasayanlar Satıcı 5’e ozelden basvursunlar zaten bezelye satisini bu hafta bitirecegini bir onceki haftada demisti diger ürünleriyle devam diyor konuyu burada musadenizle kapatmak istiyorum ’

Genelde sorunlara böyle ılımlı çözüm üreten bir Kurucu Lider tutumu mevcuttur. Ürün kaynaklı yaşanan sıkıntılarda öncelikle diğer üyeler deneyimlerini paylaşmaktadır. Nedeni ya da çözümü olabilecek ifadeler yazmaktadırlar.

Üye 1: *‘Bende 2 paket aldım merak edip baktım şimdi ama kurt yok , digerlerini yerken dikkat edicem ,ben kargoyu teslim alir almaz buzdolabına koymuştum ’*

Üye 2: *‘ çok da almıştım ben. bundan sonra az az almaya karar verdim. aslında, sorun yaşayanlar, inceliklerinden ötürü sorunları burada paylaşmıyorlar. keşke daha sık paylaşılsa sorunlar. bilmeden bir sürü kişi mağdur oluyor. ’*

Üye 3: *‘Aydınlı olduğum için düşüncemi söylemek istiyorum.incir veya diğer meyvalar ilaçlanmazsa kurtlanır.Burada Satıcı 14 beyin kusuru size saklama koşulunu söylememesi bence.ben 2 yıldır inciri Satıcı 5 hanımdan alıyorum çok memnunum. Satıcı 14 beyden zeytinyağı,zeytin ve sabun alıyorum.çok memnunum.Gurup satıcılarımız açık sözlü ve dürüstler. Satıcı 14 beyin gereğini yapacağından eminim.*

Tane sumağın nasıl bir ürün olduğunu ve kullanımı bilmeden alan bir üyenin sorunu yine grupta çözülmeye çalışılmaktadır:

Üye 1: *‘Salata ya koymuştum. Herkezin ağzından taş çıkınca anlayamadık ne olduğunu. Taş değil çekirdekleriymiş’*

Satıcı 9: *‘Taş olmaz sumakta kendi dalları olur belki suda ıslayıp ovarsanız çekirdeğinden ayrılı verir’*

Üye 2: *'Bu tarz sumak dolma,sarma ve çorbalar için daha uygundur.Sumak bi taşım kaynatılır,ardından süzülür ve çıkan suyla bahsettiğim yemekler bu şekilde pişirilir.'*

Üye 3: *'Tane sumak belirli bir miktarını ilik suya koyup bi kaç saat beleyip suyunu kullanacaksınız.ben öyle kullanıyorum.ister dolma.ister kisir.isterde salata olsun suyunu kullanacaksınız'*

Üye 4: *'sumağın çekirdekleri taş gibi sert en iyisi sumağı sapları ayıklayıp atıyorum robota çekirdekleri öylece bütün kalıyor onu kalın delikli bir süzgeçten geçirin Ce çekirdekleri çöpe pul biber gibi olan sumak kavanoza bu kadar basit istediğin şekilde kullanılır'*

Üye 5: *'İyi akşamlar,bu sumağı ancak 20 dakika sıcak suda bekletip ,süzgeçte n geçirdikten sonra dolmalara ,pırasaya vb salatalara kullanabilirsiniz.Bunun haricinde kullanmanız mümkün değildir sevgiler'*

Sorunlar bazen sıkıntılı alıcılar nedeniyle de olabilmektedir.

Admin 3: *'Bu tip alıcılar üretici için zaten bir kayıp değildir... bir diğer ve önemli olan konu üreticilerin alınan kurala tam olarak uyması ... (ödeme almadan ürün yollanmaması) o zaman böylesine lüzumsuz diyaloglar otomatikman ortadan kalkacaktır... emsal teşkil eden gönderiler var ise bu alıcı da (garip bir şekilde) o hakkı kendisinde görüyor olabilir...'*

Ürün üretici ya da grup içi yaşananların dışında da yaşanan sorunlara gruptakiler çözüm önerileri sunmaktadırlar. Örneğin para transferinde ücret kesilmesinden şikâyet eden bir alıcıya üyeler hemen çeşitli öneriler getirmektedir:

Üye 1: *'İnternet bankacılığı ndan hiç ücret kesilmiyor. Maaş müşterisi olduğum için mi bilmiyorum.. yine de en uygunu o. Zor bir yanı yok, sadece internet bankacılığını aktif ettireceksiniz, ilk kullanım için size bir şifre verecekler. Hepsi bu. Atm den havale yapabiliyorsanız internet bankacılığını da öğrenirsiniz'*

Üye 2: *'Enpara yı araştırın. Hiçbir masrafı yok'*

Üye 3: *'En para hiç masrafsız ve güvenli.'*

Üye 4: *'İnternet bankacılığında hic komisyon yok havalede de eft de de'*

Kurucu Lider: *'Enpara.com bedava havale'*

Üye 5: *'Kuveyt Türk Katılım Bankası yada en para tüm hizmetleri ücretsiz havale eft atm den yatırma vs'*

Üye 6: *'Kuveytturkte islem ücreti yok, ama banka atmleri her yerde yok, merkezde oluyor genellikle biz koy gibi biyerde yasiyoruz, hesapta para yoksa birde gidip yatirmasi zor oluyor, imkanlari guzelde her yerde atmsi olmyan bir banka'*

Satıcı 13: *'Kuveyt Türk hem müşterileri hem satıcılar için ideal bir banka size gönderenler kuvvetli olacak ki ücretsiz olsun'*

Yine kargodan dolayı geciken bir ürünü bekleme şartından dolayı alıp almamakta tereddüt eden alıcıyı adminlerden biri net bir tutumla sakinleştirmektedir.

Admin 2: *'Üye hanım, içinize sinmeyecekse iade edin bu konuyu önce satıcı-üretici arkadaşımızla konuşup halletme yoluna gidin çünkü birazdan her kafadan bir ses çıkacak daha kararsız kalacaksınız...'*

Admin 2: *'Üye hanım lütfen sakin olun ve dediğimi yapın karar sizin'*

Admin 2: *'Siz üreticiyle görüştünüz mü'*

Admin 2: *'Size yol gösterdim'*

Admin 2: *'İade edceksiniz bu kadar'*

Bazen de ürünlerin orijinal olup olmadığı ile ilgili tereddütler yaşanmakta ve grupta paylaşılmaktadır. Örneğin bal alıp orijinalliğinden emin olamayan bir alıcıya ve ürünü satan satıcıya adminler ve üyeler çeşitli çözüm önerileri sunmaktadırlar:

Admin 3: *'Satıcı 22 bey bence isteyene para iadesi meselesi değil ama sonuç itibariyle şöyle bir çözüm bulunulabilir...siz üye hanıma gerekli tahlil parasını yollayın...tahlile yollasın siz zaten kendi ürününüzden eminsiniz bu durumda sonuç da temiz çıkacaktır ... sorun da ortadan kalkacaktır ... Üye 1 hanım güven kontrole mani değildir düsturuyla hareket etmiştir yadırganacak birşey yok bu durumda...'*

Kurucu Lider: *'Su anda yapılacak en uygun sey Admin 3 arkadasimin dedigi öneri .bala analiz olursa ve sonuc olumlu olursa talep patlaması bile yasanir'*

Kurucu Lider: *'Adilce çözüm gelen kisilerin herhangi bir tenekeden numune alıp analize götürmesi olabilir ancak'*

Üye 2: *'Degerli dostlar hepinizi sükunete davet ediyorum. Satıcı 22 beyden ben de bal alıyorum ve gayet te memnunum. Ancak Üye 1 hanım kargoda yaşanan bir aksilik sonucu bal tenekesi deforme olmuş ve sızıntı yaşamış.'*

Üye 2: *‘Yaşadığı bu olumsuz durumu paylaşması çok dogal ancak bu durum balın kalitesini bozmaz.’*

Üye 2: *‘Buradan çıkarılacak ders Satıcı 22 bey adına paketlemenin daha iyi yapılması olmalıdır. Bal analizi yaptırmak tabiki kişinin tercihi ve dogal hakkı ama bunu tadını begenmedim diyerek ön yargı ile duyurmak çok etik degil.’*

Üye 2: *‘Tecrübeli bir bal üreticisi olarak Satıcı 6 beyin de tatması saglanarak arabulucu olmasını öneriyorum.’*

Üye 3: *‘Satıcı 22, balın tahlil parasını sen ver. Yapılsın bu tahlil çıksın durum ortaya. Sen de rahat et herkes de.’*

Üye 3: *‘Ben en başından anladım zaten. Ancak ticari itibarının sürmesi için bir tahlil raporuna ihtiyaç hasıl oldu. Bunu da bil. Bana balı gönder o ayrı...’*

Üye 4: *‘Her seyde bir hayir vardır, yanlış anlasilmalar gereksiz gerginlikler olayı buralara getirmiş belliki, sonuç ciksin Satıcı 22 bey de zan altında kalmaz bizde, güvenle aliriz ballarimizi, mübarek günde kalpler kirilmasin..’*

Satıcı 22: *‘Kurucu Lider hanımla konuştuk tahlile yollayacak kendisi. Sonuna kadar balimizin arkasındayız. Hazretin ağız tadına uymamış balımız tüm günahı buymuş.’*

Satıcı 22: *‘Üretmek öyle kolay mı? Kalkıp kolayca insanların üzerine çamur atıyorsunuz. Üretmeyen üretenin halinden ne anlar.’*

Admin 3: *‘Bizde Satıcı 22 beyden bal almıştık ... p tesi veya salı günü bu durumla ilgileneceğiz ... yaptırabilirsek burada paylaşacağız.... Üye 1 hn siz post yollamakla yanlış birşey yapmadınız ... umarım herşey iyi neticelenir... hepimiz de gönül rahatlığıyla tüketmeye devam ederiz... yorumlara kapatıyorum ... bilginize...’*

Kurucu Lider: *‘Arkadaslar Satıcı 22 bey bana benden bal alan istediginiz bir uyeden bal isteyip analiz yaptirabilirmisiniz masrafi karsilayacagim dedi bende dikiliye gidiyorum izmirde olmayacagim aklıma diger admin arkadasim Admin 3 geldi ona yazdim sende Satıcı 22 beyin bali var analizin masrafını karsilayacak sen ilgilenebilirmisin bu olay anlasilir hale gelsin dedim hemde Satıcı 22 yaptirirsa kimdir necidir denmez iyi olur oda bir arastirayim elimden geleni yaparim dedi ama oda calistigindan tam net söz veremedi insallah yaptirabilirse buradan sonucu yazariz .soru isaretleri kalmamis yada yanlış kararlar vermemis olur’*

Bal analize gittikten sonra aslında sonuçlar kötü çıkmamasına rağmen, sorunlar çözülememiştir. İletişim hatalarından dolayı kırılganlıklar olmuştur. Kurucu Lider çok üzölmüştür bu duruma çünkü gruba çok emek vermektedir. Hatta grubu kapatmaya yönelik sitemli imalarda bulunmuştur. Bu yeni soruna ise normalde hiç yorum yazmayan üyeler dahi çözüm yolu arama amaçlı yorum yazmışlardır. Kimse gruptan vazgeçmek istememektedir.

Üye 1: *'Yazılanları üzüölerek okudum. Herşeyden önce bir hukukçu olarak ve uzun yıllar Türkiye'nin en büyük tahlil laboratuvarlarından birinin avukatlığını yapmış biri olarak konu hakkında bildiklerimi paylaşmak isterim. Bal benim de en hassas olduğum ürünlerden biri. Ege'de balıyla meşhur bir yerde yazlığımız olmasına rağmen güvenemediğim için direk bal satın almıyorum. Burada tartışma konusu olan balın tahlili konusuna gelince iki tür denetleme olduğunu biliyorum. Birincisi üretim yerinden numune alınarak denetim yapılması, ikincisi de satış noktasında numune alınarak denetim yapılması. Bir diğer noktada tahlilin hangi testlerle yapılacağı hususu çünkü çok sayıda laboratuvar olmasına rağmen bunlar da yeterince yetkin değiller. Kurucu Lider Hanım bu ve bundan sonraki satışlarda bizlerin yapabileceğı en etkin denetim. Ürünler alıcıya ulaştıktan sonra farklı zamanlarda rastgele belirlenecek bir ya da iki alıcıdan ürünü açmadan size yollamalarını sağlamak ve yapılacak iki testin ücretini de satıcıdan talep etmek. Bu şekilde olursa hem insanlar gönöl rahatlığıyla bal satın almış olur hem satıcılar töhmet altında kalmaz hem de kötü niyetli satıcıları bertaraf etmiş oluruz. Burada binlerce alıcı mevcut ve ciddi bir alım potansiyeli var.'*

Bu güzel öneri ürün güvenilirliği adına en somut çözüm önerisi olmuştur. Üye bu alanda çalışmış bir hukukçu olduğı için tavsiyeleri somut ve uygulanabilir bulunmuştur. Kurucu Lider de bu öneriyi beğenmiştir:

Kurucu Lider: *'bir iki satıcıdan gelen numune hepsini temize çıkarmaz yada kötü yapmaz .ama cevresinde analiz yapılacak yerler varsa yaptırabilirlerse ve alıcılar bana yazarsa götürüp verebiliriz diye ben satıcıyla diyalog kurup parasını göndertebilirim urunlere birer kez analiz yaptirtiriz ama benim haberim olsunki birden cok kisi aynı ürüne analiz yaptirtmasin cunku masraflı bir is sonucta.'*

Üye 1: *'Kurucu Lider hemen kötü düşünmeyin... Belki de bu bir fırsattır. Profesyoneelliğe doğru. Satıcılardan ya da alınan ürünlerden belli bir ücret alınarak bu iş için şimdilik bir ilerleyen zamanda daha fazla kişi çalıştırılabilir diye düşünüyorum.'*

Bir de şu grubun kapanması lafını bir daha duymak istemiyorum. Binlerce insan bir aradayız. Daha iyiyi daha güzelini yapmayı denemek varken kapatıp gitmek niye...Deneriz olmazsa en azından denedik de yapamadık deriz..’

Kurucu Lider: *‘Dedğim gibi ürün alan arkadaşlardan bu iste gönüllüler çıkarsa hem verdikleri numuneler kadar masrafı hemde analiz masrafını bir defaya mahsus her sezon basında satıcıdan isteriz yaptırarak kisi önceden bana yazar satıcı kimin yaptıracağını bilmeden ürün yollamış olur ben analiz olma durumu olursa satıcıdan ücreti talep ederim göndertirim .banada böylece destek olunmuş oluR’*

Satıcılar maliyet artışlarıyla ilgili konuları da grupta paylaşmaktadırlar. Örneğin yumurta satıcısı hanım Satıcı 16 doların artması ile kullandığı özel strafor ambalajın fiyatının çok yükseldiğini buna fiyatlara artık yansıtma zorunda kalacaklarını belirtmiştir. Alternatif olarak ta oğlunun el emeği yaptığı maliyeti düşük koruması sıkıntısız ama paket açıldığında strafor döküntülerinin olabileceği bir ihtimalden bahsetmiştir. Orijinal ambalaj kadar şık olmadığını ama koruduğunu belirtmiştir. Kurucu Lider bu durumu satıcı ile gruba sormuş ve hemen çözüm önerileri gelmiştir:

Üye 1: *‘Kapının önünde yani dışında açsınlar köpükler dışarıda kalıyor ben öyle yapıyordum eskidende köpükle geliyordu arayana çözüm çok’*

Kurucu Lider: *‘Satıcı 11 sen bu şekilde yollamaya devam et ..kırık ve daha fiyatlı yumurtadansa biz biraz strafor döküntüsüne razıyız rahatsız olacak olanda 12 tl odayip orjinal kutuyla satın alsın’*

Üye 2: *‘Balkonda açarız kutuyu yada kapının dışında yada supuruveririz. Son zamanda kırıklar çok arttı üzüüyor insan.emek veriliyor okadar.’*

Üye 3: *‘Bence çok iyi olmuş Satıcı 16 ablacım hatta size zahmet verende biz olmuş oluyoruz kusurumuza bakmayin ama bundan memnun olmayanlara ek ücret yansitip farkı bir ambalajda gönderilebilir belki Satıcı 11’*

Üye 4: *‘Ne güzel bir fikir çok güzel olmuş . keske bizimde imkanınız olsa böyle siparişler vermeye ben hergun supurge Yapmaya razı olurdum . Birde benim size bir önerim var yumurtaları Alan kişiler bence bu kutuları atmasınlar biriktirsinler ve size geri versinler tekrar kullanılsın birkerelik olmasın bence karşılığında ya birkaç yumurta ikram edersinizveyada başka bir alternatif bulabilirsiniz’*

Üye 5: *‘Straforlar güzelce kesip yumurtalık olarak bile kullanılabilir kimbilir ne yaratıcı hanımlar çıkar aramızdan ?’*

Üye 6: *‘Çok yaratıcı bir çözüm olmuş tebrikler. Göz üstünde kaş arayan memnuniyetsizleri de esefle kınıyorum. Müşteri sipariş verirken 2 opsiyon olduğunu diğerinde ek ücret almaları gerektiğini belirtsinler bence şikayetler hemen kesilecektir.’*

Böyle çözüm önerileri post boyunca yazılmaktadır. Sonuçta ambalaj maliyeti düşük olan ürün muhtemel temizlik gerektirecek olmasına rağmen tercih edilmiştir. Grup için maliyet daha önemlidir. Birlikte ortak rasyonel bir çözüme ulaşılmıştır. Genel olarak her sorun karşısındaki davranış kalıpları bu yönde gelişmektedir.

Yine başka bir ambalajla sorunuyla ilgili grup üyelerinin yazışmaları örneği, bu sefer hiçbir hasar görmeden gelmiş bir zeytinyağı tenekesinin paketlenmemesine kızmış bir alıcı paylaşım yapmakta. Ürünün paketsiz gelmesini saygısızlık addetmekte. Oysa teneke sağlam olarak ulaşmış. Gruptakiler uyardılar ve bakış açısının yanlış olduğunu anlattılar. Denge grupta önemli bir faktör. Genel olarak istikametli ve adaletli bir bakış açısı hâkim. Ve yine bu yazışmalar ortaya koyuyor ki grup için maliyetler görüntüden daha önemlidir.

Üye 1: *‘Aslında ambalaj olsa ezilirdi.delinirdi hatta yuvarlanırdı .bu şekilde kulpunu kullanarak taşımışlar..çok mantıklı..’*

Üye 2: *‘Satıcı 1’de boyle göndermiş daha sağlam geldi. Kargolar atılıyor fırlatılıyor yerlere tenekeyi görünce dikkatli taşımışlar.’*

Üye 3: *‘hiç bir hasar yokken neden bu kadar sitem ettiniz anlamadım bizim için önemli olan ürünlerin sorunsuz zararsız hasarsız gelmesi değil mi?’*

Üye 4: *‘belkide bu sekilde gönderildiğinde daha dikkat ediyorlardır kutunun icinde gelenler genelde yamulmuş oluyor çünkü’*

Üye 5: *‘Pıt pıt diye patlattığımız poşetlere sarılmalıydı bence delinmemiş olması şans’*

Satıcı 1: *‘ Sayın Üye 5 " Pıt pıt diye patlattığımız poşetlere sarılmalıydı bence delinmemiş olması şans " yazmışsınız, Pıt pıt dediğiniz şey naylon parçası,o olunca delinmezmi tenekeler yani ? Kargocular özellikle uyardılar beni,tenekeler açık olsun ki taşıyan ne olduğunun bilincine varsın diye...’*

Kurucu Lider: *‘Resmen piyeyi deve yapmissiniz tenekenizde hasar olsaydı size ve bu sert yorumunuza hak verirdim ama belkide en duzgun teneke size gelmiş inanin bu sozlerinize diyecek kelime bulamadım .almam demissiniz ya gercektende almayin.olumsuzluklari yazin dedik sizinki bambaska bir durum olmus yorumum*

hosunuza gitmeyecek ama ben ne dusunursemler onu yazan bir insanim ' bu şekilde yorumlar devam ediyor. '

Admin 2 bir dönem enginar yetiştiriciliği yapıp satmıştı. O dönem sipariş verip ürünü kargodan almayan birinden dolayı sıkıntı yaşadı. Sonradan ödemeli olduğu için parasını da alamadı ürününün. Gruba bunu belirttiğinde hemen kargoya yakın yerlerdeki üyeler ürünü satın almayı teklif ettiler.

Admin 2: *'Şu anda dolandırıcı olduğunu öğrendiğim birine gönderdiğim kargo istanbul istinye MNG kargoda şubesinde 25 adet enginar, yakın çevrede oturan varsa isteyen birine yönlendirebilirim yarı fiyata çok üzgünüm sadece aptal yerine koyulmaya çalışıldığı için, yoksa gidecek olan maddi yönüne hiç takılmıyorum'*

Üye 1: *'Abla geçmiş olsun ben Maslak ta çalışıyorum. .ama salı günü orda olacağım 1 mayis tatil'*

Üye 2: *'Ben Sarıyer deyim.alabilirim ben .ama nasıl olacak'*

Üye 3: *'hanim kimse ye söz vermediyseniz ben alırım. Talibim enginarlarınıza ☺. .üzülmeyin lütfen'*

Admin 2: *'çok takılmadm başkasına yönlendiriyorum zaten sorun yok'*

Üye 4: *'Ürün satanlar arasında sadece ürün sahiplerinin haberlesebileceği bir facebook grubuda olsa bu tür kişilere karşı tedbir alınmış olur.'*

Üye 5: *'Üzülmeyin lütfen sizin emeklerinizi kaybettiği için kendisi üzölsün şahıs. Alan olmazsa adres verebilirim istanbul için bozulmasın ürünler. Sıkmayın canınızı'*

Kurucu Lider: *'Satıcı arkadaşlarım ben size en güzeli bir grup açayım ve orada siz sorunları ve uyarılarınızı birbirinize yazın'*

Kurucu Lider: *'Merak etmeyin birbirlerini kötü niyetlilere ve sorunlu müsterilere karsı uyaracaklar ortak kararlar alacaklar zaten kararları sizlerde duyarsınız burada ..sonucta onlar bizim iyi niyetli satıcılarımız ama hepsi az çok kazık yedi bugüne kadar ama sessiz kaldılar bugün duyduklarımızdan sonra onlarda kendilerini guvenceye almalı diye düşünüyorum sahte hesap çok çünkü'*

Üye 6: *'Bence de ödeme yapıldıktan sonra ürünü gönderirseniz bu dolandırıcıların önü kesilmiş olur belki'*

Üye 7: *'Satıcı arkadaşlar grupta lk defa göndereceği kişiden referans istiyebilir,yada kendi aralarında bu kişiyi teyid edebilirler.'*

Bu sorunu çözerken hem yeni bir oluşuma karar verdiler -yalnız satıcıların olacağı bir grup- hem de üyeler az iken sorun yaşamadıkları sonradan ödeme alma seçeneğini ortadan kaldırdılar.

Yukarıda yaşanan örnekten sonara bir araya gelip konuşan satıcılar kayıplarını daha net gördüler. Kurucu Lider bu konu ile ilgili grupta bir post açtı:

Kurucu Lider: *'Arkadaslar 3 gün icinde satıcı arkadaşların aylardir alamadığı paraları hesaplarına yatırıldı .baya bir ugrastık ama coguna ulastik . bizde yönetim olarak huzura kavustuk ama olurya gözlerinden kaçan yada yatmayan paraları varsa yatırmayan yada yatıramayanlardan ricam onlarda bir an önce yatırsınlarki grubumuzun isleyisi sağlıklı olarak devam etsın insanlar emeklerinin karsılığını tam ve zamanında alsın çünkü bu üç günlük süreçte çok stres yasadılar kandırıldıklarını farkettiler para kadar güvenlerinin kullanılması ve kandırılmak zorlarına gitti . Temennimiz bundan sonrada aile ortamında alisverislerimizin sürmesi güvenin suistimal edilmemesi satıcılarımızda derslerini almıs olması dilegiyle ...'*

Kurucu Lider: *'Bundan sonra zaten bir avukat uyemiz bize yardımcı ve destek olacak .kimseyle yalvarir gibi ugrasmayacagız ..'*

Üye 1: *'Fatura kesilirse kesin çözüm olur. Alıcı sizden şikayetçi olmasın avukatınızın işi daha kolay olur.. Bilgi paylaşılmak için vardır'*

Üye 2: *'En guzeli para hesaplarına gecmeden urun gondermemeleri.Su ana kadar alisveris yaptigim arkadaşların hepsi de çok iyi niyetli.Vicdanları nasıl rahat acaba bir kurus'*

Üye 4: *'Kimlerse bu kisiler bence isimleri verilmeli burada. Belki gercekten unutan da vardır'*

Böyle birçok çözüm önerisi geliyor üyelerden. Araştırmacı günlüğünde sorunlara çözüm getirmekle ilgili yansıyanlardan bazıları şöyle:

'Satıcılar paralarını alamamış ürünleri geri yollanmış ve bunun gibi birçok mağduriyet yaşamışlar. Kurucu Lider Hanım da Topluluk X'te bu durumu paylaştı satıcıları ihmal ettiklerini desteksiz kaldıklarını söyledi. Bu duruma çözüm olarak grup yönetimi önce paranın yatırılacağı sonra ürünün gönderileceği kararını aldıklarını duyurdu. Bu karar grubun kuralı niteliğinde bir karar.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s. 18, 1 Mayıs 2017). Sorunlara getirilen yapısal çözümler bir müddet sonra aynı bu örnekte olduğu gibi genellikle grup kuralı olmaktadır.

‘Grup arkadaşları üzüldüklerini dile getirerek bunun kargonun ihmali olduğunu söylediler. Satıcı 15 hanım muhtemelen bir çözüm bulmaya çalışacaktır bu konuya.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.64, 20 Eylül 2017).

‘Yorumlarda Satıcı 4 Hanım’ın salçalarından çok kibarlığı, çözüm odaklı oluşu ön plandaydı. Herkes salçalarından, tarhanalarından ve eriştelerinden de çok memnun.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.76, 3 Kasım 2017)

‘Dördüncü kişi de Satıcı 12 idi. Yine burada da güzel yorumlar vardı. Samimi, dürüst, çözüm odaklı, hatalarını hemen telafi eden bir satıcı olduğunu yazdı herkes.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.76, 3 Kasım 2017). Satıcıların sorunlar karşısındaki tavrı genel olarak çözüm odaklı olma yönündedir. Grup üyeleri bu durumun farkındadır ve bu durum onları gruba daha çok bağlamaktadır.

4.4.6. Tavsiye

İnsanlar günümüzde sosyal medya sitelerine üye olarak çeşitli ilgi gruplarına bağlanarak fikir ve tavsiyelerini paylaşabilmektedirler. Bu tür sosyal medyaya üye olan kişiler de bir başka online topluluk şeklini oluşturur ki, bu kişiler de pazarlama iletişimcilerinin üzerine özenle eğilmesi gereken yeni bir paydaş grubudur (Çelik, 2014 s. 35). Topluluk X da böyle bir gruptur. Tavsiye grup içi alışveriş tercihlerini belirleme de önemli bir faktördür. En sık rastlanılan tavsiye yorumları genellikle ürün kullanıcılarının kullanım sonrası yazdıkları ya da almak isteyen üyelerin sorularına verdikleri cevaplardan oluşmaktadır.

Örneğin ceviz alımıyla ilgili şöyle bir diyalog geçmektedir;

Üye 1: *‘Ben 26Ekim’de Satıcı 23 aldım, ne yaş ne kuruydu. Tadı nefis! Bez torbaya koymamı söyledi öyle yaptım hala nefis lezzetli... Hiçbirinde sorun yok, rengi koyu olanlar da var içlerinde ama lezzetleri güzel onların da.’*

Üye 2: *‘Sorun yalnızca lezzet değil sanırım. Ben de buradaki tavsiyeler üzerine 1 hafta önce alışveriş yaptım hala gelmedi. O gün EFT yapmışım siparişler sayfasına bı bakayım dedim son bir haftada siparişiniz yok diyor.’*

Sabunla ilgili tavsiye istenen bir posta şu yorumlar gelir;

Üye 1: *‘Biz aldık kullanıyoruz... Ben sabun olayına önyargılı bir insanım normalde ona rağmen memnuniyetle kullanıyorum... umarım siz de memnun kalırsınız’*

Üye 2: *‘Satıcı 17 beyden ben de aldım sabun. Şimdilik memnunum.’*

Üye 3: *'Satıcı 17 beyin sabunları harika ben çok beğendim.saçlarımda dökülme azaldı.tavsiye ederim'*

Üye 2: *'Boyali saca bittim sabunu kullananlar tecrubelerini iletebilir mi?'*

Üye 4: *'Benim sacima çok kimyevi işlem uygulanmıstı .boyalar siyahtan sariya donmeler brezilya fonu vs sabunla mucize beklemiyodum elbetteki dogal olmasi beni rahatlatiyo sadece ha bu arada sacim 2.3 ayda anca alisti ama cildime ipeksi bir yumusaklik kattı'. Post boyunca bu gibi yorumlar devam etmektedir.*

Grubun içinde satılan ürün bilgilendirmeden bağımsız olarak da yapılacaklar dikkat edilecekler sağlıklı tarifler gibi konularda tavsiye postları sık sık açılmaktadır. Bu tip beklentisiz bilgi paylaşımına yönelik postalar grup dinamiğini diri tutar ve gruba bağlılığı arttırarak aile arkadaş ortamı havasını kuvvetlendirmektedir. Çeşitli postların altında karışık olarak yer alan birkaç yorum şöyledir:

Kurucu Lider: *'aksam kollarim bacaklarım kıpkırmızı ve biber gibi acıyordu az kalan kantaron kreminden sürdüm basta gene yanmaya devam etti ama sonrasında çok rahatladım .acısı ve gerginligi gecmisti ben bu kremi sivrisinegin çok olduğu yerlerde sürüyorum sinek gelmiyor surmemissem ve ısırmissa çok kasınıyorsa gene sürerek o aciyi ve kasıntıyıda yok ediyor egzamalarımaya iyi gelmisti krem az kaldı diyerek sürmeyi bıraktığımda sag dirsegim hic tekrarlamadı soldakinde çok az oda stresli bir dönemimde çok az olustu'*

Üye 1: *'Kurucu Lider: hanım size birşey sormak istiyorum konumuzla alakalı deyil ama kusura bakmayın ben elma sirkesi yaptım en az 4,5 ay oldu bekletim maşallah üzerinde bayada büyük 2, 3 tane kocaman sirke anası oluştu ama kokusu güzel tadı tatlı ve o keskin sirke tadı yok niye böyle oldu acaba ve hiç üzerinde küf oluşmadı gözüm gibi baktım annem hep üzüm sirkesi yapardı tadı tam sirke gibi olurdu bu öyle deyil'*

Kurucu Lider: *'Bende suzunce iclerine biraz bal koyup kapatmistim dikiliye gelince pek keskin buldum'*

Üye 1: *'Kurucu Lider hanım kusura bakmayın çok sordum ama içine biraz bal koyup ağzı kapalı olarak dışarıdamı bekleteyim'*

Üye 2: *'Annemin cildi kaşınıyor ayaklar kollar vücut du krem iyi gelirmi'*

Yine saçlar ile ilgili sorunlara tavsiyeler;

Üye 1: *'Sonrasında bir bardak suya bir yemek kaşığı elma sirkesi katılmış suyla saçınızı durularsanız saçlarınız yumuşacık olacaktır'*

Üye 2: *'D Vitamini,b12, biotin, kan miktarı, çinko tamamlanınca geçer Bunların tahlilini yapıp eksik olanlar takviye edilmeli. Diğerleri geçici ve az etki gösterir.omega 3 de iyi geliyor yani Balık tüketilmeli Isırgan otuda dökülmeyi engelliyor. Doktorum öyle demişti'*

Üye 3: *'mardin den almıştım. Mardin sabuncu Memhmet dede diye aratırsanız çıkar'*

Üye 4: *'Eniştem yıllardır kullanır Siirt de subaydi oradan öğrenmiş 1 tel beyazı yoktu sacında'*

Üye 5: *'İstanbuldaysanız fatihte kadınlar pazarı var.çoğu esnaf siirtlidir ve siirtin yöresel ürünlerini orada bulmanız çok kolaydır'*

Üye 6: *'Hatice teyzenin sitesinde 100 gr mı 19 tl, mehmet dedenin sitesinde bir kilosu 15 tl sizce hangisine güvenmeli.Bu sitelerden alanlar yardımcı olur mu'*

Üye 7: *'Sac içindeyse bu sabunla birlikte durulama suyunda elma sirkesi kullanırsanız egzama 21 gün sonra pul pul dökülüyor..'*

Üye 8: *'Kırıkhan cezaeviyle görüşün yarıacık cezaevinşn encok satılan ürünü bazı adliyelerin satış yerlerinde de satılıyor'*

Üye 9: *'Migrosda mehmet aydin yesil kutu icinde satiliyor ben devamlı kullanıyorum'*

Üye 10: *'Bende Siğirte Satıcı 17 (bu yazışmalar esnasında daha grupta satıcı değil) sipariş verdim henüz gelmedi bakalım nasıl çıkacak kullanınca sayfada yazarım'*

Bu tip birkaç post sonrası gruba Satıcı 17 dahil edilmiştir. Tavsiye ve memnuniyet postları ihtiyaç dahilinde gruba satıcı kazandıran böyle postlar bulunmaktadır.

Ya da aşağıdaki gibi sağlıklı yaşam adına evde kefir mayalamak isteyenlere tavsiye yorumlar yazılmaktadır.

Üye 1: *'Danem Kefir sayfasını isterseniz takip edin. Kıymetli hocalarımız bu aşamaları ve uygulamaları bilimsel deneylerle anlatıyorlar. Büyüyo yoğurt mayasının işleyişle ilgili bilgiler özellikle işinize yarayacaktır diye düşünüyorum.'*

Şu yorum yeni gruba yeni katılan üyelerin alışveriş tutumlarını kısaca ifade eden bir örnektir;

Üye 1: *'Grubun işleyişini bilmiyorum da bizde alışveriş yaptığımız insanları tanımıyoruz soruyoruz referans varsa alıyoruz satıcının Allahla arasında art niyet varsa*

Allah sorsun ne diyelim’ sonrasında bu anlayışla temel referans noktasını grup kabul edip alışverişlerini buradaki satıcılardan yapıyorlar.

Ürün tavsiyesi için açılan postlarda üyeler ya da adminler o ürünün satıcısı gruptaysa onu etiketleyerek sohbete dahil etmektedirler. Zaten kullanıcılarda ürünle ilgi ya da satıcıyla ilgili yorumlarını hemen postun altına yazmaya başlamaktadırlar. Örneğin reçel soran bir üyeye şöyle cevaplar gelmektedir:

Üye 1: ‘*Satıcı 7 hn dikkatine:)))*’

Üye 2: ‘*Satıcı 7*’

Satıcı 21: ‘*Satıcı 7*’

Satıcı 9: ‘*Satıcı 7*’

Üye 3: ‘*Portakal kabuğuyla birlikte portakal da vardı.Yok böyle bir lezzet. Satıcı 7*’

Üye 4: ‘*#Satıcı 7 desek nasıl olur etiketi*’

Üye 5: ‘*Beklenen Şarkınız Leylim diyorum başka bişey demiyorum Satıcı 7 ayrıca siparişlerimi sabırsızlıkla bekliyorum*’

Üye 6: ‘*Orta-doğu ve balkanların en iyi reçel üreticisi Satıcı 7*’

Üye 7: ‘*Satıcı 7 var :) Portakal kabuğu recelinin yanında bütün portakal recelini de deneyin. İkisi de çok lezzetli.*’

Diğer birçok ürün ve üretici için tavsiye istendiğinde bu şekilde etiketlemeler yapılmaktadır.

Tavsiye ile ilgili yansıtılmalı araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şöyledir;

‘....tavsiyesi ile alınmış gruba. Yani referans bu grup için çok önemli bir faktör.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.30 12 Mayıs 2017)

‘....yapraklarından çok memnun olduğunu belirtti ve tavsiye etti.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.35 15 Mayıs 2017)

‘Bir üye yazmış 3 kardeş birlikte verdikleri sucuk ve sosis siparişlerinden oldukça memnunar. Sosisin tadına hemen bakmış ve eşiyle birlikte çok beğenmişler. Market sosislerinden çok daha iyi olduğunu söyledi. Satıcı 24 teşekkür etti. Diğer kullanıcılarda satıcı 24 ü epey methetti. Satıcı 24’ün tire köftesini de tavsiye ettiler.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.45 29 Haziran 2017)

‘Satıcı 19, Kurucu Lider Hanımın geçen paylaştığı kuşkonmaz önerisine destek olmak istemiş ki bugün grubu adeta tariflere boğdu. Hem püf noktaları hem de enfes tarifler paylaştı. Hem göze hitap ediyor hem de ağız sulandırıyor. Bu tarifler eminim kuşkonmaz satışını arttıracaktır. Zaten postun altına siparişler hemen geldi. Birkaç kişide kendileri nasıl yaptıklarını paylaştı. Bende denemek için sabırsızlandım doğrusu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.21 4 Mayıs 2017)

‘Bir üye Akdeniz Toros Piliç kullanan olup olmadığını sordu. Birçok yorum olumluydu. Satıcı 19 market tavuğu olduğu halde etinin koyu renkli olduğunu kuru yolum olup çabuk büyümediklerini söyledi. Ama yorumlarda kullanan kişiler her markette bulunmadığını da belirtti.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.21 4 Mayıs 2017)

‘Herkes üzüldüğünü belirtti. Bezelye alan bazı müşteriler ödeme yapmamayı kabul etmedi çürük de olsa Satıcı 5 Hanım’ın zararının büyük olmasından dolayı ödeme yapacaklarını söylediler. Herkes yiyecek işlerinde bu tarz kargo sorunlarının olabileceğini söyleyerek ona destek oldu. Arkadaşlarının ona destek olması güzel dileklerde bulunup kendi başlarına gelen şeyleri anlatarak onu teskin etmesi çok güzel grup dinamiklerinin olduğunun bir göstergesi...’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.25 10 Mayıs 2017)

‘Yeni satıcı gelmiş, baklava börek vs. satıyor. Her ne kadar doğal ürün odaklı olsa da grupta ağırlıklı Karatay beslenmesini uygulayanlar var (Kurucu Lider Hanım dahil). Doğal ve şifalı olduğu için (Karatay da yasak olmasına rağmen) bal pekmez meyve reçeli satılıyordu ama börek beni şaşırttı. Yine bir kadın girişimci gelen. Kurucu Lider hanım bu konu da çok özenli. Grupta satış yapılması için izin verilen satıcılar arasından kadınlara pozitif ayrımcılık yapıyor. Ayrılan Satıcı Q bey (küçük kadın satıcıları destekleme amaçlı ürünlerine kısıtlama getirmişti Kurucu Lider hanım ve bu nedenle ayrılış oldu) sonrası -ki kendisi çok etkindi- ben grubun dağılabileceğini Ayrılan Satıcı Q beyin sayfasına katılacağını falan düşünmüştüm. Çünkü kendisinde nerdeyse gruptaki tüm ürünlerden var, inanılmaz kaliteli ürünler ve üstelik Kurucu Lider hanıma kızdığı için müthişte bir indirim yaptı sayfasında. Mantıklı ve faydacı bir yaklaşımla sonuç böyle olmalıydı. Ama olmadı. Grubun küçük kadın girişimciyi destekleme fikrinin daha önceden mutabakatla benimsenmesi, bireysel olarak tam tersi karar verebilecek olan gruptakilerin kararını farklı kıldı. Grubun bireyin davranışına normatif etkisinden bahsedebiliriz.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü, s.29 12 Mayıs 2017)

‘...Yani referans bu grup için çok önemli bir faktör.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü, s.29 12 Mayıs 2017)

‘Genel normlarına uygun almayan bir alımı yine kadını destekleme ilkeleri doğrultusunda ihlal etmiş oldular. Demek ki normların ağırlıkları başka başka. Kadını destekleme sağlıktan önce geliyor.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü, s.34 14 Mayıs 2017)

‘Tekrar hayran kalınan ürün paylaşımı. Üye, Satıcı 21’den yaprak alıp harika sarmalar sarmış ve fotoğrafını grupta paylaştı. Tadını pişimini yaprağı çok beğendiğini söyledi. Herkese tavsiye etti. Ama yaparken tuzunu suda akıtmalarını önerdi. Böylesi tavsiye ve tembihler grupta sıkça paylaşıyor.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü, s.51 22 Temmuz 2017)

‘Satıcı 39 grupta kampanya başlattı. Çoban helvalarını pratik paketlerde atıştırmalık haline getirmiş. Çoban helvası zinde tutan, sonbahar yorgunluğunu alan, öğrenmek için zihne gereken enerjiyi sağlayan birçok faydası olduğunu söyledi. Yorumlarda birçok takipçi çoban helvasından sipariş verdi. Sağlıklı atıştırmalıklar çok aranan bir ürün çeşidi. Bu konuda piyasa da ciddi bir açık olduğu aşikâr.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü, s.63 18 Eylül 2017)

4.5. Fonksiyonellik

Bu tema 7 posttan 18 referansla oluşmuştur. İki alt temadan oluşmuştur. Bunlar; maliyet görünümünden önemli ve teknolojidir. Dijital ortamda alışveriş pazarda yeni fırsatlar sağlamaktadır. İnternet yeni pazarlara kolay ve düşük maliyetle girmeyi sağlamaktadır. Böylece küçük işletmeler hedeflerini genişletebilirler (Enginkaya, 2006, s. 11). Topluluk X özelinde de bu avantajlı bir durumdur. Çünkü grup için işlev ön plandadır. Maliyetin düşük olmasını beklemektedirler. Küçük üretici dijital ortamda bu imkânı onlara sağlamaktadır.

4.5.1. Maliyet görünümünden önemli

Gruptakiler ağırlıkla ne istediğini bilen bu noktada rasyonel düşünen üyelerdir. Maliyet, sağlık gibi önemli konular mevzu bahis ise diğer konular tali kalmaktadır.

Kurucu Lider: *‘Sevgili uyelerimiz Satıcı 16 arkadaşımız strafor kutu maliyeti 12 tl olduğu için ,fiyatı size yansıtmasa kendilerine, yansıtırsa size pahalıya geleceği için, oğlu emek verip bu strafor kutuları kendisi yaparak, daha ucuza maledip sizlere yollamaya karar vermeden önce ,satıcı grubunda bize gösterdi . hatta bende espiyiyle karışık gayet*

guzel olmus salonun baş kosesine koyacak degiliz ya, yumurtaları korusun yeter demistim ..ama bugün sitemle karışık sikayet almışlar. çok üzölmüş .kutudan beyaz minik parçalar ortalığa dökölmüş .elektrikli süpürgesi ile kolayca halledilebilecek bir sorun olduğunu düşünüyorum .ama sizlere de sorayım dedim .ek maliyet mi ,yoksa birazcık vakit alabilecek bir temizlik mi sizlere uyar ..ben şahsen temizlik kısmını tercih ederim.biraz anlayışla bu durumu aramızda cozebilir yumurtalara sağlam ulaşabiliriz’

Üye 1: ‘yumurtanın güzelini yememiz önemli olan kutu çokta önemli değil süpürürüz gider’

Üye 2: ‘Satıcı 16 Hanım her zaman tüketiciyi düşöünen bir satıcı. Ben şahsen ek maliyet istemem.’

Üye 3: ‘Çok iyi bir fikir olmuş. Yapanın ellerine sağlık. Dökölen parçalar benim açımdan da hiiç sorun değil. Onları süpürmek toplam 10 dakikamı bile almaz. Kırık yumurtalardan ya da artı maliyettense tercih ederim kesinlikle’

Üye 4: ‘Bencede çok güzel önemli olan sagsalim’

Üye 5: ‘Fikrimce yumurtaların sağlam gelmesi önemli benim açımdan tek sıkıntı her seferinde 120 adet istiyorum Satıcı 16 abladan ve bi kısmını dolabın altına kutusuyla bırakıyordum ama bu şekilde zor başka türlü sıkıntı olmaz.’

Üye 6: ‘Kurucu Lider hanım size katılıyorum. Sağ olsunlar bizlere ek maliyet oluşturmamak adına kendileri uğraşıyor.’

Üye 7: ‘Sağlıklı,lezzetli ve sağlam yumurtalara ulaştıktan sonra ambalajı hiç önemli değil bence.’

Üye8: ‘yumurtalar kırılmadan geliyor mu geliyor o zaman başka bir şey konuşmaya gerek yok bence.’

Zeytinyağı gönderimi konusunda da ek ambalaj maliyet getireceğı için üyeler istememektedir.

Üye 1: ‘En fazla ciddi anlamda yamuluyor delinmiyor.(ilk yağ siparişim öyle öyle gelmişti) Extra maliyet satıcı için ne kadar anlamlı olur bilmiyorum ama buyutmedim ben de. En azından patpatlara sarılıp gönderilse iyi olurdu diye aynı şeyi düşünmüştüm. İkinci yollamasında Satıcı 3 bey de düşündüğüm gibi yolladı mutlu oldum.’

Üye 2: *‘Ben de teneke ile aldım sapasağlam gelmiş . Onu kutuya koysa içinde ne var ne yok görmeyecek taşıyan görevli belki de özensiz taşıyacak. Kartonlar kutular poşetler .her biri üretim ve tüketim aşamasında dünyaya zarar veren şeyler .olabildiğince bu konuda tasarruf etmeliyiz .’*

Üye 3: *‘doğaya ne kadar az çöp çıkarırsak o kadar iyi. İkincisi kutuda gelse de sonuç bazen daha kötü olabiliyor. Üçüncüsü markete giderken de keşke kendi çantanız, fileniz vb. ile gitseniz de oradan doğada çözünmeyen poşet almasanız.’*

4.5.2. Teknoloji

Grup üyeleri genel profil olarak orta yaş üstüdür. Teknoloji ile bağları çok kuvvetli değildir. Ama yine de alışverişlerinin birçoğunu sosyal medya ortamından yapmaktan çekinmemektedirler. Ödeme ile ilgili teknoloji kullanmayı da birçoğu gruptan öğrenmektedir. Grup üyelerinin satın alma da kullandıkları yöntem olan teknoloji ile ilgili yazışmaları şu şekildedir;

Üye: *‘Sadepazar internet sitesi var.Tamamen guvenebilirsiniz’*

Üye: *‘Şimdi biri daha sordu ama ekli değil nasıl link paylaşabilirim acaba’*

Üye: *‘Topluluk X kapalı grup olduğu için olabilir’*

Kurucu Lider: *‘Alışverişlerde bugüne kadar oglumun enpara.com hesabını kullanıyordum ama anne artık kendine bir hesap açsan iyi olacak demeye başladı. Evlatta olsa bir yere kadar iki gün önce internetten başvuru yaptım dün arayıp bugün için randevu verdiler .saat 11 de eve ogullarımın yanında genc bir görevli geldi 15 dakikada belgeleri doldurdu sistemi anlattı mobil hizmeti telefona indirdik cabucak herseyi bitirdik artık benimde enpara hesabım var finansbank atmsinden biraz para yatırıp bundan sonra kimseye ihtiyac duymadan telefonumla enpara.coma ait mobil bankacılığa girip havale işlemlerimi ücretsiz yatıracagım ayda bir kere bir baska bankanın atm sinden ücretsiz paramı çekebileceğim.benim hesabıma para yatarsa finansbank atm sinden yatıranlar havale ücreti odemeyecek bunlar grubumuzu alıcı satıcı ilgilendiren hizmetler daha baska bir çok hizmeti var .’*

Üye: *‘İnternet ssyfalarından kolaylıkla alışveriş yaptım hiç bir sorun yaşamadım.’*

Üye: *‘İnternet sitelerinden kolayca alışveriş yaptım ve 2 gün içerisinde sorunsuzca ürünlerim geldi’*

Fonksiyonellik temasını oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyanlar:

‘Satıcı 16 Hanım yumurtalarını strafor kutuyla gönderiyormuş ve maliyeti 12 tl olduğundan bunu alıcıya yansıtırsa pahalı geleceğinden oğlu strafor kutular yapmış yumurtalar için. Ama bu seferde alıcılardan sitemle karışık şikayetler gelmiş, açınca halıya döküldü gibi. Kurucu Lider Hanımda bugün bunu grupta paylaştı. Maliyetinin fazla olmasındansa süpürgeyle kolayca halledilebilecek bir durumun daha cazip olduğunu söyledi. Gruba hangisini tercih ettiklerini sordu. Herkes el emeği yumurta kutularını tebrik edip biraz süpürmeyi tercih etti yorumlarda. Tabi ki maliyet grup için daha önemli.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.66, 28 Eylül 2017)

‘Bir iki gün önce grupta banka kullanmanın zorluğu paylaşılmıştı. Orada Kurucu Lider npara.com’u önerdi. Teknoloji kullanımından çekinenlerin bile rahatlıkla işlem yapabileceğinden bahsetti.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.88, 22 Kasım 2017)

‘Bugün üyelerden biri de Satıcı 45’in ürünlerini kendi internet sitelerinden kolaylıkla aldığından bahsetti. Bu konu önemli çünkü teknolojiyi kullanmaktan çekinen, tedirgin olan üyeler var grupta. (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.81, 5 Kasım 2017)’

4.6. Grup Kültürü

Grup kültürü teması 110 posttan 578 referansla oluşmuştur. Dijital medya araştırmalarında internet, dijital kültür tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmiş, öncesi doğanlar ‘dijital göçmen’, sonrası doğanlar ise ‘dijital yerliler’ (ağ nesli) olarak kavramsallaştırılmıştır. Geleneksel medya kuşağı üyeleri ya da dijital göçmenler de bu sosyal medya fenomenine daha fazla direnememiştir (Güzel, 2016, s. 84). Grubun çoğunluğu dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle dijital kültüre uyum sağlamış olsalar da daha çok yüz yüze bir grubun oluşturabileceği kültür ortamına sahiplerdir. Oluşturdukları bu kültürü muhafaza etmekte ve yeni gelenlere de temsil ederek öğretmektedirler. Zaten tüm kültürlerin ortak özelliği paylaşılmaları ve öğrenilmeleridir (Haviland vd., 2008, s. 140). Muniz ve O’Guinn’in göre bir grubun topluluk olabilmesi için üç önemli özelliği bünyesinde barındırması gerekmektedir. Birincisi, üyelerin birbirlerine karşı hissettiği içsel bağlantı ve toplulukta olmayanlardan ayrılan bir kolektif his olan aidiyet bilincidir. İkinci özellik, bir topluluğun paylaştığı ortak ritüel ve geleneklerin varlığıdır. Çünkü bir topluluğun ortak tarihi, kültür ve bilincini bunlar sürdürür. Üçüncü özellik ise, bir toplulukta bir bütün olarak topluluğa ve onun bireysel üyelerine karşı taşınan zorunlulukları ve görev hissini oluşturan ahlaki sorumluluk hissidir

(Muñiz ve O’Guinn, 2001, s. 413). Topluluk X’te bu üç özellikte vardır ve grup kültürü teması altında paylaşımlarda bu üç unsuru barındıran ifadeler rastlanmaktadır.

Grup kültürü gruba aidiyet hissetmekle başlamaktadır. Grup üyelerinin aidiyet hissetmeleri ile ortak bir kültürü oluşturmaya başlamanın yolu açılmaktadır. İç grup aidiyeti ve olumluluğunun motivasyonları; benlik saygısı, bilişsel güdüler belirsizlik azaltma, güvenlik ve aidiyettir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 267). Belirtilen bu noktaların Topluluk X grubunda olduğu gözlemlenmektedir.

Bu tema iki alt temadan oluşmaktadır. Bunlar; kültür ve ritüellerdir.

4.6.1. Kültür

Grup üyeleri alışverişe konu olan unsurların dışında, kendi şahsi görüş ve hayat duruşları ile ilgili paylaşımlarda genellikle bulunmazlar. Uzun süreli bir takipçi grubun işleyişi, önem verdiği değer ve normlar, gruptaki tavır ve tutumları anlayabilir, ama bunlar net çıkışlar halinde yorumlarda ya da postlarda çok nadir olarak yer alır.

Atatürk ve ailesi ile ilgili yakışksız iddiaların gündem olduğu bir dönemde Satıcı 18’in açtığı post, başta grup yöneticileri olmak üzere bazı üyelerinde Atatürkçü tavrını, hassasiyetini göstermektedir.

Satıcı 18: *‘Ulu Önder Atatürk, Turk milletinin kalbidir, ruhudur, özüdür. O'nun bu millet için ne ifade ettiğini; özü, ruhu karanlık olanlar asla anlayamaz.’*

Admin 3: *‘Ulu Önderimiz ... Başkomutanımız... MUSTAFA KEMAL ATATÜRK... Bizim yolumuz senin çizdiğin aydınlık yol... Ne mutlu seni anlayana senin yolundan yürüyene... anlamayanlar mahrumiyette ve acıdır ki bu mahrumiyeti farkında bile değiller... RUHUN ŞAD OLSUN...’*

Admin 3: *‘Sana , ağzından irin aka aka laf eden zavallı mahlukatlar sürüsü... !!! Zavallılar... Acınası hallerdeler... Attığın pis tırnak bile olamazlar... o denli karanlık o denli şerefsizler ki kelimeler kifayetsiz kalır !!!’*

Kurucu Lider: *‘İcim okadar dolu soylenecek okadar çok sozüm varki ama ne desem bugunlerde yasanan cirkinliklere olan isyanımı ifade edemem .o pis kalplerden cirkin dillerden dökülen o irin dolu sozlerle ölmüş bir insana iftiralar atılıyor . bu insanki bu ulke herseyini ona borclu o bize Allahın bir lutfu ..onu itibarsizlastirarak yok edeceklerini sananlar ve buna canak tutanlar onu asla ve asla yok edemezler .dunyaya yeniden gelecek ömründen biraz verirmisin dense boyle bir mucize olsa hic dusunmeden evlatlarım için ulkemin gelecegi için verecegim tek insan olurdu’*

Satıcı 14: *'Bu konuşanları Çanakkaleye cepheye götürsen ilk kaçacaklar bunlar..irin sözlerinde değil beyinlerinde bunların'*

Üye 1: *'Niye bu kadar caba niye bu kadar uğraş aslında içten içe onlarda farkında Mustafa Kemal Atatürk ölümsüzdür kalbimizde ruhumuzda o hiç görmesekte'*

Üye 2: *'Bu karalama kampanyasını düşündükçe aklıma Ömer Hayyam'ın o meşhur sözü gelir. " Bir lafa bakarım laf mı diye, bir de söyleyene bakarım adam mı diye"'*

Üye 3: *'Atatürk'e ve annesine bu iftirayı atanların dayanağı kim Rıza Nur, biraz okusak hiç bu günlerde olur muyduk. Rıza Nur kimdir Atatürk ' ün Nutukta hain dediği Arnavutları kışkırttı dediği kişidir. Rıza Nur Atatürk hayatta iken Atatürk' e cevap verememiş Hayat ve Hatıralarım denilen kitabını 1935te Atatürk sağ iken yayınlanmamış 1960dan sonra yayınlanması şartıyla ingilizlere vermiş 1967 İngilizler yayınlamış. 1960 dan sonra neden çünkü artık Atatürkün ölebileceği bir zaman dilimini tercih ediyor. Nutukta yazılanlara veremediği cevabı kitabında en yakın arkadaşım, doktoruyum diyor. En yakın arkadaşı falan değil Nutukta hain diye bahsedilen kişi, doktoru falan da değil Atatürke 1 saat bile doktorluk yapmış olanlar isim isim kayıtlı adı yok onun. Bu Rıza Nur ağır hasta anıları okuyan doktorlar teşhisi bu. Ayrıca kendi kitabında Atatürkü doğrulanmış ne olmuş kışkırttım isem diyen kendisi eşcinsel , ağır hasta. Şimdi birileri kalkmış bu ahlaksızın hainin lafını konuşuyor. Hiç şaşırmıyorum bu hainliklere biraz tarih okusak biraz bilsek bu saçmalıkların kaynağını da bilirdik.'*

Admin 3: *'Evet ... bugün Yılmaz Özdil ' in yazısında da yer alıyordu... Ruh hastası şerefsiz şahsiyetsiz bir mikrop... ama acı olan bu mikrobun peşinden gidebilecek kadar aşağılık olanların mevcut olması...'*

Üye 3: *'Yılmaz Özdil ne yazdı bilmiyorum, okumam kendisini. Nutuğu okumuş biri olarak ve Turgut Özakman Dr Rıza Nur Dosyayı kitapları kaynağım'*

Üye 4: *'NE MUTLU TÜRKÜM DİYENE!'*

Admin 2: *'Aydınlık yüzümüz gururumuz, hakkını ödeyemeyeceğimiz ulu önderimiz, sana uzanan eller kırılsın diller kopsun nankörler yokolsun'*

Üye 5: *'Şanslıyız .. çünkü bizim Atamız.'*

Üye 6: *'Varlığımızı önce ALLAH'a sonra Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK borçluyuz.Nur içinde yat ATAM.Sana minnet borçluyuz.Sana kötü söz söyleyenlerin dilleri kurusun'*

Üye 7: *‘Dünya ATATÜRK 'e hayran.Bizdekiler nankörlük etme derdinler.O, kişisel kazanç ve ün peşinde koşan basit bir diktatör değil, gelecek kuşaklar için sağlam temeller atmaya uğraşan bir kahramandı.’*

Tavuk satışı için açılan postun altına vejetaryen bir üyenin yazdıkları üzerine girilen diyalog grubun üyelerinin vejetaryenlikten dine kadar bakış açısı hakkında fikir vermektedir:

Üye 1: *‘Kimbilir kesilirken ne çok canları yandı, nasıl çırpındılar. Sırf bizim damak zevkimiz için. Keşke hayvanları besin olarak değil de onları, sevebileceğimiz insan dışı varlıklar olarak görebilsek ve toprak anadan çıkan tüm besinlerin bize yeteceğini idrak edebilsek. Can almadan, öldürmeden.’*

Üye 2: *‘toprak ananın değil ama Rabbimizin helal kıldığı ne var ise yiyoruz...’*

Üye 1: *‘Rabbiniz can almadığınız zaman size onları haram kılmayacaktır ama almadığınız canlar için mideniz, hayvan mezarlığına dönmediği için size şükredecek ve iştahla yediğiniz tavuklar mutlulukla yaşamaya devam edecektir. Çok kafanıza taktığınız o protein ise zaten tüm baklagillerde fazlasıyla var. O yüzden konuyu hemencecik İNANÇ'a bağlayarak aklınızı kimseye teslim etmeyiniz.’*

Üye 2: *‘aklımı kimseye teslim ettiğim yok hakaret etmedim etmeden yazınız.... bu bir.. ikincisi bu grupta neden tavuk inek vs etleri ve mamulleri satılıyor yalnızca neden baska hayvanların eti satılmıyor sizce? cunku ister inansın ister inanmasın hepimiz helal bildiğimiz seyleri yiyoruz yanı ister istemez İNANCA bağlıyoruz ... tabı sızı bilemem.. midemizde emın olun bize sukrediyordur saglıklı temiz olanlarını bulup yedigimiz için...’*

Üye 1: *‘Üye 2 burada konu senin inancın ya da benim sana hakaret etmem değil, kaldıki sana hakaret filan etmedim. İngiltere'de doğsaydın Pazar günleri kilisede ekmekveşarap ayinlerine katılacaktın, Fransa'da doğsaydın kültürünün bir parçası diye sümüklüböcek ve kurbağa yiyecektin, Almanya'da doğsaydın nasıl olsa haram değil diye domuz yiyecektin, Çin'in Yulin eyaletinde olsan köpek yiyecektin, vesaire vesaire. Bunlar hep kültürel kodlamalar. Senin helal ya da haram dediğin şey bir canlının hayatı. Aklımızı teslim etmeyelim derken bunu kastettim, yoksa senin aklını sorgulamadım, genelleme yaptım.’*

Üye 1: *‘Tavuk satan bu arkadaşımız eğer bu işi bırakıp tarım ürünleri satarsa ilk müşterisi de ben olacağım,sadece bunu bir yanlış olarak görüyorum. Artık hayvan yemeye bir son vermeliyiz. Başka bir canlının acısı bize ne şifa olur ne besin olur.’*

Düşünsenize ben şu an can almamayı savunurken siz bana can almayı savunuyorsunuz, bu bile tuhaf değil mi?’

Üye 3: ‘Doğanın bir dengesidir bazı canlılar bazı canlıları yer ve denge kurulur..denge zaten bozulmak üzere...ve sonuçta bizi ve bütün canlıları,kainatı yaratan uygun görmüşse bir bildiği vardır...vahşice bir şey olsaydı yasak ederdi eminim..allahüteala en iyisini bilen ve emreden’

Üye 1: ‘Yeşim doğada hayvan hayvanı yer, bu bizim irademiz dışı bir olay. Aslan ceylanı yer, timsah zebrayı yer ama biz insanız, bizim tercih edebilme yetimiz var ve biz can almadan da gayet sağlıklı bir şekilde yaşayabiliyoruz. Allah niçin bizim can almadan yaşama şansımız varken can almamızı istesin ki? Bir karıncayı bile incitmeyeceksin diyen dinimiz niçin savunmasız hayvanların boğazına bıçak dayamamızı istesin ki? Mesela siz? (örnek olsun diye sadece size soruyorum) bu güzelim tavukların gözlerine bakıp kendi elleriniz ile onları kesip öldürebilir misiniz?’

Üye 3: ‘Bakış açısı bence...sizde saygı duymakla beraber katılmıyorum...bende diyorumki size yanlış gelebilir ama bu acımasızlık olarak görmeniz enteresan...kurban bayramımızda dinimizin emri ..karıncayı incitmeyeceğiz ama!’

Üye 4: ‘Üye 1 dediklerinizi uzunca bir süre bnde düşündüm hatta daha ileri de gittim Allahın yarattığı şeyleri öldürmeden niye hayatta kalamıyoruz diyede çok sordum sonuçta evet bitkiler hareket edemiyor konuşmıyor ama onlarda en az hayvanlar kadar kutsal ve yaratıcımızın bir parçası hatta o dönemde tat alma duygum tamamen yok oldu diyebilirim büyük bir sınamaydı benim için ama bir gün karşıma bir yazı çıktı ve şu sonucu çıkardım ve hayatımda artık buna göre yaşıyorum evet yediklerimiz canlıysa ve yaratıcımızın eseriye buna göre yediklerimize saygı göstermeli ve onların ruhlarına uygun bir şekilde davranmalıyız ellerimizde tuttuğumuz herşeyin ondan bir parça olduğunu bilirsek o zman israfi en aza indirmek için yollar aramak zorunda olduğumuzu biliriz ve en önemliside bütün yiyecekleri ruhlarına uygun şekilde büyütmeye çalışan üreticilerimizi desteklemeliyiz diye düşünüyorum artık’

Üye 1: ‘Üye 4 burada inançsız insan diye yaftalanmamak için konuyu çok uzatmak istemedim ama bu vesileyle inancımın da olduğunu belirtmek isterim; acının hele ki ölümün az ızdıraplısı ya da merhametlisi olmaz.Ölüm ölümdür ve her hissedebilen canlı (tüm insan ve insan harici canlılar) ölüm karşısında korkar. Bizim hayvanlarının bedenlerini yemeye en azından bu çağda ihtiyacımız yok; onca çeşit meyve. sebze, tahıl

ve kuruyemiş varken bir hayvanı öldürmeden de gayet güzel yaşayabiliriz. Nasıl çağın gereği insanlar artık deveye binmiyorda arabalara biniyorsa ya da misvak yerine diş fırçası kullanıyorsa, bu devirde de hayvan yemek bence İLKELLİKTİR çünkü artık buna gerek yoktur. Rabbimiz bize akıl vermiş kendimizi geliştirelim diye. Nasıl 1 erkeğe 4 kadın şu an hepimize mantıksız geliyorsa diğer konuda şu an için tamamen keyfidir. Söylediğim tek şey şudur; Hayvanlara gereksiz yere ACI ÇEKTİRMEYELİM biz şu an gereksiz yere acı çektiriyoruz çünkü karnımızı doyurabileceğimiz onca besin var.'

Üye 4: *'ilerlemek düşünmek tabi ki herşeyi sorgulamak yerinde ve insan olmanın gereği zaten ama acı çektirmekten bahsediyorsan sadece hayvanları ele alamazsın demeye çalışıyorum ve bunun sonu canlı olan herşey oluyor aslında evet hayvanlar gibi çılgınlıkları yok ama bitkilerde canlı hiçbir canlının ruhuna acı çektirmediğimiz müddetçe emin ol kötü bişey yapmıyoruz inan bana bütün yediğim besinlerle konuşuyorum izin alıyorum yaradana şükrediyorum ve öyle yiyorum ve emin ol sağlıklı koşullarda yetiştilerse iyi insanların ellerindeler demektir bnce ne yediğimizden öte yediklerimizin Allaha tan yaratılan canlılar olduğunun farkında olup ruhuna aykırı şekilde yetiştirmelerine engel olmalıyız üretilmemeleri bir çözüm değil dünya çapında düşünüldüğünde yeteri kadar tüketmek israfetmemek odaklanmamız gereken konunun bu olduğunu düşünüyorum ☺ □'*

Kurucu Lider'in Yılmaz Özdil'e ait gıda terörüne dair bir yazıyı paylaştığı postun altına üyeler yorumlarını yazarken birkaç tanesi bunu dindar kesime bağlamakta ve tabi buna itiraz eden üyelerde karşılık vermektedir.

Üye 1: *'Ama cuma namazı, hac, oruç faaliyetlerini kaçırıyorlar...'*

Üye 1: *'O esnafın hepsi koyu müslim..'*

Üye 1: *'Kosher gıda tüketmek lazım'*

Üye 2: *'Çünkü hepimiz bunlara karşı önlem alma derdine düşmüşüz; adam gibi nesil yetiştirmek derdine değil. Cehalet ve kabadayılığın erdem sayıldığı günümüzde , bunlar daha iyi günlerimiz bizim'*

Üye 3: *'Benimde anlamadığım şey neden kötü bir durum olduğunda namaza niyaza dine bağlanır sonuç hemen Boyleleri yuzunden dinde dindar kesimde hep kotu tui kaka olarak yansitiliyo Bu karakter vicdan meselesidir Her dinini yasayan kötü demek değildir kötü olanda dinsiz değildir !!!'*

Üye 3: *'Icine dustugumuz durum cokta guzel dile getirilmis ne yazik ki Rabbim firsat vermesin bizleride iyilerle karsilastirsin Biluncli toplum olursak ve evlatlarimizida*

bu bilinle yetistirirsek suphe yoktur ki bize geri donusu iyi olmasin Boyle konularin kisinin karakterinden ziyade siyasete ve dine baglanmasi anlatilan konulardan daha uzucu ve fazlasiyla garip ☺'

Kurucu Lider: 'Üye 3 hanım aslında sebep dinin arkasına sığınıp kötülük yapan sömüren kesimin giderek cogalması . bu tipler yuzunden gercek dindarlar cok büyük zarar görüyor bana grupta satis yapmak icin yazarken namazinda niyazinda bir insanım yazdıklarında ben cidden rahatsız oluyorum ve namazin orucun kullanılması hic hosuma gitmiyor örneğin .ibadetler Allahla kul arasında bir durum .toplum okadar yozlastiki herseyin ici bosaldı cok zarar verir olundu ..'

Üye 3: 'Dinin arkasına acik acik siginarak yapanlar konusunda haklisiniz Kurucu Lider hanımcım ona bi sozum yok rabbim islah etsin islah olmayanida yok etsin inşaALLAH Fakat bu tur paylasimlarin din ve siyaset konusuna dönmesi cok can sıkıcı

Yazida din ve siyasetle ilgili bir konu gecmezken yorumlar maalesef bu yöne kayiveriyor hemen bu beni uzuyor

Yoksa herkesin gorusune saygım var yanlis anlasilmek istemem ☺

Mesela gecen gun pirinçle ilgili paylasiminizda ozellikle belirttiniz din ve siyasetle ilgisi yoktur sadece bilgi amaclidir diye yanlis hatirlamiyosam

Bunu yazmaya ihtiyac duymanız cok dogal cunku her konu artik anlamini maksadini kaybedip baska yone donuyo

Keske olmasa ☺'

Üye 4: 'Üye 3 soylediklerinize %100 katiliyorum. Ben de cok rahatsızım bu durumdan. Burdaki bu konuyu bile siyaset ve din konusuna cekmeyi basarabiliyoruz. Üzücü bir durum.'

Üye 5: 'Hic kimse insanların kendilerini nasıl gosterdiklerine inanıp kanmasınlar.. hacıymış hocaymış alni secdeden kalkmazmış.. bu kisiye ozeldir. Bunun reklamini yapan zaten samimi degildir. Kaldi ki peygamber efendimizin cok manidar bir hadisi vardır.. "kisinin ibadetleri sizi yanıltmasın, onun dirhemle olan iliskisine bakınız" diye.. bunun ustune denicek soz zaten yok..'

Üye 1: 'Nüfusunun %90 ı müslim, esnafın tacirin koyu müslim olduğu, yukarıdaki anlatılanların islam dini açısından çok kötü, haram mundar... sayıldığı ve siyasetinin

dahi müslümanlık üzerinden yapıldığı ülkede çok doğal değil mi bu eleştiri. Nereniz incindi?’

Üye 3: ‘Üye 1 nereniz incindi derken ??? Banami sordunuz anlayamadım’

Üye 3: ‘Kurucu Lider hanımcım maksadım tartışmak yada tartışma ortamı yaratmak değil asla olmazda Seviyeli ve huzur dolu bir grupta olduğumu düşünüyorum ve burda olmaktadır cook mutluyum Nacizane fikrimi belirttim sadece fakat NERENİZ INCINDI derken bana soylendiyse kii sadece benim yorumumdan sonra yazıldığı için bana mi diye sordum yoksa incinen bi yerim yok çok şukur Konusmalarda seviye önemli zira ben elimden geldiğince dikkat ediyorum dikkat edilmesinde isterim bu en doğal hakkım diye düşünüyorum ☺’

Kurucu Lider: ‘Üye 3 hanım ben düşüncemi genel olarak yazdım ☺iyi bayramlar diliyorum’

Yine bazen konular ilgisi olmamasına rağmen dini konulara dönebiliyor. Örneğin markette bir tavuğun etiketini paylaşp organik tavuk bulamadığımda bunu yiyebilir miyim diyen bir üyeye etikette helal kesim yazması üzerinden yorum yapılmaktadır.

Üye 1: ‘Afedersiniz ben sadece sordum sıkışınca almak için niçin kullanınca diğer hazırlara göre daha iyi geldi .Başka taraflara çekmeye gerek yok vede bu Me,mleketin insanınıda daha fazla küçümsemyelim’

Üye 2: ‘Zaten Türkiye’de yaşıyoruz ... Bu ürün bu sınırlarda üretilmiyor mu? Zaten bu memlekette helal olmayan özellikte ürün mü kesiliyor ki? Ürün satmak için maneviyata oynamaktan öteye bir adım değil... herşeye bu konuyu alet etmekten kaçınmıyorlar... Kazanç için her türlü değeri ayaklar altına almaktan asla geri kalmamak moda oldu zaten...’

Üye 1: ‘Helallikle doğallığı ayırt edemeyecek insan çok değildi(insanımız doğallık helalliği ayırt edemiyor)cümlesine üzüldüm .benim sorum helal kısmı değil lezzeti idi .köy tavuğu bulamayınca (onlarında hepsinin samimi olduğuna pek inanamıyorum en azından civcivlerini tavukhaneden alabilirler)alabilirmiyiz diye sormuştum .’

Admin 3: ‘Üye 1 hn elbette ki sorun ... benim sözüm eleştirim bunu alet eden herkese... memleketin insanını küçümsemek derken????? Onu asıl anlamadım kim kimi küçümsüyor bu durumda????????’

Admin 3: *‘Bu işin başka tarafı mı var çekilmeyecek... aleni dini duygulara oynayarak satış cirosunu arttırmaya yönelik bir çalışma maalesef...’*

Admin 3: *‘Küçümsemiyoruz , sadece alet eden herkesi esefle kınıyoruz...’*

4.6.2. Ritüeller

Grubun kendi içinde ortak ritüelleri vardır. Bunlardan en sık rastlanılanları dilek ve temennilerden oluşanlardır. Selamlaşma yapmak adına; ‘merhaba’, ‘günaydın’, hastalanana; ‘geçmiş olsun’, ürünleri tüketenlere ‘afiyet olsun’, iş yapanlara; ‘kolay gelsin, ‘emeklerinize sağlık’, yeni yıla girerken; ‘mutlu yıllar’ ya da bayramlarda; ‘iyi bayramlar’ gibi. Bu tip postların altına onlarca temenni dilek cümleleri yer almaktadır. Ritüeller güçlü bir aidiyet üretilmesine hizmet ederler (Akın, 2011, s. 124). Grup üyeleri ritüeller konusunda katılımcıdır. Dolayısıyla gruba aidiyet hisleri yüksektir denilebilir.

Satıcı 1: *‘Saygıyla kalınız ...’*

Üye 1: *‘Hayırlı bereketli olsun Satıcı 1 bey’*

Üye 2: *‘Hayırlı olsun bereketi musterisi bol olsun’*

Satıcı 4: *‘Bağdan SEVGİLER efemim.....’*

Üye 1: *‘sabırsızlıkla salçalarımı bekliyorum sevgiler...’*

Satıcı 7: *‘Satıcı4 canımmm bekliyoruz valla dörtgözle ellerine emeklerine bin sağlık olsun’*

Üye 2: *‘koaly gelsin Allah güç kuvvet versin’*

Kurucu Lider’in geçirdiği ufak bir kazaya onlarca geçmiş olsun mesajı gelir.

Üye 1: *‘Geçmiş olsun...’*

Üye 2: *‘Geçmiş olsun abla’*

Üye 3: *‘Çok geçmiş olsun canım Kurucu Lider hanımcığım şifa’*

Üye 4: *‘Geçmiş olsun abla kesinlikle’*

Üye 5: *‘Çok geçmiş olsun Kurucu Lider’*

Üye 6: *‘Geçmiş olsun’*

Üye 7: *‘Gelmiş geçmiş olsun Kurucu Lider umarım ufak bir yanıktır’*

Üye 8: *‘Çok gecmiş olsun Kurucu Lider hanım’*

Aynı şekilde satıcılardan biri rahatsızlanırsa ona da çok sayıda geçmiş olsun mesajı gelmektedir.

Üye 1: ‘Geçmiş olsun Satıcı 18 hanım’

Üye 2: ‘Satıcı 18 canım geçmiş olsun tekrar. İyimisin diye yazıyordum ertelenmiş, Hayırlısı olsun’

Üye 3: ‘Satıcı 18 geçmiş olsun acil şifalar diliyorum.’

Üye 4: ‘Geçmiş olsun Satıcı 18 hanım’

Üye 5: ‘Geçmiş olsun acil şifalar Satıcı 18 hanım’

Üye 6: ‘Satıcı 18 geçmiş olsun. Her işte bir hayır vardır. Allah şifa versin inşallah’

Üye 7: ‘Geçmiş olsun Satıcı 18 Hanım, ALLAH şifa versin...sağlıkla kalın...’

Üye 8: ‘Satıcı 18 Hanım geçmiş olsun.’

Üye: ‘evlatlarınla huzurlu mutlu günler nasip etsin’

Üye: ‘Işın Ataman Satıcı 2 hn. çok geçmiş olsun allah size sağlık güç kuvvet versin evlatlarınızla eşinizle sağlıklı huzurlu bir yaşamınız olsun insallah’

Üye: ‘Adelaide Auntgrandma Satıcı 2 hn. Allah şifa versin. Şifa Allah'tandır. O güzel bakan kızınızı da size bağışlasın. Mutlu olun inş.’

Satıcı 7: ‘Canım Satıcı 2 evlatların ile eşin ile huzur ve sağlık dolu yıllar dilerim inşallah O ol der ve olur’

Üye: ‘Geçmiş olsun canım Allah sana şifa güç kuvvet, evlatlarınla birlikte sağlıklı uzun ömür versin inşallah’

Üye: ‘Evlatlarınla sağlıklı ömür ler versin Rabbim’

Üye: ‘Allah yolunu açık etsin yavrularına bağışlasın Satıcı 2 cim’

Üye: ‘Çok geçmiş olsun’

Satıcı 12: ‘Çok geçmiş olsun Satıcı 2cim acil şifalar olsun İnşAllah mutlu günler seninle olsun’

Üye: ‘Yolunuz açık olsun sağlık bulmanız dileğiyle’

Üye: ‘Çocuklarınla sevdiklerinle birlikte sağlıklı mutlu bol satışlı günler dilerim’

Üye: ‘Merhabalar,hepinize sağlıklı,huzurlu,mutlu günler diliyorum

Yapılan güzel şeylere verilen emekler saygılarını belirtmek için üyeler elinize sağlık ya da emeğinize sağlık diyerek yorum yapmaktadırlar.

Üye: ‘Emeğinize sağlık kolay gelsin..’

Üye: *'Hakkınızı helal edin emeklerinizi ödeyemeyiz'*

Üye: *'Tekrar emeğinize sağlık'*

Üye: *'Emeğinize sağlık'*

Üye: *'Emeğe saygı gayet güzel'*

Üye: *'Bence çok güzel.el emegi bu uğraşmayı takdir etmemek mümkün değil.'*

Üye: *'Yapan emek vermekten üşenmiyor ...Teşekkür etmek lazım!'*

Üye: *'ilgisi ve titizliği için teşekkürler.emegine sağlık.'*

Üye: *'Kırkbinkere maşallah ellerinize emeklerinize sağlık'*

Üye: *'iyi olmuş ellerinize sağlık'*

Satıcı 19: *'Ellerinize sağlık Kurucu Lider rengarenk ne güzel olmuş hepsi geri dönüşümün en renkli hali bu olsa gerek'*

Üye: *'Çok güzel ellerinize sağlık'*

Üye: *'Harika görünüyor Kurucu Lider ablacım ellerine sağlık olsun'*

Üye: *'Çok güzel Kurucu Lider abla eline sağlık'*

Üye: *'Gönlüm açıldı. Ellerine sağlık'*

Üye: *'Ellerinize sağlık çok güzel oldular.'*

Üye: *'Ablam ellerine sağlık çok güzel olmuş'*

Yeni yıl kutlamalarına da üyeler yorum yapar, katılım yüksektir.

Üye: *'Geçmiş olsun nice sağlıklı yıllar dileriz.'*

Üye: *'sevgiyle kalın,mutlu kalın,umutsuz kalmayın'*

Üye: *'Hepinizin yeni yılı kutlu olsun...'*

Üye: *'Yeni yılınız kutlu olsun. nice yıllara sağlıklı huzurla'*

Üye: *'Mutlu yıllar'*

Satıcı 6: *'Nice yıllara sağlık ve mutlulukla inşaallah'*

Üye: *'Nice yıllara sağlıklı'*

Üye: *'Sağlıklı mutlu yıllar.'*

Üye: *'Mutlu yıllar diliyorum'*

Üye: *'Mutlu yıllar Satıcı 1 bey'*

Bunların dışında sezon bitiminde ya da ürünler bittiğinde de satıcılar yeni ürün postu açmayacaklarını belirten veda postları açmaktadırlar.

Satıcı 1: *‘Sevgili Topluluk X dostlarım... Bu gün itibariyle sezonum kapanmıştır.... Lütfen bundan sonra bana zeytin siparişinde bulunmayınız.... Zira,an itibariyle zeytinlerim tükenmiş durumdadır,, 1 Kasımda başlayan serüven 15 aralıkta bitmiştir.. 45 günlük serüven acısıyla tatlısıyla son bulmuştur’*

Satıcı 14: *‘malesef paketlediğimiz incirler siparişleri geçti.sonraki siparişleri bayram sonuna not edeceğim..’*

Satıcı 36: *‘Aralık ortası gibi tekrar post açacağım elimizdeki sayıya göre herkese teşekkürler’*

Satıcı 36: *‘Elimdeki listemi kargolayıp sayıma göre döneceğim buradan 15 günümü alacaktır aralık ortası gibi tekrar yeni sistemi oluşturacağım buradaki sıraya göre herkese tşk’*

Üye: *‘Aralık için listeye alırmısınız’*

Satıcı 7: *‘şu anda Narenciye cinsi hiç bir ürünüm kalmadı evde kullanacağım bir kaç limon harici dostlar*

😊~❤~’

Satıcı 1: *‘siparişleriniz yılbaşı ertesi bahçemizden taze taze toplanarak kargo ile gönderimi sağlanacaktır*

😊~

Sevgi ve selamlarım ile

Bu sefer kötü haber benden..... : (

Foto paylaşımı falan yok..... Zeytinlerimin 3. ve son eli toplanmaya başladı bugün..... Toplananlara bakıyorumda! Sanıyorum gruba yetmeyecek..... Yüzlerce kişi sırada. Ne yapsam ne etsemki,yalancı duruma düştüm Lütfen bağışlayınız beni. Sadece 250 ağacım var...2 tona yakın Çıktı son elde vahim değilmiş

:)

üzülmesinler,seneye inşallah Satıcı 1 herdaim buralarda nasıl olsa

:) :)

Satıcı 1: Birinci,ikinci derken üçüncü elide maceralı bir şekilde topladım. Ağaçlarım rahatladı,dinlenmeye başladı ... Yüzümü kara çıkarmadılar bu senede.

:)'

Satıcı 1: 'Nede olsa emek onların emeği,ben sadece aracıyım Topladıklarımı tenekeledim 140 kader tenekem kaldı.... Sıraya giripte zeytin alamayanlara tek tek bakıp ulaşmaya çalışacam.... Umarım herkese yeter,yetmezse canları sağolsun. Seneye buralarda olursam göndermeye çalışırım artık Ücretini yatırıpta zeytini eline geçmemiş olan varsa lütfen bana yazsın. '

Satıcı 1: 'Çok mutluyum..... :)

Niyemi ? Bana sipariş verenlerin çoğuna ulaştım,az biraz kaldı....onlarada ulaşıyorum günbegün.... Zeytinlerim tüm gruba yetti... Kenarda köşede 30-40 teneke kalacak..... Problem yok,onlarda tükenecek yaza kadar biliyorum.. Henüz dallarda kalan ve kararmalarını beklediğim 8-9 ağacım var..... Onları toplamayacam..... Ne demiş Cemal Süreyya..Hayat kısa kuşlar uçuyor... Onlarda onların nasibi..... Herşeyin para olmadığı bir dünyada yaşamak isterdim aslında.... Kalın sağlıcakla.. Satıcı 1'

Satıcı 1: 'Kasım sonuna kadar ücret yatırmayınız lütfen Zira bu sene ilk parti zeytinlerim 4 gün gibi rekor seviyede tükendi..... Alamayanlar üzülmesin,ağaçlarda zeytin var daha. Kasım sonuna doğru ikinci parti toplanacak Ha ücret yatırırsanız şayet hakkınız baki kalacaktır Kasım sonuna kadar... '

Satıcı 4: 'Yine bilgi vermek istiyorum. Bu gün itibariyle sipariş alamıyorum 😊'

Satıcı 10: 'Şu an sarı kılçık pirinci için yeni talep alamıyoruz efendim. Önceden belirttiğimiz tarihlerde talepte bulunup ödemesini yapanlar adına toplam 1050Kg pirinç alımı yapıldı. Kargolar yarın hazırlanıp 10 unda gönderilecek. Kalan olursa gurupta bilgisini paylaşacağım... Ümraniye Şubemizden almak üzere adını listeye yazdıranlar da an itibarı ile gelip alabilirler. '

Satıcı 10: 'Bu şekilde durumunu şuan bildirenler için liste yapıyorum. Olursa eğer kalan ürünü sırası ile gönderirim. '

Satıcı 10: 'ÖNEMLİ NOT! ÜRÜN TÜKENMİŞTİR. '

Üye: 'Satıcı 10 bey bende sonradan gördüm tekrar satış yapmanız mümkün değilmi bakın birsürü isteyen var'

Satıcı 10: ‘Üye hanım, pirince gelen yoğun talep doğrultusunda , gurup adına siparişe göre bir ton üzerinde alım yaptık ve an itibarı ile tüm siparişleri gönderdik.’

Satıcı 1: ‘Son paylaşımım.....

Evet,tükan bu sezonluk kapandı dostlarım

Seneye görüşmek üzere..... Sağlıcakla kalmanız dileklerimle...’

Grup kültürü temasını oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şu şekildedir:

‘Aslında kendilerince helal demek doğal demek değildir demek istiyorlar ama içlerindeki dini söylemlere olan tepkileri kontrolsüzce ifşa ediyorlar. Başka gruplara göre çok daha nezaketliler orası kesin. Postu açan kadın sadece idareten bu yenebilir mi diye sormuştu oysa, helal kesim olmasından hiç bahsetmemiş etiketteki yazıları sormuştu. Kurucu Lider hanım daha dengeli bir cevap yazmış. Akıllı bir kadın. Sonuç olarak bu post bana gruptaki aktif kişilerin genel dini ve siyasi eğilimleri hakkında bir bilgi vermiş oldu. Yine aynı grubun profil fotoğrafları da bu gözlemimi destekler nitelikte. Şahsım için hiçbir önemi yok bu tespitlerin ama bu grubun kültürünü anlamak istiyorsam bu gözlemleri yapmalıyım.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.24, 9 Mayıs 2017)

‘Bayramda bolca bayramlaşma mesajı oldu tabi ki onu belirtmem lazım.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.36, 30 Haziran 2017)

‘Karşılıklı iyi niyet bu grubun önceliği. Kimsenin zarar görmesini istemiyorlar.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.48, 18 Temmuz 2017)

‘Admin 2 grubun satıcılarından Satıcı 45’in eşinin vefat ettiğini gruba duyurdu. Yorumlarda takipçiler başsağlığı dileklerini iletti. Grup bu tip ritüellerde hassas. Baş sağlığı ziyaretine bile gidebilirler, şaşırmam doğrusu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.58, 29 Ağustos 2017)

‘...Bazı yörelerde -Eskişehir gibi- sulu kaynatma usulü tatlı bir salça elde edilirken başka yörelerde -Akdeniz, ege gibi- güneşte kurutularak suyu çektirilmiş daha ekşi bir salça elde ediliyor. Grup başka yerlerin doğal gıda yapma ve saklama yöntemlerini öğrenmiş oluyor.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.66, 28 Eylül 2017)

‘Admin 2 Satıcı 9 Beyin oğlunun ameliyata alındığı için sipariş verip ödeme yapan kişilere birkaç gün ekmek gönderemeyeceğini grupta duyurdu. Grupta birçok üye ve satıcı geçmiş olsun dileklerinde bulundular. Grup bu konudaki ritüellere dikkat ediyor’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.71, 12 Ekim 2017)

‘Bu arada bolca 29 Ekim kutlama postu açıldı onları da yazmadan geçmeyeyim.’
(Yansıtmaı araştırmaacı günlüğü s.73, 29 Ekim 2017)

‘Satıcı 1 Bey bugün bir duyuru yaptı. Müşterilere Kasım sonuna kadar para yatırmamalarını zeytinlerin tükendiğini bildirdi.’ (Yansıtmaı araştırmaacı günlüğü s.79, 4 Kasım 2017)

4.7. Grup Yapısı

Bu tema 137 dosyadan 385 referansla oluşmuştur. Bu tema 3 önemli alt temadan oluşmaktadır. Bunlar; doğallık, küçük üreticinin emekleri ve grup norm ve kurallarıdır.

Topluluk X, kimlik temelli bağlanma ile bir araya gelmiş bir grup olduğu için grup normlarına sahip çıkma oranı yüksektir. Sassenberg’in yaptığı araştırmada da bunu görürüz. Ortak kimlik-ortak bağ teorisinden hareketle Sassenberg; İnternet’te her iki grup türünün varlığını göstermiş, her iki grupta da üyeliğin davranışsal bir sonucu olarak grup normlarına bağlılığını analiz edilmiştir. Ortak kimlik gruplarının üyelerinin, ortak bağ gruplarının üyelerinden daha çok grup normlarının paralinguistik sembollerini sahiplendiklerini keşfetmiştir (Sassenberg, 2002, s. 27).

Bireyin sosyal bir grubun parçası olması hemen gerçekleşmez çünkü eski grup üyeleri yeniyi birden benimseyemezler. Yeni üye, eski grup üyelerince benimsendiğini fark edince, hemen grup normları ve değerlerine göre hareket etmeye başlar. Grubun üyelerine yardım etmeye ve diğerlerinin fikirlerini kabul ettiğini göstermeye çalışır (Güney, 2012, s. 217).

4.7.1. Doğallık

Doğallık gruptaki üyeler için çok önemlidir. Grubun oluşma amaçlarından biridir. O nedenle üretilen ürünü ve üretim süreçlerini doğallık bağlamında sürekli sorgulamaktadırlar.

Tahin satıcısının ürününü tanıttığı postun altına üyeler sağlık ve doğallıkla ilgili yorumlar yapaktadırlar.

Üye 1: ‘*Antalya Manavgat Serik bölgelerinden temin ettiniz susamda yetiştirme aşamasında herhangi bir ilaca kimyasala veyahut gübrelemeye maruz kalıyor mu ? Bilgilendirir misiniz ? Cevaplarınız için teşekkür ederim.*’

Üye 2: ‘*Cig olan daha faydalıdır dimi?*’

Üye 3: *‘Tohumu nerden temin ettiniz acaba? Bir de plastik değil de cam veya teneke kap kullansanız çok daha iyi olur’*

Üye 4: *‘Susam cuvallarının üstünde ithal ibareleri vardı ve kg fiyatı 13TL idi 5 kg aldık çok severiz kepekli-kepeksiz çeşitleri var’*

Satıcı 29: *‘ithal susam taneleri çok küçük olur onlar konya çevresindeki simitçi ve fırınlar için gelen susamlardır onlardan tahin olmaz. Tahin yapımında kullandığımız susamları gördüyseniz daha iri ve yerlidir. Değirmene ayağımıza kadar gelen misafirlerimize fiyatta her zaman ikram yapılır’*

Satıcı 29: *‘Beyaz çiğ tahinlerimiz yüzde yüz doğal ve katkisizdir içinde hiçbir koruyucu aroma verici ve katkı maddeleri yoktur.’*

Satıcı 29: *‘Ürünlerimiz Tarım Gıda Bakanlığı tarafından tescilli ve denetimlidir. Siparişlerimiz taze ve günlük üretimle gönderilmektedir. Depolarımızda ve raflarımızda bekleyen stok ürünlerimiz yoktur.’*

İncirinde kurt çıkan bir üyenin açtığı posta yazılanlar grubun bir kısmın bakış açısını yansıtmaktadır.

Admin 2: *‘Şimdi açıkça yazacağım isteyen alınsın, hem doğal hem tertemiz olmuyor maalesef beyazlatmak için peroksit küf için ısıtma işlemi kurt için kimyasal kullanılırsa tertemiz beyaz ve küfsüz incir olur her yerde de satılıyor zaten amacım kimseye arka çıkmak değil ama Satıcı 14’ün tamamen doğal kimyasaldan uzak yetiştirdiğine inanıyorum’*

Üye 1: *‘Burada doğal ürünle organik ürünü ayırt edelim organik üründe böcek kurt v.s. olmaz çünkü sertifikalı ürünler maliyeti yüksek ve fiyatı da yüksektir doğal olanlar da ilacsiz v.s. kurt da olur çürükte böcek de olur Satıcı 14 beyin incirlerinin de doğal olduğunu düşünüyorum çünkü burada bandırma usulü ile yapılıyor kekikli kaynar suya bandırıp çıkarılıyor ama Satıcı 14 bey daha iyi anlatır’*

Kurucu Lider: *‘Ben karınca için yazmak istiyorum annemin yazlığında kuruttuğumuz her şeyde hatta mutfak bankosunda karıncalar doluyor kurularla sebzelerle dikilideki izmirdeki evlerime gidiyor doğal ortamlarda bahçede tarlada karınca olmasından doğal bir şey olamaz’*

Üye 2: *‘İncirlerin içi çürükse yapacak bir şey yok değilse bandırma yapılırca içindekilerin ölmesi lazım’*

Üye 3: *‘Kurdun olması onun doğal olduğunu gösterir. Kimyasal ürünleri kurtçuklar yemez. Karıncaların, kurtçukların olması doğal olduğuna delildir. Kurttan, karıncadan korkmayın da kimyasaldan korkun derim.’*

Hatta başka bir postta aynı incir üreticisine doğallıkla ilgili bir çok soru sorulmaktadır.

Üye 1: *‘Merhaba. Böyle beyaz olması için herhangi bir ilaç kullanıyor musunuz?’*

Üye 2: *‘Incirlerde kimyasal ilaç varmı bilgi verir misiniz.’*

Üye 3: *‘üründe peroksit ve kimyasal kullanıldımı ,nasıl kurutuyorsunuz..’*

Satıcı 14: *‘Kimyasal kullanmıyoruz.hatta kurt birkaç tane çıkarsa normaldir;) kimyasala bulaşmadan yapıyoruz.. Dediğim gibi bikaç kurt olabilir çünkü kimyasalla öldürmek bile zehir olur’*

Bakliyat tarzı ürünler satan satıcı 41’in açtığı postta aynı sorular sorulmaktadır.

Satıcı 41: *‘ürünlerimiz doğal kimyasal madde kullanılmamaktadır’*

Üye 1: *‘Yerli tohummu Gdosuzmu’*

Üye 2: *‘Adaçayı yetiştirme mi oluyor toplamamı eskiden toplardık çok tatlı olurdu’*

Köy tavuğu satıcısı bayana sorulan sorular grubun bu konudaki hassasiyetini ortaya koymaktadır.

Üye 1: *‘Kendi bugdaylarınız atalık bugday mi. Misir vs. Verdiniz mi’*

Üye 1: *‘Bir de kesimini kim yapıyor ve nasıl kesiliyor’*

Üye 2: *‘Etin deri değilde iç kısmının resimini cekermisiniz’*

Üye 3: *‘Görsel paylaysaydınız ben de alacaktım’*

Üye 4: *‘tavukların cinsi ırkı nedir acaba?’*

Sarımsak ve siyez üreticisine yine doğallıkla ilgili sorular aşağıdaki gibi sorulmaktadır.

Üye 1: *‘Satıcı 26 bey seydilerde nerde yetiştiriyorsunuz sarımsağı organikmi Kurtlanmaması ve çürümemesi için ne yapıyorsunuz ilaç hormon kullanmadan nasıl iri sarımsak üretebiliyorsunuz’*

Üye 2: *‘Satıcı 26 bey hastalık için ne yapıyorsunuz nasıl önlem alıyorsunuz sarımsağınızın ömrü kaç ay’*

Satıcı 26: *‘Siyez buğdayı süne, kımıl ve buğday pası gibi zararlı ve hastalıklara yakalanmaz kavuzlu yapısı sebebiyle. Bu sebeble tarım ilacı kullanılmaz.’*

Şekersiz cevizli Siirt sucuğu satan bir Satıcı 17’e şekerle ilgili sorular art arda gelmekte.

Üye 1: *‘Satıcı 17 bey merhaba Bazıları mayasına şeker eklenir şeker olmazsa olmaz, özellikle “sucuk terleme yapar” diyorlar.Rica etsem hiçbir aşamasında şeker kullanılıp kullanılmadığını danışabilir misiniz yapanlara size zahmet olmazsa, Eğer hiçbir aşamasında şeker yoksa ben de iki kilo rica ediyorum’*

Üye 2: *‘Merhaba , 2 yaşındaki kızım hiç şeker tüketmiyor, daha önce özel olarak yaptırmıştım ama bitti, şekersiz olduğu konusunda eminiz değil mi? Bir de üstündeki beyazlıklar nedir? Benim yaptırdığımda yok da anlayamadım’*

Satıcı 17: *‘Şekersiz evet doğal çünkü beyazlık un birbirne yapışmasın diye siirt ten mi yaptırdınız her yörenin farklı olur çünkü’*

Üye 3: *‘Rica etsem hiçbir aşamasında şeker kullanılıp kullanılmadığını danışabilir misiniz yapanlara size zahmet olmazsa,’*

Üye 4: *‘Sevgili Dostum Satıcı 17 bizim bir lafımız vardır kim isini seviyor ve iyi yapıyorsa isi ona verip yaptıracağını diğer sucuklar seker glikoz nişasta tabi bunlar iyi niyetli olarak soylediklerim.bir de fabrikasyon olan bir urun kesinlikle bitmistir.iyi geceler dilerim’*

Kuru üzüm satıcısının açtığı postun altında yazılanlarda üyelerin hassasiyetini ortaya koymaktadır. Özellikle meyvenin ilaçlanması ve kurutulması aşamasıyla ilgili sorulara Satıcı 34 cevap vermektedir.

Satıcı 34: *‘Zirai ilaç kullanmadan gülleci bulamacı ile yetiştirdim Sultaniye kuru üzüm Gülleci bulamacı doğal ilaştır yoruma bilgilerini yazacağım kg 10 TL Kurutmada kullanılan malzemeler ayrıntılı yorumlarda var lütfen okuyun (zeytinyağı ve potasyum karbonat) Potas nedir? Endüstride veya ziraatte kullanılan ve topraktan kazılıp çıkartılıp satılan, potasyum tuzlarının karışımı veyahut potasyum bileşiklerinin herhangi biri. Potas kelimesi, esas olarak potasyumkarbonat (K_2CO_3) için kullanılmıştı.’*

Satıcı 34: *‘Gülleci Bulamacı Kireç ve kükürt solüsyonu dur. Kireç ve kükürt kaynatılarak kalsiyum polisülfid elde ediliyor. Su ile %1-2,5 oranında karıştırılıp tüm meyve ve sebzelerde kullanılabilir. İçeriği sayesinde tamamen organik bir zirai ilaç olan gülleci’*

Satıcı 34: *‘İsteyen olursa hazır gülleci bulamacı da gönderebilirim zirai ilaç (zehir) kullanmaktan herkes kurtulur böylece’*

Üye 1: *‘potasyum karbonat ilaç değil yanlış anlaşılma var.Doğada bulunan bir element.’*

Üye 2: *‘Satıcı 34 Potas nedir? Endüstride veya ziraatte kullanılan ve topraktan kazılıp çıkartılıp satılan, potasyum tuzlarının karışımı veyahut potasyum bileşiklerinin herhangi biri. Potas kelimesi, esas olarak potasyumkarbonat (K_2CO_3) için kullanılmıştı.’*

Satıcı 34: *‘potas veya potasyum karbonat şimdiye kadar kurutmada kullanılmasının sakıncalı olduğuna dair bilgi yok’*

Satıcı 34: *‘Ben üzümü nasıl yetiştirdigimi ve kullandıklarımı yazdım zirai ilaç kullanmadım gülleci bulamacı kullandım kurutmada zeytinyağı ve potas kullandım’*

Grupta satılmayan bazı ürün ya da markalar hakkında da üyeler doğallığı ile ilgili tartışmakta, fikir alışverişi yapmaktadırlar.

Satıcı 19: *‘Ben köy tavuğu bulamadığımda alıyordum;diğer market tavuklarından farklı eti koyu renkli,diğer çiftlik tavukları gibi çabuk büyümüyorlar bildiğim kadarıyla ve kuru yolum yapıp yıkamıyorlar diye güvenip alıyordum’*

Üye 1: *‘Ben denedim.pisme süresi diğerlerinden farklı değildi.bana farklı gelmedi.iki defa denedim bir daha da almadım’*

Üye 2: *‘Bende diğer tavuklara göre iyi köy tavukları gibi de lezzetli bulmadım zaten öyle bir iddialarına yok okuduğum kadar.’*

Üye 3: *‘Sonuçta bitkiselde olsa yemle baskeniyir birde gezen tavuk satışları var onun fiyat farkı var epey’*

Üye 4: *‘Ticari kaygının olduğu sebze dahil hiçbir ürüne güvenmiyorum organik adı altında soygun yapıldığı kanısındayım’*

Üye 5: *‘Toprak Bitkisel yemde yoğun oranda ağırmetal içerir ne yazıkki’*

Doğal olan ürünün kurtlu olabileceği ile ilgili üyeler arasında fikir birliği yoktur. Bir kısmı doğal üründe kurt olabilir deseler de çoğunluğu oluşturan başka bir kısım üye ise uygun şartlarda üretilir ve korunursa kurt oluşmayacağını ve kurtlu böcekli ürün istemediklerini belirtmektedirler.

Üye 1: *‘İlaçsız diye kurtlu asla almam’*

Üye 2: *‘Ben de ilaçsız ürünün kurtlu olabileceğini biliyorum bunda bir sıkıntı yok zaten’*

Üye 3: *‘Çıkar arasına kurt yemeyiz atarız Ama iki günde 7+5=12 parçanın 6 tanesinde kurt vs varsa hiç kimse kusura bakmasın Doğal demek illa kurtlu demek değildir İncir de hiç değildir Kurutulurken yeterli gözetim ve denetim yapılmamış demektir Ha bu arada illa kurtlu severim diyenlere de bir şey demiyorum zaten Ama ben üreticiye ulaştığımda bana sadece "olur böyle üzüldüm "ile geçiştirecekse olayı sizlerle paylaşmayı seçerim’*

Üye 4: *‘Kimse doğal diye kurtlu yemek zorunda değil’*

Üye 5: *‘Cok doğru’*

Üye 6: *‘İncir olayı ise aslında büyütülecek bir konu değil biliyorumSizinle de yazıştıktan sonra konu benim için kapanmıştı Arada bir çıkar olmazsa atarım dedim Ama bu gün denemek için açtığımın yarısı kötü çıkınca insanları uyarmak istedim Zira çoğu zaman hiç kontrol etmeden ağzımıza atıveriyoruz Ama sizin de gördüğünüz gibi bir çok kişiye aşırı kurtlu ürün gitmiş Üç beş kurt olsa neyse ama yarı yarıya kurt oluyorsa durup düşünmek lazım Benim yazlığımın bahçesinde de meyve ağaçları doğal yetişiyor Elmalar özellikle kutlu olabiliyor Ama emin olun yarısı değil En dazla leke oluyor Neyse niyetim kimsenin canını sıkmak değildi’*

Doğallık konusunun helallikle karıştırıldığını düşünen birçok üye bulunmaktadır.

Kurucu Lider: *‘Bitkisel yem demis örneğin soyada misirda bitkidir ama gdo olmadigina garanti bir yazi degil. Helal kesim sadece kesilis sekli icin yazilan bir terim bence yemlerdeki gdo acisindan bir garanti oldugunu dusunmuyorum’*

Üye 1: *‘Insanimiz helal'lik ile doğal-ligi ayirt edemiyor maalesef yani islam dini icin helal terimi bile bu kadar kirletilmisken bu sekilde reklam yapanlara hic guvenip yemem tavuk.’*

Üye 1: *‘Helal olmasi gdolu yem veya misir yemediginin gostergesi degil bunu kimse anlamiyor, musluman olup ama hirsizlik yapinca yok o yapmamistir demek gibi birsey, helal kesim tavuk ile dogal beslenmis tavuk arasindaki fark’*

Admin 3: *‘👏👏👏... zaten bu kadar vurgu yapılması ileri derecede şüpheli bir durum yaratıyor.’*

Üye 2: *‘Helalliğini sorgulamadım Admin 2 hnımcım’*

Admin 2: *‘Üye 2 canım bu kadar vurgu yapılırca insanın içine şüphe düşüyor ben onu demek istedim sizle ilgisi yok’*

Kurucu Lider: *‘biz helal kesim demekle yeminde masum olmayacağını kastediyoruz ve gerçekten bu terim bir çok sektörde dogallığın sorgulanmasının önünü kapatıyor helal deyince hersey dogal gibi algılanıyor biz sadece durumu yazdık .bitkisel yem demekle ne kastedilmiş bu hic belli bir ifade degil sorgulamak kucumsemek degilki’*

Üye 3: *‘Torku yu bilmeyen yok, helal sertifikasi var, ama surulebilir çikolatasında palm yagi var ?? Palm yagi saglikli degil, ama helal sertifikasi var yiyelim o zaman? Peynirleri sirdan mayali degil, sentetik maya kullaniyorlar, sentetik mayalar’*

Üye 4: *‘Yok küçümsemiyoruz sadece sahtekar çok ve din kisvesinin altına gizlenerek bunu yapmayı seviyorlar ondan tedbirliyiz...’*

Üye 5: *‘Torku her üründe helal sertifikası var demiyor yalnız. Olanların üstünde belirtiliyor. Sürülebilir banada da ise palm değil hurma yağı vardır’*

Üye 4: *‘Hurma yagi ile palm yagi ayni islemlerden geçiyor adi farkli zararları aynı. . Ayrica yagin cesidine gelene kadar icindeki seker en büyük zehir, icerik görmeye gerek yok yani’*

Üye 5: *‘Helal sertifikası her ürün için ayrı alınır. Bu üründe sertifika yok yani hem bu yağ hem sertifika sizin dediğiniz gibi değil demek istediğim. Şekeri savunan yokki zaten bu gurupta’*

4.7.2. Küçük üreticinin emekleri

Grupta bulunan satıcıların tamamı küçük ya da orta ölçekli satıcılardır. Çoğunluğu sattığı ürünün üreticisidir. Hatta kendilerine üretici diye hitap edilmesini istemektedirler. Ama istek üzerine bazıları, ürettiklerinin dışında yine küçük üreticilerden aldıkları ürünleri gruba satmaktadırlar. O nedenle araştırmada daha genel bir ifade olan ‘satıcı’ ifadesi kullanılmaktadır. Farklı postlar altında çeşitli yorumlarda küçük üretici olma durumuyla ilgili paylaşımlar yapılmaktadır. Bir küçük üretici için kitlelere açılmak normalde çok zordur. Ama internet tüm bu akışı başından sonuna kadar değiştirdiğinden özellikle küçük büyük işletme ayırımı ortadan kalkmaktadır (Enginkaya, 2006, s. 14).

Kurucu Lider: *‘evinde ürün yapanla yapamayan birbirleriyle buluşsun çevresinde bulamadığı ürünlere kavuşabilsin diye açmıştık ama’*

Satıcı 1: *‘keşke satıcı yerine Üretici deyimini kullansaydınız. Galerilerde satıcıdır, emlakçılarda, bakkal ve kasapta.....Atladığınız bir konu var. Evet bizler satıcıyız ama aynı zamanda üreticiyiz... ‘*

Satıcı 41: *‘kendi üretimimizdir’*

Üye: *‘organik pazar hepinizi çiftçiye destek için arenaParkalışverişmerkeziorganikpazara davet ediyorum’*

Satıcı 22: *‘İsteyen kişilerin parasını da geri yollarım. Küçük üreticinin adını lekelemek bu kadar kolay mı ?’*

Satıcı 22: *‘Asıl anlamadığım küçük üreticiyi sürekli ezme derdinde olan bu insanlar sağlık tüccarı olan koca yogurt ve tavuk firmalarını niye şikayet etmiyorlar. Garibi buldun mu anasından emdiği sütü burnundan getirmek bizim insanımızın alışkanlığı’*

Üye: *‘Gunaydin İnsanların baskalarının rizkına tamah etmesine tahammül edemiyorum. Gruptaki birçok üretici zaten ev hanımı ve küçük üretici’*

Satıcı 44: *‘Kahvaltıda konuştuğumuz gün ,dün gibi aklımda, sağolsun Kurucu Lider’in önderliğinde gelişti her şey, ben kantaron yağı yaptım ,guruba duyurdu ve satışlar başladı, ne günlerdi yaa, sağolsun Kurucu Lider iyi ki onun sayesinde tanıdım sizleri, senide tebrik ediyorum canım benim , çokkkk ama çokgamaeatsın maşallah sübhanallah’*

Birçok postta da küçük üreticilerin emeklerinin önemi ve değerinden bahsedilmektedir. Gruptaki üyeler verilen bu emeklere çok saygı duymaktadırlar ve bunu her vesile ile belirtmektedirler.

Üye: *‘bu insanlar onca ugrasiyor emek veriyor yazık gunah degilmi .paranız o an yoksa olduğu zaman alın arkadaşlar yada esiniz cocugunuz yatırıyorsa takipçisi olun bahanelerin ardına sığınmayın’*

Üye: *‘iscı emekçi bayramında emekcinin hakkına sahip çıkmak gerek .lutfen bu güzel grubu suistimal etmeyelim iyi günler diliyorum’*

Üye: *‘Bize hala ulaşmadı ne yazık ki... bekliyorum. Ama ödeme yapmamayı kabul edemem. Bezelye elime ulaşırsa ödememi yapmam için bana hesap bilgilerinizi iletin lütfen, olur mu? Emek çok kıymetli, emeginizi hiçe saymayı düşünemem.’*

Üye: *'Satıcı 5 hanım merhaba benim kolim geldi hemen temizledik paketledik ve buzlularla yerini aldı emeğiniz için çok teşekkür ediyorum. Benim de küçük çocuğum var onlarla iş yapmak bile mucize emeğinize sağlık tekrar tekrar teşekkür ediyorum'*

Üye: *'ekmeğini kazanan güzel insanlar'*

Satıcı 15: *'Cok teşekkürler Admin 2 abla gercekden burdaki emekci arkadaşlarımız cok büyük zahmetlerle ürün hazırlıyorlar urun hazırlamak bır kargoyla ugrasmak bır memnun etmek bır dert ben ilçedeyim evim mustakıl bahcem var seram var sanada Kurucu Lider hanımada yazdım tarhananın yanında ne yapabilirim diye herşey yaparım ama eleştiri memnuniyetsizlik olur diye bir şeye kalkışamadım kimse zevk için veya hobi icin yapmıyor ihtiyac olduğu icin kekik topladım dag tepe gezerek cok uzaklardan zirveden cıkılmaz dedigim yerlerden topladım'*

Üye: *'Satıcı 8 bey gibi yerli urun ureten insanlara ulasabiliyoruz ve bunun bizim için bu zamanda büyük nimet oldugunu dusunuyorum boyle ufak tefek seylerle bu ise emek veren insanları rencide etmek hic doğru degil bence'*

Üye: *'Satıcı 12 hanım zordur yazın tarlada çalışmak.Değil '*

Üye: *'tarlada,hobi bahçesinde 3-5 domates yetiştirmek bile zordur,kendimden bilirim.Emeklerinize sağlık'*

Satıcı 5: *'İlk Sezonumuzdaki Tüm İmkansızlıklarımıza Rağmen Çabaladım. Emek Verdik, Herşeyi Değerlendirdik. Bugun Daha İyi İmkanlarla Birşeyler Yapmaya Devam Ediyorum. Her Yaşanan Olumsuzluk En Büyük Tecrübemiz Oldu.. Herşey Dört Dörtlük Olmasada Elimden Gelenin En İyisini Yaptığımı Düşünüyorum.'*

Satıcı 1: *'Bu tepedeki ufo gibi,ameliyat masaüstü gibi görünen garip alet benim icadım :) mucitmi olsaydım ne)'*

Satıcı 1: *'Bu kadar sohpet yeter,kahve molam bitti,ben döneyim işimin başına '*

Üye: *'Allah kolaylık versin geçen hafta 10 kilo yeşil zeytini ayıkla,kır, koy kavonoza derken neredeyse 2 saati geçmiş uğraşmam. Hiçbir şey karşıdan bakıldığı gibi kolay olmuyor. Bütün üreticelere Allah güç kuvvet versin.Bereketiniz bol olsun'*

Tarhana ile ilgili açılan bir postun altına şunlar yazılmaktadır.

Üye: *'Mutfak tezgah tarhana oldu. Yazık oldu Satıcı 15 hanımın emeklerine ve de benim mis kokulu tarhanama'*

Satıcı 4: ‘Zor velhasıl Satıcı 15 hıncım.ben 5 mayısta bahçeyi ekdim.o tarihten beri 4 kez capa.2 günde bir suluyorum.haftada araları motorla sürülüyor.kırmızı örümcek denen hastalık gelmesin diye .patlıcanların alt yapraklarını tek tek kopardım 4 kova.hortumla gece ...’

Satıcı 15: ‘Evet bu sene sebzeler çok yordu fasulyem çok buyudu dokeni yok patlıcanlarım aynen dedigin gibi kırmızı orumcek korkusuvar aksamı yikiyorum domateslerim iyi gibi biberlerim iyi ne belem çok zor sabah gün agarınca kalkıyorum hala oturacak nanemi bictim onunla uğrasiyom aman kararmadan kurusun diye alt ust yapıyorum isimiz zor allah kolaylık versin hepimize Satıcı 4’

Üye: ‘Emege saygım sonsuz...uretenlerin emeklerinede saygı duyuyorum sagolsun onlar bizler adına çalışıyorlar...ama makul bir fiyat politikası izlenmeli diyede düşünüyorum..’

Üye: ‘hem sonucu muhteşem lezzetli ,hem de büyük emek var !’

Üye: ‘Abartılı bulan almasın. Ellerine sağlık. Zahmetli tarhana yapmak.

Küçük üreticiyi desteklemek amaçlı emeklerin karşılığı olan ücreti almaları gerektiği konusunda üyelerin çoğu hem fikirdir. Bu konuda itiraz gelirse onu hemen uymaktadırlar. Farklı postların altında başka yorumlarda da bu konuya değinilmektedir. Küçük üreticinin emeği gruptakiler için önemlidir ve takdir edilmelidir.

Üye: ‘Bence çok güzel.el emegi bu uğrasiyi takdir etmemek mümkün değil.’

Üye: ‘Yapan emek vermekten üşenmiyor ...Teşekkür etmek lazım!’

Üye: ‘Nasıl bir ahlak anlayışı var bu insanların? Önemli bir gerekçesi varsa bilemem ama bunca emeğe hiç mi saygı duyulmaz, yazık gerçekten’

Üye: ‘Nasıl inşaa bunlar emek bu emek’

Üye: ‘Bu nasıl bir insanlık!!! Burdan yaptığım alışverişlerin sayısını unuttum!!! Kargom gelmeden cogunun ödemesini yaptım sadece Satıcı 4 hanımın unuttum ve çok mahcup olmuştum ki birde sipariş verip almamak insan utanır ya utanır!!! Amacı ne emek var alınteri var hak var cidden çok sinirlendim ve üzüldüm!’

Üye: ‘insanlar emeklerinin karşılığını tam ve zamanında alsın çünkü bu üç günlük süreçte çok stres yaşadılar kandırıldıklarını farkettiler para kadar güvenlerinin kullanılması ve kandırılmak zorlarına gitti’

Üye: ‘Hiç anlam veremedim bu duruma. Emek var ortada.’

Üye: *‘Pirinç alımındaki emekleri için çok teşekkürler.Emeğinize sağlık.Sayesinde çocukluğumuzun lezzetine sahip olduk...Hayırlı bol kazançlar...Artık her sene pirinç ve tuzlarımız Satıcı 10 beyden..’*

Üye: *‘pirinçler için risk almayı göze alarak gösterilen para kazanmadan yapılan hatta uykularımı kaçıran ilk partideki özveri müşteri memnuniyeti gerçekten takdir edilecek şeyler emeğinize sağlık sayın yöneticiler’*

Üye: *‘Daha önce de belirttim her açıdan çok üzücü bir durum Emek...para...ve nimet hepsi zayı oldu’*

Üye: *‘Emege yazık olmuş nemi yiyince kurtlanıyor .’*

Üye: *‘Çok emek var ,emeğiniz ziyan olmasın inşallah’*

Üye: *‘Satıcı 4 hanım tebrik ediyorum emeğinize sağlık 10 ton domatesi yapmak büyük emek ister’*

Üye: *‘El emegi alın teri’*

Üye: *‘Hayırlı olsun.. Üretmek bu ülkenin tek kurtuluşu.. Yolunuz açık olsun’..*

Üye: *‘Çok sinirlendim satıcı emek veriyor ve karşılığına bak Satıcı 12 ve diğerlerine çok üzuldüm’*

Kurucu Lider: *‘Kıskananlar malesef evet var .zaten her başarılı insan için bu geçerlidir emek verip cabalayan gecesini gündüzüne katan insanların verdiği emek goze gözükmez bende cabalayım denilmez ama sonuc kısmı hep göz önünde olur .kazanclar mevkiler alınan notlar vs vs .ama tabi bu durum bizim toplumumuzda herkes için de geçerli değil hak etmeden emek vermeden olduğu yerde kazancta okulda olanların sayısı artık hakeden de fazla ...ben çevremde gördüğümde hep sunu diyorum eger bu zenginlikler evler lüks emekle helal parayla olduysa allah iki katını versin ama baskalarını kandirarak kazanılıp birde hava atılıyorsa kazandıkları kadar kolay kaybetsinler ...helalinden olsun az olsun’*

4.7.3. Grup norm ve kuralları

Bu alt tema grubun yapısı anlamak adına önemli bilgiler vermektedir. Grup kuralları zaman içinde çoğu sancılı süreçler ve olaylar sonucunda oluşmuştur. Grup kuralları konusunda üyeler genellikle titiz davranmaktadır. Yöneticilerde bu konuda üyeleri ve satıcıları uyarıp hatırlatma yapmaktadırlar. Bu norm ve kurallardan bazıları ve bunlarla ilgili yapılan yorumlar şu şekildedir:

-Anlık ortaya çıkan kayıtsız satıcılara izin vermeme; özellikle yöneticiler bu konuda hassastırlar. Postların altında yorumların arasında birden ortaya çıkabilen satıcılara müdahale ederler bazen direkt gruptan çıkartılmaktadır. Grup yapısı gereği sınırlı sayıda güvendiği satıcıyı barındırmaktadır. Bu satıcıların da işleri birbirine engel olmasın diye genellikle farklı ürün satmalarına dikkat edilmektedir.

Örneğin portakal kabuğu reçeli yapan var mı diye post açan bir üyeye yazılan yorumlar arsında bir üye gruptan olmayan bir satıcıyı önermekte grup üyeleri ve gruptaki reçel satıcısı bayan bu duruma tepki vermektedir;

Üye 1: *‘Nihalce reçelleri saip kır kahvesi Karaburun Nihal Bilgiç Arpacioğlu satıyor’*

Satıcı 7: *‘Üye 1 hanımefendi can Topluluk X grubumuzda reçel üreticisi benim can , yapamadığım yapmadığım hiç bir reçel yok Topluluk X grubumuzda başka reçel üreten insanların adını vermek ki bunca yorumu okuduğunuza göre reçel ürettiğimi satıcı konumunda olduğumu görürken bu yaptığınız etikmi? Girin Gooogle'ye binlerce reçel üreticisi bilgisine herkes ulaşabilir can’*

Üye 2: *‘Üstüne tanımam Satıcı 7 sen bitanesin’*

Satıcı 7: *‘Üye 2 canım benim o mevzu ayrı da ☺☹kimsenin ekmeğinde aşında kimsenin gözüünün olmaması gerekir , zaten bin tane zorluk içinde mücadele ediyorum, tek tük satış yapabiliyorum aylardır grubumuzda üretici olmayan bir insandan göz göre göre bahsedilmesinde art niyet ararım bende ekmeğimi korumak için sorarım ETİKMİ bu davranış diye ☺☹’*

Üye 2: *‘Tabiki de değil bence çok büyük saygısızlık düpedüz. emeğe saygı lütfen Üye 1’*

Üye 3: *‘Grup da olmayan birini tavsiye etmek elbette etik değil...Grubun reçel profesörü Satıcı 7..Çok kızarsa acı biber reçeli yedirir cannn...:) ellerine sağlık...’*

Satıcı 15: *‘Tabikide etik deyil ayıp birşey burda herkes emek vererek calisiyor hepimizin isi zor sizinki biraz daha zor tatlarini ayarlamak kivamini tutturmak napacaksin canim benim boyleleride cikiyor uzulme gecen yil benimde celik tencereyi alamiyum diye tuturmustu oluyor boyle emekgine saglik biz grup olarak seni seviyoruz’*

Adminlerin gruba üye olarak eklenenlerin birden satış postları açmasına kızgınlıklarını belirttikleri bir postta bize grubun konuya bakış açısı hakkında bilgi verebilmektedir.

Kurucu Lider: ‘eklenilenler pat diye burasi nedir ne degildir isleyisi nasildir kisacasi selamsiz sabahsiz paylasim aciyor bizde cikartiyoruz sonrada bir cogundan hakarete bile ugradigimiz oluyor sanki biz herkese burada satis yaptirmak zorundaymisiz gibi ..iclerinde anlayisla karsilayanlarda var ama biz her kosulda zorlaniyoruz’

Admin 2: ‘Üç gündür salçacılar atakta kadını atıyorum kocası paylaşım açıyor’

Admin 2: ‘Bildiğimiz biri kombi mantarı üretmiş kendisi engelli ama kocası paylaşım açmış dün hiç bıkıyorlar’

Satıcı 4: ‘Allah size kolaylık versin.kimler geldi kimler geçti.kolay değil.. .’

Üye 1: ‘burada satıcı olmak da kolay değil,o gelenler burdaki müşterileri tanımıyorlar da ondan atlıyorlar,nasıl olsa üye sayısı çok fazla 100-200 kişiye malımı kakalasam yetr diyorlar ama biz kül yutmayız ,burda herkes satıcı olamaz :)’

Üye 2: ‘Herkes rızkını yer’

Kurucu Lider: ‘Herkes rızkını yer tabiki ama herkesi tanıyabilmek kolay olmuyor cok zor bu işler o nedenle sayıyı artirmak istemiyoruz olduğu yettigi kadar .’

Üye 3: ‘Üye 2 rızık ayrı ama burada önemli olan saf temiz gıda olması her önüne gelenden alacaksak buranın ne önemi olur daha dışarıdan o ayardaki gıdayı daha ucuza alırız hem pahalı hemde kimyasallı gıdayı sürecekler önümüze tabikide herkes tanıdığını eklememeli bu gurubu yönetenler bu işi tek elden yapsın diğer üyeler eklemesi çünkü biz satıcıları kim eklemiş bilmiyoruz temiz gıdamı sorgulayamıyoruz’

-Önce ödemenin yapılması sonra ürünün gönderilmesi; zamanla oluşan grup kurallarından biridir. Grup ilk kurulduğunda siparişin verilmesiyle birlikte satıcılar üyelere kargoyu çıkarmaktaydı. Grubun büyümesi ve yaşanan birkaç sıkıntı sonrasında önce ödemenin alınması yönünde bir karar alındı.

Kurucu Lider’in satıcıların yaşadığı sıkıntılar için açtığı posta bu konudaki görüşlerini üyeler bildirmekteler.

Kurucu Lider: ‘Arkadaslar satıcı grubunda gördüğüm kadarıyla satıcılarımızın ne cok magduriyetleri varmis.onlar cok desteksiz kalmis hepsi en az bir kac kere alacagini alamamis yada cekinerek utanarak arayip yatirtmak zorunda kalmislar ve hala bazilarida alacaklı bir kısmının kargosu geri donmus tabi bunlar onlara hep zarar .birde insanlar birbirine benzemiyor bazi uyelerde kaprislerde cabasi olmus biz saniyoruzki hersey tıkr tıkr isliyor lutfen elinizi vicdaninize koyun hangi market esnaf size aylar sonra odeyeceginiz sekilde urun veriyor.bu insanlar onca ugrasiyor emek veriyor yazik gunah

degilmi .paranız o an yoksa olduğu zaman alın arkadaşlar yada esiniz cocugunuz yatırıyorsa takipçisi olun bahanelerin ardına sığınmayın.bundan sonra grup yönetimi olarak kararımız önce parası yatacak sonra para hesaba geçince ürün yollanacak satıcılara bu durumu sormadım bile mağduriyetleri görünce icim acıdı siz satıcı olsanız ne yapardınız birde onlar açısından düşünün.burada satılan hiç bir ürün ölümcül acil ürün değil .bugüne kadar düzgün şekilde parasını yatıran üyeleri zaten onlar biliyor onlara tesekkür ediyoruz ..kendileri için sorun yaratanlarıda artık o grupta birbirlerine yazacaklar yazmaya başladılar bile ..ürün alıp parasını yatırmayanlarda lütfen bir an önce paralarını yatırsınlar işci emekçi bayramında emekçinin hakkına sahip çıkmak gerek .lutfen bu güzel grubu suistimal etmeyelim iyi günler diliyorum’

Üye 1: ‘Aynen katılıyorum canım."Parayı veren düdüğü çalar"demişler’

Üye 2: ‘Bencede parayı almadan göndermesinler’

Üye 3: ‘Doğru bir karar önce ödeme sonra malzeme’

Üye 4: ‘Ödemeyeyenler gurupta paylaşılsın.’

Üye 5: ‘En mantıklısı bugüne kadar karşı taraf istemese bile ben dekont fotosunu yolluyorum sonra istiyorum .bi aksilik olursada benden olmasın’

Üye 6: ‘Parası odendikten sonra gönderilmesi bana göre daha iyi bence. Satıcılardan da bunu rica ettim hep. Dünya hali başımıza bisey gelir hak geçmesin.’

Kurucu Lider: ‘Arkadaslar satıcı arkadaşlara bu kuralı koydum kimse onlari zora kosmasın musteri kacmasın diyr kuralı ihlal ederlerse kendileri zor duruma dusecek ben gerekli uyarımı yaptım çünkü kurala uymayan musteri gozunde şirin görünüp kurala uyanı zorda bırakır’

Satıcı 9: ‘Biz hiç bir kimseden ürün siparişinde ödeme almayız ürün gider teslim olur sonrası hesap numarası göndeririz ve herkezden ALLAH RAZI OLSUN kimsede ücretimiz kalmadı erde olsa gece olsa herkez yediği tükettiğinin ücretini gönderiyor herkeze selamlar’

Üye 7: ‘Ben 2 senedir filan disariya cikamadigimdan dolayi internet ustunden alisveris yapıyorum 3 oldu Satıcı 2 hanimdan alisveris yaptim parasini aninda urunup elime gecince hemen odedim Satıcı 24’ten daha yeni alisveris yaptim kackere aradim iban numarasini versin diye emege saygi dediklerinize aynen katiliyorum’

Üye 8: ‘Evet ödeme yapmayanlar satıcılar tarafından paylaşılsın lütfen’

Admin 3: ‘Önce ödeme ardından ürün... eeen doğrusu bu... durumu olmayan da sipariş vermeyecek... Satıcı niye mağdur olsun? Emeklerine yazık...’

Üye 9: ‘karar7nızı adaletinizi her iki tarafı da eşit koruma güdünüzü takdir ve teşekkür ediyorum Kurucu Lider hanım..çok isabetli olmuş... zaten burda ay daha parasını yatırmadan ürünüm gelmiş yazanları görünce hem esnaf ahlakını takdir ediyor hem de biraz üzüliyordum’

Üye 10: ‘Admin 3 durumu olmayan insan sipariş vermez.niyeti dolandırmak olan sipariş verir ve ödemez.’

Üye 11: ‘Kurucu Lider hanımcım rahmetli babam derdiki emekçinin teri soğumadan parasını ödeyin ne doğru söylemiş bende Satıcı 3, beyden yağ aldım sağolsun para gitmeden yağ geldi ama dediniz gibi parasını almadan ürünü göndermesinler herkes bir değil malesef.zaten satıcı zamanla müşterisini tanır.yazık emeklerine üzüldüm. Size sevgilerimi yolluyorum’

Kurucu Lider: ‘Gerçekten bazıları dekontu görmüş ama para hesaba gecmemiş yazık iki gün önceki olaydan sonra orada yazısınca tekrar kontrollerinde dolandırıldıklarını farkettiler ..birde istek yaparken Allahın adı hamdolsunlar öyle kolay kullanılmıski .Allah hepsini bildigi gibi yapsın okudukca sinirleniyorum biz insanlar evlerine destek olsun diye cırpınıyoruz hediyelerini dahi ya kabul etmiyor yada ısrar üzerine kırılmasınlar diye kabul ederken cogu zaman paramla alıp ücreti anında yatırırken bu tipler hic emeksiz dünya alısveris yapıp üzerine yatmayı haram yemeyi nasıl iclerine sindirebiliyor insan yerken nasıl yutabilirki .’

Üye 12: ‘Çok, çok haklısınız eniyisi emin olmadan para ellerine geçmeden malı göndermesin resmen dolandırıcı kaynıyor ortalarda insanları madur ediyorlar yazık.’

-Sınırlı satıcının olması; talep gören her üründen bir ya da birkaç satıcının grupta bulundurulması. Daha fazla satıcı gruba alınmamaktadır. Aynı ürünü satan satıcılar kendi aralarında nezaketen eski olan ya da ana ürünü o olan satıcının ürünün bitmesini beklemekteler. Üyelerin zaman zaman rekabet için daha fazla satıcı olmalı serzenişlerine rağmen yöneticiler güvendikleri satıcılarla yola devam etmek istemektedirler. Bu konu çeşitli postların altında farklı zamanlarda yapılan yorumlarla dile getirilmektedir.

Kurucu Lider: ‘Gecen yıl kaynatma salca yapıyor diye birine sans tanıdık kadın sahtekarin biri cikmisti bir uye baska gruptan gecmiste taniyormus o nedenle bizim salca

yapanlarımız bize yeter zaten grup disinda da yaptiran var bir kismida ondan aliyor salca tarhana vs icin kimseyi eklemiyoruz gruba ..yettigi yere kadar’

Kurucu Lider: ‘Merhaba arkadaşlar, defalarca yazmamıza rağmen bazı grup üyeleri satıcı tanıdıklarını eklemeye devam ediyor sizden rica ediyorum lütfen eklemeyin engelliyoruz. Bundan sonra ekleyenleri de engelleyeceğiz, karşılıklı üzülmeelim yeteri kadar satıcı arkadaşımız var toplama ürün satanların yolgeçen hanına çevirmeyelim burayı’

Satıcı 3: ‘Sele zeytinlerimiz bu yılda yapacağız. Satıcı 1 beyin zeyinlerinden sonra satısa çıkacaklar. Yine geçen seneki gibi olurlar inşallah. İklim şartları uygun olursa. Ayrıca çok yakında erken hasat yağımızda başlayacak.’

Üye: ‘Bir de yöneticilerden ricam var ..ayni ürünler de olsa üretici alınmalı ve rekabet olmalı ..saygılı bi rekabet ortamı olmazsa , fiyat konusu çözülemez .başka bi doğal ürünler satan sayfada tanıştığım üreticiler var..bu gruba girememisler.ama yaptıkları’

Üye: ‘Bir de yöneticilerden ricam var ..ayni ürünler de olsa üretici alınmalı ve rekabet olmalı ..saygılı bi rekabet ortamı olmazsa , fiyat konusu çözülemez .başka bi doğal ürünler satan sayfada tanıştığım üreticiler var..bu gruba girememisler.ama yaptıkları is gerçekten tertemiz ..kimisi ödüllü hatta ..ve fiyat burdakinden ucuz..bazı alışverişlerimi ordan yapar oldum mesela..demem o ki bu şekilde kimse fiyata karışamaz ve kendi çapında yarışamaz ise olay farklı yerlere doğru gider .. emeğinize sağlık sayın yöneticile’

Kurucu Lider: ‘Selma hanım bizde çok isteriz ama zamanında ben bu grup ugruna zona oldum ne aci cektim bir gece acillik oldum tansiyonum fırladı kac gece sabahladım kim kimdir nedir diye arastirmalar yaparken ip uclari ararken sanal alemde insanları taniyabilm5ek çok zor yuzyuze gorustuklerimizde bile husrana ugradiklarımız oldu dene yanil derken kac uye magdur oldu bunlarin sorumlulugu hic kolay degil yoksa bir çok kisiyi alirim hic kimsenin kazanci benim cebime girmiyor kimseylede anlasmamiz yok o nedenlede daha rahat kararlar aliyoruz ama birini alip olmadi cikardik deyince alisveris yapan uyeler bize biz magdur olduk ama diye sitem ediyor kimler geldi kimler gecti buradan’

Kurucu Lider: ‘Yeni satıcıyı grupta olmayan bir ürün olursa ozaman düşünüp alıyoruz’

Kurucu Lider: ‘Yeni satıcıyı grupta olmayan bir ürün olursa ozaman düşünüp alıyoruz’

Kurucu Lider: ‘Satıcı 28 simdi baska basvuran findik saticilari gorurse Kurucu Lider hanım satıcı eklemiyordum demisti ama bak iste eklemis diyecekler ama sen benim bu grupta findik için ilk fırsat verdiğim satıcı olmustun ama pahali burada fiyat su vs vs diyenler yuzunden üzülüp geri cekilmistin bu sefer ne olursa olsun pes etmeyen geri cekilmeyen bir Satıcı 28 istiyorum özelde de yazmistim .hic bisey kolay degil bu hayatta.’

-Satıcıları ziyaret: Bu ziyaretleri zaman zaman yöneticiler zaman zaman da üyeler yapmaktadır. Bu ziyaretler hem nezaketen denetim yapmayı sağlamakta hem de ilişkileri güçlendirmektedir. Ziyaretlere yönelik yazılar grupta paylaşılmaktadır.

Üye: ‘kendisine gecmis olsun diyorum izmirde oldugu için en kısa zamanda ziyaretine gidip kendisiylede tanismak istiyorum’

Kurucu Lider: ‘hem Satıcı 17 beyle hem kuru meyve satıcımız Satıcı 33 hanımla hemde grup üyemiz bir hanımla tanistik alısverisimizi yaptık’

Üyelerde zaman zaman üreticileri ziyaret etmekte bunu fotoğraflayarak grupta paylaşmaktadırlar:

Üye: ‘Biz bugünnn Satıcı 3 bey ve Oğlunu ziyaret ettik. Her zaman nazik ve güler yüzlü Satıcı 3 bey ve oğlumuzla güzel bir sohbet yaptık, hayırlı olsun dileklerimizi ilettik. Erken hasat zeytinyağlarımızın siparişini de verdik bu arada’

Satıcı 3: ‘Ziyaretinizden çok mutlu olduk ve onur duyduk. Hoş sohbet olunca vakit çabuk geçiyor. Bir dahaki sefere kahveleri bizzat ben yapacağım. Nezdinizde tüm Topluluk X dostlarımızı kahve içmeye bekleriz.’

Kurucu Lider: ‘Satıcı 3 ve oğlunun sohbetine doyum olmuyor gerçekten cok pozitif bir enerji veriyorlar bize geldiklerinde vakit nasıl geciverdi anlamamistik’

Satıcı 4: ‘Hayırlı olsun oğlumuzun mekanı:)ne güzel dostluklar kuruldu gurubumuzda Kurucu Lider sayesinde :)sanki akraba sanki 40 yıldır tanışıyormuşuz gibi yüz yüze görüşünçede hemen sohpet koyulaşiyor.’

Yine bir satıcıyı ziyaret eden başka bir üye ziyaret durumunu şöyle paylaşmaktadır;

Üye 1: ‘dün tatil dönüşü Satıcı 20 ye uğradım hem Satıcı 20 canımla hem de babası ve dedesiyle tanıştık kahvesini içtik taze cevizlerin tadına baktik ceviz kiracagiyla

çok kolay kırılıyor bütün çıkıyor içi sağolsun kırıp ikram etti yetmedi gibi yanıma yolluk koydu... son domates biberlerden ve yine kırılmış ceviz,su... (burası çok önemli) gece araba kullanacağımı öğrenince hemen kocaman bir kahve daha hazırladı hep bir yanılma payı koyarım ama başından beri emindim...gittikçe azalan yüreği güzel insanların yetiştirdiği güzel bir evlat ve (hayırlısıyla) anne'

Üye 2: *'Harika bir yer işleri rast gitsin. İyiki böyle güzellikleri paylaştınız bizde gördük. Afiyet olsun iyi yolculuklar'*

Kurucu Lider: *Paylaşım için teşekkürler Üye 1 hanım .bu tip paylaşımlar iki taraf yani satıcı ve alıcılar içinde iyi oluyor'*

Satıcı 3 yeni açtıkları mağazalarına tün Topluluk X üyelerini ziyaretlerine beklediklerini söylemektedir. Kendisi zeytin ve yağı üreticisidir ve oğlu da yeni açılan mağazaya bakacaktır.

Satıcı 3: *Bursa da yada Yolu Bursa ya düşen üyelerimizi Bursa Nilüfer İhsaniye de bulunan Agora Kapalı Çarşısındaki satış mağazamıza bekleriz. Bayramdan sonra belirlenecek bazı günlerde zeytin yağ nasıl tüketilir. Nasıl saklanmalıdır zeytinyağ hakkında bilgilerin verileceği sohbetler yapacağız. Bu konuları içeren bilgi broşürleri dağıtacağız. Amaç zeytinyağ konusunda bilinçli tüketiciler oluşturmak'*

Admin 2: *'Hayırlı olsun bol bereketli olsun görmeye geliriz inşallah*

Kurucu Lider: *'Satıcı 3 bey kısa sürede ne çok yol katettiniz .sözler havada kalmadığında gerceğe dönüştüğünde değerlendiriyor .markalasmadan magazaya ve arzu eden müşterilerin gözü önünde yağın sıkıya bilgilendirmeye kadar hersey çok güzel .emekleriniz karşılık bulsun insallah .kesinlikle ziyaretinize gelip magazanızı da göreceğim çatayımıza hayırlı uğurlu bol kazançlı olsun'*

Üye 1: *'Birkaç gün önce oradaydım. Farketmemişim. En kısa zamanda görüşmek üzere hayırlı olsun.'*

Üye 2: *'geldim ama ziyaretinize dükkan henüz faal değil sanırım kapalıydı reklamı erken yapmışsınız'*

Kurucu Lider Satıcı 2 hanıma hem ziyarete hem yardım gittiğini post açarak duyurmaktadır.

Kurucu Lider: *'Satıcı 2'ye manti yapımında yardıma geldik'*

Kurucu Lider: *‘Bugün benim araba kullanmayı öğrenme çalışmalarım için oğlumla rotamızı dikiliden bergamaya Satıcı 4’ün bağı olarak belirledik.hem benim için iyi oldu hemde Satıcı 4 ve salcaları ziyaret etmiş olduk .iki senedir olduğu gibi salcalar tertemiz ve çok güzel bir kıvam almış şekilde son tertibi kuruyor .bahceden domateste toplayıp geri döndük.eline emegine sağlık Satıcı 4’*

Üye: *‘Bu yazı gecirmek için izmire geldik. Gelir gelmez Satıcı 24 beyi ziyaret ettik.’*

-Ürünü üreticisinden alma önceliği: Bir ürün öncelikle üreticisinden alınmaya çalışılmaktadır. Üreticisinin olmadığı ürünler için diğer üreticilerden satıcı olmaları istenmektedir. Yöneticilerin buradaki hareket noktası güvenilir satıcı bulmadaki zorluktur. Yine de yaşanan bazı olaylardan sonra üyeler satıcıların toplama ürün satmamaları gerektiği konusunda fikir beyan etmektedirler.

Üye: *‘Zaten bir üretici hem kayısı,hem mercimek ,nohut,hünnap ,pestil ceviz daha neler neler üretmez ordan burdan alıp gönderir diye düşünüyorum bu üretici için konuşmuyorum sadece genel onların hepsine kolaylıkla başka yerlerden de ulaşabilirsiniz seçici olmak gerekir diye düşünüyorum’*

Üye: *‘Hurma kurusu ceviz aldım memnun kalmıştım. Ürün çeşidi artınca kontrol zorlaşır. Kendisi bir düzenleme yapsın az öz olsun.’*

Üye: *‘En iyi iş bildigin iştir derler Satıcı 21 da yaprak konusunda iyi. Başka işlerede yetişicem diye ortalığı allak bullak etmenin anlamı yok.çok yerinde doğru bir karar olmuş’*

Üye: *‘aynen katiliyorum satisina hile karistirinca guven bir kere sarsildi yapraklarini begensekde acaba yetismedigide yerde baska bi yerden temin edermis sorusu aklimize takilir ki ondan aldigimiz yaprak fiyatının yarisina manisadan gittim kendim aldım keske o kadar parar vermeseydim diye pisman oldum’*

Üye: *‘bu yıl fiyatlarını pahalı bulduğum için alışveriş yapmadım. ürün çeşidi çoğalan satıcı, yardımcı personeli yoksa paketleme ve kargo işlerinde eksik kalıyor diye düşünüyorum.’*

Üye: *‘Kendi urunu haricinde komsumdan aldım koylumden aldım sattım demesi yakismadi Satıcı 21’e kolay para akisi olarak gordu gurubu biri daha vardi zeytinyagi ile girip marka olucam ben her cesit urunude satıcam defı sonuc gurupdan cikti fazla hirs iyi degildir insani bozar ..’*

Admin, satıcılara ara ara bu konu ile ilgili serzenişte bulunmaktadır;

Kurucu Lider: *‘toplama ürün satanların yolgeçen hanına çevirmeyelim burayı’*

Satıcı 1: *‘Sağdan soldan zeytin toplayıp gönderebilirim aslında Kimsenin haberi bile olmaz.... Ama bu bana ters, etikte değil.... Lütfen bağışlayınız beni....’*

Grup yapısı temasını oluşturan alt temaları destekler nitelikteki araştırmacı günlüğündeki notlardan bazıları şu şekildedir:

‘Kurucu Lider hanım enginar satıcısını ziyarete gitmiş arkadaşlarıyla bugün. Her şeyi doğallığı tazeliği çok beğenmişler.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.15, 28 Nisan 2017)

‘Satıcı 5 hanımda ekstradan bezelye satışına başlamış. Normalde zeytin ve incir satıyor. İncirlerin altında bezelye ekmiş. Tabi incirlerde ilaçsız olunca millet ilaçsız ürün alalım diye bezelye sırasına girdi’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.15, 28 Nisan 2017)

‘Kurucu Lider Hanım ve birkaç baskın üye sürekli takipteler satıcıları’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.16, 28 Nisan 2017)

‘Daha önce rekabetin çirkin tartışmalara neden olduklarını gördükleri için aynı ürünü satan birden fazla kişi bulundurmamaya çalışıyorlar.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.16, 28 Nisan 2017)

‘Satıcılar paralarını alamamış ürünleri geri yollanmış ve bunun gibi birçok mağduriyet yaşamışlar. Kurucu Lider Hanımda Topluluk X’te bu durumu paylaştı satıcıları ihmal ettiklerini desteksiz kaldıklarını söyledi. Bu duruma çözüm olarak grup yönetimi önce paranın yatırılacağı sonra ürünün gönderileceği kararını aldıklarını duyurdu. Bu karar grubun kuralı niteliğinde bir karar.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.18, 1 Mayıs 2017)

‘Tabi yeni bir norm daha ortaya çıkmış oldu. Desteklenmesi gereken bir kadın üretici varsa ve hatta bu hastaysa, grupta sağlıklı beslenme konuları rafa kaldırılabilir. Börek baklava satılabilir. İki yıl önce asla böyle bir şeyi kabul etmezlerdi.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.26, 10 Mayıs 2017)

‘Admin 2 üyelerin tanıdık satıcıları eklemelerine tepki gösterdi. Yeterince satıcı arkadaşımız var burayı yol geçen hanına çevirmeyelim dedi. Bundan sonra ekleyenleri engelleyeceklerini belirtti. Haklılar çünkü zor bir işi başardılar. Uyum içinde satışın gerçekleştiği bu ütöpik dünyalarını bozmak istemiyorlar. Yeni maceralara gerek yok.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.42, 6 Haziran 2017)

‘...Ve bu sefer daha bilinçli olup daha kaliteli yumurtalar üreteceği iddiasında bulundu. Bu sene zeytinde de iddialı. Sıfır kimyasal sıfır ilaç diyor.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.49, 20 Temmuz 2017)

‘Kurucu Lider Hanım da bu duruma tepki göstererek satıcılarla empati kurulması gerektiğini, mağdur edilmemeleri gerektiğini, satıcılardan da ön ödemesiz satış yapmamalarını istedi. Zaten daha önceden de gruba ödemeler yapılmadan ürün gönderemeyeceği kuralını koymuştu ama pek uyulmuyordu. Aile gibi hissettiklerini dile getirdikleri bir topluluğun bireylerine önce peşin sonra kırmızı meşin demek zor tabi ki. Ama işte ticaret bu, her samimi başlayan küçük organizasyonun büyüdükçe yüzleşmesi gereken şey: kurallar, standartlaşma. Bu büyüme oranı ile yakında bir karar vermeleri gerekecek.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.54, 2 Ağustos 2017)

‘...ağaçta yetişen bir meyve de kurt olmasının doğal olduğunu söyledi. Birkaç kişide Çiğdem Hanımla aynı sorunu yaşadıklarını söylediler. Birçok kişi ilaç kullanılmadan kurutulduğu için incirlerde kurt olabileceğini söyledi. İşte bu tip alışverişlerde yaşanan paradoks: ürünler doğal olduğu için mi kurtlu/kirli vs. yoksa doğal oldukları için mi? Buradaki denge tüketicinin zihninde nerede oluşuyor. Bence geçmiş deneyimler ve referanslar etkili bu noktada. Hiç bahçeden kurtlu meyve yemeyen biri kabulde zorlanabilir bu durumu. Ama yine alıcıların telkini ve referansıyları çabucak tutumda değiştirebilir. Grubun önemli bir misyonu burada ortaya çıkıyor: alıcılara doğal ürünlere olabilecekler hakkında bilgi veriyor, üreticileri de temiz ürün üretmeye zorluyor.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.61, 14 Eylül 2017)

‘Tabi ki herkesi aynı anda memnun etmek tabiri caizse deveye hendek atlatmaktan zor. Ama çoğunluk Kurucu Lider hanımın yönlendirdiği şekilde hareket edecektir. (Grubun demokratik yapısına örnek bir post.)’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.67, 29 Eylül 2017)

‘Aslında karşılarındaki üretici kadın gerçekten anlamadı ne olduğunu. Ama artık anlamak öğrenmek ve daha kaliteli bir muhatap olmak zorunda. 10000 kişinin üzerinde bir hedef kitleye hitap ediyor sonuçta.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.68, 29 Eylül 2017)

‘Kurucu Lider Hanım bir satıcı ve müşteri arasında geçen bir konuşmayı paylaşarak bununla ilgili tepkisini anlattığı bir post paylaştı. Müşteri ürününü teslim almadan para yatırmayı reddetmiş. Üstelik çok kaba bir üslupla konuşarak ‘güven yoksa

alışverişte yok’ diyerek siparişini iptal etmiş. Kurucu Lider Hanım da satıcılarının güvenilir olduğunu, daha önce çok fazla satıcı mağdur olduğu için önce paranın gönderilip sonra ürünün gönderilmesinin grupta bir kural olduğunu belirtti. Hatta bu kurala uymayan satıcıları da gruptan çıkaracağını söyledi. Bu kuralın çok üzerinde durulmasına ve birçok kez paylaşılmasına rağmen müşteriler buna hala uyum sağlayamamış anlaşılan.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.70, 7 Ekim 2017)

‘...Elmalardan sirke yapıp, grupta paylaştı. Satıcı 25 Hanıma da teşekkür etti. Grupta her ürün son tüketim için alınmıyor. Bazen de böyle sağlıklı hammadde bulmakta zorlananlar alışveriş yapıyor. Organik sirke için organik meyve alımı sık yapılıyor mesela...’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.73, 28 Ekim 2017)

‘Doğal olan bir ürünün doğal olmayan bir petrol ürününün içinde taşınmasını tasvip etmediğini, doğada çözünen ürünler kullanmaları gerektiğini söyledi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.76, 3 Kasım 2017)

‘Kurucu Lider Hanım ise Satıcı 21 Hanımın bu önerisine tepki göstererek, nasıl böyle bir öneride bulunabildiğini, bunun ne kadar sağlıksız olduğunu ve bu durumun grubuna hiç yakışmadığını yazdı. Buna gerçekten çok sinirlenmiş olacak ki ‘şu an biraz sakinleşmem gerekiyor’ ifadesini kullandı ve hayal kırıklığına uğradığını söyledi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.88, 27 Kasım 2017)

‘Kurucu Lider Hanım oğluyla araba kullanma çalışmaları yaparken Satıcı 4 Hanım’ın başına doğru yola çıkmışlar. Böylece yine bir üretici ziyareti gerçekleştirmiş oldu. Grup için bu artık kural gibi oldu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.80, 5 Kasım 2017)

4.8. Güven

Bu tema 61 posttan 219 referansla oluşmuştur. Grubunda adını taşıyan bu tema araştırma için önemli veriler sağlamaktadır. Tema; analiz ve sorgu, demokrasi, güven, piyasaya güvensizlik olmak üzere dört tane alt temadan oluşmuştur. Güven; güvenilen tarafın doğru biçimde davranacağına dair beklenti temeline dayanan, güvenilen tarafa güvenme isteğiyle ilgili etik davranış beklentisidir. Ticaret ortamında güven uzun dönemli ilişkileri geliştirmede en önemli kriterlerden birisidir. Sadık alıcılar kazanmak çevirim dışı ortamda olduğu kadar dijital dünyada da önemlidir. Bu nedenle çevrimiçi perakendecilikte sadakatin geliştirilmesi müşterilerde güven ve tatmin oluşturulmasıyla elde edilebilir (Sevim, 2018, s.111- 121).

4.8.1. Analiz ve sorgu

Ürün ve üretim süreci gibi unsurların sorgulanması gerektiğinde üyeler ya da yöneticiler tarafından analize götürülmesi grupta olağan konulardır. Sorgu amaçlı pek çok yorum yapılır bazılarıysa analiz ile sonuçlanmaktadır.

Bal da şaibeye çok açık bir konu olduğu için gruptaki iki bal üreticisinin ürünü de üyeler tarafından irdelenmiş ikisi de analize gitmiştir. İkisinin sonuçları da temiz çıkmasına rağmen sonradan eklenen satıcının girdiği diyaloglardaki iletişim bozukluğu nedeniyle gruptan ayrılmıştır. Aşağıda bu analiz sürecinde grup üyelerinin yorumları yer almaktadır.

Kurucu Lider: *‘Arkadaslar bir arkadasımız balı bugün teslim etti teslim ederken de butün asamaları tek tek cekmis bana atmıs .. benim icime en sinen haliyle.bizlere ilk geldiği gibi icindeki balın nasıl olduğunu bilmediği haliyle ..bu sekilde cikan sonuca artık kimsenin hic bir lafı sözü olmamali olacak olan da kendine gelen bala kendi analiz yaptirsın benim buldugum en tarafsız çözüm bu .. arkadasımıza da anadolu yakasından avrupa yakasına floryaya kadar kmlerce yol gidip onca işine rağmen ayırdığı zamandan verdiği emekten dolayı çok tesekkür ederim hakkını helal et .’*

Üye 1: *‘Gecen geceki yazismalarda bende baya yazmis idim.Niye? Çünkü ithamdan ziyade sebep sonuc aciklamasi istemis ve kafasi bu konuda baya karismisti ki en son benim bile karismisti(surup mevzusu).Neyseki onun dogrusunu sonra okuduk ve anladık.Şimdi de bu çözümü bu kadar detayli görmek istemek benim için olmasaydi da olurdu.Zira Kurucu Lider hanim,sizin dogru ve dürüst bir insan olduğunuzu zaman icerisinde ogrendim.Tabi diger arkadaslar da daha bir inanacak durum netlik kazanacak ve soru isaretleri tamamen çözülecektir.En önemlisi de Satıcı 6 beyde tamamen düze cikacaktır.Eminim o aksam çok bunalmistir..Maksat art niyetsiz bir sorgulamaydi.(kendi adima). Kendisinden oglum için alisveriste bulunmuştum,bu yuzdende konuyu irdeleme fikriyle yazmistim.’*

Üye 2: *‘Olayın oncesi vardi galiba ben mi takip edemedim ..bal analize gitmiş ..bali satan mi götürmüş yoksa rastgele bi alan mi’*

Üye 3: *‘Üye 2 hanim bali ben analize goturdum .. Herhangi biri olarak ... hic acilmamis kopuk kutuda goturdum orda rica ettim siz acin diye ... bir kavanoza analize biraktim islemleri yaptim .. kimsenin icinde suphe kalmasin diye elimden geldigince goruntulwmeye calistim .. hepsini de Kurucu Lider e gonderdim ...’*

Kurucu Lider: 'Neden analiz ihtiyacı duyuldu diye dusunen arkadaslar gruptaki paylasimlari tarayip 4 gun kadar once bu duruma ihtiyac hissettiren paylasimi bulabilirler Burda anlatmak cok uzun cunkü'

Admin 3: 'Hayırlısı olsun... Üye hn in açtığı post art niyetten uzak, zarif ve ölçülü ifadeler içeren , aklındaki soru işaretlerine (haklı olarak) cevap bekleyen bir içeriğe sahipti... Çok doğal... Olması gereken... Buna kimsenin alınıp üzülmemesi gerekiyor... Madem grubumuzun şeffaf ve tarafsız olduğunu her zaman ifade ediyoruz olması gereken ne varsa yapılmalıdır... konular görüşülüp tartışılmalıdır... Tartışmaları belli bir seviyede tutup çıtayı düşürmeden elbette ki... Dostluklar duygusallıklar bir tarafa bırakılıp... Hiçbir üretici bu ve benzer durumlarda alınıp tepki vermemelidir ... Üreticiler ile samimi olsak ve birbirimize çok güvenssek bile... Çünkü güven KONTROLE mani değildir... Tekrar hayırlısı olsun... Bu arada özelden bana mesaj atanlar oldu neden sorunlu olarak düşünülen bal gönderilmedi diye... Evet bu konuda kendilerince haklı olabilirler ...Ama bulunan orta yol ve çözüm bu olmuş ... Madem bu yol seçildi aklında soru işareti olan üyelerimiz bundan sonra şahsi seçimlerini kullansınlar ... Almak veya almamak yönünde ...(umarım test sonucu hepimizin arzu ettiği şekilde olumlu neticelenir)'.'

Admin 2: 'Sakin ve serinkanlı bir duruş sergilemeliyiz, en azından sonuçlar çıkıncaya kadar herkes fikrini şimdilik içinde saklasın'

Satıcı 6 nın ürünün analiz sonuçları çıktığında gruba şu şekilde yansımaktadır:

Kurucu Lider: 'Satıcı 6 abi dönüşüne cok az kaldı ben önce bir kavanoz bal siparisimi verip garantiye alıp sonra gruba ve sana müjdeli haberimizi vereyim analiz sonucu çıktı email olarak bilgisayar çıktısını yolladıkları için henüz imzası yok bir kisi gidip aldığında imzalı kagidını verecekler üye arkadaşımız çıktıyı almaya vakit ayıramayacağından bir uyemizden rica ederiz artık o kısmı nasılsa hallolur .Satıcı 6 abi bizim sana guvenimiz zaten tamdı prolinde düşük sonuc cikma ihtimalini nerdeyse düşünmedik bile ..sonuclarla beraber bir yazi daha paylasacagım bu yazı genel bir yazı kimseyi kastederek paylasmiyorum ama hepimize kulagimiza küpe olsun diye paylasmak istedigim guzel anlamlı bir yazı'



MUAYENE VE ANALİZ RAPORU

Rapor No : 201721934
Analizin Amacı : Özel İstek
Numuneyi Gönderen :
Numune Alma Tutarı / Tarih ve Sayısı : / -
Numunenin Cinsi, Seri-Parti/No : Süzme Çiçek Balı - -
Numune Kod Numarası :

Analiz	Sonuç	Değerlendirme	Ölç
1- Prolin miktarı (mg/kg)	637,2	UYGUNDUR	
2- Sakkaroz * (%)	Tespit Edilemedi	UYGUNDUR	0,
3- Fruktoz/Glukoz *	1,37	UYGUNDUR	0,
4- Fruktoz+Glukoz * (%)	72,50	UYGUNDUR	0,

Satıcı 6: ‘Beni aqlattiniz Guven, cok farkli ve ozel bir duygu. O paylasim, ilk yapildiginda tesekkür ettim. Cunku; Annem, acik yaraya kurt dusmez derdi. Akilda takili kalan bir soru insanin icini kemirir dururdu. Daha da guzeli, o paylasimdan sonra analiz sonuclarini beklerken tek bir siparis iptali olmadigi gibi, yeni siparisler geldi. Satıcı 6 bey siz bilirsiniz diye sorular gelmeye devam etti. Sadece bana guvenenlere tesekkür edebiliyorum. Allah'a bin sukur diyorum....emeklerine saglik prolin degerinde olmasi gereken alt sınır 300 ken senin balın prolin degeri 637 ..bu cok guzel bir sonuc . Satıcı 6 abiden bal alanlar haydi gözümüz aydin diyorum’

Üye 1: ‘Teşekkürler.. Emegi geçen herkese .. Satıcı 6 beye üzüntü oldu belki ama .. Dönüşü muhteşem oldu .. :)) bu arada dönmenizi bekleyenlerdenim .. 2 kavanoz istiyorum ...daha önce de yazmıştım ...’

Üye 2: ‘Satıcı 6 beyden henüz alışverişim olmadı ..ama gerçekten güven veren bi yapısı var ..ve bal konusunda hic içimden acaba bile geçmedi...emeğinize saglik’

Kurucu Lider: ‘Analizin aslinı yakın oldugu icin ülker arkadasımız gidip alacak fotosunu bana atıp dönüşünde Satıcı 6 abiye kargo yapacak ..az önce kendisiyle yazıstık’

Üye 3: ‘Satıcı 6 bu süreçte her ne kadar süküneti korumaya yardımcı olmadıysanızda ben, güzel sonuç çıkacağını tahmin ediyordum, BALINIZI gönülden Tebrik ediyorum. Olması gereken oldu, ve çok iyi oldu. Benim elimdeki bal alışmış olduğumuzun dışındaydı. Keza dün itibarıyla bal şekerlendi kenarlardan Yani muhakkak sormam gereken ve paylaşılması gereken bir durumdu. Anlayışla karşılayan herkese teşekkürler.’

Üye 4: ‘Bize Şer görünenin ardında hayr olabilir... iyiki konu acılmış konusulmuş ki test ile tescillenmiş oldu ürününüz size cok daha fazla olumlu dönüşü olucaktir eminim

Satıcı 6 bey propolis için beklemedeydim artık dahada sabirsizlik ile beklemedeyim.. kolay gelsin'

Üye 5: 'Satıcı 6 bey tebrikler herşerde bir hayır vardır sözü buradada geçerli kimsenin şüphesi olmasa bile bu durumda balınızın kalitesi tescillendi ben şeker hastası olduğumdan baldan almadım ama torunlarım için almayı düşünüyorum sizin'

Satıcı 13: 'Satıcı 6 abi tebrik ederim ankara balı olması ve prolin değeri gerçekten yüksek çıkması beni de sevindirdi'

Üye 6: 'Cok sevindim..Yalan degil hani bir ara acaba mi? oldum yani. Ustelik güvenip propolis almama ragmen Olsun böylesi daha bir iyi oldu bence.'

Satıcı 7: 'Satıcı 6 abi çok tebrik ederim bir kez daha tescillendi başarın gayretin emeklerin'

Baldan sonra analiz ile ilgili en çok incir ürününün konusu geçmektedir. Özellikle kurutma ve koruma aşamasında tarım ilaçlarının kullanılmasından grup üyeleri çekinmektedir. Birkaç üyenin de imalı cümlesinden sonra grubun incir satıcısı Satıcı 5 hanım ürününü analiz ettirir ve sonucunu grupta paylaşır.

Satıcı 5: 'Köyüme Yağan Yağmurdan Kendine Çıkar Sağlamak, Hamileliğimden Çocuğuma Kadar İlerlemek? Sosyal Medya Hesabımı İstedğim Gibi Kullanırım ve İstedğim Herşeyi Paylaşma Özgürlüğüne Sahibim. Aslında Söylenecek Çok Söz Var ama Kişi Kendinden Bilir İşi.. Ne Güzel Söylemiş Büyüklerimiz.. Ama Artık Yeter Diyorum. Sustum, Çirkinleşmedim ve Çirkinleşmeyeceğim. Saygımı Bozmadım ve Bozmayacağım Ama YETERR.. Gerçekten Yeter. Aşağıdaki Ekte İncirlerimizde Yapılmış Olan, Sözde Sürekli Kimyasallanan, Hidrojen Peroksitle Ağartılan Ürünlerimin Yapılmış Olan Testi Mevcuttur. Bugüne Kadar Yapmış Olduğum İşte Her Zaman Alınım Açık ve Yüzüm Paktır. Bu Saatten Sonra Söylenen Uydurulan Hikayeleri, İthamlar ve Sözleri Kesinlikle Kabul Etmiyorum, Kendi Çocuğuma Rahatlıkla Düşünmeden Yedirebildiğim Ürünleri, Sizlerde Çocuklarınıza Güvenle Yedirebilirsiniz.'

MUAYENE VE ANALİZ RAPORU

Rapor No : 1704534 19.09.2017
Analizin Amacı : Üye İstisi
Numuneyi Gönderen :
Adres :
Analiz Başlama / Bitiş Tarihi : 18.09.2017 / 18.09.2017

Mühür Numarası :
Numunenin: Matrisi : Kuru İncir
Adı/Cinsi : KURU İNCİR
Ambalajı : Naylon Poşet
Üretim / Son Kullanma Tarihi : /
Seri-Parti No :
Üretici Firma Adı :
Numunenin Alındığı Yer, Adres ve Tarihi : 1.

Miktarı (Net) : 1000 g

Analiz	Sonuç	Ölçüm Limiti	Limit Değer	Analiz Metodu	Cihaz
1- Hidrojen Peroksit Aranması (-)	Tespit Edilemedi	-		EU LS V2 18.02.2014 Metot	Spektrofotometre

Üye: *'Bu ithamda bulunanlar analiz raporuna göre mi konuşuyor ,varsa analizleri sunsunlar o zaman yoksa da sizin analiz raporunuza bakıp sussunlar.'*

4.8.2. Demokrasi

Grup içinde demokrasi hakimdir. Satıcılar yöneticiler ve üyeler birbirine danışarak hareket eder. Gruptaki uyumun kaynağı bu demokrasi ve benimsemedir. Postların altındaki çeşitli yorumlardan böyle anlaşılmaktadır.

Kurucu Lider: *'Ben durumu yazdım değerlendirmek karar vermek sizlerin'*

Satıcı 15: *'Merhaba sevgili Topluluk X alıcı ve satıcı arkadaşlarım kırmızı biber sezonu başladı tarhana zamani geldi sizlere bir şey soracam geçen sene tarhanayı 25 tl den verdim bu.sene kırmızı bursa biberi 4 ile 5 arası nohut 13 ile 17 arası fasulye 9 ile 11 aeasi gecen yilin nerdeyse iki katı yogurtu domatesi derken baya masraflıdır Uşak tarhanası sizlerdende fikir alacam fiat konusunda sizleride mağdur etmek istemiyorum cogunluk ne derse uyacağım fiatta fikir istiyorum'*

Kurucu Lider: *'Satıcı 15 tarifini ver aynı ürünleri uygun fiyata bulabilenler kendileri aynı tarhanayı yapsınlar ama tabiki fiyat düşecektir ustune bide emeklerine fiyat bicsinler ..ben tarhana hic yapmadım o nedenle annem yaparken yapması kolay gibi geliyordu.. bir gün ufalanıp öğütülmesine yardım edeyim dedimde sağ kolum tutulmuş avcum su toplamıştı .kolay yolları vardır belki ama annem bezin üstünde avuc içiyle bastırarak ufalayip eliyor ..neyse boyle bir paylaşımda elbetteki cesit cesit düşünceler cikması çok normal hepsine saygı duymak gerekiyor .sen tarhanana ve emegine kendij fiyatını biç ama malzemelerininide yazarak paylaşımını yaz ve fiyatını gruba bildir gerisi*

insanların takdiri ..hakkından fazlasını istemek zaten satışlarında zarar verir hem kendini hemde grubu mağdur etmeyecek bir fiyat olacağını düşünüyorum'

Üye: *'Grupta diğer tarhana yapan arkadaşlarla da özel görüşüp fikir alışverişi yapabilirsiniz.bir arkadaşımızda nohutlu mercimekli aynı sebzeli süzme yoğurtlu yapıyor.beraberce yapan arkadaşlarla fikir birliği yapabilirsiniz.'*

Ürünlerin doğal olup olmadığını soran bir üyeye Admin 2'in verdiği cevap manidar ve bakış açısını anlama adına önemlidir;

Admin 2: *'Bir öneriniz var mı Üye hanım'*

Üye 1: *'Yok Admin 2 hanımcım ama merak ediyorum Admin 2'*

Admin 2: *'Üye 1 hanımcım bu zaman zaman benim de çok düşüğündüğüm bir şey, hele de böyle bir grupta yöneticilerden biri olupta birçok kişinin sorumluluğunu aldıysanız inanın bazen uyku bile uyuyamıyorsunuz'*

Admin 2: *'Bazen gidiyoruz üreticilere ama bu ne kadar doğru biz de bir çok şeyi bu grupta öğrendik sizlerle birlikte Ama artık en doğrusunun karakter tahlili olduğunu öğrendik yalan söyleniyorsa mutlaka bir şekilde ortaya çıkıyor doğru dürüst biri yalan söylemiyor'*

Yukarıdaki diyalogların dışında da yazılan yorumlarda fikir alışverişine önem verildiği görülmektedir.

Üye: *'sizler ne dersiniz'*

Kurucu Lider: *'Bunuda hep yazıyorum lütfen mudahale etmeyin herkese aynı ürün gitmeyebilir sizede bir gun aynı urun gelmeyebilir diye .otokontrolu elden kacirmis oluyoruz'*

Kurucu Lider: *'Oralarda kafanıza takılanlari sorgulayin okuduklarınıza göre alisveris icin karar verin'*

4.8.3. Güven

Güven alt teması grubun grupla ilgili güven unsurunu içeren yorumlarda oluşmaktadır. Postların altında gruba karşı, üyelere karşı ve satıcılara karşı güven duyulduğu ile ilgili yorumlar geçmektedir. Güvenle ilgili uzun tartışmaların yaşandığı konulardan biri ödemenin ürünü almadan önce mi aldıktan sonra mı yapılacağı ile ilgilidir. Satıcılar alıcılara güvendidiklerin göstermek adına siparişle beraber daha ödeme gerçekleşmeden ürünleri göndermekteydiler. Uzun süre bu sistemde hiç sıkıntı

yaşanmamıştı. Sonrasında birkaç dolandırıcının gruba dahil olmasıyla yaşanan mağduriyetler sonrası ödeme olmadan ürün göndermeme kuralı geldi. Bu kuralı oturtma zaman aldı. Bu dönemde yaşanan diyaloglar üyelerin güvene yönelik yorumları aşağıdaki gibi yer almaktadır.

Üye 1: *'Zaten parasını ödemedi geldi grubun ismine yakışır şekilde falan diye yazılması bile beni rahatsız ediyor. Madem Topluluk X, satıcı neden mağdur oluyor. Her satıcı ince ince eleniyor ama alıcılar incelenmiyor ki'*

Üye 2: *'Ben de ilk kez 3 üreticiden alışveriş yaptım. Ürünler kargolanmadan eft yapıp ödemeyi yaptım. Dekontuda kendilerine paylaştım. Güven varsa karşılıklı. Katılıyorum size önce ödeme sonra ürün'.*

Üye 3: *'Satıcı 12'nin yaprak sirasındayım Israrla alınca odersin dedi ama ben ödemeyi yapıp gelmesini tercih ediyorum, iyi niyetine hayranım aysincigimin Olum var kalim var Kimseye borclu olmak istemem sahsen'.*

Kurucu Lider: *'Saticımızın yeri yurdu belli .herseyden önce grupta uzun zamandır bizimle ve ürünlerini hassasiyetle yollayan insanlar zaten ve bu yuzden gruptalar ..madem guven sorunu var onlar kime nasıl guvenecek'*

Üye 4: *'Ego tatmin etmek için burada bazı insanlar sanırım ne o öyle "kapıma gelecek güven yoksa alışveriş yok " neyine güvenecek senin? Tanıdığından kazık yiyor insan kaldı ki!'*

Üye 5: *'insan bu sitemi belki ahababuna belki komşusına belki mahallenin bakkalına söyler..tabii ki güven yok daha ilk alışverişimde...ne alaka?'*

Üye 6: *'Bilmiyorum illa böyle bi kural gerekiyor mu! Ben de sipariş veriyorum hemen gönderen değerli gözü tok ve güven duyan emektarlar var ve gurur duyuyorum. Açıkcası bu güvene ihtiyaç da duyuyorum. Hep kurallarla yaşamak da mutsuz eden bi şey! Guven duyan bence güven duymaya devam etsin. Sipariş veren de güvene layık olmaya çalışsın derim! İyi günler! Kilometrelerce öte de bana veya diğer arkadaşlara bu güvenle ürün yollayanların önünde saygıyla eğiliyorum. Sevgiler!'*

Kurucu Lider: *'Güvenmek güvenebilmek çok guzel bir duygu tabiki hep var olmalı ama bu devirde ben herkese güvenirim diyebilen kac kisi var icimizde .herkes kendini satıcıların yerine koysun .urunünü nasıl yollamak ister .parasız hic tanimadığınız kisilere iciniz rahat yollarmısınız hic endise olmazmi icinizde'*

Üye 7: *‘Güven şart bu gruptan çok alış veriş yaptım peşin ödemede yaptım sipariş gelince ödemeyi yaptım aldıklarımın memnun oldum’*

Üye 8: *‘kişiden sayısız alışveriş yaptım ve yapıyorum (ilerde tarihte post açıp tşk edeceğim) ve tamamı karşılıklı güvenle ürünleri gönderdiler ibrahim beyin princi hariç (mantıklı açıklamasını yapmıştı)hiç bir satıcı önce para demedi bana ki denseydi önce parayı yatırırdım. Teşekkür ederim güven duyan tüm arkadaşlara’*

Üye 9: *‘Merhabalar, bende alıcıyım; satıcı olsam önce ödeme sonra ürün derdim; fakat adını vermek istemiyorum bir satıcı arkadaşınız bana önce ürünü gönderdi, parayı 2 gün sonra yollayabildim. Adını vermek istemememin nedeni suistimal edilmesin diyedir’*

Güven ile ilgili en çok önemsenen nokta ürünlerin vaat edildiği gibi doğal ve sağlıklı olup olmadığıyla ilgilidir. Aşağıda örnek olarak verilen post bu nedenle açılmış üyeler görüşlerini belirtmişlerdir.

Üye 1: *‘Grupdaki satıcılarımızın bir çoğu ürünlerimiz doğal ,ilaçsız ,kendi bahçemizin ,kendi ürünlerimiz , evde yapanlar katkısız, icindekiler doğal v.s diyorlar bunu nasıl anlayacağız sözlerine inanarak güvenerek mi’*

Üye 2: *‘Üye 1 hanım ben özelden tek tek soruyorum,ilaclama yapıyor mu ,hangi tohumu kullanıyorsunuz diye .O şekilde istedigim cevaplara ulaşıyorum.’*

Üye 1: *‘Üye 2 hanımcım bende diğer arkadaşlarda soruyor .ama nereden anlayacağız doğru ürün olduğunu zaten sorun o hepsi ilaclama yok v.s diyorlar bunları nereden anlayacağız’*

Üye 3: *‘Bu iş biraz da satıcı arkadaşlarımızın vicdanlarına kalmış...icinde , yüreğinde Allah korkusu olan yalan söylemez diye düşünüyorum.. zira ürünleri tek tek analize gönderebilmek maliyetli bir iş...’*

Üye 2: *‘Birde iyi tarım uygulamaları var,ziraat odasının belirlediği ilaçları kullanıyorlar ve zararsız diyorlar.Takdiri alan kişi yapar artık...’*

Üye 4: *‘Her alıcı tek tek yaptıramayacağına göre.satıcı bir ürünü yılda birkez satışa sunuyo sunmadan test analizini yaptıırıp sunsa. Test maliyetini sattığı ürüne yansıtabilir kilo başına kuruş belki tutar. (Satıcı 5 Hnm bu sene incirlerine yapmıştı gönül rahatlığıyla almıştım) benimde zaman zaman düşünmediğim şey değil bu kafanıza takılan soru Üye 1 hnm’*

Üye 5: *‘Kar amaçlı yapılan tarım kesinlikle ilaçsız olmaz. Ancak kendi bahçende kendine kadar ekersen ilaçsız yetiştirebilirsin. Biz yazın kendi bahçemizde kendimize kadar ekıyoruz gübre dahi kullanmıyoruz..Ben hormonsuz ilaçsız deniken hiçbir ürüne inanmam.’*

Üye 6: *‘Bizimde köyümüz ve bahçemiz var ama zirai gübre atıyorlar buna rağmen sebze olmuyor hemde hayvan gübresi de var ona rağmen artık mahsül yok özellikle fındık üreticileri artık küf ve mantar hastalığı çıktı bunun için de bürsürü ilaç çıkardılar onlar atılıyor artık bahçeye’*

Üye 7: *‘Sonuçta kapalı bir grup olduğu için ben güvenerek tüketiyorum. Ayrıca lezzetlerden gerçekten memnun kaldığıma göre sorun olduğunu sanmıyorum’.*

Üye 8: *‘Ben bir kez sordum bana güvenmiyor musunuz gibi tuhaf bir cevap aldım’*

Satıcı 32: *‘Saygıyı ihmal etmeyin ama şüpheyi de elden bırakmayın (Tivrattan alıntı)’*

Üye 9: *‘Ben de ingilizlerin meshur bir sözünü yazayım;"Trust but check it" (Güven ama kontrolünü yap..)’*

Üye 10: *‘Bir anda ürün yelpazesini genişleten , asiri zam yapan satıcıdan biraz tedirgin oluyorum acikcasi...Niyeti iyi olsada kontrolu takibi zor olur bir çok ürün olunca...Birde ani zamlar para hirsinin tavan yapmadi biraz huzursuz ediyor.Ama Kurucu Lider olsun Admin 2 olsun Admin 3 hanim olsun.Insan kayirmayan direk müdahale edebilen insanlar onun verdiği rahatlıkla alışverişe devam ediyorum’*

Üye 11: *‘İşte yukarıda sertifikalar yaptıran yaptırabiliyor.’*

Üye 12: *‘Üreticiye yakın yerde oturan gönüllü bazı kişiler eşliğinde rasgele alınan ürünler tahlile götürülebilir.üretici ve burdan grup yöneticisi tarafından o civarda oturan bir grup üyesi birlikte hareket edebilir.’*

Üye 13: *‘Her üreticiye cevap hakkı doğdu’*

Üye 14: *‘Çoğu test güvenilir ancak üretici ol ya da olma yolda geçerken dağın tepesindeki sana ait olmayan bir ağaçtan aldığın tek bir ürünü dahi götürüp analiz yaptırıp kendi adını vs yazdırabiliyorken satıcıda gördüğüm hiç bir analiz raporuna inanmam.’*

Kurucu Lider: *‘Arkadaslar zaman zaman bu konularda paylasimlar actik sorduk ureticilerimizde yazdi o paylasimlarda .bizde her zaman diyoruz ancak kendiniz ürün*

yetistirirseniz emin olabilirsiniz .en yakınınızın bile ne yaptığını bilemezsiniz Admin 2 ablada yazmış biz üründen çok insan karakterlerini ip uclarını değerlendirmeye alıyoruz genelde .kimseyi takip ederek giderek ne yaptığını bilebilmek imkansız gece gündüz onlarla yaşamak lazım gecmisten bugune eleye eleye bugünlere geldik ben genede sunu diyorum gruptaki ürünler cevremizde bulabileceklerimizden genede iyidir tam temiz ürünü yetistirebilmek o kadar kolay bir sey degil ama bilincli tarımla zararı en aza indirebilmek mümkün yani ilac kullanılsa bile dogru zamanlama dogru miktarlar ve en az zararlı ilacla hasarı en aza indirirler o bile bize fayda .analiz diyorsunuz ya herseferinde aynı ürün geleceğindende emin olamazsınızki yani insana güvenmek güvenileninde bu güvene layık olmaya çalışmasını temenni etmekten baska yüzde yüz bir çözüm yok’

Uzun diyalogların dışında alt metinler de güven ile ilgili şöyle paylaşımlara rastlanmaktadır;

Üye 1: *‘aldığımız herseyin sertifikası olmuyor veya olmadığını bilerek almışsak varsayımlar üzerinden suçlayamayız.burada ev yapımı adı altında birçok şey satılıyor ve bizde alıyoruz kimseninde sertifikası yok.Güvene dayalı hareket ediyoruz neticede’*

Kurucu Lider: *‘...bu sekilde de gruba nasıl güveneceğizde diyebilirsiniz haklısınız ama güvenmeyenler zaten alisveris yapmıyor ben zaten tam kesin dogaldır hepsi diye bir kere bile demedim ..bir ürünün dogal olması için taa en basından yetisme beslenme asamasından beri dogal sartlarda olması lazım .ama bu sekilde alisveris olmaz denirse bu seklide grup güvenilmez denilirse grubu kapatırız vebal altında kalmamış oluruz çünkü benim icinde ciddi başagritan konular bunlar .bir sorun olduğunda ben bütün gün yada birkaç gün baska seyle ugrasamaz oluyorum siz sadece burayı goruyorsunuz ben özeldende surekli insanlara cevap yazma durumunda yada sorgulama durumunda kalıyorum .hep hayalim su .bir alet olsa dogal temiz olanla olmayani ayirabileceğimiz ustune tutsak sinyal verse kolayca anlayabilsek’*

Üye: *‘Kotu hissetmeyin. ..maalesef dünya da kötü insanlarda var...ama ondan daha fazla güzel insanlar da var...bir yapar 2 yapar 3 yapar 4.de yakayı ele verir...yazık ki burda birbirimize olan güveni sarsacak. .’*

Üye: *‘Bu sitenin guvenerek odeme almadan siparisi yollamasi bana çok sasirtici gelmisti.’*

Üye: 'Satıcı 3 bey'den aldığım ürünleri de ben ge 10 gün kadar geciktirdim ama bilgi vermiştim iyi niyet çok önemli Evet satılır onlar bende ödemeyi sonra yapıyorum Satıcı 3 Bey Satıcı 1 bey Satıcı 24 bilir çıkıyor böyle işte sıkma canını'

Admin 3: 'gruptaki satıcılar gerçekten de çok iyi niyetliler... Bir çok defa yalvar yakar neredeyse zoraki hesap numarası istedim... Güven çok önemli ve çok özel böyle bir zamanda... Böylesine temiz kalpli insanların incindiğini görmek , duymak bile beni cidden üzüyor'

4.8.4. Piyasaya güvensizlik

Bu alt tema zaten üyelerin bu gruptan alışveriş yapmasının temel sebeplerinden biridir. Piyasada satılan ya da söylenenlere güvenmeyen alıcılar adminlerin referans olduğu uzun süredir grupta satış yapan alıcılardan alışveriş yapmaktadırlar.

Kurucu Lider: 'Fırınlarda fareler cirit atıyor. Pastaneler hamamböceği dolu. Tuvalette dondurma yapıyorlar. Baklavaya antep fıstığı yerine ezilmiş bezelye koyuyorlar. Kırmızı biberde kiremit tozu var. Zeytini koyu siyah olsun diye ayakkabı boyasıyla yıkıyorlar. Bayat tavuk beyaz görünsün diye klora batırılıyor. Küflenmiş peyniri jel ile harmanlayıp, taze kaşar diye kakalıyorlar. Lahmacunda yağ külü var. Kemik öğütüp salam yapıyorlar. Sosis horoz ibiğinden. Dönerde bağırsak var. Tavuk dönerinde deri var. yoğurda domuz kemiğinden yapılan jelatin katılıyor, dana eti diye satılan sucuklarda at ve eşek eti bulundu, tereyağına patates karıştırılıyor, tulum peynirine nişasta koyuyorlar, sakatatı boyayıp hazır kıymaya katıyorlar, çikolatalarda şekerlemelerde hayvan yemi var, kuru üzüm kurutulmadan mazota bulanıyor, zeytin çabuk kararsın diye havuzlarına paslı demir atılıyor, Çiğ süte, daha fazla peynir elde etmek için şeker gübresi konuluyor, sütün ekşimesini önlemek için hidrojen peroksit ve formaldehit koyuyorlar, ekşimiş sütün ekşiliğini almak için soda, kostik ve trisodyum sitrat koyuyolar, sütün öz yağı alınıyor, yağlı süt izlenimi versin diye margarin katılıyor. Zeytinyağına kanola karıştırılıyor, eskiden ucuz diye ayçiçeği yağı karıştırılıyordu, şimdi daha ucuz diye kanola karıştırılıyor, yarın öbür gün kullanılmış motor yağı karıştırılırsa şaşma... Anca sabun üretiminde kullanılan yüksek asitli yağlar, ısıtılıp işlemden geçirilip natürel sızma zeytinyağı diye satılıyor. Arı görmemiş bal var! Petekli ballarda petrol ürünü mumdan petek kullanılıyor. Bitkisel baharatların içine kurutulmuş ot karıştırılıyor. Tahini soyayla yapıyorlar. Kaçak çayı domuz kanıyla renklendiriyorlar. börek salonunda, kol böreğinde at eti çıktı. Bursa da pidecide, eşek eti çıktı. Denizli'de pidecide,

*bağırsak çıktı. Ankara'da köftecide, dana köfte harcında tavuk ayağı çıktı. Kahramanmaraş'ta antep fıstığı ezmesinde boya çıktı. Afyon'da sucukçuda tükürük bezi çıktı. Niğde'de bitkisel doğal üründe ilaç çıktı! İstanbul'da çöpten toplanan ekmekleri kurutup un haline getirdikleri, pasta ve kurabiye yaptıkları, hatta başka pastanelere ucuz yollu sattıkları ortaya çıktı. Aydın'da ramazan ayında sokak iftarlarının en büyük tedarikçisi olan yemek fabrikasında, domuz eti çıktı. * Hal böyleyken... Askerler yemekten zehirlendi, Türkiye ayağa kalktı, sabotaj mı var, komplo mu, televizyonlarda endişeli tavırlarla tartışılıyor, acaba dış güçler mi yapıyor, nasıl olur da askerler zehirlenir filan. Kardeşim! Danimarka'da mı yaşıyorsunuz? Finlandiya mıdır burası? Kanseri oluyoruz, kalp hastası oluyoruz, tansiyon, şeker hastası oluyoruz, hamilelerde düşüğe yol açıyor. İddia ediyorum, gıda terörünün bu topraklarda öldürdüğü insan sayısı Tüm terör olaylarından fazladır. Dolayısıyla bu ülkede zehirlenmek değil zehirlenmemek haberdir. Yılmaz özdil'*

Satıcı 6: 'Yalan değil. Ben mesleğim itibariyle daha kotulerini de gordum. 1985-1990 arasi donemde bayram hazirliklarina yonelik bir haber icin ankarada imalathanelere yonelik denetimleri cekmeye gittik. Goruklerimizi cektik ama dusunun TRT haber dairesinde tartisma konusu olan goruntuler yayinlanmadi.'

Üye 1: 'Tüm bu sahtekarlıklar firmasının Askerimizi 5 kez zehirleme anlaşmasını yok etmiyor. Hem müslüman hem Türk ama korkunç sahtekar bir millet olduk biz.'

Üye 2: 'Ülkeyi zaptetti vicdansızlar, ne utanma kaldı ne merhamet ne inanç. dinleri imanları para olmuş halkı kaizklamak olmuş, eyy utanın Allah dan da mı korkmuyorsunuz utanmıyorsunuz tüccarlar'

Üye 3: 'Kısacası tesadufen yaşıyoruz.'

Üye 4: 'Temiz gıda bulmak çok zor çooook...'

Üye 5: 'Çok zor zamanlara geldik bizler herşeyin iyisini temizini yedik bu kadar çeşit yoktu torunlarım için üzüliyorum'

Üye 6: 'Yiyecek bişey kalmadı .Neyiyeceğiz biz böyle'

Üye 7: 'Dışardan birşey yemek doğru değil'

Üye 8: 'Bizde mümkün olduğu kadar güvenilir yerlerden alışveriş yapıyoruz. Artık insan sağlığı hiçe sayılıyor herşey maddiyat olmuş.'

Üye 9: 'Bunların çoğuna engel olmak elimizde. Evde bir kıyma makinem var. Etimi guvendigim kasabindan istedigim yerinden alip kofte lahmacun börek sucuk döner

ne yapilacaksa evde yapıyorum. Zeytinin ham halini alıp evde kendim yapıyorum. Cikolara ve ktır seker disindaki abur cuburlar bizim evde yasak. O yumusak sekerler ve kahvaltılıkklar bizim eve giremez. Tavuk hic almiyorum. Bulursak köy tavugu anca o zaman yiyebiliyoruz. Peyniri yapabilirsem kendim yapıyorum yapamazsam guvenilir yerlerden aliyorum. Sosis salam yemiyoruz. Yogurdumu mayalarim. Zeytinyagini gidip fabrikasindan aliyorum. Bal konusunda bize özel bur şansimiz var. Alerjim var. Gercek bali ben tespit ediyorum. Ona gore aliyoruz. Bu da bir nimet sanirim. Bunlari yapmak çok yorucu. Ama temize saglikliya ulasmak icin değer. Herkes ayni bilincle davransa zaten kimse cesaret edemeyecektir. Şaşkinlikla uzliyorum,düğün yemeklerinde ev hanimlari plastik tavuklari veya kıkırdaklı kofteleri yerken cok begeniyorlar. Hicbir ev haniminin bunlari begenememesi lazim. Velhasıl egitim şart. Cok uzattim. Özür diliyorum. Ama degisim icin once bir kendimize bakmaliz.

Üye 9: 'İlk soru ben izerime duseni yapıyor muyum? Yaptirim yapabilmek icin bazı zorluklari aşmamiz gerekiyor. Tuketim toplumu olmayi once bireysel olarak birakıp uretime gecmedikce geneli duzeltmek icin beklentide olmamiz yanlistir. Bence boyle tabi. Katilmayabilirsiniz.'

Satıcı 14: 'sabun yaptığimiz yağlar için büyük işletmeler bize yalvarıyor..o konu kesin doğru...'

Üye 10: 'Müthiş aynen durum bu ve devletin umru değil halbuki bu sorumluluk onların'

Üye 11: 'Eskiden kotu insanlar parmakla gösterilirdi, simdi iyiler parmakla gösterilir oldu.'

Güven temasını oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şu şekildedir:

'Kontrollü ve nezaketli bir oligarşi var grupta. Kurucu Lidere karşı sonsuz bir güven var. Kurallara ve yazılanlara itaatten değil benimsemekten kaynaklanan bir uyma davranışı var.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.16, 28 Nisan 2017)

'..Sipariş verip parasını ödemeyen sahte isimli birisi. Bu önemli çünkü daha önce böyle bir post olmamıştı. Genelde güvene dayalı bir alışveriş ortamı olduğu için çoğu zaman parası ödenmeden ürünleri satıcılar gönderiyor. Hiçte sıkıntı çıkmamıştı gözükten.' (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.19, 2 Mayıs 2017)

‘... organik tarım yapan bir satıcı ürünleri aracılarla satarak sömürölmekten bıktığını ve pazar arayışı içinde olduklarını belirtti. ÇKS belgeleri ve organik sertifikası olduğunu söyledi. Yumurta, kiraz, vişne, erik, elma ve ceviz sattıklarını söyledi.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.35, 15 Mayıs 2017)

‘...Kurucu Lider Hanım bu duruma Satıcı 22 Beyden grupta satışa devam etmek istiyorsa analiz yapılmasına izin vermesini aksi takdirde gruptan çıkarılacağını söyleyerek yanıt verdi.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.39, 27 Mayıs 2017)

‘Benimde merakla beklediğim Satıcı 22 Beyin bal tahlillerini Admin 2 bugün grupta paylaştı. Grupta bu konuya vakıf olan kişilerin raporu yorumlamasını istedi. Satıcı 22 Beyin balı aklandı.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.41, 5 Haziran 2017)

‘Yazıda merdiven altı üretilen ölümcöl sonuçlara varan gıda terörünün ne kadar yaygın olduğı anlatılmış. Bu yazıya takipçileri de hak vererek bu duruma sitem ettiler. Bence bu konuda denetimler artırılmalı bu iğrençliğı yapan kişiler cezalandırılmalı. İnsan sağlığıyla oynamak bu kadar kolay olmamalı’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.44, 20 Haziran 2017)

‘Kurucu Lider Hanımın bu davranışını tebrik ederim. Satıcısını koruması ve arkasında olması alıcılara da bundan sonra satıcı olmak isteyen diğerk kişilere de güven veriyor.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.45, 29 Haziran 2017)

‘Kurucu Lider Hanım Karadeniz gezisine çıkmış. ‘Trabzon’da tereyağı meşhur denir, üç tane yayla gezdik, doğru düzgün hayvan bile görmedik’ dedi. Batum’a geçtiğinde hayvanların sokaklarda gezdiğini söyledi. Hatta bunun fotoğrafını grupta paylaştı. Piyasadaki ürünler güvenilemeyeceğinden bahsedildi postta. Gerçekten doğru köylerde hiç inek yok. Ama bir sürü tereyağı satıcısı var.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.57, 25 Ağustos 2017)

‘Tek tek satıcıları yoruma açıp müşterilerden olumlu ve olumsuz düşüncelerini yazmalarını istemişti. Ama herkesin güzel ve olumlu şeyler yazıp, sorunlardan bahsetmeyip, daha sonra bu sorunları ona yazanlara sitem etti. Neden çekindiklerini, bu grubun güvenli ürünler bulunabilsin diye açıldığını, kimsenin olumsuzluklardan bahsetmediğini onlara fırsat tanıdığını, sağlığı riske atan durumların burada mutlaka paylaşılması gerektiğini yazdı. Birçok kişide yorumlarda onu takdir ederek, bu tavrının onlara güven verdiğini söyledi.’ (Yansıtmaı araştırmaçı günlüğü s.80, 5 Kasım 2017)

‘Bir üye grupta bir post yazarak gruptaki satıcıların ürünlerinin doğal, katkısız ve güvenilir olduğunu söylediklerini fakat bunu nasıl anlayacaklarını, sözlerine nasıl inanacaklarını ve güveneceklerini sordu. Kurucu Lider Hanım bu posta cevap olarak ancak zaman zaman bu konularda paylaşımlar açtıklarını, üründen çok insan karakterinin ipuçlarını değerlendirmeye aldıklarını, geçmişten bugüne eleye eleye geldiklerini, bu durumda insanlara güvenmek, güvenilen insanında bu güvene layık olmaya çalışmasını telafi etmekten başka yüzde yüz bir çözümün olmadığını söyledi. Ve ancak kendi yetiştirdiğiniz ürünlerden tam olarak emin olabilirsiniz dedi.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.87, 18 Kasım 2017)

4.9. İlişki Türü

Bu tema 296 dosyadan 1067 referansla oluşmuştur. Bu tema; Aile arkadaş gibi, memnuniyet, memnuniyetsizlik, sisteme gruba eleştiri, sisteme gruba hayranlık alt temalarından oluşmaktadır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde tüketicilerin elektronik alışverişte çeşitli kaygıları bulunmaktadır alıcıların alışverişteki kaygılarının en temel olanları; teslimat giderlerinin çok yüksek olması, ürünleri denemek istenmesi, fiyatların yüksek olması, ürünlere görmek ve dokunmak isteği, çabuk bozulan ürünler için uygun olmaması ve kredi kartı bilgilerinin çalınabilmesi gibi ihtimallerdir (Enginkaya, 2006, s. 12). Topluluk X’te de bu konular grup içi ilişkileri etkilemektedir. Bu kaygılar sonucu memnuniyet ya da memnuniyetsizlikler oluşmaktadır.

4.9.1. Aile arkadaş gibi

Gruptakiler birbirlerini aile ortamında hissettiklerini, diğer bireyleri arkadaşları gibi gördüklerini sıklıkla belirtirler. Bir kısmı burada tanışıp dışarıda da görüşmeye başlamıştır. Satıcılara olan ziyaretlerde samimiyeti arttırmaktadır. Grup içindeki hitaplara bu durum yansımaktadır. Aynı şekilde hastalık kayıp gibi durumlarda samimiyetle iyi dilekler belirtilir. Bazen de grup üyeleri konu dışı olsa bile postların altına aile, arkadaş gibi hissettiklerine dair yorumlar paylaşmaktadırlar.

Satıcı 15: *‘Inaninki kalkdimmi direk grupba bakarim ailem gibi hic gormedigim insanlar abla kardesler iyikide varlar seviyorum hepsini kizima kiralik ev bakacam o civarda olanlar benimle bir arastirdilar Allah razi olsun’*

Admin 2: *‘Hayırlı olsun kardeş bereketi bol olsun’*

Üye: *‘Patron geldin mi? Ozlemistik seni..’*

Satıcı 1: *‘ARKADAŞLAR..’*

Satıcı 4: *'Merhaba sevgili arkadaşlarım'*

Üye: *'Satıcı 4 kolay gelsin canisi'*

Üye: *'Geçmiş olsun canım. Ucuz attlatmışsın'*

Üye: *'Geçmiş olsun biriciğim öpeyim geçsin'*

Üye: *'Çok geçmiş olsun canım'*

Üye: *'Satıcı 5'im üzülme ablacim.verdigin mücadeleye bizzat sahit olmus birisi olarak suan ne hissettiğini çok iyi anliyorum guzelim'*

Satıcı 1: *'Daha sonra uzunca bir zeytin muhabbeti yaptık.'*

Üye: *'Yüce gönüllü Satıcı 1 Bey zeytin fidanları için beni de listeye alırmısınız'*

Üye: *'Satıcı 1 abii :)) inanılmaz sevindimmm anlatamamm geceden beri aklım ağaçlarımda nasıllar iyiler midir mutlu mutlu geliyorlar mıdır aklımdan çıkmıyorlar yerleri toprakları herşeyler hazırım. Heyecan ve mutlulukla beklemedeyim. Dünyanın en en güzellll kargosu bu oldu benim için iyi ki varsınnnn'*

Kurucu Lider: *'huzurla aile havasında'*

Üye: *'canım kardeşim'*

Üye: *'İnce düşünceli ,zarıfdir Satıcı 18'im'*

Satıcı 7: *'Canım Satıcı 18'im çok geçmiş olsun canımmm ♥~ Yarın sana Narenciye gönderiyorum onları ye limonun özellikle kabuğunu çitir çitir ye emi hiç bir şeyin kalmaz çok öpüyorum bitanem Rabbim şifa versin tez zamanda'*

Admin 2: *'İyi akşamlar arkadaşlar'*

Satıcı 15: *'sizleri seviyorum hic görmedigim insanları kırk yıllık dost gibi ne diyelim çöpsüz üzüm olmaz sevgiler saygılar'*

Üye: *'Satıcı 1 bey rekora gidiyorsun. Bir açıklama 405 yorum. Bravo, tebrik ediyorum'*

Kurucu Lider: *'Dün grubumuzda siyez unuyla surekli denemeler yaparak bizimle paylasan nihal hanım ve esiyle deniz kenarında çok guzel sohbete dalıp ruzgarın etkisiyle hayatımda yanmadığım kadar sacma sapan bir sekilde yanmisim amele yanıgı gibi'*

Üye: *'Gerçekten çok güzel sohbet ettik, yazık oldu size. Biz yanık olduğumuz için etkilenmedik. Keşke resim çekip arkadaşlara koysaydık, aklımıza gelmedi. Dikili, Kurucu Lider hanım ile daha güzelleşecek.'*

Üye: 'Ailem'

Üye: 'Sevgilerimle değerli arkadaşlarım'

Satıcı 12: 'Merhaba sevgili ailem'

Üye: 'Satıcı 12'cim beni de unutma ablam'

Satıcı 4: 'Biz bi aileyiz herkez bunu farkedemez...'

Üye: 'biz burda bii Aileyiz,benim urunum degil diye Satıcı 5 hn i ezdirmem.kaldi ki kendisinden hic alisverişim olmadı.ozelden konuştunuz hallettiniz hala gelmiş burdan saldiriyorsun.edep yahuu'

Üye: 'Satıcı 7 hnm candır can'

Üye: 'Satıcı 7 bir özge candır'

Üye: 'Satıcı 7 Hanımcım ne kadar zarişsiniz'

Üye: 'Satıcı 7 canım yine canlığını göstermişsin , güzel yürekli arkadaşım'

Üye: 'Ne güzel bir insan Satıcı 7 ablam!'

Satıcı 12: 'Merhaba sevgili ailem'

Satıcı 5: 'Sevgili Topluluk X AileHerşeye Rağmen Beni Ailenizden Biriymiş Gibi Gördünüz, Bende Sizi Ailem Gibi Gördüm..Hiç Bir Zaman Sizi Müşteri Olarak, Kazanç Sağladığım Bireyler Olarak Görmedim. Samimiyetimi, Kişiliğimi Az Çok Tanımışsınızdır.'

Satıcı 1: 'Sevgili Topluluk X Dostlarım'

Satıcı 1: 'Sizleri seviyorum..'

Admin 2: 'Centilmenlik anlaşması ☺bazen hiç konuşmadan herşey yoluna kendiliğinden giriverir, hırstan uzak birbirine saygılı tüm satıcı kardeşlerimle gurur duyuyorum biz gerçekten aile olmuşuz'

Satıcı 4: 'sanki akraba sanki 40 yıldır tanışıyormuşuz gibi yüz yüze görüşünçede hemen sohpet koyulaşıyor'

Satıcı 32: 'Değerli Topluluk X Ailem. Güven-Kapısı Ailemizin ve Tüm Dünyanın Yeni Yılı Mutluluk Bereket Sağlık Sevgi Huzur ve Barış ile Dolu olmasını Diliyorum. Aşağıdaki ağaştan dilediğiniz kadar dilek sizlerin olsun Sevgi ve huzur içinde Esen Kalın'

Üye: *'kuzuya çok geçmiş olsun burada tanıştığım dostlarımdan birisiniz, birbirimizle iletişim kurmak, yapabileceklerimizi paylaşmak ne güzel. İyi ki tanımışım sizi*
Not: *Galata'da yemek yiyeceğiz unutmayın'*

Satıcı 4: *'biz kocamaaan bir aileyiz'*

Üye: *'Evet biz kocaman bir aileyiz ve bu çok güzel bir sey'*

Admin 4: *'Satıcı 3 ablam noldu sana Çok geçmiş olsun rabbim tez zamanda şifa versin*

Satıcı 25: *'afiyet şifa olsun burada sadece alışveriş yapmıyoruz sizin gibi değerli insanlarıda kazanmış oluyoruz dostluğunuz arkadaşlığınız hoş sohbetiniz için ben çok ama çokkk teşekkür ederimm'*

4.9.2. Memnuniyet

Grupta memnuniyet yüksektir. Başka bir alt tema olan memnuniyetsizlik 65 referansla oluşurken memnuniyet 625 referansla oluşmuştur. Memnuniyet ve memnuniyetsizlik yorumları genellikle ürün üretici tanıtımlarının altına ya da yöneticilerin genel durum sorgulama postları altına yazılmaktadır. Bunların dışında spesifik olarak aldığı ürün ya da üreticiden memnuniyet ya da memnuniyetsizlik yaşayan kişiler özel olarak post açmakta ve bunu belirtmektedirler.

Satıcı 18 tanıtım için açtığı posta gelen memnuniyet yorumlarından bazıları;

Üye 1: *'gün kurusu ve nohut alisverisimiz olmuştu ikiside çok lezzetli tertemiz..'*

Üye 2: *'Leziz kayısıların sebebi demek bu şahane bahçeymiş.'*

Üye 3: *'Kızım Almanyada dr a yapıyor ve çok kısa süreliğine geliyor.. Anne ici rahat eder mi o güzel kayısılardan yesin gotursun der onun için gelmeden önce geçen pazartesinden siparisimi verdim.'*

Üye 4: *'Bütün ürünleriniz güzel gün kurularınız Harika gönül rahatlığıyla yiyoruz sağlığa faydası olduğunu bizzat test ettik teşekkür ederim Satıcı 18'*

Üye 5: *'Satıcı 18'cim 2 yıldır senden alıyorum kayısıyı ve bakliyatımı çok memnun kaldım hem senden hem ürünlerinden .. Bu sene işyerimizde Malatyalı çalışan ustamız kendi bahçelerinden getirdi , kıramadım ayıp olmasın diye aldım .. küçük boydu birde anlamadım dolaba koyunca iyice kurudu küçüldü hiç tat almadım .. nerdeee Satıcı 18'in kayısıları dedim .. dolaptakiler bitsin yer açılsın hemen siparişimi vericem .. emeğinize sağlık..'*

Üye 6: *'Leblebiler muhtesem Satıcı 18'*

Üye 7: *'Satıcı 18 hnm Günkurusu ve bademleri ve de cevizleri çok severek tüketiyoruz teşekkürler'*

Üye 8: *'Ürünlerinizi severek ve sizlere güvenerek keyifle tüketiyoruz. Ellerinize, yüreğinize sağlık.Çok şanslıyız. :)'*

Üye 9: *'Satıcı 18 hanım bu arada nohut pişirdim.. Dediginiz gibi duduklude 35 dakikada pisti ve çok beğendik.. Teşekkür ederiz..'*

Satıcı 5 hakkında yazılan memnuniyet yazılarından örnekler;

Satıcı 5: *'Hepiniz Beni İncir ve Zeytin İle Tanıdınız, Ürünlerimi Çok Beğendiniz'*

Üye 1: *'"Ayinesi (aynası) iştir kişinin, lafa bakılmaz" Satıcı 5, sen doğru bildiğin yolda devam et. Söylenenti çıkaranları ciddiye alma. Güzel incir ve zeytinlerini üretmeye devam et'*

Üye 2: *'İşte bu kadar Satıcı 5 hanım, spekülasyon yapmaya gerek yok...Ben bir tüketici olarak farklı satıcılardan farklı ürünler alıyorum, şimdiye kadar kötü bir sürprizle karşılaşmadım, emeklerinize sağlık.'*

Satıcı 21 hakkındaki memnuniyet yorumlarından bazıları;

Üye 1: *'Şuan duygularımı anlatacak kelime bulamıyorum gerçekten. Birçoğunuz yazdınız yaprak çok güzel harika falan ..Ama Allah var ya abartıyorlar heralde dedim... Satıcı 21 gerçekten çok teşekkür ederim. .Yaprağın gerçekten efsane. .Tadı harika, pişimi harika. ..Herkes tavsie ediyorum sadece tuzunu suda bekletip akitsinlar. ..Valla tencerenin altına serecek yaprak bulamadım. .Çünkü hiç kötü yaprak çıkmadı. ..'*

Üye 2: *'çok yorulmussundur çünkü küçüktü ama lezzetine doyum olmaz güzel yorumların için paylasimin için çok teşekkür ederim'*

Üye 3: *'Yapraklar süper'*

Üye 4: *'ben tencerenin dibine yapragin saplarini koydum bir tane kötü yaprak yoktu ellerine sağlık Satıcı 21 cim'*

Üye 5: *'Bende aynı şeyi düşünmüştüm,tencerenin altına serecek yaprak yok'*

Üye 6: *'boşuna anlatılmaz yaşanır diye yazmamıştım'*

Üye 7: *'almayan yemeyen pisman olur'*

Satıcı 4 ile ilgili yapılan memnuniyet yorumu örnekleri;

Üye 1: ‘Satıcı 4 kargom geldi tesekkür ederim çok ciciler Salçaya talebin fazla olmasını göz önünde tutarak deneme ihtiyacı duymadan aldım ve ilk kez güneş kurutması salça tadıyorum Kivamı çok güzel

Üye 2: ‘benim salçalarım da geldi bugün,, miss gibi.. gerçek domates ve biber tadı.. tuzlu olması gayet doğal.. İstanbul'da yaşayan Çanakkale'li olarak biraz anlıyorum kokusundan tadından’

Üye 3: ‘Bana çocukluğumu hatırlatan Satıcı 4 hanıma binlerce teşekkür edrimm.’

Farklı farklı postların altında yazılan memnuniyet postlarının dışında hususi açılan teşekkür postları da olmaktadır.

Üye: ‘Bu postu açmakta ki amacım Satıcı 27 beye teşekkürlerimi sunmak ve siz değerli arkadaşlarıma deneyimimizi paylaşmak istiyorum.Oğlum son 2 senedir saç dökülmesi sonucu kellele karşı karşıyaydı.ve bu durum irsi değil.maalesef her gün saç düzleştirici kullanmasının sonucuydu.tepe kısmı baya seyrekleşmişti.ektiricem diye baskı yapıyordu.bende irsi olmadığını saç bakım yağlarıyla güçleneceğini söylüyordum ama beni dikkate almadı hiç.inanmıyordu çünkü.en son Satıcı 27 beyin yağını ısrarlarımın sonucu 2 aydır kullandı ve halen devam ediyor.ben hemen yazmak istemedim sonucu görmeden.bazı arkadaşlar sürekli soruyordu ama acele cevap yazmak istemedim,bekledim biraz.bana göre baya fark etti saçlarının dibinden tüyleri büyümeye başladı ama halen bana inanmıyor:) sen abartıyorsun diyor anneyim ya:) en son değer verdiği kuaförüne gitti.bana da bakalım ne diyecek görecez dedi.kuaförde baya gelişme olduğunu saç tellerinin bile koyulaştığını nereden aldın demiş.hemen telini almış.yani efendim nihayetinde oğlum inandı ve şevke geldi:) inşalah istediği gibi gürleşmesi devam eder ve tüm ihtiyacı olan arkadaşlara şifa olur.’

Admin 3: ‘Üye 1 hn aynen katılıyorum size... bariz bir şekilde faydalı hemde... teşekkürler Satıcı 27... Beğе’

Üye 1: ‘Evet Admin 3 hanım aynen öyle ki tobic kullanıyordu saçlarına gizlemek için bıraktı artık:) bende teşekkür ederim.’

Admin 3: ‘Bu arada bir konu var... algı oluşmuş pahalı olan ürün iyidir diye... bunun tam tersi olduğunun net ispatıdır Satıcı 27 Bey'in ürünleri... yani piyasadaki ürünlere göre çok hesaplı olan üründen maksimum fayda gördük’

Üye 1: ‘Haklısınız,oğlum hep önyargıyla yaklaştı.bu mu tedavi edecek diye.hele de gençlerde pahalı olan kıymetlidir.sonuç ortada :)’

Üye 2: ‘Sac yagini temiz saca surup bekleterek mi kullandiniz’

Üye 1: ‘evet,saça yedirip 1 saat bekledi.sonrasında yıkadı oğlum.ve haftada 2 kere uygulanıyor.hatta oğlum haftada 2 olduğunu ilk duyduğunda dudak büktü:) nasıl tedavi edecek böyle diye düşündü.’

Üye 3: ‘Evet bizde memnun kaldık, 1 aydır kızımın saç dökülmesi, kaşıntısı azaldı, kızım her kullandığın da, Allah razı olsun bunu yapan #abiden diyor.’

Bazen de üyeler toplu teşekkür postları açmakta ve alışveriş yapıp memnun kaldıkları satıcılara teşekkür etmektedirler.

Üye: ‘Gecikmiş teşekkür postudur .lezzetli tarhanası için Satıcı 15’e.yapraklar için Satıcı 21 hanima .kokulu guzel ballar için Satıcı 6 abime .karadenizin fındıkları için Satıcı 35 beye.siirt fıstığı için Satıcı 17 beye .tahinler için Satıcı 29’a .Satıcı 24’e .ev yapımı lezzetler sunan Satıcı 2 hanıma.Satıcı 16 hanima Satıcı 14 .Satıcı 10 ve ve Satıcı 26 beye hepinize çok çok teşekkür ediyorum. Hayırlı bol kazanclarınız olsun.’

4.9.3. Memnuniyetsizlik

Gruptaki ilişkilerde genellikle memnuniyet hâkim olmakta ise de üyeler memnun olmadıkları durumları da dile getirmekten çekinmemektedirler. Memnuniyetsizliğin bildirildiği paylaşımlara adminler özen ile bakmakta sonuna kadar durumu incelemektedirler.

Satıcı 20’den aldığı cevizlerden memnun olmayan üyenin postunda paylaştıkları şu şekildedir;

Üye 1: ‘aldığım cevizler gine bir hayal kırıklığı daha. Geçen sene 2 kilo aldığım lezzetini bildiğim için 6 kilo aldığım yerli ceviz.geçen senekinden eser yok yarısı başka büyük cevizle karışık ve büyük cevizlerin içide görüldüğü gibi siyah ve tadı acı’

Üye 1: ‘denilen küçük olan.ama sizinde dediniz gibi karışık büyükte var içinde ve çok kötüler. 1 kilo gibi almış olsam neyse der geçerim 6 kilo aldım.’

Üye 2: ‘Benimde oradan 2 kg aldığım yalova cinsi cevizler kesinlikle bu yılın ürünü değil tatları acılaşmış çoğunun içide dolgun değil buruşuk ve koyu renkli ben yazdım ama dönüş yapmadılar’

Üye 3: ‘Ben de bir kere ceviz aldım ama öyle sert kabukluydu ki lezzetini geçtim ama bir daha almadım açıkçası memnun kalmadım’

Üye 4: *‘Ben de 5 kilo aldım ..normalde hızlıca biten cevizler en az 5 aydır süründü ve sonunda kurtlandı.. lezzetli değiller,çoğu acı çıktı ve kabuğunu kırmak çok zor.. içinden parca pinçik olmadan çıkarmak imkansız ...bugün sonu bitti ve çok şükür dedim’*

Adminler ara ara satıcılar için değerlendirme postları açmaktadır. Üyelerde buraya yorumlarını yazarlar;

Kurucu Lider: *‘Lütfen olumlu olumsuz ne düşünüyorsanız cekinmeden yazarmısınız Satıcı 2 hakkında.’*

Üye: *‘izmirden sipariş verecek kadar aman aman güzel bulmadık. lezzetli mi? evet. uzak mesafeden sipariş verip kargo derdine, bozuldu mu bozulacak mı tedirginliğine değer mi? hayır.’*

Üye 2: *‘Satıcı 2 hanımdan denemek için dolma ve baklava aldım. Sağolsun kendisi çok kibar Yardımcı oldu. Baklava çok hamur geldi. Dolmalarda Çok güzel ince sarılmış ama pişmemiş gibi çok sertti. Tekrar haşlamama ragmen malesef yumuşamadı. Ama hayranım çalışkanlığına koyduğu resimlere.’*

Üye 3: *‘Ben icli köfte ve manti almistim. Kendisi Çok ilgili ve nazikti. Icli köfteler bekledigimden küçüktü ama çok lezzetliydi. Mantilari ise begenmedik. Manti Yavandi ve hic kiyma tadi yoktu hamur toplari yiyoruz gibiydi. Emege her zaman saygim var! Ellerine saglik!’*

Üye 4: *‘Satıcı 2 dan aliiverişim oldu tabi ama benim damak tadıma uymadı maalesef.kendileri naif ince bir hanımefendi.her şey gönlünce olsun inş.sağolsunlar’*

Üye 5: *‘Ben de içli köfte ve manti aldım. İçli köfte gerçekten lwzzetli ve ince acilmisti. Manti marketekinden farksiz bence biraz kalın ve yavan. Ama hızlı kargo ve pakitleme gayet güzeldi ellerinize saglik.’*

Bazen de üyeler sıkıntı duydukları konular ile ilgili post açmaktadırlar;

Üye 1: *‘Yaklaşık 2 yıldır bu gruptan alışveriş yapıyorum.Çoğu zaman alışveriş yapmasamda sayfayı takip ediyorum 2 yıldır yaptığım alışverişlerden sadece iki tanesi beni hayal kırıklığına uğrattı. Birinci olan bey zaten buradan gideli çok oldu. Gelelim ikinciye. Satıcı 14 beyden aldığım incirler yenecek gibi değı. Kendisine de ilettim durumu Şöyle ki görsellerine göre küçük gelen ürünü fiyatı zaten çok uygundu diyerek önemsemedim Sonrasında yemek için bir tabağa aldığım 5 incirden 2 tanesinde karınca ölüsü vardı midem bulandı Dolaba koyduğum incir paketinin yanında bulduğum kurt*

iyice canımı sıktı Durumu satıcıya ilettim. Bu akşam tekrar yemek için aldığım incirin ilkinden yine kurt çıktı Pes artık'

Üye 2: 'İlk postada alanlardanim...Teslim aldığıımın akşamı buzdolabına koymak için saklama kabına alırken minik minik kurt farkettilim.Resmini çekip Satıcı 14 beye attım.Ama her açtığıım kutunun dibinde fazlaca görünce iade etmek istediğimi yazdım ve anlaşıarak gönderdim.'

Üye 3: 'çok geçmiş oldun Üye 1 maalesef aynı kişiden ben de muzdaribim. hem çok fazla kurtlu hem de miktar eksik. miktarlarını kontrol ettiniz mi. bana kilo fiyatı verip daha sonra o fiyat paket fiyatıydı dedi satıcı. ayrıca hiç bir paket miktarı da birbirini tutmuyordu.'

Üye 4: 'Ben de Satıcı 14 beyden ilk alanlardanim.Gelir gelmez buzdolabına koymuştum.Kizima kan yapıcı kür için aldim.Evet kurt var ama benim derdim kurt değil.Inciri yıkamama rağmen icinin ekşi tatta olması.Bunun nedenini öğrenmek isterim cunku bircogunda var maalesef'

4.9.4. Sisteme gruba eleştiri

Sisteme ve gruba yapılan eleştiriler çoğunlukla fiyatların pahalılığı ve memnuniyetsizliklerin grupta az paylaşılması ile ilgilidir. Bunlar gibi grubun işleyişi ile ilgili eleştiriler genellikle postların altında birbirinden bağımsız yorumlar halinde olmaktadır. Bazen de aşağıdaki örnektekiler gibi eleştiri üzerine ayrı bir post açılmaktadır.

Üye 1: 'Buradan yazmam doğru mu bilmiyorum ama yakışksız bulduğım bir davranışı dile getirmek istiyorum. Grup içinde memnun kaldığımız ya da kalmadığımız yönleriyle bir ürünü ve kişiyi yazıyoruz. Akabinde bir bakıyorum, bazı satıcılardan arkadaşlık isteği gelmiş. Doğal olarak itici buluyorum ve kabul etmiyorum. Bunu mantıklı da bulmuyorum. Koca insanım. Ben istediğimde bir ürünü arar bulurum. Arkadaşlık isteği sonrasında bana özelden ürün mü pazarlayacaksınız anlamıyorum ki'

Üye 2: 'Hele özelden mesaj atanlar...cevap bile vermek istemiyor insan...Çok itici'

Üye 1: 'Kabul etmiyorum zaten. Ancak defalarca aynı şey olunca belki buradan görüp utanırlar diye yazmak istedim. Hem yöneticiler de bundan haberdar olur. Gönderiler yönetici onayından geçiyor. Anlamsız buldukları zaman onaylamazlar ya da silerler.'

Üye 1: *‘Ben ilgili şahıslarla muhattap olmak istemiyorum ki... neden özellerine yazayım? Bence bu hususta alingan davranıyorsunuz. Ben sizden böyle bir istek almadım. Sizi de zan altında bırakmadım. Birisi nasıl doktorlarla kötü bir deneyim yaşadığında paylaşıyor ve ben üzerime alınmıyorsam siz de alınmayın.’*

Üye 1: *‘Burası okul değil. Ben de çocuk değilim. Bu davranışlardan rahatsız olduğum ve sık tekrarlandığı için paylaştım. Bu durum alelade bir yorum yazdığımda pek başıma gelmiyor. Ürünler için geri bildirim yaptığımda oluyor. Ben de bundan rahatsızım’.*

Üye 2: *‘Ondan alma benden al, bu ürünüm var göndereyim mi ..daha neler neler gördü bu gözler. ‘Üye 1 bey anormal birşey ifade etmiyor yani..’*

Üye 3: *‘Bi üreticiye fiyat soran yorumu, anında ekleyip özelden bilgilendirenler de var .aynı ürün için ..bu bende de var diyerek ..bu da hoş değil ..dolmuş sırası değil ki müşteri kapılsın..arayan bulur üreticisini bence’*

Üye 4: *‘Üye 1 konusunda haklı biri banada yapmıştı’*

Admin 3: *‘Üye 1 Bey çok haklı bir konuya temas etmiş... Özelden istek yapıp veya messenger dan bağlantı kurmaya çalışıp, devamlı kendini hatırlatmanın ve ürün tanıtımı yapmanın bir anlamı yok çünkü zaten grup içinde post açılıyor... ilaveten özelden yazmaya ne gerek var?’*

Üye 1: *‘Evet bu grup içinden yapanlar var. Amacım böyle bir mesele için uzaklaştırılmaları değil. Tam aksine, iyi niyetle doğru ahlakın bu olmadığını hatırlatmak için yazmak istedim. Kişi adı vermeyi ya da sıralı liste yapmayı o yüzden istemiyorum. Yapanlar da yapmayanlar da kendini bilir.’*

Üye 4: *‘Valla ensonun da nezaketen kabul edilen bi arkadaşlık isteği ve ardından mrb hatice hn nasılsınızla başlayan mesenger mesajları hoş olmuyor,rutin reklam,kampanya atılır anlarım ama bence de hoş değil...’*

Bazen de adminler kendi grubunu ve üyeleri eleştirmektedir;

Kurucu Lider: *‘Ben bu gruba üç gündür fırsat tanıyorum resmen yalvarıyorum olumlular kadar olumsuzluklarıda yazın cekinmeyin diye .paranız sağlığınız riske girmesin diye ama postlar memnuniyetlerle dolu hic curümus gibi gelen domates kurularından kapaklar kolayca acılan sos kavanozlarından küflenmiş cennet elması kurularından bana yazılan daha geldiginde bastırınca yariya inen yapraklardan kisacasi ozelime yazdiklarini buraya yazanlar olmadıneden cekiniyorsunuz arkadaşlar.ben*

bu grubu sizler guvenli urunler bulabilin diye actim .canimla cicimle size özensiz ürünler gelsin birileri kazansin diye acmadim özelime yazanlara bazen zoraki paylasim açtiriyorum.cekiniyorlar ekmegine mani olmayalım diyorlar peki ya sizin paraniz sagliginiz .canımla cicimle aile gibi olunmuyor .ben özelime sikayet istemiyorum .damak tadi sikayetleri kargo sikayetl önemsedigim sikayetler degil..... ben uygun gördugumu bazen araya girerek çözümletiyom .ama sagligi riske ürünü cöpe attiracak burada mutlaka paylasılmalı.....vebalı sessiz kalanların boynuna ...ben size fırsat tanidim ’

Üye 1: ‘üründen memnun kalmadığımız zaman bazen yorum yapıyoruz amma velakin üyelerden bazıları üstümüze yürüyorlar. Yakamızı zor kurtarıyoruz.bugün ben memnun kalmadım yarın sen kalmayacaksın belki.herkes yerini bilmeli.’

Üye 2: ‘üstümüze gelecekler diye susmamızını gerek hiç kimse sağlığını ve parasını sokaktan almıyor.Benim aldıklarında sorun çıkarsa yazarım.Kimse kusura bakmasın Kurucu Lider hn.size de teşekkürler.’

Üye 3: ‘Kurucu Lider hanım memnuniyet rahat söylenebilen bişeydir...şikayet daha zordur... memnuniyetini bildirenler - ki ben de bunlardan biriyim - bunu samimiyetle ve rahatlıkla belirttik...şikayetçi olanlar muhtemelen yazamamışlardır..’

Admin 3: ‘Herhangi bir şikayette alıcılar , üreticilerden önce savunmaya geçiyorlar... postu açan kişi zaten mağduriyet yaşamış üstüne olur olmaz yorumlarla da uğraşmak zorunda kalıyor... ve haliyle de bu durum can sıkıcı oluyor... kimse kimsenin düşmanı değil açılan bir post var ise bir sebebi de vardır... yaratılan hava sanki şikayet postları kasıtlı açılmış da haydi top yekün üreticiyi savunalım gibi oluyor... iyi olanlar zaten her fırsatta dile getiriliyor ... dikensiz gül bahçesi değil burası... sorun var ise ifade edilmeli’

Üye 4: ‘Yorumlari soyle bir okudum da hala daha isim vermeyim yazanlar var .Isim verin arkadaşlar cöpe cikan urun geliyorsa size ve bu telefı edilmiyor/yari ucreti aliyorsa bunlari aleni yazilsin.Fiyatlar konusun da zaman zaman yorumlar da yaziyorum direk ureticiden tuketiciye bir grupta fiyatların bazıları gercekten pahali.Sunu diyorsa satıcı evet ben disariyada aynı fiyata çok rahat satıyorum sozum yok ama satamiyorsa ki bazı urunlerde gercekten zor ozaman bu grubun iyi niyetinin su istimal edildigini dusunuyorum.’

Üye 5: ‘Siparişim geldiği zaman...resim çekip,teşekkür paylaşımı yapıyorum. Özellikle 2 üretici için...kaç kere bana bile özelden mesaj atıldı....şımartıyorsunuz

bunları....ürünler şöyle kötü...böyle pahalı...vs...gibi. Her defasında..grupta söyleyin sözünüzü....dedim. Üreticiler ile ilgili yorumlara baktım....şikayetçilerden hiç yorum yok gibi.Oysa...memnuniyetsizlik da bildirilmeli ki...aksayan durum düzeltilebilsin.'

Üye 6: *'Merhaba nacizane bende görüşümü yazayım. Grubumuzda faturalı vergi ödeyerek satan arkadaşlar olduğu gibi kira vergi vb gider kalemleri olmayan bir çok üretici var. Arada aracı olmadan yapılan satışlarda fiyatlara inanamıyorum. Bu resmen doğallık adı altında fırsattan istifa etmek. Aynı ürünü organik pazar yada köylü pazarlarında çok daha ucuza alıyorum. Mesela iyi olarak örnek vermek gerekirse Satıcı 16 hanım yumurta artı kargoyu üstelik sertifikayla kendini ispat etmiş her sattığı ürüne vergi ödüyor bu kalemlere rağmen piyasadan çok uyguna satıyor. Ama buna benzer başka ürünler bu maliyet kalemleri olmamasına rağmen piyasa fiyatı yada üstünde satılıyor. Grubun amacı zaten üretici ile tüketiciyi karşılaştırmak ama artık kar kapısı gibi oldu. Her üreticiyi kastetmiyorum. Son olarak ülkemizde bu yıl zeytin verimi çok fazla üretim geçen yıla göre daha çok ama fiyatlar sürekli yükseliyor. Makulu aşılıyor. Burda mesela Satıcı 1 piyasa fiyatının altında satış yapıyor. Böyle olmalı grup bence.'*

Tamamen eleştiri için açılan postların dışında, farklı postların altına yazılmış az sayıda yorumlar da bulunmaktadır.

Üye: *'direk üreticiden bize ulasan şeylerde, kira fatura vergi ödeyen esnafmis gibi fiyatlara alıyoruz ... sürümden kazanmayı neden gözardı ettiklerini anlamış değilim ..evet iyi şeyler almak istiyoruz .emeğinizi de son kuruşuna kadar vermek istiyoruz ..artı kargo arti havale eklendiğinde; kışın gelen bir aylık doğalgaz faturasıyla kafa kafaya gelmesin..alici da düşünölsün..'*

Üye: *'ve fiyat burdakinden ucuz..bazı alışverişlerimi ordan yapar oldum mesela..demem o ki bu şekilde kimse fiyata karışamaz ve kendi çapında yarışamaz ise olay farklı yerlere doğru gider'*

Üye: *'sizde olmadı ben de oldu, o zaman sorun ben de hemen herkeste aynı refleks. Bu can sıkıcı uğraştırıyor. Ben özellikle zamanında çok alışveriş yapıp bir o kadar da sessiz kalanlardanım özellikle. açık söyleyeyim benim alışverişlerim burda yazılanlar gibi olmadı. Bazen okurdum ben de alışveriş yapmışım ama bana aynı yaklaşım olmamış sebebini ben sessiz kalmama bağlıyorum.'*

Üye: *‘Benim için mesele sorun çıkmasında değil çıkar elbette mesele çözüme yönelik davranışlarda. Ben alışverişlerimde kişiye göre farklılık olduğunu gördüm azaltmayı tercih ettim.’*

4.9.5. Siteye gruba hayranlık

Üyeler genel olarak grubu ve sistemi beğenmektedirler. Takdir edilenlerin başında satıcıların gayreti, doğal ve eski lezzetlere kavuşabilme, güvenle alışveriş yapabilme ve ilişkilerdeki nezakettir. Bunda yöneticilerin rolü yüksektir. Bunu da sıklıkla yorumlarında dile getirmektedirler.

Üye : *‘İyi ki kendisini tanıma fırsatı buldum. Kendimi şanslı sayıyorum. Ellerin dert görmesin Satıcı 24 kardeşim. Kurucu Lider cnm bu güzellikleri keşfetmemizi sağladığın için sana minnettarım.’*

Üye: *‘ve iyiki bu grupta var dediğim, çalışan, üreten, emekçi bir kadın... Eline gönlüne sağlık Satıcı 5...’*

Üye: *‘Ürünleri de kendi de, asıl üretici annesi de harika insanlar, iyi ki gruptalar...’*

Üye: *‘iyi ki sizin gibi üreticilerimiz var.Cok teşekkür ediyorum.İyi çalışmalar’*

Kurucu Lider: *‘Burada aynı anda alisveris yapilmiyor kargosu biraz geciken yaziyor zaten dolayisiyla saticilar bir kac urunun parasini gasbedip bu kocaman gruptan olmak istemez ve inanin hepside cok iyi niyetli suanda ben bu ekipten cok cok huzurluyum’*

Üye: *‘21 aylık oğlum Ali ile aramızda geçen konuşma : - (ben) komşu komşu hu oğlun geldi mi? - (Ali) geldi - (ben) Ne getirdi ? - (Ali) Mama - (ben) Kime kime (bunu kim diye algıladı sanırım) - (Ali) Kargooooo Halimiz ahvalimiz budur çocuk market pazar bilmiyor ama kargoculari iyi tanıyor’*

Üye: *‘2018 yılı bana guzelliklerle geliyor,zeytin berekettir çok güzel bir yıl olacak benim için İyi ki sizlerle yolum kesişmiş Topluluk X’*

Üye: *‘Teşekkürler Topluluk X,teşekkürler ♥’*

Üye: *‘Birisi çok borçlu bir şekilde vefat eder de; evlatları mirası reddetmek durumunda kalır. Yaklaşık yarısı gazetecilikhabercilik olmak üzere; 65 yıllık ömrümde miras reddini duydum da böylesi güzel ve asil bir şekilde hediye reddini, ilk kez, Topluluk*

X'te duyup şahit oluyorum. Kurucu Lider nasıl bir grup yarattığınızı görüyor musunuz? Ne kadar gurur duysak azdır diye düşünüyorum'

Üye: 'Siz ne yüce gönüllü insanlarsınız böyle seviyorum sizleri'

Üye: 'iyiki grubumuzdasınız.yolunuz açık kazancınız bereketli olsun'

Üye: 'Satıcı 1 bey bizde inş ilk partide oluruz gerçekten çok iyi bir esnafsınız sizi tebrik ediyorum işini severek yapan kişiler her yönden kazanır tekrar tebrik ediyorum'

Üye: 'Hiç bilgim olmayan bir konu tek yorumum Topluluk X'in Kurucusu Kurucu Lider Hanım ve sevgili adminler bizim için çok emek sarfediyorlar.Kendilerine mutesekkirim...'

Üye: 'Bu vesile ile isini dogrulukla yapan herkesi kutluyorum.'

Üye: 'Üreticilerin incinme ihtimali içimi acıtıyor Onları böyle güç bulmuşken kaybetmeyi istemem'

Üye: 'iyiki varsınız çünkü herşeye tu kaka dediğimiz bu dönemde insanın kendisine cesaret ve yol gösteren dostlara fazlasıyla ihtiyacı var hepinizin emeğinize sağlık'

Üye: 'Ben grupta yeniyim ve acikcasi hayretler icindeyim gercekten paraniz yatmadan yolladiysaniz urunleri helal olsun diyorum sapka cikaririm sizlere'

Üye: 'Genetiğiyle oynanmamis bu pirinç mutfaklarımıza gireceği için sevgili Kurucu Lider'e ve Satıcı 10 beye çok teşekkür ederim. Topluluk X'te bahsedilmese siyez bulguru ve sarı kılçık pirincinden haberdar olmayacaktım'.

Üye: 'abla tam aradığın grup oldugunu biliyodum'

Üye: 'Bu grup gerçekten bir aile gibi. Üye oğlumun teog seçim sürecinde ciddi bir danışmanlık yaptı bana. YadaSatıcı 7 Hanım son reçelini Tuzla'ya kadar getirdi benim için. Üstelik güzel bir supruzi de vardı. Genelimiz böyle aslında. Dost ve yardımsever.'

Üye: 'yağ fiyatlarının alıp başını gittiği kimilerinin beğenileri fırsata cevirdiği bir dönemde 29 tl'lik bir fiyatla boylesi güzel bir erken hasat yağı bizlere göndermeniz gerçekten her türlü takdiri hak ediyor.iyiki varsınız iyiki grubumuzdasınız'

Üye: 'Geçen sene alıp denemiştım evet yağ çok güzel hayırlı bereketli olsun bol kazançlar dilerim birde Satıcı 14 beyin yağı çok güzel. Şahane bu grup'

Üye: 'Grubu karıştırmak istemiyorum grupta alışveriş çok güzel bozulmasını zarar gelmesini istemem'

Üye: *‘teşekkürler Kurucu Lider hanım ve grup adminlerimiz,bizleri böyle güzel karakterlerle buluşturduğunuz için.’*

İlişki türü temasını oluşturan alt temalar ile ilgili yansıtımlı araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şöyledir:

‘Satıcı 5 hanımdan sürekli zeytin alırım. Mükemmeldir tatları hiç markettekilere benzemez, babaannemin yaptıklarına benzer. Ayrılan satıcı Q beyden de zeytin yağı ve incir aldım, erken hasat soğuk sıkım zeytinyağı mükemmeldi. Daha önce ne yiyor muşum diye çok şaşırdım. Aldığı uluslararası altın madalya ödülünü gerçekten hak ediyor. Bu gruptan aldığım tüm ürünlerden memnun kaldım. Çok şaşırtıcı bir şekilde gurme ürünler var hepsi doğal ve piyasa fiyatlarında. Tüketiciler için ütopya gibi bir yer burası.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.15, 28 Nisan 2017)

‘Gruptakiler ağzının tadını biliyor.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.15, 28 Nisan 2017)

‘Bu bir yiyecek ve alışveriş grubu olmasına rağmen insanların birbirlerine böyle duyarlı olması arada sadece müşteri alıcı ilişkisi değil de ihtiyaçları olduğunda birbirlerinin yanında olmaları desteklemeleri her sıkıntılarını paylaşmaları grubun bir nevi sevgi ve güven bağıyla bağlı kocaman bir aile olduğunun göstergesi. Böyle sosyal bir platformda bunu başarmış olmaları takdir edilesi bir durum.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.26, 10 Mayıs 2017)

‘Sanal ortamdaki birlikteliklerini gerçeğe taşıdıkları bu tarz etkinlikler yapıyorlar. Hele yazın daha çok. Bu yazda Satıcı 16 hanımın çiftliğinde bir etkinlik olacak.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.27, 10 Mayıs 2017)

‘Herkes sucuklara bayıldığını, gönül rahatlığıyla yediklerini, çocuklarına Satıcı 24 sayesinde sosis sucuk yedirebildiklerini, bunun yanında esnaflığının da çok iyi olduğunu söylediler. Satıcı 24’ten sonra dışarıdan sucuk sosis almadıklarını yazdılar. Bu kadar insanı birden memnun etmek kolay bir iş olmasa gerek.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.76, 3 Kasım 2017)

‘Sıralı açılan ürün üretici sorma postlarının cevaplarına bakınca şaşırmadım. Genel olarak grupta satıcılardan memnuniyet yüksek olarak gözükmemekte. Kurucu Lider hanım istediği ütöpik satış ortamını kurmuş gibi.’ (Yansıtımlı araştırmacı günlüğü s.78, 3 Kasım 2017)

‘Satıcı 15 Hanım da grupta tarhanalarının paketleri patlamasın kimse mağdur olmasın diye diktiği bez torbalarının fotoğrafını arkadaşlarıyla paylaştı.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.86, 17 Kasım 2017)

‘Bir üye, Satıcı 20’den geçen sene 2 kg ceviz aldığını, bu senede 6 kg sipariş verdiğini ancak bu seneki cevizlerin geçen senekiyle alakası olmadığını, cevizlerin yarısının büyük olduğunu ve tatlarının acı olduğunu söyleyerek tepki gösterdi. Satıcılara seslenerek “insanlara ne gönderiyoruz diyerek gönderdiklerinize hiç bakmıyor musunuz” dedi. Zaman zaman böyle memnuniyetsizliklerde oluyor’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.85, 9 Kasım 2017)

‘...tüm bunlardan sonra cevizleri grupta paylaşarak Satıcı 21 Hanım’ın iyi niyetinden ve ona olan güveninden şüphe duyduğunu belirtti. Satıcı 21 Hanım’ın cevizleriyle ilgili daha öncede birkaç sorun yaşanmıştı. Yorumlarda Satıcı 21 Hanım’ın geçen yıl ki cevizlerinin çok iyi olduğu ama bu yıl ki cevizlerinin o kadarda iyi olmadığı yazıldı. Hatta bir üye bütün şikayetlerin Satıcı 21 Hanım’a olduğu, alışveriş yaparken iki kez düşünülmesi gerektiğini yazdı.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.90, 4 Aralık 2017)

‘Kurucu Lider Hanım bugün grupta bir duyuru yaptı. Satıcı 21 Hanım’la ilgili yaşanan problemlerden dolayı bir karar aldığını yazdı. Grubun Satıcı 21 Hanım ile ilgili ikiye bölündüğünü, bu durumda onu gruptan çıkarmak değil de ürün kısıtlaması yapmak olduğunu söyledi. Satıcı 21 Hanım’ın en iyi ve sorunsuz ürününün yaprak olduğunu, yaprak zamanı ürününü satıp diğer ürünleri artık grupta satmayacağını duyurdu. Bu kararına çoğunluk yerinde ve çok doğru buldu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s. 91, 12 Aralık 2017)

4.10. Satın Alma Süreci

Bu tema; 208 dosyadan 831 referansla oluşmuştur. Fiyat, kargo, sipariş süreci ve telafi alt temalarından oluşmuştur. İnternet yapısı ve işleyişi bakımından yeni bir tüketici tipi yaratmaktadır. Bu tüketici tipi özellikle davranışsal açıdan geleneksel tüketici tiplerine göre farklı özellikler taşımaktadır. Sipariş süreci aşamalarının her biri bu yeni tüketici için önemlidir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen bu perakendeciliğin başarısı pazarlanan ürün ve hizmetlerin çeşitliliğine ve kalitesine, ürün eşsizliğine, internet ortamına ve dağıtım kanalının etkinliğine bağlıdır (Enginkaya, 2006, s. 14-15).

4.10.1. Fiyat

Fiyat alt teması, üyelerin fiyat hakkında bilgi aldıkları post ve yorumlardan oluşmaktadır. Bunun dışında yapılan kampanyalarda bu alt tema içerisindedir.

Üye: *'Merhaba Satıcı 4 hanım. Kg ne kadar salcalarin BeğenDaha fazla ifade'*

Üye: *'Fiyat listeniz?'*

Üye: *'Bende fiyatlarını zi ogrenebilirmiyim'*

Üye: *'ben fiyatlarını alabilirmiyim ona göre kilolarını netleştireyim'*

Kurucu Lider: *'Kapıda ödemeyi bizim gruptaki satıcılarımızın bir cogu küçük esnaf olduklarından anlasamaz anlasanlardada ek maliyet cikiyor havale kargo kapıda ödeme ek masrafı derken astarı yüzünden pahalı oluyor'*

Satıcı 10: *'Çeltik başı ve Çiftlik köylerinden ay sonu hasat edilecek prinçler, tüccara geçen seneki fiyattan yani 7 tl ye dökme oarak satılmaya başlandı. Biz de üretici çiftçiler ile görüştük ve tarladan bu fiyattan alım yapacağız. Ancak nakliye, hamaliye ve ambalaj bedeli ile birlikte kilosu bize tahminen en fazla 8tl ye gelmiş olacak... net fiyat talep toplanınca belli olacaktır. Piyasada içine başka pirinç katılmamış Sarı kılçık 9tl ila 12tl den satılmaktadır. Karışım yapılmış pirinçler ise bölgede 6tl ve 7tl den satılmaktadır... Kargolar bizim mng ile anlaşmamız üzerinden indirimli olarak ücretlendirilecektir. 5kg ye kadar 8tl. 10kg ye kadar 10tl 20kg ye kadar 15tl 30kg ye kadar 20tl 40kg ye kadar 30tl 50kg ye kadar 40tl'*

Satıcı 10: *'hanım 1kg 8tl yerine guruba indirimli 6.5 tl'*

Üye: *'Fiyatı nekadar'*

Üye: *'Fiyat bilgisi alabilirmiyiz'*

Üye: *'Merhaba fiyat alabilirmiyim'*

Üye: *'Ürün listenizi ve fiyatlarını nerede görebilirim?'*

Üye: *'Bademin fuati ne'*

Üye: *'Satıcı 1 bey 10 kg fiyat nedir?'*

Üye: *'Bende istiyorum ama fiyatı bellimi'*

Üye: *'Ellerinize sağlık fiyatlarını söylerseniz iyi'*

Üye: *'Merhaba ben domates sosu ve salça almak istiyorum fiyatları öğrenebilirmiyim sevgiler'*

Üye: 'Gurupta yeniyim.Fiat konusundabilgi alabilir miyim'

Üye: 'Plastik pakette kargo ve kdv 54 hediye 60 tı mi oluyor, teyit etmek için soruyorum. Pekibir kiloda sekilde görüldüğü gibi kac paket var'

Üye: 'Kilosu ne kadar oluyor'

Üye: 'Fiyatlarına nerden bakıyoruz'

Satıcı 29: 'Beyaz çiğ tahin 1kg 15 tldir. Kargo 6 tlden başlıyor.'

Üye: 'hanım mesaj attım size, fiyat bilgisi için'

Üye: 'tüm ürünlerin Fiat bilgisini atarsanız sipariş vermem daha kolay olur'

Üye: 'Gün kurusunun fiyatı ne olur tahminen Satıcı 18 hanımcığım..'

Üye: 'Satıcı 18 hanım ben sizden tekrar guncel urun ve fiyat listesi alabilirmiyim'

Üye: 'Satıcı 18 hanım taze kuru kayısı fiyatları ne kadar'

Üye: 'Defne tohumunun fiyatı nedir'

Satıcı 7: 'PORTAKAL :

Portakal Ürün bedeli : 5.-TL

Stok : 100 kg

(peyder pey dalından toplanacak gelecekler hepsi)

Washington cinsi bol sulu mis kokulu 😊

-Bergamutlu Çay içmek isteyenler için Taze BERGAMUT meyvası :

Orta boy ürün bedeli :10.-TL

Orta boy stok : 4 adet

-KUMKUAT/ KAMKAT /ALTIN PORTAKAL :

Ürün bedeli: 30.-TL

Stok : 4 kg

C vitamini deposu 1 adeti özellikle çocuklar ve yaşlılar için günlük C vitaminini karşılıyor ,

Diyabet hastaları için ideal bir meyva ☺ □

-LİMON :

Limon ürün bedeli : 8.- TL

Stok : 100 kg

(peyder pey dalından toplanacak gelecekler hepsi)

sulu çekirdeği az yeşilden sarıya dönen YERLİ cins Limonlarım 😊

-MANDALİNA :

Mandalina ürün bedeli : 5.-TL

Stok : 100 kg

(peyder pey dalından toplanacak gelecekler hepsi)

aroması yüksek çekirdeği az Nova cinsi mis kokulu mandalinalarım 😊

Kargo bedelleri:

1-3 kg : 7,64 TL

4-5 kg : 8,68 TL

6-10 kg : 11,81 TL

11-20 kg : 20,83 TL

Yukarıda verilen örnek yazışmalarda olduğu gibi üyeler sıklıkla ürünlerin ve kargoların fiyatlarını sormaktadırlar. Satıcılar soruların altına ya da özelden bu soruları yanıtlamaktadır. Bazen de üreticiler direkt fiyat postları açıp liste halinde ürün fiyat, gramaj bilgisi paylaşmaktadırlar. Belli zaman aralıklarıyla çeşitli konularda kampanya yapıldığı da grupta gözlenmektedir.

Satıcı 28: 'Toplu gönderim yapacağımdan indirimli olur kanaatindeyim.siz hangi şehirdesiniz?'

Satıcı 28: 'Anadolu yakasında Kartal'a indirimli gönderebiliyorum Satıcı 7 hnm adresine,Kartal organik pazarında ürün sahiplerine dağıtımını yapacaklar kendilerini,ordan alabilerseniz aldirabilerseniz daha ucuz olur maliyeti'

Satıcı 39: 'ŞOK KAMPANYA!!! ÇANTADA KOLAY TAŞINAN DOĞAL KAĞITTAN 1 KUTU 50 GR KUTU 3 TL KOLİ ALIRSANIZ 100 TANE 250 TL KARGO BİZE AİT.'

Satıcı 7: 'Bana yakışanı yapıyorum ve diyorum ki bu gidişata bir dur diyeyim bir hareketlilik katayım bir YIL SONU KAMPANYASI yapayım boyuma posuma gücüme bakmadan

-VARAN 1: YILBAŞI gecesi 24.00'a kadar talep edilen her 2 reçel siparişine 1 reçel de benden hediye



-VARAN 2 : YILBAŞI gecesi 24.00'a kadar talep edilen her 8 kg Narenciyeye 2 kg Narenciye portakal veya mandalina da benden hediye



Perşembe günü Kartal Üretici ve Köylü Pazarımıza gelecek dostlar için o günde geçerlidir naçizane kampanyam'

Satıcı 7: 'Kampanyam hala geçerlidir'

Satıcı 7: 'Bir güzellik daha yapıyorum Yıl Sonu Kampanyamı Ocak 2018 ayı sonuna kadar uzatıyorum canlar'

Satıcı 33: 'Kampanya bitmek üzere. Bilgilerinize'

Üye: 'Satıcı 17 bey sabun kampanyanız vardı, 3 kg sabun kargo dahil 60 TL.. Bitti mi o kampanya? Bitmediyse 3 kg almak istiyorum..'

Üye: 'Kampanya mı vardı? Ben kaçırdım:('

Üye: 'Şansıma küsüm, ihtiyaçlarımızı hep anneler gününe ve bayramlara saklamamız gerekiyormuş demekki. Şunu hissediyorum hani vergini zamanında ödersin herhangi bir indirim olmaz. Yıllarca geciktirirsin, cezayı silerler'

Üye: 'Kampanya mi vardı devam ediyormu? nasıl bir kampanya?'

Üye: 'Ne kampanyasıydı ben duymadım'

Üye: 'Evet Satıcı 3 Bey? Haberimiz olmadı.Nedir kampanya? Biz de katılırız belki'

Üye: 'Hiç haberimiz olmadı,biz de kampanyadan istifade etmek isterdik'

Üye: 'Tekrar kampanya yapın görmedik'

Satıcı 3: 'Kampanyamızdan faydalanmak isteyen fakat faydalanmak isteyip kaçırdığını düşünen dostlarımız için yarında verilecek siparişler kampanya dahilinde olacak. Kampanya hakkında bilgi almak isteyenlere de 24 tl olan litre fiyatı 22 tl ye indirilmiştir.'

Üye: 'Satıcı 10 bey merhabalar, size tekrar tuz sipariş vermek istiyorum ama indirim kodunu hatırlamıyorum, yardımcı olabilir misiniz?'

Üye: 'İndirim devam ediyor mu'

4.10.2. Kargo

Kargo üyelerin sık sıkıntı yaşadığı bir konudur. Hem kargo ücretleri hem taşımalardaki özensizlik grup postlarında sıkça dile getirilmektedir. Sıkıntı yaşadıkları kargo firmalarının isimlerini paylaşmaktadırlar. Yazışmalardan farklı şehirlerde farklı kargoların sorun çıkardığı, her kargo şubesinin tutumunun farklılık gösterdiği gözlemlenmektedir.

Üye 1: *‘Sürat Kargo yine kazandı Satıcı 14'den gelen bu ürünleri evime getirtmek için yapmadığım kalmadı genel müdürlüğe kadar aradım amaçları kargomu kendim gidip almamı sağlamaktı oldu bugün pes ettim kaç günden beri bana teslim edilmeyen ürünleri ben gidip aldım. Telefonlara asla bakmıyorlar muhatap bulamadığınız için sürekli genel merkezi arıyorsunuz. İki gün önce beni arayıp adreste yanlışlık olmuş gelip alabilir misiniz diye sormuşlardı kesinlikle hayır siz evine getireceksiniz dedim. Tamam dediler bugün üçüncü gündü ses seda yok telefona neden cevap vermiyorsunuz dedim çalışanlara yetişemiyoruz dediler. Yerlerde kutular koliler dağınıklık diz boyu çalışan sadece iki kişi. Tabi yetişemezler . Bundan sonra alışveriş yapmadan önce "Fiyat ne kadar? " sorusu yerine "Hangi kargoyla çalışıyorsunuz ?" Sorusunu soracağım.’*

Üye 2: *‘Sıvıları bir tek sürat kargo taşıyor diye biliyorum. Sizi çok iyi anlıyorum benzer bir durumu bende aras la yasamıştım’*

Üye 3: *‘Ben alışveriş yaptığım herkese özellikle soruyorum mümkünse farklı kargo ile gönderim rica ediyorum. Kazara gelecek olursa da çocuğa diyorum sizi şikayet etmekten yoruldum. Ne bir özür ne mahcupluk. Pişkin pişkin 4-5 gün normal cevabı alıyorum. 10 kargonun 9unu kendim almışımdır rahat...’*

Üye 4: *‘Halihazırda bende beklemedeyim. Çarşamba günü kargoya verilen paket hâlâ gelecek.’*

Üye 5: *‘Hemen her kargoyla benzer sorunları yaşamışlığım vardır. Çok sinir bozucu bir durum, geçmiş olsun’*

Üye 6: *‘Kışın 6 kere şikayet ettim gn md dahil getirmediler iubeyi bastım telefonları açmıyodunuz dedim yanlış numaradır aransak sçarız dediler orda aradım telaşdı dogru numaraymış dedim o zamanda cevapları az önce arıca vardı dediler ayak üstü çeşit yalan’*

Üye 7: ‘Benim burada da sürat belki en sorunsuz, sonra da arasla ptt, sürat kapıya gelince mutlaka arıyorlar açan olmazsa, yurtiçi aynen dediğiniz gibi kendilerinden çok nadir evde teslim almışlığımız vardır, ayaklarına gidip almak lazım.’

Üye 8: ‘Sürat mi aman aman.Klasik hikayeleri..’

Üye 9: ‘Surat kargo her yerde aynı. Satıcı 14 beyden zeytin aldım ama hala onlarda’

Üye 14: ‘Sürekli bayii değişimi oluyor..sorun yönetsel.. Aslında bazı müşterilerim aras kargoyu tercih ediyor, fiyatı ona göre ayarlıyoruz’

Üye 15: ‘Kargo isleri maalesef sorunlu. Sizcw iyi kargolar hangileri?’

Üye 16: ‘İnanın hepsi birbirinden beter. Az buçuk MNG daha iyi, şimdilik ondan memnunum’

Üye 17: ‘sürat kargoyla aynı sorunu yaşadım adrese gelmiyorlar gelmiş gibi gösterip adreste kimse yoktu diye şubeden alınmasını istiyorlar bu arada bende İstanbul dayım’

Üye 18: ‘Ben de Satıcı 27’den aldığım kremlerime kargo dahil parasını ödediğim halde benden tekrar kargo ücreti istediler. Gönderici telefonunu aradığımda çıkan hanım merkezi arayıp halledeceğini söyledi.’

Üye 19: ‘Ankarada sürat kargo gayet iyi, Satıcı 14 beyden aldığım incirler geldiğinde evde yoktum , aradılar hatta ertesi gün telefon edip evde olduğumu kontrol ettiler ve paketi getirdiler , demekki değişebiliyor kargo şirketinin çalışma şekli’

Üye 20: ‘Farkını verdik aras kargoyla gönderdi sağolsun Satıcı 14 bey..sorunsuz 1 gün sonra elimize gecti kargomuz’

Üye 21: ‘Bolu’da Sürat en iyisi, yurtiçi felaket’

Üye 22: ‘Bende Satıcı 3 Beyden yağı Sürat Kargoya giderek aldım telefonları açmıyorlar gelenler hep aynı şeyi söyledi oradaki memur yalnızım bakamıyorum dedi Ne zaman gelir dediğimde 2-3 gün sonra olabilir sizin adrese bakan elaman yok deyince mecburen ben kendim aldım daha önceleri bize yakındı şimdi üçyolda Egepol hast yakım bir yere taşınmışlar İzmir’

Yukarıdaki postta gözlemlenebileği gibi üyeler farklı şehirlerde farklı kargolarda sorun yaşamaktadır. Onun dışında kargonun konu olduğu başlıca yorumlardan örnekler aşağıda sıralanmaktadır.

Üye: 'Kargo ne kadar'

Üye: 'Kargo ile gönderiyormusunuz ve kargo ücretini öğrenebilirmiyim '

Üye: 'Kargo varsa isterim ben '

Üye: 'Kargo bilgisi lütfen '

Üye: 'Kargo ücreti belli mi acaba '

Üye: 'Toplamda 45 tl üzeri alışverişlerde kargo ücretsiz. Sadece sarımsak alırsanız 4 kg da kargo ödemiyorsunuz. Siparişinizi Siyez ürünleri ile de tamamlayabilirsiniz.'

Üye: 'Satıcı 6 bey kargo için anlasma yapabilseniz ne iyi olurdu : ('

Satıcı 6: 'Kargo firmaları bal taşıyor. Bir de benim gibi küçük çaplı üretici ile anlaşma yapmıyorlar. Ben de PTT kargo ile gönderiyorum.'

Üye: 'Benim kargolarımı cumartesi günü zorla getirdiler bu mng kargo dan çok çekiyorum teşekkürler'

Üye: 'Ürün satışı yapanlar kargo şirketlerinin patronu falan değil ki her yerin bir çalışma şekli var eğer riske atamayacaksınız sipariş vermeyeceksiniz.'

Üye: 'Black Friday'dan sonra şimdi de yılbaşı yoğunluğu yaşanıyor sanıyorum. Daha kendilerine gelemeden yine yoğunluk var. Ben de sipariş için Ocak ayının ilk haftasının geçmesini bekliyorum. Bunun bir de 14 Şubat'ı olacak sanırım.'

Üye: 'KARGOM GELDİ KARGO GÖREVLİSİNE ÜRÜNÜ AÇIP KONTROL ETMEYİ TEKLİF ETTİM KABUL ETMEDİ BENDE İADE ETTİM.'

Üye: 'gönderen satıcıda sorun yok.gönül rahatlığı içinde tüketilecek ürün.sonrasında kargo stresi başlıyor.aldığım ürün nemli et ürünü (5) gündür sıkı sıkı paket içinde hava soğukta olsa hava almadan duruyor.nemli bir şeyi havasız 5 gün paket içinde bırakın bakalım ne oluyor.bu bahsettiğim gıda ürünü.siz olsanız böyle bir durumda bu ürünü içinize sindirerek tüketirmiydiz?ne yapmalıyım sizece?ha buarada hala ürün elime gelmedi kargoda..bekliyorum..'

Admin 2: 'Kargo şirketleri gıdaya sigorta yapmıyor ürünü gönderiyorsunuz işiniz Allaha kalıyor gibi maalesef böyle'

Kurucu Lider: 'ARKADASLAR KENDİ ÖDEDİĞİNİZ KARGO ÜCRETLERİNDE LÜTFEN KARGO ELEMANLARINDAN, ÜRÜNÜ TASIMALARINA AIT OLAN MAKBUZU İSTEYİN. BÖYLECE SIZDEN FAZLA ÜCRET TALEB EDEMEZLER .BU

KONUDA GEÇMISTEDE YAZDIK AMA MAĞDURİYETLER DEVAM EDİYOR TEKRAR HATIRLATMAK İSTEDİM'

Üye: 'Kurucu Lider hn. Sanırım tedarikçilere kargoların söylediği fiyat kdv hariç olabilir. Tüketici fatura alırken %18 kdv eklendiği için fiyat artıyordur'

Satıcı 13: 'KDV hariç listeler geliyor bize ayrıca ufak tefek ücretler de ilave ediyorlar yüzde yirmi ekleyip fiyat vermek lazım birde mobil bölgelerde kargo ücreti çok çıkıyor'

Üye: 'Banada bu şekilde gelmişti, bu adamlar körmü içindekinin ne olduğunu bile bile atıyorlar ordan oraya!!'

Üye: 'Şu kargoculara hayret ediyorum. Bir teneke nasıl bu hale gelir? Bir bidon nasıl dört parmak içeri girecek şekilde yırtılır? Bunun olabilmesi için nasıl atıyorlar acaba?'

Üye: 'Eve getirdiklerinde yere bir attılar ki koliyi pat diye, dedik benim yanımda bunu yapıyorsunuz acaba baska yerde nasıl taşıyorsunuz. Yağ tenekelerinde illa ki bir yamukluk oluyor her seferinde. Birinde sizma da olmustu hatta. Gönderici kaynaklı olmadığı kesin. Ama kargo firmaları da artık bir ceki düzen verse keske. Yüzlerce liralık gidamız çöp oldu onlar yüzünden. Özellikle yurtiçi kargo.'

Satıcı 1: 'Eyvah...! dedi eski çalışanlar beni görünce Satıcı 1 abi sevkiyata başlamış yine !... Yeni elemanlar tanımıyor tabii ki beni, şaşkınlık içerisinde Nede olsa 1 yıldır gönderi yapmıyorum Müdür çıktı hemen dışarı, Özledik seni diyor.. Ama sen ne yaptın böyle, sakın içeri mal koyma, müşteriler şikayetçi oluyorlar, mümkünse kapı önüne koy, nede olsa içerisi dar bu gidişle ek depo, fazladan eleman veda araç siparişinde bulunacam "..... :) Ardından tüm elemanları dizip, Satıcı 1 abinin malları tıpkı yumurtaları gibi nazik taşınacak haaa diye tenbihliyor :) Şaka tabii ki :)

Elemanların suratları asık, " abi biz ne güzel 1 yıldır rahattık yorulmuyorduk ,sen geldin rahatımız kaçtı " İyi işte size bedavadan antrenman olacak dedim :) Ardından gönüllerini aldım ve dedimki "bu sene zeytinleriniz benden " 20-30 kiloya alışığım ,ama bu sene eski bir müşteri 50 kg sipariş verince'

4.10.3. Sipariş süreci

Gruptaki alıcıların ürünü sipariş etmesiyle başlayan süreçte yaşananları ortaya koyan bir alt temadır. Genel olarak ürün tanıtımı postu açan satıcıların postunun altına sipariş vermek için yorum yazan alıcı üyeler yorum yazmaktadırlar. Tüm ürün

tanıtımlarının altında bu süreci yansıtan benzer yazışmalara rastlanmaktadır. Sipariş süreci önemlidir çünkü satılan ürünler çoğunlukla mevsimselliği olan ürünlerdir ve fabrikasyon olmadığı için sınırlı stokludur. Genelde birçoğu için önceden sıraya girilmektedir. Çoğu yeni döneme kalmadan tükenmektedir. Örneğin grupta salça satışı yapan Satıcı 4'ün postunun altına yazılanlar aşağıdaki gibidir.

Satıcı 4: *'Merhaba sevgili arkadaşlarım.allahın izniyle bu yılki domatezzz:) salcamızın 1. partisi kurudu.. 2. Parti Bir yandan sıkılıp teknelerde güneş ile buluşuyor. Biber salçasının da tamamlanması eylüle yaklaşır..şimdi önce acil yurtdışı na elden giden kargolarımı göndericem..sade domates olanları işlerimden fırsat buldukça kargoluycam.notlarımdaki sıraya göre yolluycam bilginize.... Bağdan SEVGİLER efenim.....'*

Üye 1: *'Satıcı 4 Hanım annem için de 2 kg domates,1 kg biber salçası not eder misiniz?'*

Üye 2: *'Satıcı 4 hanım listeye yazmистiniz sanırım ismimi degilmi Biber salçasıyla beraber istiycem'*

Üye 5: *'Bende 4 kilo domates salçası İstiyorum ama başka siparişlerimde olabilir salça için listeye alırsanız memnun olurum.'*

Üye 6: *'Bende 3kilo domates 1kiloda acı biber alıyım Satıcı 4 hnm*

Üye 7: *'Kolay gelsin, siparişim için mesaj yazıyorum'*

Üye 8: *'Ben de istiyorum bozulmuyorsa ben de 3 kilo domates 2 kilo biber yapılacak'*

Üye 9: *'Satıcı 4 hanım ben isim yazdırmıştım size daha önce kg belirtmemistim sanırım 3er kg ıkı adet domates salçası istiyorum ne zaman gondericeksiniz bellımı'*

Üye 10: *'Satıcı 4merhaba,bende domates ve biber salçası istiyorum.Benide listeye alırmısınız.Biber de olduğu zaman ikisini bir alırım.O zaman kg belirtsem olur mu'*

Üye 11: *'Satıcı 4 Hanım listenizde ismim var değil mi? kontrol edebilir misiniz?'*

Üye 12: *'Satıcı 4 hanım merhaba daha önce 10 kg domates salçası istemiştım, bir kg tatlı bir kg acı biber salçası bir de bir kg çemen ekleyebilir misiniz ?'*

Üye 13: *'Satıcı 4 hanimcim 1kg domates salcasi 1kg aci biber salcasi istanbula donunce gonderebilirsiniz ekim sonu gibi hayirli işler'*

Üye 14: *'bende sıradaydım unutmayın'*

Üye 15: ‘*Satıcı 4 hanım bende 1 kg tatlı biber 1 kg domates salçası istiyorum kolay gelsin*’

Üye 16: ‘*Merhaba Satıcı 4 hanım bende 3 kg domates salçası alabilirmiyim kolay gelsin*’

Üye 17: ‘*Satıcı 4 hnm 5 kg domates salçası istiyorum listeye yazarsınız Kolay gelsin*’

Üye 18: ‘*Satıcı 4 hanım ben de daha once de söylemiştim yine söylüyim 5 kg domates salcasi rica ediyorum. .kolay gelsin*’

Üye 19: ‘*Satıcı 4 hanım 1kg cemende eklermisiniz siparislerime..*’

Üye 20: ‘*Satıcı 4 sarkoy adresine 3 kilo sade eriste yollarmisin*’

Üye 21: ‘*Satıcı 4 hnm 1 kg domates 1 kg tatli biber salcasi listeye eklermisiniz*’

Üye 22: ‘*Satıcı 4 hanım benim 2şer kilo biber domatesi 4er kiloya çıkarır mısınız?*’

Üye 23: ‘*Satıcı 4 hanım ben kaçınıcı sıradayım acaba...*’

Üye 24: ‘*Merhaba, ben de 2 kilo domates 1 kilo tatlı biber istesem geç mi kaldım?*’

Üye 25: ‘*Satıcı 4 Hanım ben 5 kilo domates 2 kilo da tatlı biber salçası almak istiyorum geç değilse listenize eklermisiniz? Bide Van a gönderiyormusunuz? Kargo ücreti ne kadar olur acaba?*’

Üye 26: ‘*Satıcı 4 hanım benim siparişim ne zaman gelecek acaba?*’

4.10.4. Telafi

Birçok ürün için sipariş diyalogları yukarıdaki örneklerde olduğu gibi gerçekleşmektedir. Ürünlerin siparişleri bu postlar altındaki yorumlardan alınmakta ürünler özelden görüşülüp teyit edilerek gönderilmektedir. Bazen verilen siparişlerin sonucunda istenmeyen durumlar yaşanabilmektedir. Satıcıların genel tavrı sıkıntıları telafi etmek yönündedir. Zaten gözden kaçan bir durum olursa yöneticiler müdahale etmektedirler.

Satıcı 1: ‘*Son söz : Ne olduğunu bilmediğiniz Kapalı kutuda ürün alıyorsunuz,Kapak hatalı çıkar,hava alır Satıcı 1 hatalı çıkar tuzunu eksik koyar her neyse.... 3-5 ay sonra kapağını açtığınızda ürünümden memnun kalmazsanız bana mesaj atınız lütfen Biz beğenmedik deyiniz,Ücretiniz eksiksiz iade olacaktır Ha iade etmezsem*

*eğer memnuniyetsizliğinizi genelden paylaşınız lütfen (para kolay kazanılmıyor)
Ürününün sonuna kadar arkasındayım, '*

Satıcı 5: 'Anlayışınız için teşekkür ederim, Üye hanım zaiyat veren kısmı bana bildirebilirmisiniz lütfen.. gereken neyse yapalım.. sağlam çıkan taneler evinize bereket getirsin inşallah.. '

Satıcı 5: ' merhaba Üye hanım, zararın önemi yok, zaiyat veren kısmını bana lütfen bildirin, gereken neyse yapılsın.. anlayışnz için teşekkür ederim.. çıkan taneler evinizi bereketlendirsın inşallah '

Satıcı 5: ' Anlşyisiniz için tesekkur ederim Üye hanım, sıkıntı olursa gereken neyse yapılacak zaten.. Sizin gonlunuz hos olsun, sorun yok .. Hsber bekliyorum.. '

Üye: 'Teşekkür ederim inşallah çıkmaz Satıcı 5 hanimında ilgileneceğini düşünüyorum oluyor böyle şeyler keşke olmasa ama '

Üye: 'memnun değilsen mesaj atarsın telafi edilir, hiç bir küçük üretici arkadaşında memnuniyetsizliği sümen altı etmez, etmeyi aklından dahi geçirmez '

Üye: 'Satıcı 8 beyden cevap geldi. Para iadesini yapmak için. Önemli bir miktar değil sonuçta ama herkeze bu şekilde gönderiyor muş. Genelde salata lara konmak üzere aldığımız için bilemeyiz. '

Üye: 'Bizim zeytinin iki kilosu İstanbul yerine Samsun'a gitmiş ,bugun yenisi geldi,bol bereketli satışlar olsun ,ilgili ve duyarlı satıcı , '

Üye: 'Merhabalar, bunu yazmadan geçemeyeceğim. Çok kısa bir süre önce Üye 3 beye zeytinyağı siparişi verdim ve yanında sadece tadımlık zeytin istedim. Üye 3 bey zeytinyağlarıyla birlikte zeytini de göndermiş fakat zeytin kargo sürecinde kazaya uğradığı için elime ulaşmadı. Üye 3 bey zeytinleri bir şekilde bana ulaştıracağını söylemişti. Ama ben üstünde fazla durmadım açıkcası unutulur diye düşündüm. Bugün sürpriz bir kargo geldi Üye 3 bey zeytinlerimi göndermiş. Hemde istediğimden fazlasıyla '

Satıcı 32: 'Aralarından 7 üyemize Kargo dan kaynaklanan sorun nedeni ile bu üyelerin mağduriyetini önleyerek telafi ettik. '

Satıcı 4: 'güneş salcası olduğu için normal.alışamassanız iade edebilirsiniz.nalum damak tadı.15 gün güneşte kuruyor kaynatma daha tatlı tatlı oluyor.zor yazıyıyorum. '

Üye: ‘uzerinde yazmasına ragmen elemanlar dikkat etmiyor. Satıcı16 hanimin hatası olmamasına ragmen ücretini almadi.’

Üye: ‘İlk siparişimde bir kavanoz kırılmış benden çok dert etti hemen telafi etti.’

Üye: Satıcı 12: ‘hanımdan yaprak ve sarma aldım. Sarmada kargo kaynaklı bir problem yaşadık ve kendisi bu problemi hemen telafi yoluna gitti’

Üye: ‘Benim de cevizlerim çok iyi hepsi kar gibi. Bir poşeti yanlışlıkla 25 liralık göndermiş ve söylediğimde hemen tanıdı. 25'lik ceviz olduğunu söyledi. Ve ertesi gün telafisini yaptı. Üstelik kargo ücreti ödemedim. Sizin gerçekten şanssızlık olmuş. Kötü niyetle değildir. Telafi edeceğini düşünüyorum. Yoğunluğuna denk gelmiştir. Sizin adınıza üzuldüm.’

Satın alma sürecini oluşturan alt temalarla ilgili araştırmacı günlüğüne yansıyanlar şu şekildedir:

‘...kargonun bedava olacağını söyledi. Postun altında bir sürü sipariş vardı. Böyle kampanyalar müşteri çekiyor kesinlikle.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.20, 3 Mayıs 2017)

‘Satıcı 5 Hanım müşterilerle tek tek irtibata geçip hiçbirini kayırmadan onlarla ilgilendiğini söyledi. Mağduriyetlerini gidermek istediğini belirtti. Üzgün ve şaşkın olan Satıcı 5 Hanım bundan sonra bezelye satmayacağını söyledi. Ödeme yapanların parasını iade edeceğini yapmayanlardan da ödeme talep etmediğini belirtti. Herkesten helallik istedi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.25, 10 Mayıs 2017)

‘Satıcı 26 Taşköprü sarımsaklarını neredeyse hazır olduğunu yaklaşık bir hafta daha kuruduktan sonra satışa başlanılacağını duyurdu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.51, 22 Temmuz 2017)

‘Satıcı 15 bugün grup arkadaşlarından yardım istedi. Geçen sene tarhanayı 25 tl den veriyormuş. Bu sene daha masraflı olduğunu söyledi. Fiyatı artırmak istiyor ama kimseyi mağdur etmek istemediğini çoğunluk ne derse uyanacağını belirtti. Arkadaşlarından fiyat tavsiyesinde bulunmalarını istedi. Bazı kişiler fiyatın artmasını istemedi. Bazılarıysa pahalı olsun doğal olsun dedi. Grup ürün fiyatını belirlemede satıcıya yardımcı oluyor. Aralarındaki samimiyet bu derecede...’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.51, 22 Temmuz 2017)

‘Satıcılardan kargo şirketleriyle konuşup gönderdikleri şeylerin yiyecek olduğunu belirtmelerini rica etti. Kargoların hepsinde sıkıntı oluyor. Ve bu sıklıkla dile getiriliyor. Bu da o postlardan biri işte...’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.54, 2 Ağustos 2017)

‘Satıcı 4 yılın ilk domates salçalarının hazır olduğunu yazdı. Biber salçasının da tamamlanmasının Eylül’e doğru hazır olacağını söyledi. Notlarındaki sıraya göre kargolara göndereceğini yazdı. Salça için sıraya giren bir sürü üye var.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.56, 10 Ağustos 2017)

‘Satıcı 30 fasulyelerin Ekim ayında yetişeceğini sipariş vermek isteyenleri şimdiden not alacağını söyledi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.60, 31 Ağustos 2017)

‘Kurucu Lider Hanım satıcılarına grupta bir uyarıda bulundu. Fiyat soran üyeleri özele davet etmemelerini, yorum olarak cevap vermelerini istedi. Bu önemli bir konu ve nette sıklıkla karşılaşılan bir durum. Sadece bu grupta değil birçoğunda. Alıcıda güvensizlik oluşturan bu durumda böylece ortadan kalkmış oldu.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.61, 14 Eylül 2017)

‘...3 gün olduğu halde kargonun gelmediğini sonunda gidip kendisinin aldığını yazdı. Bundan sonra ürün alırken ‘fiyatı ne kadar yerine hangi kargo şirketiyle çalışıyorsunuz’ diye soracağını söyledi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.62, 16 Eylül 2017)

‘...Ve her bölgede sıkıntı yaratan kargo aynı firma değil. o yüzden ortak bir çözüm geliştirilemiyor.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.63, 18 Eylül 2017)

‘Ama paket patlak çıkmış. Grup arkadaşlarıyla fotoğraflarını paylaştı. Grup arkadaşları üzüldüklerini dile getirerek bunun kargonun ihmali olduğunu söylediler. Satıcı 15 hanım muhtemelen bir çözüm bulmaya çalışacaktır bu konuya.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.64, 20 Eylül 2017)

‘Kurucu Lider Hanım grupta bugün bir uyarı yaptı. Tüketicilerin kendi ödedikleri kargo ücretinde kargo elemanlarından makbuz istemelerini söyledi. Bu durumdan mağdur olan kişiler olduğu için geçmişte paylaştığı postu tekrarlama gereği duymuş.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.69, 1 Ekim 2017)

‘...Son olarak hatalı çıkan, memnun kalınmayan ürünler olduğu takdirde müşterilerinin ona mesaj atmalarını, ücretini iade edeceğini belirtti. Ve her zaman ki şakacı tavrıyla ‘ürünümün sonuna kadar arkasındayım’ demeyi de ihmal etmedi.’ (Yansıtılmalı araştırmacı günlüğü s.73, 28 Ekim 2017)

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Sosyal ağlarda ortaya çıkan sanal topluluklar, pazarlamanın dikkate alması gereken önemli müşteri kitleleridir. Pazarlama uygulamacıları için ‘gelecek’ bu grupların çevresinde şekillenecektir. Birbirlerine çeşitli değerlerle bağlanan bu gruplar; kendi iç hiyerarşilerini oluşturmakta, ortak temalar etrafında hareket etmekte, topluluklarına özel semboller-simgeler benimsemekte, hareket özgürlüğünü sınırlayan tabular geliştirmektedirler. Bu gruplar, içlerine kabul edecekleri insanları kendilerine has kriterler ile seçmektedir. Tüketicileri sadece demografik faktörlere göre sınıflandırmak, onları çözmek ve uygun karşılık verebilmekte yetersiz kalabilmektedir. Bu sanal grupları anlayabilmek ve homojenize edebilmek farklı kriter değişkenleri kullanmayı gerektirmektedir. Doğru bir çalışmayla bu toplulukların dünyasına girilebilir. Gelecekte etkin bir şekilde var olabilmek, güncel kalabilmek için bu toplulukları tanımak artık lüks değil, zaruret olarak düşünülmelidir. Sanal toplulukların dünyasını anlamak amacıyla yapılan bu çalışmada araştırma soruları çerçevesinde ve ‘Topluluk X’ özelinde belli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar ortaya çıkan on tema başlığında açıklanmıştır.

Tablo 5: Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar

TEMALAR					
ALT TEMALAR	1-) Kurucu Lider	2-) Bilgilendirme-İletişim	3-) Çatışma	4-) Dayanışma	5-) Fonksiyonellik
	Kurucu Lider’e güven ve hayranlık	Üretim süreci	Kurucu Lider’in müdahalesi	Yardımlaşma	Maliyet görünümünden önemli
	Kurucu Lider’in çabası	Ürün ambalajı	Ayrılan satıcılar-sahte grup	Hediye ürünler	Teknoloji
		Ürün arama sorma	Satıcıların mağduriyeti	Kadına destek	
		Ürün- üretici bilgilendirme	Satıcılara itham ve imalar	Sağlıklı beslenme ve tarifler	
			Satıcıları savunma	Sorunlara çözüm önerisi	
			Satıcıların kendilerini savunması	Tavsiye	
TEMALAR					
ALT TEMALAR	6-) Grup Kültürü	7-) Grup Yapısı	8-) Güven	9-) İlişki Türü	10-) Satın Alma Süreci
	Kültür	Doğallık	Analiz ve sorgu	Aile arkadaş gibi	Fiyat
	Ritüeller	Küçük üreticinin emekleri	Demokrasi	Memnuniyet	Kargo
		Grup norm ve kuralları	Güven	Memnuniyetsizlik	Sipariş süreci
			Piyasaya güvensizlik	Sisteme gruba eleştiri	Telafi
				Sisteme gruba hayranlık	

Kurucu Lider bu temalardan ilkidir. Gerek yazılanlar gerekse gözlemlenenler doğrultusunda Kurucu Lider'in grup için çok önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Admin olmak bir grup kurmuş olmanın sonucunda sistemin olağan olarak verdiği bir yetkidir. Bu yetkiye sahip olmanın sonucunda yönetici sıfatına sahip olunmaktadır. Kurucu Lider ise yönetici olmasının yanı sıra lider vasıflarına da sahiptir. Grup, lideri ile özdeşleşmiştir. Lider olarak Kurucu Lider doğal bir liderdir ve liderlerin sahip olduğu teknik, kavramsal ve kişilerarası becerilerde yetkindir (Bulut, 2019, s. 92). Grupta lidere güven ve itimat yüksek orandadır. Grupta uyma davranışını etkileyen gruba bağlılık; üyenin diğer üyelerden hoşlanması, grubun amaçlarının önemli olduğuna inanması, üyelerin birbiri ile uyum içinde olması ve üye olmakla elde edilecek kazanç vb. sebeplerle gerçekleşmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 84). Bu sayılan sebeplerin tamamı üyeler tarafından hem gruba hem lidere karşı vardır. Üyeler sıklıkla Kurucu Lider'e olan bağlılık ve güvenlerini ifade etmekte, o olmadan grubun olmayacağını söylemektedirler. Karşılıksız olarak grup için çalışması ona duyulan güvenin ana kaynaklarından birisidir. Gruplarda liderler genel olarak iki tür edimde bulunmaktadırlar. Bunlar; işin başarı ile yapılması üzerinde odaklanan 'iş lideri' ve kişilerarası ilişkilere özen göstererek grubun uyum için kalmasını sağlayan 'toplumsal lider'dir (Taylor vd., 2010, s. 337). Kurucu Lider fikir veren, bilgi veren, kontrol eden iş lideri ve grupta gerilimi azaltan toplumsal lider olmak üzere iki edimi de gerçekleştirmektedir. Kurucu Lider sağlıklı ilgili bir meslekten emekli olduğu ve kendini sağlıklı beslenme konusunda bilişsel olarak geliştirdiği için üyeleri uzmanlık gücüyle de etkileyebilmektedir. Lider veya yöneticinin bilgi, deneyim ve uzmanlıklarıyla ilgili olan bu güç kaynağı, iş başarımında en etkili araçların başında yer almaktadır (Koç vd., 2016, s. 497).

Bilgilendirme ve iletişim teması gruptaki ürün, üretici ve üretim süreci ile ilgili bilgi akışının ortaya konduğu temadır. Üyelerin çoğu sağlıklı ve doğal beslenmeye dikkat eden kişilerden oluşmaktadır. Zaten kuruluş nedeni bu tip ürün ve üreticilerine ulaşmaya çalışmaktır. Bu nedenle bilgilendirme amaçlı soruların sorulduğu ve bilgilendirme amaçlı açıklayıcı yazıların olduğu postlar grupta sık sık yayınlanmaktadır. İletişim bu nedenle grupta kuvvetlidir. Ne istediğini bilen tüketiciler, karşılarındaki muhatapları olan satıcıları soru ve istekleriyle yönlendirmektedirler. Ortak kimlik ve ortak bağ teorisi, bir gruba bağlanma onun içinde kalma süresi ve katılım gibi konuları açıklamaya yardımcı olmaktadır. Topluluğa katılımı kimlik temelli bağlılıktan kaynaklanan insanlar için kişilerden ziyade tema önemliken topluluğa bağ temelli nedenlerle katılan insanlar için

daha çok gruptaki kişilerle olan sosyal ilişkiler ön plandadır (Grabowicz vd., 2013, s. 3). ‘Topluluk X’ grubu ortak kimlik temelli bir grup olduğu için ortak değer ve temalar paylaşımlarda ön plandadır. Üyelerin yazdıkları konular çoğunlukla yapılan alışverişlerle ilgilidir. Üye olma ve kalma süresi uzadıkça gruba bağlılığın artması ile, gelişen sosyal ilişkiler bulunmaktadır ama bunlar grubun kuruluş neden ve değerlerinin önüne geçmemektedir. Uzun süredir üye olan kişilerin daha çok iletişimde bulunduğu gözlemlenmiştir. İlk kimlik temelli katılımlar bile üyeler zamanla diğer üyelerle bağlarını geliştirmektedir. Alakurt ve Keser’in araştırmasında sanal topluluğa üye olma süresi arttıkça üyeler arasındaki sosyal bağların güçlendiği ve üyelerin daha fazla bilgi paylaşma süreçlerine katıldıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Topluluk X’te de üyelik uzadıkça sanal toplulukta bilgi paylaşımı artmaktadır bu durum araştırma sonuçlarıyla uyumlu olmaktadır (Alakurt ve Keser, 2014, s. 1347).

Çatışma teması grupta farklı fikirlerin, sıkıntıların, suçlamaların aktarıldığı yorumlardan oluşmaktadır. Grubun araştırmaya dahil edildiği zaman diliminin öncesinde (araştırmacının pusuya yatma evresi) bir takım büyük çatışmalar yaşadığı gözlemlenmiştir. Bu çatışmalar sonrası gruptan ayrılan üyeler ve satıcılar olmuştur. Ama çatışmalar sonrasında grup dağılmamış onun yerine yeni grup kuralları oluşmuş, dengeler netleşmiştir. Bu nedenle araştırma zaman diliminde satıcı ayrılığı ile sonuçlanan bir tartışma postu dışında ağır sonuçları olan başka bir olay gözlemlenmemiştir. Genel olarak yaşanan anlaşmazlıklar yapılan alışverişler ile ilgilidir. Yazışmalar saygı ve terbiye çerçevesindedir. Satıcılara yönelik yapılan eleştiri ve ithamlara, satıcılardan önce diğer memnun alıcılar cevap vermektedirler. Topluluk X’in üyelerinin satıcılara yüksek oranda sahip çıktığı gözlemlenmiştir. Çatışmalarda Kurucu Lider genel fikir beyanlarına izin vermektedir. Ama huzuru sağlamak adına her zaman yumuşak bir müdahalede bulunmaktadır. Çatışmalar karşılıklı konuşmalar sonucunda büyük oranda çözülmektedir. Kurucu Lider’in kararlarına ise tüm grup saygı ile yaklaşmaktadır. Grup için en önemli kararlar eleştirisiz grup tartışması diye ifade edilen beyin fırtınaları (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 306) sonrasında ortaya çıkmıştır. Yaşanan çatışma ve fikir alışverişleri sonrasında önemli grup kuralları oluşmuştur.

Dayanışma-Paylaşım teması çok sayıda veri içeren temalardan biridir. Topluluk; üyelerinin aidiyet duygusuna dayanan, bir ortak paydada bulunduğu, sınırları net olmayan belirlenmemiş bir alandaki kapsamlı dayanışma ilişkilerini anlatmak üzere kullanılan bir kavramdır (Çiftçi, Erdem ve Çiftçi, 2017, s. 335). Topluluk X bu sayılan topluluk olma

gereklerinin hepsine sahiptir. Grup içindeki üyeler arasında önemli oranda dayanışma gözlemlenmiştir. Topluluk X her ne kadar sanal olarak başlasa da gruptakiler sonrasında gerçek hayatta da birbirleri ile görüşmekte ve birçok noktada birbirlerine destek olmaktadır. Satıcıların ihtiyaç duyduğu durumlarda ürün toplamasına yardıma gidenler dahi olmuştur. Sağlıklı beslenme grubun kuruluş amacıdır ve bu konuyla ilgili gruptakiler birbirlerini teşvik etmekte buna yönelik grupta ürün bulunmasını sağlamaktadırlar. Silence ve diğ. yaptıkları araştırmalarında; kadın kullanıcıların sağlıkla ilgili konularda online uygulamalara yöneldikleri, kendilerine benzer kişiler tarafından hazırlanan ve kendileri gibi insanları hedefleyen uygulamaları kullanmayı tercih ettikleri ve kendileri ile ilişkilendirip kendileri gibi düşünenlerle, görüşlerini destekleyen sitelerden bilgi ve tavsiye edinmeyi tercih ettiklerini bulmuşlardır (Sillence vd., 2007, s. 1858-1859). Kadın üyelerin ağırlıkta olduğu ve ortak konuları sağlıklı beslenme olan Topluluk X grubunda da bu araştırmayı destekler biçimde tavsiye, paylaşım ve dayanışma vardır. Toplam 45 satıcının 27'si kadın 16'sı erkektir. 2 tane de eşlerin birlikte çalıştığı hesap bulunmaktadır. Kadın üreticilere destek grupta hissedilmektedir. Kurucu Lider gruba satıcı seçerken üretici kadınlara özellikle destek olmak istediğini belirtmiştir. Üyeler ve satıcılarda yorumlarda sık sık kadının gücünden bahsetmektedirler. Üyeler bilmedikleri konular, ürünler ve üreticiler ile ilgili yardım isteyen postlar açmaktadırlar. Buraya yazılan tavsiyeler üyelere seçimleri konusunda yardımcı olmaktadır. Grupta olmayan ürünler sorulduğunda da diğer üyeler yardımcı olmaktadır. Hatta bu şekilde yeni satıcıların gruba alındığı olmuştur. Grupta bir problemle karşılaşıldığı zaman, üyeler dayanışma içinde ortak çözüm bulmaya çalışmaktadırlar. Bu çözümler grup kurallarının oluşmasında etkili olmaktadır.

Fonksiyonellik teması grupta rasyonel tutumların ifade edildiği yorumlardan oluşmaktadır. Grup üyeleri almak istedikleri sağlıkta ve kalitede ürünlere düşük maliyetlerle ulaşmak istemektedirler. Bu doğrultu da üyeler için görünümünden ziyade faydanın daha önemli olduğu gözlemlenmiştir. Üyelerin grupla ilişkisi samimi ve duygusal ilerlemektedir buna karşın alışverişlerin de akılcı seçimler yapmakta ve ne istediklerini bilen bir tavır takınmaktadırlar. Ayrıca teknolojik yeniliklere gruptakiler uyum sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu konudaki deneyimlerini de gruptakilerle paylaşmaktan çekinmemektedirler.

Grup kültürü temasının önemli alt temalarından biri ritüellerdir. En çok post ve yorum içeren başlıklardan bir tanesidir. Ritüellere uyum ve katılım grup duygusunun

oluşması için önemlidir. Topluluk sınırlarının onaylanması ve pekiştirilmesinde başvuru simgesel düzenekler repertuarında ritüelin, öncelikli bir yer işgal etmesi şaşırtıcı değildir. Ritüellerin büyük kısmının topluluklardaki, topluluk olma bilincini yükseltme kapasitesine sahip olduğu görülmektedir (Cohen, 1999, s. 54). Topluluk X üyeleri de ritüellere uyum sağlamaktadırlar. Grubun alışveriş yapmasına rağmen postlara yorum yapmayan kitlesi; özel gün, bayram, tebrik, doğum, ölüm gibi postların altına yorum yapmaktadır. Ritüelleşmenin özü, kendisini herhangi başka bir kültür içinde hareket etmekten farklılaştırma stratejileridir (Coman, 2011, s. 280). Grup üyelerinin birbirlerine karşı saygılı ifadeler kullanması ortak bir üslupta buluşmaları anlaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Grup kuruluşunda ortak değerler ve ortak önem verilen konular belli olduğu için grup kültürünün kolay oluşmasını mümkün kılmıştır. Sağlıklı beslenme, doğal ürünlere ulaşabilmeyi isteme hareket noktasıyla gruba üye olmanın, bunda etkisi büyüktür. Grupta güven arttıkça bağlılık oluşmuş bağlılıkta ortak grup kültürünü besleyip kuvvetlendirmiştir. Bağlılık maddi değeri manevi değere dönüştürür. Kültürel olguların bir çoğu bağlılıktan doğmuştur (Şeriatı, 2011, s. 18-19).

Grup yapısı teması grubun işleyişi ve dinamikleri hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlayan postlardan ve gözlemlerden oluşmaktadır. Grup içinde bir sosyal uyum söz konusudur. Bu uyum benimsemeye dayalı bir uyumdur. Bundan dolayı grup yapısı oturmuştur ve anlık değişikliklerden etkilenmemektedir. Adminler üyeler ile aralarına statü farkı koymamaktadırlar. Kurucu Lider'in önemli bir referans etkisinin olduğu söylenebilir. Kurucu Lider grupta son sözü söyleyen uzlaşmacı rehber rolünü üstlenmektedir. Grup yetkeci değil demokratik bir grup yapısına sahiptir. Demokratik düzende üyeler arasında serbest iletişim olanağından dolayı kişisel ilişkiler daha fazla gelişme imkanı bulmaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016, s. 290). Kararlar tartışmalar sonucu grupla beraber alınır. Bu da kural ve normların üyeler tarafından özümsemekle uygulanmasına neden olmaktadır. Kurallar zamanla yaşanan deneyim ve tartışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. En önemlileri; anlık ortaya çıkan kayıtsız satıcılara izin vermeme, önce ödemenin yapılması sonra ürünün gönderilmesi, sınırlı satıcının olması, satıcılara yapılan ziyaretler, ürünü üreticisinden alma önceliğidir. Grup küçük üreticilerin emeklerine çok önem vermektedir. Her vesile ile bunu belirtmektedirler. Üyeler, satıcıların doğal ürünü üyelere ulaştırıyor olmaları ve bunu küçük olmanın getirdiği dezavantajlar ile yapıyor olmalarından etkilenmekte ve takdir

etmektedirler. Bu nedenle ürünlerin fiyatları konusunda esnek bir tutum sergilemektedirler.

Güven teması gruptaki üyelerin kendi arasında ya da satıcılar ve üyeler arası güvenme, itimat etme ile ilgili resmi ortaya koyan postları içermektedir. Güven, tarafların doğru şekilde davranacağına dair beklenti temeline dayanan, güvenilen tarafa güvenme isteği ile ilgili etik davranış beklentisidir. Bu beklenti alışverişin yapıldığı ticaret ortamında ilişkilerin daha uzun sürebilmesi için çok önemlidir (Sevim, 2018, s. 111). Çevrimiçi güvenin çevrimdışı güvenden daha farklı olmasının nedenleri; alıcı ile satıcı arasındaki fiziksel mesafenin olması, satış görevlisinin olmaması ve alıcı ile ürünler arasındaki temassızlık olarak sıralanabilir. Online alışverişte güven sağlamak bu nedenle gerçek dünyaya göre daha zordur. Ekstra gayret gerektirir (Yoon, 2002, s. 51). Buna rağmen hem postlarda hem araştırma günlüğünde yer alan gözlemlere göre Topluluk X'te güven duygusunun yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Grup sadece ilk kurulduğu zaman kısa bir süre açık grup statüsünde kalmış sonrasında hemen kapalı gruba çevrilmiştir. Araştırma gözlem süresinin de denk geldiği sonrasındaki dönemde ise 'gizli grup' statüsüne alınmış ve ondan sonra bu şekilde kalmıştır. Facebook üzerinden grup ismiyle aramayla bulunamayan yalnızca bir arkadaşın eklemesi ile üye olunabilen 'gizli grup' olmasının güven ortamı oluşmasında etkisi bulunmaktadır. Gruba giriş eşiği yüksektir ve bir şekilde birbirini azda olsa tanıyan ve benzer tüketim alışkanlıkları olan kişilerden oluşmaktadır. Grubun ilk üyeleri birbirlerini ve Kurucu Lider'i 'Karatay Beslenmesi' grubundan tanımaktadırlar. Karatay Beslenmesi'ne uygun gıdaları üreticilerinden almak amacıyla bir araya gelmişlerdir. Yani alışveriş grubuna gelmeden önce de ortak bir kültüre sahiptirler. Güvenin bu kadar kolay tesis edilmesinde bu da bir etken olarak sayılabilmektedir. Çünkü güven birliktelik deneyimi ile gelişen dinamik bir kavramdır (Yoon, 2002, s. 50). Özellikle araştırmaya başlanılan ilk dönemde şaşırtıcı bir itimat ve güven ortamı gözlemlenmiştir. Örneğin satıcılar sipariş verilmesi ile daha parası ödenmeden ürünleri göndermekteydiler. Ya da teslim edilen ürünlerde sorun veyahut eksiklik olması durumunda alıcılar para iadesi talep etmemekte, bir dahaki siparişlerinde tazmin edilmesini beklemeyi tercih etmekteydiler. Bu güven ortamından faydalanmak isteyen bir grup dolandırıcı, satıcıları mağdur edince gruba çeşitli kurallar getirilmiştir. Dolandırılma olayları gruptakilere olan güven ve itimattan dolayı ortaya geç çıkmış ama Adminlerin gayretiyle çabuk çözülmüştür. Yine de belirtmek gerekmektedir ki, 16.000 kişinin bulunduğu bir grup için kaybedilen tutarlar oldukça azdır. Gruptaki genel güven

havası kontrolü engellememektedir. Eğer şaibeli bir durumla ya da ürünle karşılaşırlarsa sorgulamaktan ya da analize başvurmadan çekinmemektedirler. Analize başvurdıkları durumlarda bu süreci şeffaf bir şekilde grupta paylaşmaktadırlar. Zamanla pekiştirerek arttırdıkları bu güven ve bağlılık ortamının sağlayıcılarından biri de piyasaya olan aşırı güvensizlikleridir. Dışarıda bilmedikleri üreticilerin ürünlerinden ve özellikle kitle tüketim ürünlerinden ısrarla kaçmaya çalışmaktadırlar. Buradaki temel motivasyonları sağlıklı yaşam gayretinden gelmektedir. Güvenin grup içinde zamanla bağlılığa dönüştüğü gözlemlenmiştir. Üyeler birçok ihtiyaçlarını gruptan karşıladıklarını belirtmektedirler. Grubun kapanması ya da gruptan ayrılma konusu onları tedirgin etmektedir. Bu noktada grupta, güvenin bağlılığa dönüştüğünü söylemek mümkündür. Bu sonuç bağlılık güven teorisiyle uyum göstermektedir (Morgan ve Hunt, 1994).

İlişki türü grup içindeki ilişkileri ortaya koyan temadır. Grup içinde genel olarak samimi bir ortam bulunmaktadır. Sıklıkla diyaloglarda grubu aileleri, üyeleri ve satıcıları arkadaşları gibi gördüklerini dile getirmektedirler. Bu ortam alışverişin güven içerisinde ilerlemesine tarafların birbirine karşı daha müsamahalı davranmalarına yardımcı olmaktadır. İlişkilerinin bozulması ihtimali üyeleri tedirgin etmektedir. Çünkü gruptakiler buradaki alışveriş ortamının faydalarından mahrum kalmak istememektedirler. Bu tutumları, gruba olan bağlılık ve güvenlerinin artmasına neden olmaktadır. Bu durum Morgan ve Hunt'ın bağlılık-güven teorisini destekler niteliktedir (Morgan ve Hunt, 1994). Yapılan alışverişlerden kaynaklanan memnuniyet ve memnuniyetsizlik ifadeleri bulunmaktadır. Sayısal olarak memnuniyet çok daha fazladır. Yapılan gözlemlerde bu doğrultudadır. Gruptaki ilişkilerin ya da huzur ortamının bozulmasından korkan üyeler dile getirmede çekince yaşadıkları için bazen Kurucu Lider'in ısrarları doğrultusunda memnun olmadıkları noktaları yazmaktadırlar. Üyeler sisteme ve grubun genel işleyişine karşı olumlu tutumdadırlar. Eleştirdikleri noktalar olmakla beraber bunlar sayıca azdır ve grubun daha iyi işlemesi yönünde yapılmaktadır.

Satın alma süreci ile ilgili post ve yorumların olduğu son tema; ürünlerin mevsimlerinin gelmesinden kargoyla ürünlerin alıcıların eline geçmesi hatta ürünlerde sıkıntı yaşanması durumunda telafisinin gerçekleştirilmesine kadar geçen süreci içermektedir. İnternet yeni bir satın alma ortamı olarak tüketicilerin aradıkları her türlü bilgiye çok çabuk ulaşabildikleri ve satın alma sürecine interaktif olarak katılabildikleri aynı zamanda çok hızlı hareket edebildikleri bir ortam olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır (Kotler ve Armstrong, 1999, s. 520). Grup üyeleri de Kotler ve

Armstrong'un bahsettiği satın alma sürecine interaktif olarak katılmaktadırlar. Fiyat gruptaki alıcılar için önemli bir konudur ve mutlaka üreticilerden ürün fiyat listelerini yayınlamalarını istemektedirler. Fiyatlar için pazarlık yapılmamaktadır. Ürünlerin piyasanın bir miktar üstünde olmasına itiraz etmemektedirler. Ancak beklenenden çok yüksek fiyat talep edildiğinde itiraz yorumları yazmaktadırlar. Üreticiler maliyetlerini ve karlarını şeffaf bir şekilde açıklamaktadırlar. Rasyonel karar vermek isteyen grup üyeleri için bu önemli bir özelliktir. Çünkü tüketici olarak , satın alma sürecinin her aşamasında doğru ve rasyonel karar verebilmek için bilgiyi kullanmak zorundadırlar (Odabaşı ve Barış, 2003, s. 265). Gözlemlenen dönem boyunca açıklanan fiyatlar zaman zaman tartışılrsa da fiyat düşürmeye gidilmemiştir. Fiyatlar öğrenildikten sonra ya direkt sipariş verilmekte ya da mevsimi gelmemiş bir ürün ise ürün için sıraya girilmektedir. Ödemeler ürün teslim edilmeden önce üreticilerin hesaplarına yapılmaktadır. Sonrasında ürünler kargolanmaktadır. Grupta en çok yaşanan sıkıntılar kargo ile ilgilidir. Kargo ücretlerinin çok olması ve kargoların özensiz taşımacılığı sıklıkla ifade edilmektedir. Zaten genel olarak ta tüketiciler online alışverişte en çok taşıma ücretlerinden şikâyet etmektedirler. Yüksek taşıma ücretleri elektronik tüketicilerin en hassas olduğu ve en çok şikayet ettikleri konudur. (Enginkaya, 2006, s. 12). Zaman zaman alıcılar ellerine ulaşan ürünlerde sıkıntı yaşayabilmekte bu durumu ya satıcı ile ya adminler ile ya da grupta paylaşmaktadır. Bu gibi durumlarda satıcılar hemen telafi yoluna gitmektedirler. Ya ücret ödemesi ya da ürün gönderimi yapmaktadırlar.

Çalışma, araştırma soruları çerçevesinde ve incelenen topluluk özelinde şu şekilde sonuçlanmıştır:

Tablo 6: Araştırma Sorularının Karşılık Bulduğu Temalar

Araştırma Soruları	Yararlanılan Teoriler	Ulaşılan Temalar
Sanal topluluk içindeki bağlılık-güven duygusu nasıl gerçekleşmektedir?	Bağlılık-Güven Teorisi	Tüm Temalar
Sanal topluluk lideri satın almayı yönlendirebilir mi?	-	Kurucu lider, İlişki türü, Çatışma
Sanal grubun yapısı ve dinamiği topluluk içi davranışları etkilemekte midir?	Ortak-Bağ Ortak-Kimlik Teorisi	İlişki türü, Grup yapısı, Çatışma, Grup kültürü, Dayanışma
Sosyal medya ile üreticiye ulaşmak kolaylaşmış mıdır?	-	Kurucu lider, İlişki türü, Grup yapısı, Satın alma süreci

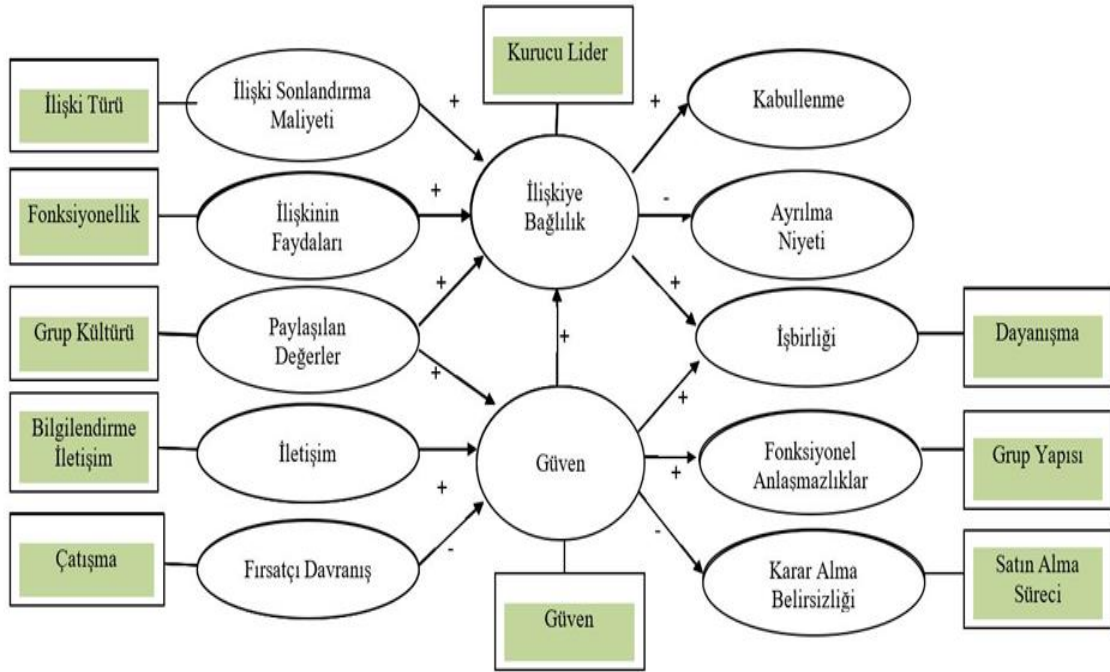
1-) Sanal topluluk içindeki bağlılık-güven duygusu nasıl gerçekleşmektedir?

Zou ve Amin sanal topluluklarda bağlılık kavramı ile ilgili yaptıkları kavramsal çalışmalarında şunları bulmuşlardır; üyelerinin bir sosyal ağ çevrimiçi topluluğuna psikolojik olarak bağlanması; biz olma duygusu, topluluğuna karşı ahlaki sorumluluk duymak, paylaşılan kültür (ritüel ve gelenek), topluluğun özellikleri, topluluktaki bilgi kalitesi, sistemin kalitesi, üyeleri arasındaki etkileşim, etkinliklere katılımın ödüllendirilmesi çevrimiçi topluluk bağlılığıyla pozitif bir şekilde ilişkilidir (Zhou ve Amin, 2014, s. 29-30). Topluluk X bağlamında yukarıda sıralanan bütün özellikler grupta mevcuttur. Araştırmada grubun bağlılığının bu çerçevede yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Grup üyeleri de postlardaki yorumlarında bağlılıklarından bahsetmektedirler. Grup bulguları Zou ve Amin'in kriterleriyle uyumludur. Başka bir çalışmada Gupta ve Kim sanal topluluklarda bağlılığın iki boyutundan bahsetmişlerdir. Bunlardan biri faydacı motiflerden kaynaklanan bilişsel bağlılık, diğeri değer ve duygulardan beslenen duyuşsal bağlılıktır (Gupta ve Kim, 2004). Topluluk X grubunda iki bağlılık boyutu da bulunmaktadır.

Çevrimiçi güven, temel olarak çevrimdışı güvenden farklı değildir. İyi niyet, dayanışma, taraftarlara gösterilen özen, yardımseverlik, güvenlik ve emniyet gibi unsurları içermektedir (Akroun ve Nagy, 2018, s. 941). Çevrimiçi ortamdaki oluşabilecek güven eksikliğinin nedenleri, çevrimiçi alışveriş müşterilerinin, sipariş vermeden önce çevrimiçi mağazalar tarafından sağlanan ürün ve hizmetlerin çoğuna dokunamaması, hissedememesi veya test edememesidir (Griežytė, 2015, s. 20). Bu sayılanlar Topluluk X'te güvenin oluşmasını engellememiş ya da azaltmamıştır. Grupta güven ilişkisinin kuvvetli olduğu gözlemlenmiştir. Grubun iş birliği içinde olması, Kurucu Lider'in ücret ya da hediye almadan grup için emek veriyor olmasının topluluk içi güven ve bağlılığın tesisinde önemli role sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu konu ile ilgili yazılan yorumlardan 'Güven' teması oluşmuştur.

Sanal topluluklar üzerine yapılan çalışmalar güvenin doğrudan üyelerin bağlılığını etkilediğini göstermektedir (Nykänen vd., 2009; Cheng, Nolan ve Macaulay, 2013; Laroche, Habibi, Richard, ve Sankaranarayanan, 2012; Casaló, Flavián, ve Guinalíu, 2008). Araştırmanın bulguları da Topluluk X özelinde bu sonuçları desteklemektedir. Bu bilgiler ışığında Topluluk X özelinde sanal topluluğun Morgan ve Hunt (1994)'ın geliştirdiği bağlılık-güven teorisiyle benzer sonuçlar ortaya koyduğu söylenebilmektedir. Ortaya çıkan temalar; Morgan ve Hunt'ın uzun süreli ilişkiler için

bağlılık ve güvenin öneminde bahsettikleri ve bu iki değişkeni etkileyen öncül ve ardıları sıraladıkları modellerini destekler niteliktedir.



Şekil 6: Ortaya Çıkan Temaların Aracı Değişken Modeliyle Karşılaştırılması

Kaynak: Morgan ve Hunt, (1994) Aracı Değişken Modelinden Uyarlanmıştır.

Yukarıdaki şekilde renkli olarak gösterilen on temadan “ilişki türü” temasını modeldeki “ilişki sonlandırma maliyeti” değişkeni ile, “fonksiyonellik” temasının “ilişkinin faydaları” değişkeni ile, “grup kültürü” temasının “paylaşılan değerler” değişkeni ile, “bilgilendirme-iletişim” temasının “iletişim” değişkeni ile, “çatışma” temasının “fırsatçı davranış” ile, “Kurucu Lider” temasının “ilişkiye bağlılık” değişkeni ile, “güven” temasının “güven” değişkeni ile “dayanışma” temasının “işbirliği” değişkeni ile, “grup yapısı” temasının “fonksiyonel anlaşmazlıklar” değişkeni ile, “satın alma süreci” temasının “karar alma belirsizliği” değişkeni ile benzer anlamlar içerdiği bulunmuştur.

2-) Sanal grubun yapısı ve dinamiği topluluk içi davranışları etkilemekte midir?

Yine yukarıda açıklanan bulgular ışığında Topluluk X grubunun Prentice vd.,'nin (1994) grup içi katkı ve bağların teorik olarak ayrımını yaptığı gruplardan, ‘ortak kimlik’ grubuna dahil olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü Topluluk X üyeleri gruba kişisel bağlar ile değil, belli değerler üzerinden katılmışlardır, bağlılıklarının kaynağı bu değerlerdir. Bu

bağlılıklarının gücü oranında grupta aktif katılım sergilemektedirler. Çevrimiçi toplulukların, üyelerinin gönüllü katkılarına bu kadar bağımlı olmalarının bir nedeni, onları yöneten kişilerin genellikle geleneksel kuruluş yöneticilerinin sahip olduğu yetki ve kontrolün çok azına sahip olmalarıdır (Ren vd., 2007, s. 378). Bu ayrımı yapabilmek, sanal topluluğu etkin bir şekilde yönetebilmek ve uzun ömürlü olmasını sağlamak adına önemlidir. Bu nedenle topluluğun doğru yönetilmesi grup dinamiğini doğrudan etkilemektedir.

Araştırma sonuçlarına göre yine Topluluk X özelinde dijital grubun yapı ve dinamiklerinin topluluk içi davranışları etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle grup yapısı, grup kültürü, dayanışma-paylaşım, çatışma ve ilişki türü temalarının altındaki veriler bu savı destekler niteliktedir. Grubun yapısını oluşturan normlar, değerler ve kurallar üyelerin davranışlarında belirleyici önemdedir. Üyeler bu çerçeveyi bilerek gruba girmekte ve ona göre hareket etmektedir. Grup yapı ve işleyişi ile uyumsuz durumlar oluştuğunda çatışma yaşanmakta ve uyumsuz davranışı sergileyen uyarılmaktadır. Gruptaki üyelerin birçoğu zaten kurallara uymayı seven formel yapıya uygun bireylerden oluştukları için önemli sıkıntılar çıkmamaktadır. Çıktığı ihtimalde sorun grup içinde çözülmekte gerekiyorsa yeni bir kural eklenmekte ve böylece denge tekrar sağlanmaktadır.

3-) Sanal topluluk lideri satın almayı yönlendirebilir mi?

Araştırmada ulaşılan önemli sonuçlardan bir diğeri; Kurucu Lider'in Topluluk X için önemlidir. Kurucu Lider sadece kendisi araştırmada bir tema olarak çıkmıştır. Grubun aynı zamanda lideri olan Kurucu Lider üyelerin saygı ve güvenini kazandığı için, üyeler onun seçim ve önerilerini önem vermekte ve onu dinlemektedirler. Grup kendisi ile özdeşleştiği için gruba olan güven ve bağlılığın aynı zaman da ona da duyulduğunu belirtmek gerekmektedir. Grubun kurucusu ve yer alan satıcıların belirleyicisi olduğu için, yapılan her alışveriş aslında Kurucu Lider'in tavsiyelerinin ve rehberliğinin onayıdır. Dolayısıyla Kurucu Lider için rahatlıkla satın almayı yönlendirebilecek güçtedir diyebiliriz.

4-) Sosyal medya ile üreticiye ulaşmak kolaylaşmış mıdır?

Bu çalışmanın gösterdiği üzere üreticiye ulaşmak sosyal ağlar sayesinde kolaylaşmıştır. Artık insanlar az bir çaba ile Malatya'dan kayısı, Akhisar'dan zeytin, Aydın'dan kuru incir getirebilmektedir. İnternetin bu noktada tüketiciye katkısı çoktur.

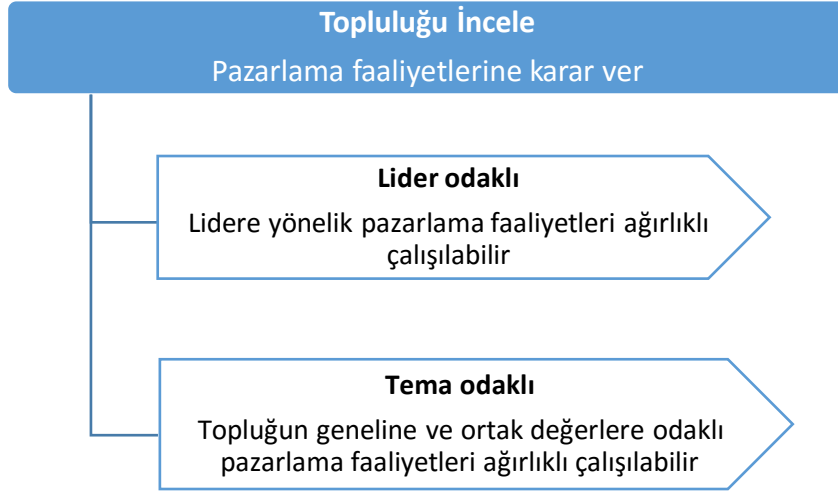
Rekabetin gittikçe zorlaştığı günümüzde sosyal medya küçük üreticiler için alıcılara ulaşmada kolay ve önemli bir yer tutmaktadır. Kotler'in de belirttiği gibi küçük şirketler büyük şirketlere karşı dört şekilde başarılı olabilir: 1) uzman gibi davranarak 2) sunduğu ürünün tasarımında daha esnek olarak 3) üstün bir hizmet sunarak 4) alıcılarla ilişkilerini kişiselleştirerek (Kotler, 2007, s. 154). Gruptaki satıcılar bu noktalarda azami gayret içerisinde oldukları. Topluluk X gibi alıcıları üreticiler ile buluşturan birçok hesap bulunmaktadır. Yalnız bu hesapların çoğu küçük üreticilerin açtıkları bireysel hesaplardır. İncelenen grubu bu hesaplardan ayıran özelliği üreticilere doğrudan ulaşmanın faydalarını sunmasının yanı sıra, bu üretici ve ürünleri her açıdan araştırıldıkları, tartışıldıkları ve süreç içinde takip edildikleri bir arenada alıcıya sergilemesidir. Lider ve üyelerin bilinçli ve güvenilir bireyler olması, grup işleyişinin karşılıksızlık, güven ve iş birliğine dayalı olması bu özelliği daha da kıymetlendirmektedir. Yoksa satıcısının kurduğu bir üretici hesabında şikâyetin iletildiği nokta şikâyetin kaynağı olabilmektedir. Bu noktada Topluluk X, sosyal ticaretten farklı bir fonksiyon yerine getirmektedir. Prof. Dr. Michio Kaku'nun bahsettiği gibi dijital devrimle gelecekte araçlar büyük oranda azalacaksa¹⁸, bu tip grupların onların yerine geçebileceği iddia edilebilir. Çünkü dijital dönemin rasyonel alıcıları, araçların maliyetlerine katlanmak istememekte, kaynağa kendileri ulaşarak sürece hem dahil olup hem kontrol etmek istemektedirler.

5.1. Araştırmanın Alana ve Uygulamaya Yönelik Katkıları

Yapılan gözlemler sonucu sanal topluluklarda grup dinamikleri açısından bakıldığında temelde iki farklı türde gruba rastlanılmıştır. Bunlar; lider odaklı gruplar ve tema odaklı gruplardır. Her ikisinin de önemli olduğu gruplar da vardır. Ama bu gruplarda da biri diğerine göre daha ağır basmaktadır. Pazarlama açısından bu topluluklara doğru adımlar ile ulaşmak önemli olacağından gruplar incelenirken bu ayrımın yapılması faydalı olacaktır. Sanal topluluk türüne göre şu adımlar izlenerek bir yol haritası çıkarmak faydalı olabilir:

¹⁸ <https://ooofoffline.wordpress.com/2015/04/13/kaku-ve-entelektuel-kapitalizm/>
02.04.2019

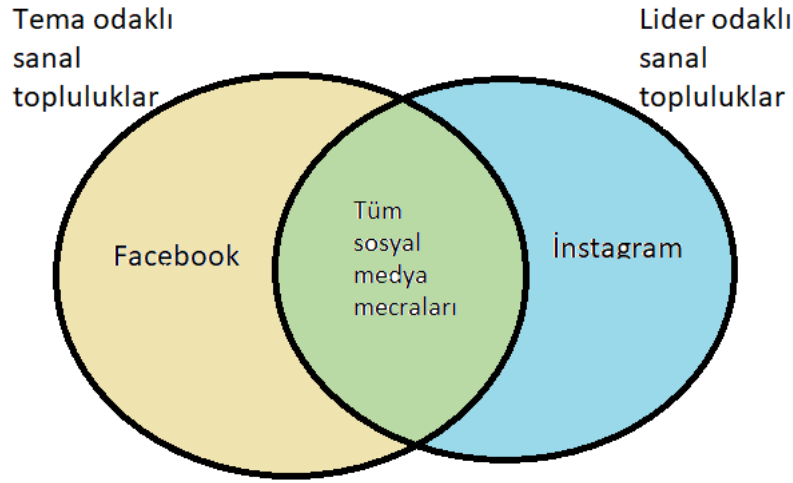
Erişim:



Şekil 7: Sanal Topluluk Türleri ve Onlara Uygun İzlenebilecek Pazarlama Adımları

İçerik ayrımı yapıldığında liderin daha ön planda olduğu topluluklar için lideri ikna edici pazarlama faaliyetlerine yönelmek daha kısa sürede başarıyı getirebilir; lidere hediye ürün göndermek, işletmenin çeşitli etkinliklerine davet etmek, numuneler vermek gibi. Karşımızdaki eğer bir liderin ön planda olmadığı sadece belli temalar ve değerler etrafında gelişen bir topluluksa; ortak paydaları olan konuya odaklanmak faydalı olacaktır. Topluluğu bir miktar takip etmek bize hangi değerlerle birbirlerine bağlandıkları konusunda fikir verecektir. Örneğin; ebeveynlik, yemek tarifleri, geziler, siyasi yönelimler, sağlıklı beslenme, dini yönelimler gibi. Konuyla ilgili seminerler konferanslar, etkinlikler düzenlenebilir, eğer web ortamındaysalar reklam yayınlanabilir.

Araştırma için yapılan gözlemlerde bu tip grupların farklı alanlarda diğerlerine göre daha aktif oldukları gözlemlenmiştir. Her sosyal medya mecrasında her topluluk türünün aynı etkinlikte faaliyet göstermediği görülmüştür. Tema odaklı grupların facebookta, lider odaklı grupların ise daha çok instagramda yer aldığı gözlemlenmiştir.



Şekil 8: Sanal Topluluklar İçin Temel Mecra Ayrımı

Bu bağlamda mecra ayrımı yapmak hedef kitleye uygulanacak pazarlama alanını daraltıp maliyetleri azaltmada işletmelere yardımcı olacaktır. Nitekim artık şirketler tüketicilerin gerçek istekleri, beklentilerini karşılayacak ürün/hizmetleri üretebilmek için, seslendikleri hedef kitlelerinin dâhil olduğu topluluklarla birebir iletişim içine girerek, ürün ya da hizmetleri ile ilgili geribildirimleri almaya, yeni geliştirecekleri ürünleri denetmeye çalışmakta, hepsinden öte yeni geliştirecekleri ürünlerle ilgili alt yapıyı oluştururken bu toplulukların görüşlerini almaktadırlar (Yeygel, 2006, s. 211).

Alan yazın kısmında sanal ortamdaki topluluklara farklı isimler verildiğinden bu konuda fikir birliğine varılamadığından bahsetmiştik. Özellikle klan ve kabile kavramları arasında kullanımda bir ayrım yapılmadığını ama aslında kelime kökenleri, tarihsel anlamlarının farklı olduğunu ortaya koymuştuk. Klan ailelerin birleşmesi ile oluşan daha küçük bir grup iken kabile klanların bir araya gelmesi ile oluşan daha büyük bir gruptur. Nüfusun artması büyük topluluklarda yabancılar arasındaki anlaşmazlıkları çözmede şefliğin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Diamond, 2006, s. 364-365). Birbirlerine karşı sınırlı yükümlülükleri olan klana göre, kabilede reis kavramı daha ön plandadır denilebilir. Bahsi geçen bu reis üyelerine rehberlik eden bir tür akil adam rolüne sahiptir (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s. 445-479). Bu noktada pazarlama içinde bu gruplar adına metafor kullanılırken bir ayrım yapmak uygun olabilir. Eğer incelenen topluluk bir ‘lider’ etrafında toplanmış, o liderin inşa ettiği alanda hareket eden ve dediklerini uygulamaya çalışan lideri takip eden bir grupsa ‘kabile’ metaforu, eğer topluluk liderden ziyade gruptaki temaların ön planda olduğu bir yapıya sahipse ‘klan’ metaforunu kullanmak daha uygun olabilecektir. Bu ayrım kullanılacak pazarlamada faaliyetlerinde izlenecek

yolu belirleme adına yarar sağlayabilecektir. Araştırmada incelenen grupta, rehberlik eden lider ön planda olduğu için metafor olarak ‘Dijital Kabile’ seçilmiştir.

Araştırma sonucunda bağlılık-güven teorisinin incelenen grup özelinde bir sanal toplulukta geçerli olduğu bulunmuştur. Yapılan alan okumalarında bağlılık-güven teorisini bir sanal topluluk üzerinden nitel bir araştırma ile inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Yine yapılan alan okumalarında ortak bağ ortak kimlik teorisine Türkçe kaynaklarda rastlanmamış, yabancı kaynaklarda ise sınır sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu noktanın araştırmanın önemini ortaya koyması yönüyle değerli olduğu ve alana katkı sağladığı söylenebilir.

Sanal gruplardaki ilişkilerin gerçek dünyadakilere nazaran daha soğuk, kısa vadeli olabileceği düşüncesi sanal topluluklar ile ilgili akla gelen ilk konulardan biri olmaktadır. Oysa bireylerin çevirim içi ortamlarda benliklerini daha rahat ortaya koydukları ve candan ilişkiler kurup bu ilişkileri sürdürebildiklerini ortaya koyan çalışmalar olmuştur (Sheeks ve Birchmeier, 2007, s. 69). Yapılan çalışmada bu tespiti doğrular niteliktedir. İncelenen topluluk özelinde sanal topluluk ilişkilerinde samimiyet candanlık ve ilişkileri sürdürmeye yönelik gayret tespit edilmiştir. Bu noktada keşfedilen bir diğer sonuç grup üyelerinin duygularının samimi yönünü büyük firmaların alımlı ürünlerinden, diğer grup arkadaşlarına ve gruplarına alarak içselleştirdikleri üreticilere çevirmiş olmalarıdır. Buna rağmen grup içinde bile tüketim amaçlarının dışına duygusal nedenlerle çıkmamaya çalışmaktadırlar. Bu noktada grubun samimi yönünün rasyonel kararlarını çok etkilemediğini söyleyebiliriz.

Araştırmanın alana en önemli katkılarından biri; sanal topluluğun lider ve üyeleri ile, satın almada geleneksel araçların yerine geçebildiğini, güven, referans olma gibi önemli unsurları üstlenebildiğini göstermiş olmasıdır. Bu noktada grup ürün ve markaların ötesine geçmiş, kendisi bir marka gücü olmuştur. Bu durum Hagel ve Armstrong’un; bir sanal toplulukta üyeler markadan çok ürünle ilgilenmeye başladıklarında, topluluk kendi başına bir marka gücü haline gelir ifadesiyle örtüşmektedir. Yani sanal topluluktaki tavsiyeler, paylaşımlar bir çeşit sertifika etkisi yaratmaktadır (Hagel ve Armstrong, 1997). Topluluk X özelinde grubun lideri ile özdeşleştiği gözlemlendiği için aynı güçlü etkiye topluluk liderinin de sahip olduğu söylenebilir.

5.2. Öneriler

Çalışmanın bulguları ve yapılan gözlemler, pazarlama uygulayıcıları ve akademisyenleri için önemli noktaları ortaya koyan sonuçlar bulmuştur. Sanal topluluklar pazarlamanın dijital dünyadaki yeni aracı kuruluşları olma yolundadır. Satın almada ortak kültür geliştiren, kendi referans noktalarını oluşturan bu gruplar daha derinlemesine incelenmelidir.

Sanal topluluklarda bağlılık ve güvenin gerçek dünyadaki kadar somut ilerlediğini ortaya koyan araştırma, kendinden önceki bu doğrultuda söylenenleri tasdikler niteliktedir. Bu araştırma sanal gruplardaki güven ve bağlılığı anlamak için nitel bir yöntem kullanmış tüketicilerin iç görüşlerini keşfetmeye amaçlayarak bir farklılık yaratmaya çalışmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda nitel yöntem kullanılması ortaya çıkan bulguların daha da zenginleşmesini sağlayabilir ve resmin bütününe daha da netleştirebilir. Belirsizliklerle dolu bir sanal dünyada var olmak isteyen uygulamacılara bu resim yol gösterici nitelikte olabilir.

Pazarlamanın tutundurma politikalarının duygusal boyutundan etkilenmeyen, rasyonel, ne istediğini bilen, şeffaflıktan hoşlanan önemli bir kitle televizyon reklamlarının önünden kalkmış sanal alanlara yerleşmiştir. Bu insanlar internetin imkanlarından faydalanarak istedikleri ürüne kabul ettikleri şartlarda ulaşabilecekleri yeni dünyalar kurmuşlardır. Kendi kuralları ve tabularını oluşturdukları bu yeni dünyaya girmek için eski yöntemler yeterli olmayabilir. Bu toplulukların kültürünü, iç dinamiklerini anlamak, onlara ulaşmada yegâne yol olarak gözükmektedir. Bu noktada sanal gruplarda topluluk kültürünü ortaya koymaya çalışacak yeni nitel araştırmaların yapılması faydalı olabilir.

Sanal topluluklar ile ilgili araştırmaların sonuçlarının genelleştirilebilme ihtimali zor olmaktadır. Eğer doğru bir sınıflandırma ile gruplar birbirinden ayrılırsa, aynı türde olanlar için ortak şeyler söylemek mümkün olabilecektir. Çünkü farklı türde olan sanal toplulukların bile bazı ortak noktalarda buluştuğunu gösteren araştırmalar mevcuttur (Howard, 2014, s. 131). İleriki çalışmalarda aynı türdeki farklı gruplar üzerinde yapılacak çalışmalar ile benzer sonuçların elde edilip edilmediği kontrol edilebilir. Yine nitel olarak elde edilen sonuçlardan geliştirilen bir ölçek, aynı tipteki gruplara uygulanarak sonuçların genelleştirilebilme durumuna bakılabilir.

6. KAYNAKÇA

- Abercrombie, N., Hill, S., ve Turner, B. S. (2006). *Dictionary of Sociology* (50th ed.). London: Penguin Books.
- 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. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198407\)12:3<230::AID-JCOP2290120307>3.0.CO;2-B](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198407)12:3<230::AID-JCOP2290120307>3.0.CO;2-B)
- Akın, M. H. (2011). *Toplumsallaşma Sözlüğü* (1st ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Akkaş, İ. (2015). *Sanal Cemaatler*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları.
- Akrout, H., ve Nagy, G. (2018). Trust and commitment within a virtual brand community: The mediating role of brand relationship quality. *Information ve Management*, 55(8), 939–955. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.04.009>
- Aktaş Mavili, A. (1997). *Grup Süreci ve Grup Dinamikleri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Akturan, U. (2007). Tüketici Davranışına Yönelik Araştırmalarda Alternatif Bir Teknik:Etnografik Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 237–252.
- Akturan, U. (2009). A Review of Cyber Ethnographic Research: A Research Technique to Analyze Virtual Consumer Communities. *Boğaziçi Journal*, 23(1–2), 1–18.
- Akyıldız, M., ve Adamış, E. (2013). Postmodernizm ve Klan Pazarlaması: Dinsel Topluluklara Yönelik Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 27–44.
- Alakurt, T., ve Keser, H. (2014). Sanal Uygulama Topluluğu Üyelerinin Bilgi Paylaşma Davranışlarının İncelenmesi. *İlköğretim Online*, 13(4), 1331–1351. <https://doi.org/10.17051/io.2014.51270>
- Aman, F. (2012). Bronislaw Malinowski 'nin Kültür Teorisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21(1), 135–151.
- Arkonaç, S. (1993). *Grup İlişkileri*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Arkonaç, S. A. (1998). *Sosyal Psikoloji*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Aronson, E., Wison, T. D., ve Akert, R. M. (2012). *Sosyal Psikoloji*. (O. Gündüz, Trans.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Arsebük, G. (2014). *Geçmişe Doğru Bir Bakış Fosil İnsanın Gündelik Yaşamından Bazı Kesitler*. İstanbul: Ege Yayınları.

- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70(9), 1–70. <https://doi.org/10.1037/h0093718>
- Bagozzi, R. P. (1975). Social exchange in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3(3–4), 314–327. <https://doi.org/10.1007/BF02729292>
- Baker, M. J., ve Saren, M. (2010). *Marketing theory: A student text. Marketing Theory: A Student Text*. London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446280096>
- Bales, R. F. (1950). *Interaction process analysis: A method for the study of small groups*. Cambridge Mass. Cambridge: Addison-Wesley. Retrieved from <https://archive.org/details/interactionproce00bale/page/n23>
- Baloğlu, N., ve Bulut, M. B. (2015). Aile Liderliği. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(18).
- Bartholomew, D. E. (2012). *Online Community Rituals*. Oklahoma State University.
- Baş, T., ve Akturan, U. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık (2nd ed.). Ankara: Seçkin.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Cemaatler: Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı*. (N. Soysal, Trans.) (2nd ed.). İstanbul: Say Yayınları.
- Bayraktutan-Sütcü, G. (2007). Devasa Online Oyunlarda Klan kültürü ve Liderlik Olgusu. *Folklor/Edebiyat*, 50(13), 41–46.
- Bayramoğlu, E. (2017). *Dijital Çağta Pazarlama İletişiminde Yeni Bir Boyut: Sanal Topluluklar Ve Kullanıcı Merkezli İçerik*. Ege Üniversitesi.
- Belz, F.-M., ve Baumbach, W. (2010). Netnography as a Method of Lead User Identification. *Creativity and Innovation Management*, 19(3), 304–313. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00571.x>
- Bietila, D. (2010). *An Ethnography of Relevance in the Digital Age*.
- Binark, M., ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2008). Silkroad Online’da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği. In *İnet-tr’08-XIII İnternet Konferansı Bildirileri* (pp. 105–114). Ankara.
- Bulut, M. B. (2019). *Grup Dinamikleri ve Süreçleri Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Burke, R. R. (2002). Technology and the Customer Interface: What Consumers Want in the Physical and Virtual Store. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 411–432. <https://doi.org/10.1177/009207002236914>
- Çallı, L., Sütütemiz, N., ve Yılmaz, M. (2010). E-Perakendecilik Sektöründe Tüketicilerin E-Memnuniyet Algılamasında Rol Oynayan Bileşenler Üzerine Bir Araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (6), 85–105.
- Canniford, R. (2011). How to manage consumer tribes. *Journal of Strategic Marketing*, 19(7), 591–606. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2011.599496>
- Carolina Zuñiga Gomez, D. (2016). *Latin Müslüman Topluluklarının Online Varlığı: Facebook Mekanlarında Sanal Topluluk Aidiyeti*. Anadolu Üniversitesi.
- Casaló, L. V., Flavián, C., ve Guinaliú, M. (2008). Promoting Consumer's Participation in Virtual Brand Communities: A New Paradigm in Branding Strategy. *Journal of Marketing Communications*, 14(1), 19–36. <https://doi.org/10.1080/13527260701535236>
- Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3). <https://doi.org/10.17680/akademia.v3i3.1005000199>
- Çetin, M., ve Özgiden, H. (2013). Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler Ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1).
- Charmaz, K. (2008). Constructionism and the Grounded Theory Method. In J. Holstein ve J. Gubrium (Eds.), *Handbook of Constructionist Research* (pp. 397–412). New York: The Guildford Press. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2005.02348.x>
- Charmaz, K. (2016). The Power of Constructivist Grounded Theory for Critical Inquiry. *Qualitative Inquiry*. <https://doi.org/10.1177/1077800416657105>
- Cheng, X., Nolan, T., ve Macaulay, L. (2013). Don't give up the community: a viewpoint of trust development in online collaboration. *Information Technology ve People*, 26(3), 298–318. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2012-0116>
- Chou, C. Y., ve Sawang, S. (2015). Virtual community, purchasing behaviour, and emotional well-being. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2015.06.001>
- Çiftçi, O., Erdem, R., ve Çiftçi, D. (2017). İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme

- Biçimleri: Sanal Topluluklar. *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication*, 7(2), 328–336. <https://doi.org/10.7456/10702100/015>
- Cinnirella, M., ve Green, B. (2007). Does “cyber-conformity” vary cross-culturally? Exploring the effect of culture and communication medium on social conformity. *Computers in Human Behavior*, 23(4), 2011–2025. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.02.009>
- Cohen, A. P. (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. (M. Küçük, Trans.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Coman, M. (2011). Michael Jackson’s 1992 concert in Bucharest: transforming a star into a saint. *Celebrity Studies*, 2(3), 277–291. <https://doi.org/10.1080/19392397.2011.609334>
- Costello, L., McDermott, M. L., ve Wallace, R. (2017). Netnography: Range of practices, misperceptions, and missed opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- Cova, B., Kozinets, R., ve Shankar, A. (2007). *Consumer tribes*. Star. Retrieved from http://books.google.co.uk/books?id=UO-F1_mFskMC
- Cova, Bernard, ve Cova, V. (2002). Tribal marketing. *European Journal of Marketing*, 36(5/6), 595–620. <https://doi.org/10.1108/03090560210423023>
- Crain, M. (2013). *The Revolution Will Be Commercialized : Finance , Public Policy , and The Construction of Internet Advertising*. Universty of Illinois.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: Beşyaklaşım göre nitel araştırma ve nitel araştırma deseni* (4th ed.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (4th ed.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- de Almeida, S. O., Scaraboto, D., dos Santos Fleck, J. P., ve Dalmoro, M. (2018). Seriously Engaged Consumers: Navigating Between Work and Play in Online Brand Communities. *Journal of Interactive Marketing*, 44, 29–42. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.05.006>
- Dedeoğlu, A. Ö. (2002). Tüketici Davranışları Alanında Kalitatif Araştırmaların Önemi Ve Multidisipliner Yaklaşımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF. Dergisi*, 17(2), 75–92.
- Dedeoğlu, A. Ö. (2005). Nitel ve Nicel Araştırmalarda Araştırma Kalitesini

- Değerlendirme Ölçütleri. *Pi*, 4(13), 59–71.
- Dedeoğlu, A. Ö., ve Üstündağlı, E. (2011). Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 23–40. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/867265799?accountid=14643> LA - Turkish
- Demir, B., ve Düşün, Z. D. (2015). A Theoretical Approach to Power Sources and Styles of Leadership. *International Research Journal of York University*, 2(3), 245–259. Retrieved from <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/67211/>
- Deniz, E. (2010). *Sanal Topluluklar ve Tüketim Kültürü*. Ege Üniversitesi.
- Dereli, B., ve Cengiz, D. (2011). İnsan kaynakları yönetiminde grup, grup dinamiği kavramları ve grup dinamiğinin ölçülmesi üzerine uygulama örneği. *Öneri Dergisi*, 9(35), 35–43.
- Diamond, J. (2006). *Tüfek, Mikrop ve Çelik*. (Ü. İnce, Trans.). Ankara: TÜBİTAK.
- Emiroğlu, K., ve Aydın, S. (2003). *Antropoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Enginkaya, E. (2006). Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), 10–16. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/eab/issue/39837/472339>
- Erdoğan, Z. B., ve Ekici, N. (2013). Sosyoloji Biliminin Pazarlamaya Katkıları Üzerine Bir Deneme. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1–22.
- Ersoy, N. F. (2015). *B2B Endüstriyel Müşteri Davranışları ve Satın Alma Merkezi Analizi*.
- Ertürk, Y. D. (2010). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları.
- Escobar, A. (1994). Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture. *Current Anthropology*, 35(3), 211–231.
- Evans, D. (2008). *Social media marketing: An hour a day*. Indiana: Wiley Publishing. Retrieved from <http://www.youblisher.com/p/1248527-Social-Media-Marketing-An-Hour-a-Day/>
- Fairchild, H. P. (Ed.). (1955). *Dictionary of Sociology and Related Science*. Iowa: Littlefield, Adams ve Co.
- French, J. R. P., ve Raven, B. (1959). the Bases of Social Power. In *Modern Classics in*

- Leadership* 2. <https://doi.org/10.1037/e518362013-754>
- Ger, G. (2009). Tüketici Araştırmalarında Nitel Yöntemler Kullanmanın İncelikleri ve Zorlukları. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1–19.
- Gezgin, M. F. (1988). Cemaat-Cemiyet Ayırımı ve Ferdinand Tönnies. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 22, 183–201.
- Grabowicz, P. A., Aiello, L. M., Eguiluz, V. M., ve Jaimes, A. (2013). Distinguishing topical and social groups based on common identity and bond theory. In *Proceedings of the sixth ACM international conference on Web search and data mining - WSDM '13* (p. 627). New York, New York, USA: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2433396.2433475>
- Griežytė, A. (2015). *The Impact Of Trust On Relationship Commitment In Lithuanian Online Banking*. ISM University of Management and Economics.
- Grönroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing. *Management Decision*, 32(2), 4–20. <https://doi.org/10.1108/00251749410054774>
- Gün, C. S. (2018). *Kanserli Çocuğu Olan Anne-Babaların Oluşturduğu Sanal Topluluklar Üzerinden Online (Çevrim İçi) Paylaşımların Netnografik Yöntemle İncelenmesi*. Ege Üniversitesi.
- Güney, S. (2012). *Sosyal Psikoloji* (2nd ed.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gupta, S., ve Kim, H. (2004). Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions. In *Tenth Americas Conference on Information Systems*. New York.
- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: “Dijital Habitus.” *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 82–103.
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3).
- Hagel, J. I., ve Armstrong, A. G. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Boston: Harvard Business School Press.
- Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D., ve McBride, B. (2008). *Kültürel Antropoloji*. (İ. D. Sarıoğlu Erguvan, Trans.) (1st ed.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Herten, A. Van. (2010). *Crackberry.com: The Role Of Superusers In A Virtual Brand*

- Community. Guelph University.
- Hofstede, G. (1991). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across cultures*. CA: Sage, Thousand Oaks.
- Hogg, M. (1997). *Grupta Bütünleşme*. (A. Mavili Aktaş, Trans.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Howard, M. C. (2014). An epidemiological assessment of online groups and a test of a typology: What are the (dis)similarities of the online group types? *Computers in Human Behavior*, 31(1), 123–133. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.021>
- Jupp, V. (Ed.). (2006). *The Sage Dictionary of Social Research*. London: Sage.
- Kağıtçıbaşı, Ç., ve Cemalcılar, Z. (2016). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar* (18th ed.). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karaca, M. (2016). Sosyolojik Perspektiften İletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57), 626–648. <https://doi.org/10.17755/esosder.84218>
- Kaymak, G. (2012). *Sanal Topluluklardaki Sosyal Ağlarda Sosyalleşme ve Güven Sorunsalı: Ereğli Örneği*. Selçuk Üniversitesi.
- Kaymaz, Ö. T. (2013). Kanaat Önderi Kavramının Yeni Mecrası. In *II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design* (pp. 357–359). Famagusta – North Cyprus.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of Opinion Change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57. <https://doi.org/10.1086/266996>
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 9(1), 71–94.
- Kim, H. S., Park, J. Y., ve Jin, B. (2008). Dimensions of online community attributes: Examination of online communities hosted by companies in Korea. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 36(10), 812–830. <https://doi.org/10.1177/153303460800700606>
- Kırcova, İ. (2005). *internette pazarlama*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Koç, H., Kılıçlar, A., ve Kızanıklı, M. M. (2016). Örgütsel Güç ve Gücün Kaynakları Üzerine Kavramsal Bir İnceleme - A Conceptual Study on Organizational Power and Sources of Power. *Journal of Business Research - Turk*, 8(4), 488–488. <https://doi.org/10.20491/isarder.2016.229>

- Kotler, P. (1972). A Generic Concept of Marketing. *Journal of Marketing*.
<https://doi.org/10.2307/1250977>
- Kotler, P. (2007). *Soru ve Cevaplarla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri*. (Ü. Şensoy, Trans.). Optimist Yayın Dağıtım.
- Kotler, P. (2011). *Pazarlama 3.0*. (K. Dünder, Trans.). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Kotler, P., ve Armstrong, G. (1999). *Principle of Marketing* (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., ve Setiawan, I. (2018). *Pazarlama 4.0*. (N. Özata, Trans.). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Kozinets, R. V. (1998). On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25(1), 366–371.
- Kozinets, R. V. (2012). Marketing Netnography: Prom/ot(Ulgat)ing a New Research Method. *Methodological Innovations Online*, 7(1), 37–45.
<https://doi.org/10.4256/mio.2012.004>
- 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, 61–72.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage Publications.
- Laporte, L., van Nimwegen, C., ve Uyttendaele, a. J. (2010). Do people say what they think: social conformity behavior in varying degrees of online social presence. *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries*, 305–314. <https://doi.org/10.1145/1868914.1868951>
- Laroche, M., Habibi, M. R., Richard, M.-O., ve Sankaranarayanan, R. (2012). The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1755–1767. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.016>
- Lee, E.-J. (2006). When and How Does Depersonalization Increase Conformity to Group Norms in Computer-Mediated Communication? *Communication Research*, 33(6), 423–447. <https://doi.org/10.1177/0093650206293248>

- Lee, E. J. (2006). When and how does depersonalization increase conformity to group norms in computer-mediated communication? *Communication Research*, 33(6), 423–447. <https://doi.org/10.1177/0093650206293248>
- Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics. *Human Relations*, 1(1), 5–41. <https://doi.org/10.1177/001872674700100103>
- Markam, A. N. (2004). İnternet Communication As Tool For Qualitative Research. In *Qualitative research: Theory, method and Practise* (2nd ed., pp. 95–124). London: Sage.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Trans.) (2nd ed.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McAlexander, J. H., Schouten, J. W., ve Koenig, H. F. (2002). Building Brand Community. *Journal of Marketing*, 66(January), 38–54.
- McKenna, K. Y. A. (2008). Influences on the Nature and Functioning of Online Groups. In A. Barak (Ed.), *Psychological Aspects of Cyberspace* (pp. 228–242). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813740.011>
- McKenna, K. Y. A., ve Green, A. S. (2002). Virtual group dynamics. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 116–127. <https://doi.org/10.1037/1089-2699.6.1.116>
- Milgram, S. (1963). Behavioral Study of obedience. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(4), 371–378. <https://doi.org/10.1037/h0040525>
- Miller, N. J., Besser, T. L., ve Sattler Weber, S. (2010). Networking as marketing strategy: a case study of small community businesses. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13(3), 253–270. <https://doi.org/10.1108/13522751011053626>
- Mitchell, C., ve Imrie, B. C. (2011). Consumer tribes: membership, consumption and building loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(1), 39–56. <https://doi.org/10.1108/13555851111099989>
- Moorman, C., Zaltman, G., ve Deshpande, R. (1992). Relationships between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust within and between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314. <https://doi.org/10.2307/3172742>

- Morgan, R. M., ve Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. London: Sage.
- Muñiz, A. M., ve O’Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432. <https://doi.org/10.1086/319618>
- Muñiz Jr., A. M., ve Schau, H. J. (2005). Religiosity in the Abandoned Apple Newton Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 737–747. <https://doi.org/10.1086/426607>
- Nakıboğlu, B. (2014). Bağlılık-Güven Teorisi. In M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Eds.), *Pazarlama Teorileri* (pp. 327–342). İstanbul: Mediacat.
- Newman, G. E., ve Dhar, R. (2014). Authenticity is Contagious: Brand Essence and the Original Source of Production. *Journal of Marketing Research*, 51(3), 371–386. <https://doi.org/10.1509/jmr.11.0022>
- Nykänen, K., Westerlund, M., Rajala, R., ve Järvensivu, T. (2009). Trust and commitment in social networking - Lessons learned from two empirical studies. In *25th IMP-conference* (pp. 1–10). Marseille: 25th IMP-conference. Retrieved from <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7357.pdf>
- O’Connell, T. S., ve Cuthbertson, B. (2009). *Group Dynamics in Recreation and Leisure*. Illionis: Human Kinetics.
- Odabaşı, Y., ve Barış, G. (2003). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: Mediacat.
- Odabaşı, Y., ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Öner, U., Küçüker, S., ve Akbalık, G. (1992). Üniversite III. Sınıf Öğrencilerinin Grup Etkileşimi Yaşantısıyla İlgili Tutumlarının Değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(2).
- Özbölük, T. (2015). *Postmodern Tüketici Kabileleri ve Sanal Topluluklar: Netnografik Bir Araştırma*. Erciyes Üniversitesi.
- Özbölük, T., ve Dursun, Y. (2015). Pazarlama Araştırmalarında Paradigmat Dönüşüm ve Etnografinin Dijitale Evrimi: Netnografi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, (46), 227–249.
- Özdemir, M., ve Koçak, A. (2012). İlişkisel Pazarlama Çerçevesinde Marka Sadakatinin

- Oluşumu ve Bir Model Önerisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(2), 127–156.
- Özdemir, N. G. (2006). *Sanal Topluluklarda İzlenimi Yönetme*. Ankara Üniversitesi.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. (M. Bütün ve S. B. Demir, Eds.). Ankara: Pegem Yayınları.
- Phan, L. T.-T. (2001). *Structured Group Supervision from a Multicultural Perspective. PhD Proposal*. Nevada University. <https://doi.org/10.16953/deusbed.74839>
- Popper, K. R. (2010). *Hayat Problem Çözmektir-Bilgi, Tarih ve Politika Üzerine*. (A. Nalbant, Trans.) (3rd ed.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Postmes, T., Spears, R., ve Lea, M. (2000). The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, 26(3), 341–371. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2000.tb00761.x>
- Prentice, D. A., Miller, D. T., ve Lightdale, J. R. (1994). Asymmetries in Attachments to Groups and to their Members: Distinguishing between Common-Identity and Common-Bond Groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 484–493. <https://doi.org/10.1177/0146167294205005>
- Ren, Y., Kraut, R., ve Kiesler, S. (2007). Applying common identity and bond theory to design of online communities. *Organization Studies*. <https://doi.org/10.1177/0170840607076007>
- Reysen, M. B. (2003). The Effects of Social Pressure on Group Recall. *Memory and Cognition*, 31(8), 1163–1168.
- Rosander, M., ve Eriksson, O. (2012). Conformity on the Internet - The role of task difficulty and gender differences. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1587–1595. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.023>
- 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. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00093-9](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00093-9)
- Sabuncuoğlu, Z., ve Vergiliel Tüz, M. (2005). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Furkan Ofset.
- Sassenberg, K. (2002). Common bond and common identity groups on the Internet: Attachment and Normative Behavior In On-Topic and Off-Topic Chats. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 27–37.

<https://doi.org/10.1037//1089-2699.6.1.27>

- Şavran, T. G. (2010). Bilimsel Araştırmalarda Amaç Problem ve Sınırlılıklar. *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 1–11.
- Schau, H. J., Muñiz, A. M., ve Arnould, E. J. (2009). How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30–51. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.5.30>
- Scott, J., ve Marshall, G. (2005). *Dictionary of Sociology* (3rd ed.). New York: Oxford University Press.
- Şenel, A. (1982). *İlkel Topluluktan Uygar Topluma Geçiş Aşamasında Ekonomik Toplumsal ve Düşünsel Yapıların Etkileşimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Şeriatı, A. (2011). *Medeniyet Tarihi I.* (E. Okumuş, Trans.). Ankara: Fecr Yayınları.
- Şerif, M., ve Şerif, C. (1996). *Sosyal Psikojiye Giriş*. İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Sevim, N. (2018). Çevrimiçi E-Müşteri Sadakatinin Oluşumunda E-Hizmet Kalitesi, E-Güven ve E-Tatminin Etkisi. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 6(1), 107–127. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.215>
- Seyhan, M. (2016). *Amaçlı Sanal Topluluklar Üreten Ontoloji Tabanlı Bir Yapı*. Boğaziçi Üniversitesi.
- Seyyar, A. (2004). *Davranış Bilimleri Terimleri: Ansiklopedik Sözlük*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Sheeks, M. S., ve Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, Sociability, and the Use of Computer-Mediated Communication in Relationship Development. *CyberPsychology ve Behavior*, 10(1), 64–70. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9991>
- Sherif, M. (1935). A Study of Some Social Factors In Perception. In R. S. Woodworth (Ed.), *Archives of Psychology* (pp. 1–60). New York.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms. The psychology of social norms*.
- Sherif, M. (1970). On the relevance of social psychology. *American Psychologist*, 25(2), 144–156. <https://doi.org/10.1037/h0029429>
- Sillence, E., Briggs, P., Harris, P. R., ve Fishwick, L. (2007). How do patients evaluate and make use of online health information? *Social Science ve Medicine*, 64(9), 1853–1862. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2007.01.012>

- Solomon, M. R. (2003). *Tüketici Krallığının Fethi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Stevenson, D. M. (2016). *Data , Trust , and Transparency in Personalized Advertising*. Michihan Universty.
- Szafran, D. J. (2012). *Scenes of chaos and joy: Playing and performing selves in digitally virtu/real places*. ProQuest Dissertations and Theses. State University of New York. Retrieved from <https://login.ctu.idm.oclc.org/login?url=http://search.proquest.com/docview/925620465?accountid=26967>
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., ve Sears, D. O. (2010). *Sosyal Psikoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Theodorson, G. A., ve Theodorson, A. G. (1969). *A Modern Dictionary of Sociology*. New York: Thomas Y. Crowell Company.
- Tönnies, F. (2002). *Community and Society*. (C. Loomis, Trans.). New York: Dover Publications.
- Torun, T. (2013). *Sanal Topluluklarda Pazarlama İletişimi ve Sosyal Etkileşimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi*. Anadolu Üniversitesi.
- TUİK. (2018). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*. Retrieved from <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>
- Ülken, H. Z. (1969). *Sosyoloji Sözlüğü* (1st ed.). İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Ustaahmetoğlu, E., ve Toklu, İ. T. (2015). Organik Gıda Satın Alma Niyetinde Tutum, Sağlık Bilinci ve Gıda Güvenliğinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(11), 197–211.
- Uzkurt, C., ve Özmen, M. (2006). Pazarlama Yöneticileri İçin Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, VII(1), 23–40.
- Valck, K. (2005). *Virtual Communities of Consumption: Networks of Consumer Knowledge and Companionship*. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
- Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde* (1st ed.). İstanbul: Mediacat.
- Varol, M. (1993). *Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş*. Ankara: A.Ü.İletişim Fakültesi Yayınları.
- Wang, Y., Yu, Q., ve Fesenmaier, D. R. (2002). Defining the virtual tourist community:

- implications for tourism marketing. *Tourism Management*, 23(4), 407–417.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00093-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00093-0)
- Yanıklar, C. (2014). Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıkların Sosyolojik Bir Analizi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 158–190. <https://doi.org/10.18490/sad.15629>
- Yarar, F. N. (2018). *Sosyal Ağlar Ve Dijital Etnografi: Bir Araştırma Sentezleme Çalışması*. İstanbul Üniversitesi.
- Yelken, R. (1999). *Cemaatin Dönüşümü Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Yeygel, S. (2006). Postmodern Toplumsal Yapının Pazarlamaya Getirdiği Yeni Boyut : Topluluk Pazarlaması (Tribal Marketing), (38), 197–228.
- Yıldırım, A., ve Şimsek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11th ed.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, S.-J. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 47–63.
<https://doi.org/10.1002/dir.10008>
- Zhou, Y., ve Amin, M. (2014). Factors affecting online community commitment in China: a conceptual framework. *Journal of Technology Management in China*, 9(1), 24–36.
<https://doi.org/10.1108/JTMC-08-2013-0033>

EKLER

EK I: Kurucu Lider'den Etik Onayın Alınması

27.02.2017 12:35

Sayın [REDACTED] Hanımefendi;
Uzun süredir kurucusu olduğunuz 'Güven Kapısı' grubun hem üyesi hem de aktif bir takipçisiyim. Topluluk içerisindeki iletişim, satın almaya yönelik bilgilendirme ve desteği ilgiyle izliyor hatta çok kez alışveriş yapıyorum. Halihazırda Anadolu üniversitesinde doktora tez aşamasındayım. Tezimde internetteki sanal toplulukları incelemeyi istiyorum. Kullanacağım yöntem; dijital etnografi olarak ta bilinen netnografi yöntemi. Gözleme dayalı gerçekleştirilen bu yöntemde kesinlikle gerçek isimler kullanılmamakta şahıslar tanıtılmamaktadır. Araştırmam sanal ortamdaki güven, liderlik, referans etkisi gibi çeşitli olguları anlamaya yönelik bir araştırmadır. Araştırmamın etik standartları sağlaması kaygımdan ötürü sizden izin almak istiyorum. İzniniz olmadan araştırmama topluluğu asla dahil

standartları sağlaması kaygımdan ötürü sizden izin almak istiyorum. İzniniz olmadan araştırmama topluluğu asla dahil etmeyeceğimi sözünü şimdiden size veriyorum. Binlerce sanal topluluk varken bu grubu seçmemdeki temel neden; uzun süredir severek takip etmem. Aklınıza takılan bir şey olursa yanıtlamaktan memnuniyet duyarım, danışman hocamı da arayıp yazdıklarımın ilgili teyit alabilirsiniz. Konuyla ilgili dönüşünüzü sabırsızlıkla bekliyorum.

E. Pinar SAYGIN
Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü
Pazarlama Anabilim Dalı
Doktorant

[REDACTED]@hotmail.com

Danışman hocam: Prof Dr Nezihe Figen Ersoy

nfersov@anadolu.edu.tr

hangi konuda araştırma yapmak istiyorsunuz

pardon hangi konuda yazacaktım eksik olmuş

Naime hanım müsaitseniz arayıp izah edeyim size. Ama kısaca dijital toplulukları araştırıyorum.

daha öncede bu tip araştırmalar oldu ama rağbet görmedi insanlar ürünlere bile zor yorum yapıyor

kendim baya rahatsızım sesim kısık telefonla iki gündür konuşamıyorum

arada ateşim ilaçla düşünce gruplara yazıyorum

Benim ki nitel bir araştırma olacağı için çokluktan ziyade var olan iletişimin niteliği önemli.

Anlıyorum.

Daha önce nasıl araştırmalar oldu?

Bu arada geçmiş olsun.

sosyal medya üzerinden alışverişler konusunda

olmuştu

insanlar pek rağbet etmiyor böyle araştırmalara hiç neticeye ulaşmadı

Anket mi yapıldı

Benim ki tamamen gözleme dayalı bir yöntem. Anket yok. Sadece topluluk içindeki iletişimi ve bu iletişimdeki güven referans faktörü, grup dinamiği gibi konuları anlamaya yönelik.

gözleme dayalıysa şuanki halini gözlemleyebilirsiniz zaten

hemde en doğal haliyle

Evet zaten bundan farklı bir şey yapmayacağım. Ama etik kurallar nedeniyle sizden izin almak durumundayım.

isimleri

kullanmadıktan sonra

sorun yok

Hayır tabiki isimleri kullanmayacağım. Benim araştırmam belli olguları anlamaya yönelik.

Teşekkür ederim

tmm

iyi günler diliyorum

EK II: Sonuçların Kurucu Lider ile Paylaşılması

1 MAYIS 2019 14:34

Merhaba [redacted] Hanım, nasılsınız?

Epey bir süre önce sizi araştırmamla ilgili izin almak için rahatsız etmiştim bilmem hatırlar mısınız?

Eskişehir'de Anadolu Üniversitesinde doktora tezi yazdığımın bahsetmiştim. Tezim bitti sayılır. Araştırmamın birçok yönü var, Güven kapısı ile ilgili ortaya koyabildiklerimi ise sizinle kısaca paylaşmak isterim. Gruptan 10 tane ana tema çıktı. Bunlar: Admin (sizin grup için öneminizin rehberliğinizin ve çabanızın yer aldığı kısım), Bilgilendirme-İletişim (grup içinde ürünler üreticiler gibi konularda bilgi alışverişinin olduğu kısım), Çatışma (farklı fikirlerin karşılıklı ifade edildiği kısım), Dayanışma-Paylaşım (grup içindeki üyelerin ve üreticilerin birbirlerini gösterdikleri desteğin olduğu kısım), Fonksiyonellik (akılcılığın ve işlevselliğin gruptaki yerini gösteren kısım), Grup kültürü (grubun bir arada oluşturduğu ortak değerlerin bulunduğu kısım), Grup yapısı (grubu oluşturan önemli unsurların ve kuralların yer aldığı kısım), Güven (grupta güvenin nasıl yer aldığının belirtildiği kısım), İlişki türü (gruptakilerin birbirleri ile

belirtildiği kısım), İlişki türü (gruptakilerin birbirleri ile kurdukları iletişim ve ilişkinin boyutlarının yer aldığı kısım), Satın Alma Süreci (satış yapılan ürünlerin fiyatından kargolanmasına kadar geçen süreci barındıran kısım). Öncelikle bilime verdiğiniz önem ve destek için hem kendim hem de danışmanım Prof. Dr. Nezihe Figen Ersoy Arca adına teşekkür ederim. Eklemek ya da önermek istediğiniz bir şey olursa dinlemekten memnuniyet duyacağımı belirtmek isterim.

Sevgi ve Saygılarımla...

E. Pınar Saygın

Değerlendirme sonucu grup için ulaşılan sonuç olumlu yada olumsuz nasıldı

Grup adına bir sonuç koyan bir çalışma değil bu. Sanal topluluklardaki güven ve grup dinamiklerini anlatıyor

Ama

Amatör ruhla bu grubu ayakta tuttugumuz için

Sizin değerlendirmeniz

Önemli benim için

Güven kapısında güven dayanışma ve liderlik gibi kavramların önemi yüksek çıktı diyebilirim

Araştırmanız için faydalı olabildiyse ne mutlu bize

Ama size ve gruba büyük saygı duyuyorum

Tez bittiği için şimdi rahatlıkla söyleyebilirim

...

Çok faydalı oldunuz çok teşekkür ederim. Bu gruba inanıp seçtiğim için çok mutluyum

Benim araştırmam bitti. Ama alışverişlerim devam ediyor. Lütfen gruptan üzüldüğünüz ya da yorulduğunuz anlarda bile vazgeçmeyin.

Sevgiler... Selamlar...

İyi günler sevgiler

EK III: Araştırmacının Nitel Araştırma Üzerine Aldığı Eğitim Belgesi

