

AYRINTI

SCHOLA

Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Derleyen: Mutlu Binark

4. BASIM

Der. MUTLU BİNARK

1999 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "İletişim Bilimleri" alanında doktora derecesini, 2003 yılında UAK'tan "İletişim Bilimleri" doçenti unvanını aldı. Halen Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir. Çalışma alanlarını iletişim sosyolojisi, eleştirel medya okuryazarlığı ile yeni iletişim teknolojileri/yeni medya oluşturmaktadır. Yeni medyada nefret söylemi, yeni medyada etik ilkeler ile yeni medya okuryazarlığı üzerine çalışmalarına devam etmektedir. www.yenimedya.wordpress.com ve www.dijitaloyunkulturu.wordpress.com bloglarının yazarıdır.

Ayrıntı: 799
ScholaAyrıntı Dizisi: 23

Yeni Medya Çalışmalarında
Araştırma Yöntem ve Teknikleri
Derleyen: Mutlu Binark

Yayıma Hazırlayan
Damla Karadeniz

© 2014, Mutlu Binark

Bu kitabın Türkçe yayım hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak Fotoğrafı
DrAfter123/Vetta/Getty Images Turkey

Kapak Tasarımı
Gökçe Alper

Dizgi
Hediye Gümen

Baskı ve Cilt
Deren Matbaacılık Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.
Beylikdüzü OSB Mah. Orkide Cad. No: 9/Z
Merkez Köyü / Merkez Bucağı / Beylikdüzü / İstanbul
Tel.: (0212) 875 48 86-87 - Fax: (0212) 875 48 88
Sertifika No.: 47881

Birinci Basım: *2014*
İkinci Basım: *İstanbul, Kasım 2015*
Üçüncü Basım: *İstanbul, Mart 2018*
Dördüncü Basım: *2021*

ISBN 978-975-539-931-7
Sertifika No.: 10704

AYRINTI YAYINLARI
Basım Dağıtım San. ve Tic. A.Ş.
Hocapaşa Mah. Dervişler Sok. Dirikoçlar İş Hanı
No: 1 Kat: 5 Sirkeci – İstanbul
Tel.: (0212) 512 15 00 Faks: (0212) 512 15 11
www.ayrintiyayinlari.com.tr & info@ayrintiyayinlari.com.tr

t ıtter.com/ayrintiyayinevi facebook.com/ayrintiyayınevi instagram.com/ayrıntıyayinlari

Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Ezgi Mert
Günseli Bayraktutan
İslam Halaiqa
Mutlu Binark
Selda Tunç
Tuğrul Çomu
Zeynep Büker Alyanak

Derleyen: Mutlu Binark



ScholaAyrıntı Dizisi

Azınlıklar, Ötekiler ve Medya
Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu &
Dr. Savaş Çoban

Orpheus'un Bakışı
Ahmet Bozkurt

Yeni Medya Çalışmalarında
Araştırma Yöntem ve Teknikleri
Der. Mutlu Binark

Keçi Medeniyeti
Neolitik Dönemden Günümüze
Uzanan Doğa Kültürü
Cemal Ün

Türkiye'de Kapitalist Yöneticiler Sınıfı
Kültür, Sınıf ve Sosyal Sınırlar
Özgür Budak

Neoliberal Muhafazakâr Medya
Der. U. Uraz Aydın

İnternet ve Sokak
Sosyal Medya Dijital Aktivizm ve Eylem
Der. Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu
Dr. Savaş Çoban

Özyönetim Düşüncesi
Rousseau'dan Marx'a Özgürlük Arayışı
Caner Sancaktar

Skolastik Fantazya
Hayalden Endüstriye Popüler Kültür
Odağında Masal Çözümlemeleri
Der. Hüseyin Köse

Özne Hayatı Konuşunca
Der. Aytül Kasapoğlu

Göçler Ülkesi
Der. Lülüfer Körükmez-İlkay Südaş

Kadın ve Bedeni
Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında
Yasemin İnceoğlu & Altan Kar

Hayvan Hakları
Çetin Nerse

Roman Tütün İşçileri
Egemen Yılgür

Bir Devlet İki Cumhuriyet
Türkiye'de Özyönetim ve
Merkeziliğin Anayasal Dinamiği
Dinçer Demirkent

Devrimci Bir Pusula: Gezi
Derya Fırat & Cihan Erdal

Bahtin
Diyaloji, Karnaval ve Politika
Fırat İlim

Sanatın Gölgedeki Kadınları
Sanat ve Edebiyatta
Tarih Dışında Bırakılanlar
Der. Özlem Belkıs & Duygu Kankaytsın

Günahlarımızda Yıkandık
Örneklerle Gazetecilik Meslek Etiği
Faruk Bildirici

Dinamik Ahlak
Sezgisel Akılcılık Temelinde
Fenomenolojik Bir Yorum
Tahir M. Ceylan

Türkiye'de Militarizm
Güven Gürkan Öztan

LGBTİ Bireyler ve Medya
Der: Savaş Çoban &Yasemin İnceoğlu

İspanya
Faşizmden Demokrasiye
A. Raşit Kaya

Katalanlar
Avrupa'da Ayrılıkçılık
Kıvanç Ulusoy

Pandemi Neoliberalizm Medya
Avrupa'da Ayrılıkçılık
Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu &
Dr. Savaş Çoban

Eleştirel bakış açımızı besleyen, kuramsal-kavramsal olarak iletişim bilimlerinde ana yapıtaşı Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin 50. kuruluş yılını bu çalışma vesilesiyle kutlarız.

İçindekiler

Üçüncü Baskı İçin Sunuş
Mutlu Binark 9

Sunuş – Tavır, Merak, Araç: Doğru Yol Boyunca Yürümek
Günseli Bayraktutan 13

Giriş
Mutlu Binark 19

BİRİNCİ BÖLÜM
Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi
Tuğrul Çomu – İslam Halaiqa 31

İKİNCİ BÖLÜM
Anket, Çevrimiçi Anket Tekniği ve Çevrimiçi'nde Anket Uygulaması
Ezgi Mert 93

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi
Zeynep Büker Alyanak 123

SON BÖLÜM
Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Özdüşünümsellik
Selda Tunç 171

Kaynakça 203

Yazarlar Hakkında 213

Dizin 217

Üçüncü Baskı İçin Sunuş

Mutlu Binark

Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri adlı kolektif çalışmamızın üçüncü baskısının yapılacağı bilgisini yayınevimizden aldıktan sonra, kitabın bu yeni sunuş yazısının nasıl olması gerektiğini epey bir düşündüm. Öncelikle okurlarımıza teşekkür etmeliyiz; kısa sürede çalışmamızın üçüncü baskısına gereksinim duyulmasından ötürü. Ama okurlarımıza aslında, yeni medya ortamlarında, farklı ağ mimarilerine ve ortamların dinamik yapısına göre, üstelik de araştırma etiğine uygun bir saha çalışmasının nasıl yapılacağına yönelik merak ve kaygılarından dolayı teşekkür ederiz. Sanırım bu merak ve etik duyarlılıktan ötürü çalışmamıza ilgi yoğun oldu.

Bu çalışmamız İletişim Araştırmaları Derneği tarafından Türkiye'de İletişim Araştırmaları dalında "2014 Yılın İletişim Araştırması" olarak değerlendirildi ve ANKA haber ajansının kurucularından Müşerref Hekimoğlu'nu ve ajansı simgeleyen mavi renkli çiniden Anka kuşu ödülünü 2015 yılında aldı. Bu ödül ve değerlendirme çalışmayı yapan bizleri çok mutlu etti ve onurlandırdı. Hiç kuşkusuz çalışmanın eksikleri var. Özelikle yeni uygulamalar geliştirildikçe, bazı ortamlar popülerliğini kaybettikçe, bu canlı ortamlarda araştırma yaparken gerek teknik gerekse etik olarak yeni sorunlarla karşılaşılıyor. Bunları çözmek için elinizdeki bu çalışma yer yer yetersiz kalabiliyor ancak bu alanda Türkiye'de konuyla ilgili hâlâ önemli bir başvuru kaynağı olma niteliğini taşıyor. Özellikle, çalışmanın araştırma etiği ve araştırmacı etiği bölümleri, yeni medya ortamlarında araştırma yapmak isteyenler için temel bir okuma. Araştırma etiği konusunda *Folklor ve Edebiyat Dergisi*'nin Güz 2015 "Yeni Medya Çalışmaları" adlı özel sayısında Yeliz Özdemir'in izin alarak çevirdiği İnternet Araştırmacıları Derneği'nin (Association of Internet Researchers) "Etik 2.0" adlı yönergesi de bu konuda önemli bir yol gösterici. Keza, Mutlu Binark, Haydar Yalçın, Şule Karataş Özaydın ve Tuğrul Çomu'nun Hacettepe Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Desteği kapsamında 2016 yılında gerçekleştirdikleri 9402 no'lu "Sosyal Bilim Araştırmalarında Türkiye'de Veri Etiği Politikası: Sosyal Medya Ortamlarından Veri Toplanması" araştırması da Türkiye'de veri etiği konusunda bir politika olup olmadığını ortaya koymakta, sosyal medya ortamlarında veri toplanırken ve bulguların yorumlanması, verilerin depolanması veya ikincil kullanıma açılması sürecinde karşılaşılan sorunları, konuyla ilgili uzman görüşlerinden yararlanarak dökümlemektedir.[1] Bu çalışmada özellikle sosyal medya ortamlarında sıradan insanlardan, incinebilir gruplardan veri toplarken "onanmış rıza" alınması gereğinin altı çizilmiş, kişisel verilerin korunması hususuna dikkat çekilmiştir. Araştırmacılar, "Bourdieucu sosyolojinin merkezinde olan 'özdüşünümsellik' hususu, sosyal medya ortamlarında yapılan araştırmalarda da kanımızca merkeze alınmalı; yeni medya araştırmalarında araştırmacı saha çalışmasında gü-

1. Bu çalışmadan kısa bir makale için bakınız: Binark, M. vd. (2017) "Sosyal Bilim Araştırmalarında Türkiye'de Veri Etiği Politikası: Sosyal Medya Ortamlarından Veri Toplanması", *Sosyoloji Divanı,* 5(9): 101-128.

ven ilkesine, zarar vermeme ilkesine ve onanmış rızanın alınması gereğine dikkat etmelidir" (2017:127) önerisinde bulunmaktadırlar. Yine bahsi geçen bu çalışmada, sosyal bilim araştırmalarında araştırma etiğinin, etik kurul ve etik yönergelerden önce, araştırmacının özdüşünümselliğiyle temin edilebileceğinin altı çizilmektedir. Araştırmacılar etik bir araştırmayı da şu şekilde tanımlamaktadırlar: "araştırmanın tüm tarafları hesap verebilir, siyasal, toplumsal, kültürel ve tarihi sorumluluğuyla doğru bir araştırmadır" (2017:127). Biz de bu çalışmada özellikle araştırma etiği, araştırmacının etik bakış ve tutumu bölümü ile akademide özdüşünümsellik tartışmasını gündeme getirmeyi amaçladık.

Çalışmanın "Tavır, Merak, Araç: Doğru Yol Boyunca Yürümek" başlığı ile Sunuş yazısını yazan Günseli Bayraktutan'a da burada bir kere daha teşekkür etmek istiyoruz. Kitabın Sunuşu, araştırma neden yapılır konusunda bir hesaplaşma ve araştırma yöntem ve tekniklerinin bu yolculuktaki yeri üzerine bir deneme. Bu akıcı sunuştan sonra yeni bir sunuş yazmak sanki kitabın bütünlüğünü bozmak gibi.

Çalışmamız yayımlandıktan sonra Türkiye'de İnternet ortamına yönelik yasal düzenlemelerin ve devlet denetiminin, ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim hakkı temelinden uzaklaşarak daha kontrol toplumu yönünde değiştiğini, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun (2016) çıktığını da burada anımsatalım. Devletin ifade özgürlüğü ve bilgiye erişme özgürlüğünü sınırlayıcı düzenlemeleri araştırma ortamlarına kimi zaman ulaşmayı zorlaştırmakta. Örneğin, Wikipedya'ya erişim Türkiye'den neredeyse bir yıldır mümkün değil.[2] Kişisel Verilerin Korunması Kanunu yeni medya araştırmalarına yönelik bir düzenleme değil, ancak İnternet'te, sosyal medya ortamlarında araştırma yapılırken sıradan insanların verilerinin "kişisel veri" olduğu olgusuna dolaylı olarak işaret etmekte ve bu verilerin anonimleştirilmesi

2. Wikipedya'ya erişim yasağı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından, 5651 sayılı Kanun'un verdiği yetkiye dayanılarak 29 Nisan 2017 tarihinde aldığı idari tedbir kararı sonucu getirilmiştir. 5 Mayıs'ta Wikipedya'nın bağlı bulunduğu vakıf, idari tedbir kararı alan Ankara 1. Sulh Ceza Hakimliği'ne başvurarak kararın kaldırılmasını istedi, fakat itiraz reddedildi. 5 Mart 2018 tarihinde Wikipedya'nın Facebook sayfası üzerinden Türkiye'yi özledik anlamına gelen *#WeMissTurkey* hashtagi ile bir kampanya başlatıldı. Bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi%27ye_T%C3%BCrkiye%27den_eri%C5%9Fimin_engellenmesi, Erişim Tarihi: 8 Mart 2018, Busan-G.Kore.

konusunun altını çizmekte. Türkiye'de İnternet ortamındaki veya hukuk alanındaki düzenlemeler bir yana bırakılırsa, belki de araştırma ortamını etkileyen en önemli husus, 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin ardından çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnameler (KHK) oldu. Çok sayıda ve birbirini izleyen KHK'lar ile, kamuoyunda "Barış için Akademisyenler"[3] olarak bilinen akademisyen arkadaşlarımız hakkında "Bu suça ortak olmayacağız" bildirisini imzaladıkları için ceza davaları açıldı ve özellikle bu kitabı armağan ederek 50. kuruluş yılını kutladığımız Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden KHK ile işten çıkarıldılar; Giorgio Agamben'in deyişiyle yasanın askıya alındığı bir düzene "kampa" mahkûm edildiler.[4] Araştırmacıların yeni sorular sorma, siyasal tabuları deşme, toplumsal travmaları inceleme olanağı da çok meşakkatli. Son olarak, tüm dünyada popülist sağ politikaların hızla yükseldiğini belirtelim ve devlet güdümlü çeşitli öncelikli bilim politikalarının yaşama geçirildiği bu moment'te, araştırmacıların toplumsal, siyasal ve kültürel olaylar ve olgulara ilişkin soru sorma, sorgulama ve eleştirel muhakeme yeteneğinin kaybolmaması temennisinde bulunalım... Umarım, bu çalışma da eleştirel muhakeme yeteneğine kendi alanında katkıda bulunmaya devam eder.

Busan, Güney Kore
8 Mart 2018

3. https://barisicinakademisyenler.net/.
4. Agamben, G. (2001). *Kutsal İnsan. Egemen İktidar ve Çıplak Hayat*,Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları.

Sunuş
Tavır, Merak, Araç:
Doğru Yol Boyunca Yürümek

Günseli Bayraktutan

> "Becerilerin tarihi pek ender yazılmakla beraber, 'nasıl yapılacağını bilme', kesinlikle 'bir şeyi bilme'nin yanında bir yer hak ediyor."
>
> (Ryle, 1949, Thelen, 2004'ten akt. Burke, 2012: 6).

Toplumsal yaşamı incelerken sosyal bilimciler olarak sahip olduğumuz dünya görüşü, bizi biçimlendiren kişisel geçmişimiz, sahip olduğumuz ideoloji bir tavır[1] benimsememize neden

1. Bu sunuş yazısının başlangıcında araştırmacılar için "tavır" olarak nitelediğim varoluş biçimi veya görünümü kimi kuramcılar için sınıf kategorisini, kimileri için

olur. Hatta belki de böyle bir tavır yüzünden bazı meselelere merak duyarız veya bazı meselelerle karşılaştığımızda bu tavır bizim durumu farklı biçimlerde okumamıza, ele almamıza neden olur. Sahip olduğumuz bu tavır aslında ona uygun bir yol seçimini de beraberinde getirir. Bir bilimsel inceleme etkinliğinin başlaması aslında merak ve/veya dert olarak tanımlayabileceğimiz bir durumun ortaya çıkması, bizim onunla karşılaşmamız ve bazen ansızın bazen de geçmiş birikimlerin etkisiyle sistematik olarak bir inceleme etkinliği kapsamında bizi bu yola yönlendirmesi ile ilgilidir.[2] İşte bu sistematik inceleme etkinliğine bilimsel araştırma, araştırmada benimsediğimiz yola ve yaklaşıma da yöntem diyoruz. "...Bu sözcük Yunanca 'meto/boyunca' ve 'hodos/yol' sözcüklerinden türemiştir. Dolayısıyla, yöntem bilgisi, sözcüğün tam anlamıyla 'logos', yani, 'doğru yol boyunca yürümek' demektir. Yöntem belirli bir alanda izlenen yoldur; yani, bir düzenleme etkinliğimiz ve hedefleri belirleme biçimimizdir. Yöntembilgisi, yöntem kuramıdır" (Bochénski, 2008: 19).

Araştırma açısından yöntem önemli bir tartışma alanı ve başlığıdır çünkü bilgi üreten, paylaşan ve yayan cemaatler açısından neyin bilgisinin nasıl elde edildiğinin aktarılması da önemlidir. Aslında kişisel olarak meseleye baktığımda, çok klişe bir ifade ile

---

de, örneğin Bourdieucü anlamda habitusu işaret eder; ancak bu metnin temel derdi bir parça da edebi bir aktarımla yöntem meselesini değerlendirmek üzerinedir. Burada bu değerlendirmenin de bir deneme olarak nitelenmesi gerektiğini tedbiren söylemeliyim.

2. Uzunca bir süredir temel merakım "Bireysel bilimsel merak nasıl kurumsallaşır?" sorusu üzerine yoğunlaşmış durumda. Bu merak en geniş biçimiyle bilim tarihinin, daha dar bir sorgulamayla da aslında biyografik öykülemenin konusu olarak da değerlendirilebilir elbette. Bu türden bir merak, içerisinde bulunduğum cemaatin *(akademiya)* ve yaşam biçiminin doğrudan bir sonucu olarak da ortaya çıkmakta. Bu merakın bir bölümü sürece ilişkin ve "Neyi merak ediyorum? Neden merak ediyorum?" gibi sorulardan oluşmakta. Bu noktadan devamla bu sorunun yanıtını verme çabasının da kişisel olduğunun farkındayım; ancak bu kişisel çabanın çeşitli biçimlerde desteklendiğini de belirtmem gerekir. Bütün yollar ve bu yollarda yürüyenlerin hikâyesi özeldir ve en az bilimsel çalışmaların kendisi kadar anlatılmayı, paylaşılmayı hak etmektedirler. Kurumlar ve kişilerden oluşan bir yaşam dünyası olan *akademiya* içerisinde, bu kapsamda teşekkür etmek istediğim iki kişi var. Öncelikle lisans eğitimi boyunca "Siyaset Bilimine Giriş" derslerinde kuramsal düşünmeyle beni tanıştıran ve yaşamı algılayabilmek için bazen yansımalara bakmak gerektiğini kavratan Prof. Dr. Aykut Kansu ve bazen de bu kuramsal düşünceyi pratiğe uyarlamamızı gerektiren durumlarda önümü görmemi sağlayan bir alet çantasıyla beni tanıştıran Prof. Dr. Belma Akşit'e teşekkür ederim. Onlar bana bilimsel meraka yönelik hem derdi hem de dermanı gösterdiler.

"iyi, nitelikli bilimsel çalışmaların gerçek dertler"den kaynaklandığını ve konu özelinde bireysel bağlanımların da hem araştırmacıyı hem de çalışmayı güçlendirdiğini fark ettiğimi söylemeliyim. Çoğu çalışmada "gerçek bir dert"in, araştırmacının konusunu ve o konuyu çalışma nedenini, konuya dair motivasyonunu paylaşırken onu heyecanlandıran ve onu meselesine bağlayan o ilginin varlığı olduğuna ve bunun pek çok durumda akademik çalışmayı kurtaran, yola koyan bir olgu olduğuna tanıklık ettim. Bir derdiniz ve bir tavrınız varsa ona uygun aracı bulmak her zaman daha kolaydır. Bu konuyla ilgili olarak Mike Wayne'in nesnellik, görelilik ve farklılık temelli bir tartışmada vurguladığı, "Niyette hata bulmak imkânsızdır ama yöntem için aynı şeyi söylemek mümkün değildir" (2009: 286) saptaması tam da burada vurgulamak istediğimiz konuyu ele alır. Niyette hata olmaz!

Kişisel merakla kurumsal desteğin ve merakın uyumlanması sürecinin kimi zaman otobiyografik unsurlar da içermesi gerektiğini söyledim. Bir araştırmacının –kendim de dahil olmak üzere– neyi neden yaptığını, yazdığını anlatmasını ve bunun kişisel olması kısmını da önemsiyorum. Evet, belki de artık daha özel bir dille, belki edebiyat diliyle, bu cephede (bilimsel çalışmalar) olan biteni anlatmak temel dert olmalı. Belki de tam da bu yapılmadığı için yönteme dair kuşkulu ve soğuk, çekimser bir genel tavır söz konusu. Uzun bir geçmiş bilimsel olanın edebi olmadığı kararının egemenliğinde geçti. Daha doğrusu, pozitivizmin egemenliğindeki bilimsel çalışmanın kavranışı uzunca bir zaman öznel olanın, araştırmacıyı da çalışmanın içerisinde sorgulayan bakış açısının reddedilmesi üzerine inşa edildi: Buna göre "normal bilim" edebiyattan ve dolayısıyla öznel öykü ve vurgulardan arınmış olmalıydı. Dolayısıyla, elinizdeki bu sunuş metni yönteme ilişkin deneme niteliğinde bir metin olarak da değerlendirilebilir. Bu nedenledir ki bu yazıda araştırma problemi, sorun ve/veya sorunsal gibi metodoloji literatürüne ait kavramlar ve sözcükler kullanmak yerine, meseleyi daha edebi anlatabilmek amacıyla "dert" sözcüğünü kullanmaya karar verdim. Bu dert bir yandan bilimsel çalışmaya aktarıldığında bir tür soyutlamayı da içermekteydi: "Bilimsel yöntem (*method-scientific method*), öncekilerinden farklı olarak tanımlama ve sınama bölümlerinden oluşan, sorgulayıcı-eleştirel bir düşünce biçimidir. Bu nedenle bilimsel yöntem, yalnızca süreçte kullanılan araçlar ve izlenen yol ile değil, ulaşılması he-

deflenen sonucun (zihinsel ve/veya eylemsel bilginin) kendisiyle doğrudan ilişkilidir. Beraberinde nesnelerin olguların olayların yalnızca ne olduğunun değil, nerede ve nasıl bulunduklarının yanıtının araştırılmasını sağlar. Bu nedenlerle de yöntem tekniğe indirgenemez" (Hamzaoğlu, 2013: 58). Derdimiz yöntemle soyutlanabilir, onu somutlayacak olan ise tekniktir.

Bu derleme çalışmasının da konusu olan "yeni medya" başlığıyla birlikte yöntem tartışmasını düşündüğümüzde, bir yandan da ideolojik bir mücadele akla gelmeli. Yöntemin önemi, yöntemi oluşturmak, yaklaşımı benimsemek kişisel seyirlerin ve merakların akademik cemaatin kurumsal yapısıyla uzlaştırılması sürecini içermesinden de kaynaklanır. Burada yeniden Pierre Bourdieu'ye ve onun alan kavramı üzerinden yaptığı tartışmaya yönelmek gerekir. Bourdieu şunu söylemektedir: "Bir alan ne kadar özerkse kırıp yeniden tanımlayarak yansıtma kabiliyeti o kadar kuvvetli olacak ve dış tazyikler de (artık tanınmayacak ölçüde) bir o kadar şekil ve suret değiştirecektir. O halde bir alanın temel özerklik göstergesi yeniden tanımlama, biçimleme, kırıp-yansıtma kabiliyetidir" (2013: 68).

Tam da bu noktada, yeni medya ve yöntem tartışmasının arakesitinde "alan"a ilişkin sorulacak yeni sorular ve bu soruların yanıtlarının bize sunacağı önemli başlıklar söz konusu olacaktır. Burada, iktidar ve özerklik meselesi bağlamında sorulacak en temel ve basit soru "Yeni medya alanındaki çalışmalara egemen olan güçler nelerdir" sorusudur. Bu soru doğrudan yanıtlanmasa da ele alınan çalışmalara bakıldığında bu konudaki çeşitli yönelimleri ve/veya yaklaşımları tespit edebilmek mümkün olabilir. Onur Hamzaoğlu, çalışmasında, bilim insanının taraflılığını toplumsal yapıya ve çeşitli sınıfsal aidiyetlere bağlı araştırmacıların bulunmasına, "kapitalist toplumsal yapıda toplumun homojen olmamasına" bağlamaktaydı (2013: 61-62). Aşağıda bu temel ve basit sorunun ardından gelen diğer sorular sıralanmış ve yeni medya alanına uygulanmaya çalışılmıştır.

a) "Yeni medya araştırmacıları hangi 'taraf'ın araştırmacılarıdır" sorusu da merakla çalışılmayı bekleyen sorulardan birisi olabilir. Bu alanda yapılmış herhangi bir araştırmayı kimlerin yaptığı vurgusu da önemlidir. Buradaki "kimler" sorusu elbette araştırmacıların, bu çalışmayı hangi aka-

demik disiplinin üyeleri olarak gerçekleştirdikleri sorusunun yanıtını içermektedir. Bu türden bir sorgulamaya araştırmacıların hangi alanlardan başlayarak bu çalışmaları yaptıkları sorusu egemen olmalıdır. "Yeni medya" diye tanımladığımız şemsiye terimin altında mühendisler mi, iletişim bilimciler mi, sağlık alanında çalışanlar mı işlerlik göstermektedir? Bu konuyla ilgili olarak, bu alanda çalışan akademisyenlerin endüstriyle bağlantıları da ipucu verecek niteliktedir.

b) Bu alanda "hangi konularda" çalışıldığı da önemli bir başka sorudur. Son dönem yönelimler nelerdir? Genel araştırma ikliminden bağımsız bir yönelim söz konusu mudur, yoksa örneğin, yeni medya ve okuryazarlık, yeni medya ve izleyici araştırmaları gibi temalar mevcut çalışmaların bu alana yansıması olarak mı görülmelidir?

c) Alanın kendisi konu üretmekte midir? Sadece bu alandaki pratik uygulamalar veya geliştirilen araçlar üzerinden tartışılacak yeni olgular söz konusu mudur?

d) Alanda yapılan çalışmalarda yöntemsel bir sorgulama var mıdır? (Bu sorgulama hem alana dair hem de araştırmacıya dair olabilir.) Yapılan çalışmalarda benimsenen yöntemsel yaklaşım nedir? Bu doğrultuda araştırmacı bu yaklaşımı neden benimsediğini paylaşmakta mıdır?

e) Araştırmanın konusu olmayanlar da araştırılması gereken bir başka soru(n)dur. Örneğin yeni medya kullanımına dahil ol(a)mayan nüfusun belirli grupları, topluluklar ve kişiler de çalışma kapsamına alınmalıdır. Sadece cep telefonu kullanım pratikleri ve bunların çeşitli yaş gruplarınca nasıl deneyimlendiği ve/veya belirli alanlardaki etkileri (örneğin siyasal iletişim alanındaki) değil, bu cihazlara ve teknolojilere çeşitli gerekçelerle erişemeyenlerin varlıkları da tartışılmalıdır.

f) Kişisel dertlerin uzlaşması gereken bir başka konu da diğer araştırmacılardır. Yeni medya gibi bir alanda kolektif çalışma yapmak önemlidir ve hatta bazı durumlarda zaruridir. Tam da bu noktada, Bourdieu'nün vurguladığı gibi, salt bir araya gelmek değil, etkileşimi olanaklı kılacak bir mekanizmayı da tesis etmek gerekir (Bourdieu, 2013: 64). Bu önemli bir vurgudur; çünkü yeni medya araştırmaları

aynı zamanda araştırmacılara yeni medya üzerinde tartışabilmek ve araştırma konusunu ve alanını etkileşim içinde kullanabilmek adına çok geniş olanaklar sağlamaktadır.

g) Semra Somersan, araştırmacının amaçladığını yapabilmesi için üç tür iktidara sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır: kurumsal güçlü bir yapı (çoğunlukla üniversite) içerisinde bulunmak, araştırmacının sosyal, kültürel kapitale sahip olması ve araştırma yapacağı insanlar üzerindeki iktidarı (2009: 161). Üzerinde durulması gerekli tartışmalardan birisi bu birinci tür iktidardır. Yeni medyanın, çalışma alanı olarak hem üniversiteler içerisindeki konumlanması hem de benimsenen yöntemsel yaklaşımların uzlaşı ile kabul edilmesi aşaması.

h) Bilimsel sermayenin somut görünümleri de ciddiyetle ele alınmalıdır; ne kadar tez yazılmış, ne kadar makale üretilmiş, ne kadar yabancı yayın yapılmış gibi soruların yanıtları da araştırma yönsemesi adına bize bir fikir verecektir.

i) Ayrıca yeni medya çalışmaları ile kullanım pratikleri ve örneğin siyasal iletişim gibi alanlarda ortaya koyduğu görünümlerin ötesinde, düz anlamıyla dijital olanın da çalışılması gerekir. Bu çalışmalara yönelik ne tür örneklerin söz konusu olduğuna bakmak gerekir.

Burada yapılan sorular sormaktır; verilen ve/veya verilecek yanıtlar alanı, disiplini tanımlayan, tanımlayacak olan yanıtlardır kuşkusuz. Elinizdeki bu kitap da bu tür dertlerle yola çıkmış araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve bu soruların bazılarına yanıt verme çabası içerisinde bir çalışma olarak önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Pek çok araştırma yöntemleri kitabı var ama bunların pek azında, araştırmacının ruhunu ve deneyimini metinlerde görüyor ve/veya izleyebiliyoruz. Bu kitap ise, bunların yanı sıra, bize ayrıca çalışma alanının kendisinin (yeni medya) de etkili bir aktör olarak araştırma yöntem tartışmasına dahil edilebileceğini göstermesi açısından önemlidir.

Giriş

Mutlu Binark

"Yeni medya" terimi, geleneksel medyadan (kitap, televizyon ve radyo) farklı olarak, sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, İnternet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanılmaktadır. Yeni medya terimi, bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunlarla bağlantılı sosyal bağlamları, iletişim becerilerini artıran cihazları, bu cihazları kullanılarak geliştirilen iletişim etkinlikleri ile pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya örgütlenmeleri kapsamaktadır (Lievrouw ve Livingstone, 2007). Eugenia Siapera da yeni iletişim ve enformasyon teknolojileri için, yeni medya teriminin kullanılmasını farklı fikirler, kullanıcılar ve mantıklar ara-

sındaki mücadeleye işaret etmesinden ve yaratıcılığa, dinamizme açıklığından dolayı tercih etmektedir (2012).

Bu noktada şu hususu açıklamak gerekir: Kitle iletişim araçları tarihinde her yeni iletişim aracı kendisinden önce yaygın kullanım gösteren kitle iletişim aracına göre "teknolojik" olarak kuşkusuz yenidir. Bu yeni aracın, iletişim sürecinde bazı yenilikleri beraberinde getirirken kullanım pratiklerinde de bazı farklılıkları ortaya çıkardığı söylenebilir (Giselman, 2006). Lisa Gitelman'ın *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture* adlı çalışmasında da belirttiği gibi, her medyum/araç özgül ve karmaşık bir tarihsel özneliğe sahiptir ve aracın tarihselliği, sadece bir teknolojinin bir diğerini nasıl izlediğinin veyahut onun yerini aldığının ya da mucitlerin yarattığı birtakım teknolojilerin dünya üzerindeki sihirli etkisinin öykülerinden oluşmaz, tam tersine, toplumsallığından ve kültürelliğinden kaynaklanır (2006: 7). Tam da bu tarihselliğindeki özgüllükten dolayı, her "yeni medya" özgül toplumsal, kültürel ve ekonomik öznedir. Bu durumda "yeni medya" dediğimiz iletişim araçlarının, yeniliği aracın kendisinden değil ama "ne"liğinden kaynaklanmaktadır diyebiliriz.

M. Gökhan Aslan'ın da haklı olarak altını çizdiği üzere, "Medya tarihsel bir özne olarak toplumun geçirdiği aşamalar paralelinde evrilmektedir. Bu noktadan bakıldığında, medya, toplumdan izole edilerek kendi içindeki değişkenler üzerinden analiz edilmemelidir. Bu sebeple, dönemsel olarak ortaya çıkan toplumsal talepler, teknolojik yenilikler, ekonomik, siyasi ve kültürel dinamikler medyanın yapılanmasını ve bu toplumsal yapıya nasıl entegre olması gerektiğini belirler. Bu perspektiften bakıldığında denebilir ki, toplum ne kadar yeni ise medya da o kadar yenidir" (2013: 110). İşte bu noktada, tarihi, ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal özgül koşullar ve ilişkilenmeler bağlamında "yeni" olan medya, "ne"liği ile birlikte ele alınmalıdır diyebiliriz.

Yeni medya ortamlarının "ne"liğini oluşturan özellikleri ise dijitallik, etkileşim, hipermetinsellik, multimedya biçemselliği, kullanıcı türevli içerik üretimi, mevcudiyet hissi ve yayılım (Binark ve Löker, 2011) şeklinde sıralayabiliriz. Yeni medya ortamları üzerine çalışan bir araştırmacı, bu ortamlardaki metinler üzerine araştırma yaparken veyahut İnternet'teki çeşitli ortamların kullanım pratiklerini incelerken, İnternet metninin bazı özelliklerinden kaynaklanan güçlüklerle karşılaşabilmektedir.

Bu nedenle, araştırmacının, yapacağı araştırmayı tasarlarken, bu ortamların özelliklerini göz önünde bulundurması gereklidir. Yeni medya ortamlarındaki bir metnin, geleneksel medya metninden farklı bazı özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkün: metinlerötesilik/hipermetinsellik, düzçizgisel olmama, yazar olarak okur/yazarsılokur konumu, multimedia biçemselliği ve metnin geçiciliği veyahut ortadan kalkması durumu. Araştırmacı, İnternet'te herhangi bir metnin sahip olduğu bu temel özellikleri göz önüne almadan başarılı ve gerçekçi bir çözümleme yapamayabilir.

Peki çevrimiçi metin, geleneksel medya metninden neden farklıdır? Çevrimiçi metin herkese açık olduğu ve birtakım bağlantı noktaları (linkler) kullandığı için kullanıcı, kolayca sayfalar ve metinler içinde ve arasında hareket edebilir. Hipermetin *(hypertext)* dediğimiz bu yeni metin, çok geniş, birbirine bağlı, tutarlı ve sayısız metnin varlığını ifade etmektedir. Böylelikle çevrimiçi ortamdaki her metin, başka sunucularda bulunan başka metinlerle ilişkilenebilmektedir. Ağın küresel oluşu, hipermetin özelliği ile birleştiğinde, sayısız kullanıcının çevrimiçi ortamları kullanmasına olanak tanır. Geleneksel medyanın aksine, bu metinlerin çoğu herkese açık bir şekilde mevcuttur. Böylece, bir sayfadan sonsuz sayıda sayfaya ulaşmak ve bu sayfalar arasında dolaşmak mümkündür (Mitra ve Cohen, 1999: 183). Örneğin okur, çok tıklanan bir haber sitesinde "insan hakkı" konulu bir habere tıkladığında, haber metninin içinde veyahut altında yer alan etiketlerde/linklerde bulunan "insan", "hak", "ihlal", "örgüt" gibi dört etikete gittiğinde, bu etiketlerden de farklı metinlere doğru metinsel yolculuğunu devam ettirir. İnternet metni dağıtık yapısı nedeniyle okurları sürekli yeni metinlere ulaşmaya teşvik etmektedir. Hipermetinsellik özelliği ile birlikte, İnternet metinlerinin ağ üzerinde bulunan başka metinlere bağlantı içermesi, okurların ağ üzerindeki metinler arasında sürekli gezindiği varsayımını beraberinde getirmektedir (Mitra ve Cohen, 1999: 185). Geleneksel medya metinlerinde bir başlangıç ve son varken, İnternet ortamının sahip olduğu hipermetinsellik, görüldüğü üzere bu "son" olgusunu ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle, araştırma yürütmek ve çözümleme gerçekleştirmek için, araştırmanın –başlangıç ve son noktasının– nerede başlayıp nerede biteceğini sınırlamaya ihtiyaç vardır. Örneğin, bu nedenle araş-

tırmacının, güvenli ve uygun bir metni başlangıç noktası olarak saptaması gerekir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında sunulan metinlerde okurun rolü genel olarak sadece alıcı konumundadır. Alıcının sınırlı ölçüdeki geribildirim dışında metinlere ve içeriklere bir etki yapamaması nedeniyle iletişim sürecindeki rolünün edilgen olduğu varsayılmıştır. Oysa yeni medya ortamları söz konusu olduğunda, seyircinin/okurun metni (yeniden) üretme rolü vardır ve okur, asıl yazarlarıyla birlikte, onlara ortak olarak metni kurabilmekte, böylece yazar ve okur arasında bu alanda işbirliği olabilmektedir. Açık, çeşitli, sonsuz ve hipermetinsel üretim ortamının varlığı, okurlara birçok alternatif sunmaktadır. Herkes, gerekli ve yeterli yeni medya okuryazarlığı bilgi ve becerisine sahip olup, gerekli donanım ve ağa erişim olanaklarına ulaşabildiği sürece, yeni medya ortamlarında metin yazabilir, bir metni düzeltebilir veyahut eleştirebilir. Bu temelde, bir profesyonel olarak yazarın rolü dönüşmüş, yazarın konumu ise metni oluşturan tek kişi olmaktan çıkmıştır. Yazar bugün sadece öğe ve içeriklerini sunarak bir metni gösterebilir ve okur kendisine sunulan içerikler arasından istediği içerikleri seçebilir, paylaşabilir ve hatta ağ metni üretmeye ortak olabilir. İşte bu noktada, Ananda Mitra ve Elisia Cohen'e göre okur tam bir yazar olmuştur (1999: 186). Yazar ve okur arasındaki sınırın belirsizleştiği bu durumda, artık yazarsılokurla karşı karşıya kalmaktayız. Örneğin, sosyal medya ortamlarında trollük amaçlı yapılan üretimlerin arkasında yazarsılokurların olduğunu söylemek olanaklıdır.

Multimedya biçemselliği ile metnin çok anlamlılık gizilgücü arasında bir ilişki bulunmaktadır. Eğer metin nispeten "açık" kurulmuşsa, metinden farklı mesajların çıkarsanabilmesi olasıdır. Burada kastedilen açıklık, John Fiske'nin deyişiyle, herhangi bir metne içkin olarak tanımlanan çokanlamlılık olgusudur. İnternet, farklı metin biçimlerinin bir arada bulunabildiği bir ortamdır. İnternet metni, yazarının varolan teknolojik imkânları doğrultusunda, yazılı metnin yanı sıra görseller, işitsel öğeler ile hareketli görüntüleri de aynı anda içerebilmektedir. Okurun yazar haline gelmesi, multimedya biçemselliğiyle de yakından ilgilidir. Bir görsel dosyasını ağ üzerinden dolaşıma sokan bir kullanıcı, her zaman o görselin yaratıcısı olmasa da diğer kullanıcıların siber uzamda söz konusu görsele ulaşmasını sağlayan kişidir, yine bir

tür yazar konumundadır (Mitra ve Cohen, 1999: 188); ama yeni medya okuryazarlığı daha stratejik düzeyde olan bir yazarsılokur, kendi videolarını üretip, YouTube ya da Vimeo gibi paylaşım sitelerine yükleyebilmekte ya da cep telefonu ile videolar çekip Vine gibi anlık iletişim ortamlarında paylaşabilmektedir.

Çok sayıdaki yazarın ağ üzerinde birden fazla sayıda metni birlikte oluşturabilmesi durumu, insanlar arasında uzaktan iletişimin ve işbirliğinin kurulması yönünde büyük bir olanak yaratmıştır. Bu içeriklerin her biri farklı coğrafi bölgelerde bulunan sunucularda barındırılsa dahi, küresel ağ üzerinde aynı anda ve hatta aynı sayfada görüntülenebilmektedir (Mitra ve Cohen, 1999: 189). Bu durum için aslında ağın dağıtık yapısı üzerinde, kolektif zekânın (Lévy, 1994; Jenkins, 2006) yaşama geçmesi durumudur diyebiliriz.

Yeni medya araştırmalarında, ağ üzerinde bulunan metnin her an ortadan kaybolabileceği ve erişilmek istenilen sayfaya ulaşılamadığı bilgisini veren meşhur 404 ekranıyla karşılaşılabileceği her zaman göz önünde bulundurulmalı ve buna göre gerekli kayıtlama yapılarak, çözümleme sürecinde araştırmacının inceleyeceği metinlerle çalışabilmesi garanti altına alınmalıdır (Mitra ve Cohen, 1999: 197). Araştırmacının üzerinde çalışma yapacağı İnternet sayfalarına ait bağlantı adreslerinin varlığı tek başına yeterli değildir; çünkü ağ üzerindeki içerikler her zaman değişmekte ya da yukarıda anlatıldığı gibi ortadan kalkabilmektedir. Benzer şekilde, Web 2.0 ortamlarında da paylaşılan bir içerik yazar tarafından silinebilir, değiştirilebilir. Bunun yanı sıra, bu ortamların ticari yazılımlar olduğu göz önüne alınırsa, ortamın sahibi olan şirketin bizatihi kendisi, ekonomik ve siyasi iktidarları rahatsız eden bir paylaşımı ortamdan kaldırabilir. Türkiye'de özellikle 5651 sayılı ve 2007 yılında yürürlüğe giren *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun*[1] temel alınarak Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) tarafından uygulanan içeriğe erişim yasaklarının varlığı göz önüne alınırsa, çalıştığınız bir arayüzeye erişim konusunda birdenbire sıkıntı yaşabilirsiniz.[2]

1. http://www.tib.gov.tr/tr/tr-menu-28-5651_sayili_yasa_hakkinda.html (Erişim tarihi: 7 Ocak 2014).

2. AKP'li vekillerin imzasıyla Meclis Başkanlığına Ocak 2014'te sunulan *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mü-*

Bu nedenlerden ötürü, üzerinde çalışılacak içeriklerin sistematik bir şekilde kaydedilmesi büyük önem taşımaktadır. Kayıtlama tekniklerine bu çalışmanın Birinci Bölüm'ünde yer verilecektir.

Yeni medya ortamlarından İnternet ve çeşitli Web 2.0 uygulamaları, günümüzde pek çok insanın her gün gezip keşfetmekte olduğu, çok farklı nitelikte enformasyona ulaşabildiği, kişiler arasında küresel ölçekte eşanlı veya eşansız etkileşimi olanaklı kılan ortamlardır. Bu ortamlarda iletişim pratiklerinin hızla gelişmesi, bu iletişimi sağlayan ortamların kültüre, kolektif üretimlere ve demokratik katılıma olumlu katkısı, endüstriyel ve akademik alanlarda çalışan pek çok araştırmacının ilgisini her geçen gün daha çok çekmektedir. Medya ve yeni medya çalışmaları alanından birçok araştırmacı, bugüne değin, gerek İnternet kullanım pratikleri olsun gerek İnternet dolayımlı iletişim biçimleri üzerine olsun çok sayıda araştırma gerçekleştirmiştir (Witmer, 1999: 146). Klaus Bruhn Jensen "New Media, Old Methods-Internet Methodologies and the Online/Offline Divine" (2011) adlı araştırma yöntem ve teknikleri üzerine yoğunlaşan çalışmasında, İnternet çalışmalarında başvurulan araştırma yöntemlerini temelde altı kategoriye ayırmaktadır. Bu kategorilendirmeye göre, çevrimiçi ya da çevrimdışı anket uygulamaları, web kullanım bilgisi gibi bilgileri ölçen laboratuvar deneyleri, siyasal enformasyon kaynaklarının veya meta-enformasyon olarak arama motoru içeriklerinin çözümlenmesi niceliksel yöntemleri; çevrimiçi ya da çevrimdışı derinlemesine görüşmeler, dijital etnografi olarak adlandırılan katılımlı gözlem, söylem analizi ile tarihsel ve estetik eleştiri ise niteliksel araştırma yöntemlerini oluşturmaktadır.

Bu kitap çalışması Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı'nda tarafımdan yürütülen "Yeni Medya Sosyolojisi" adlı doktora dersi kapsamında Mart 2013 tarihinde başlamış olup Aralık 2013'te tamamlanmıştır. Ders

---

cadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi ve Gerekçesi, İnternet ortamında URL üzerinden de içerik engellemesine olanak tanımakta ve TİB'e içerik engellemede yasaüstü bir konumda olağanüstü güç vermektedir. Bu yasa taslağının yaşama geçmesiyle birlikte Türkiye'de İnternet ortamı TİB denetimli ve sansürlü bir ortama dönüşmüştür. Konuyla ilgili STK'ların basın açıklaması için bakınız: Alternatif Bilişim Derneği (2014), "İnternet Sansürü Derinleşiyor!", http://yenimedya.wordpress.com/2014/01/07/internet-sansuru-derinlesiyor/(Erişim tarihi: 13 Ocak 2014); LKD (2014), "5651 Sayılı Yasa ve Özgürlüklerin Kısıtlanması", http://yenimedya.wordpress.com/2014/01/11/5651-sayili-yasa-ve-ozgurluklerin-kisitlanmasi/ (Erişim tarihi: 13 Ocak 2014).

kapsamında genç iletişim bilimcilerle yeni medya ortamlarında araştırma yöntem ve tekniklerini hem kuramsal-kavramsal hem de örnek araştırmalar üzerinden tartışma ve irdeleme kararı almıştık. Bu çalışmalarımızı yeni medya araştırmalarında eksikliği oldukça fazla hissedilen bir yöntemler ve teknikler başvuru kitabı şeklinde tasarlayarak geliştirmeye karar verdik. Türkiye'de bugüne kadar yeni medya ortamlarında araştırma yöntem ve teknikleri konusunu ele alan sınırlı sayıda makale (Atabek, 2001; Binark, 2005, 2007) ve araştırma (Bayraktutan vd 2012, 2013) olduğunu gördük. Yeni medya konulu kongre, sempozyum ve çalıştayların da son yıllarda arttığını gözlemledik: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin düzenlediği *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Sempozyumu* (2006), Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'nin düzenlediği *Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm Kongresi* (2012), Alternatif Bilişim Derneği ve Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin işbirliği ile düzenledikleri *I. Ulusal Yeni Medya Kongresi* 7-8 Mayıs 2013 gibi... Hiç kuşkusuz bu bilimsel etkinliklerin yanı sıra, birçok irili ufaklı toplantı ve etkinliğin de varlığını gözlemledik. Ne var ki gerek alanyazında gerek bu sempozyum ve kongrelerde sunulan çoğu çalışmada (sınırlı sayıda istisna hariç, örneğin Aslan, 2013) yukarıda açıklanan ortamın ne'liği araştırma yöntem ve teknikleri bazında ele alınmamakta, araştırma yöntem ve teknikleri verili kabul edilmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın önemli bir alanyazın boşluğunu dolduracağını düşünüyoruz.

Jensen'in yeni medya çalışmalarında yukarıda sıraladığımız araştırma yöntem ve tekniklerine ilişkin kategorileri burada kısmen benimsenerek, araştırma yöntem ve teknikleri üç bölüm altında, hem kavramların hem de örnek araştırmaların değerlendirilmesi üzerinden ele alınmıştır. Jensen'in çalışmasında yer almayan bir tartışmanın gerekliliği nedeniyle, bu çalışmada "Araştırma Etiği ve Özdüşünümsellik" başlığı altında, medya ve özellikle yeni medya çalışmalarında araştırmacının araştırdığı öznelere ve sahaya karşı sorumluluğu ve konumu ile başta *Association of Internet Researchers*'ın (AoIR) araştırma etik kodları da tartışmaya açılmıştır. Çalışmanın Sunuş'unda herhangi bir bilimsel araştımada yöntem ve tekniklerin araştırma soru/sorunlarıyla ve kuramsal bakışla nasıl ilişkili olduğu ele alınmış ve araştırmada "doğru yolda yürümek" için yöntem ve tekniklerin ne kadar önemli oldu-

ğunun altı çizilmiştir (Bayraktutan). Derdimizi, olay ve olgulara bakış açımızı kavramsal ve kuramsal tutarlılıkla çizdikten sonra sahada doğru yöntemle yürümenin önemli olduğunu aklımızda tutarak çalışmanın bölümlerini oluşturduk. Birinci Bölüm ise yeni medya ortamlarından Web 1.0 ve Web 2.0 uygulamalarında ağın mimarisi ile ilişkili olarak nicel-nitel içerik çözümlemesi ve söylem analizinin nasıl uygulanabileceğini ortaya koymaktadır (Çomu ve Halaiqa). Yine bu bölümde, netnografi araştırmaları, bazı veri kayıtlama ve nicel-nitel çözümleme yazılımları ile Burak Arıkan'ın çerçeve yazısı ve Arıkan'ın geliştirdiği ağ temelli yazılım temel alınarak *ağ haritalama* üzerinde de durulmaktadır.[3] İkinci Bölüm'de ise, insanların çeşitli tutum, tavır ve gündelik yaşam içindeki seçişleri-pratikleri üzerine ampirik ve pozitivist bakış açısıyla uygulanan anket tekniğinin çevrimiçi ortamlarda ne şekilde uygulandığını ve uygulanabileceğini oldukça ayrıntılı bir şekilde ortaya koyulmaktadır (Mert). Bu bölümde, anket tekniğinin gelişmesi ve iletişim araştırmalarında neden egemen bir konumda olduğu da kısaca irdelenmektedir. Çevrimiçi anket tekniğinin uygulanması için örneklem, soru sorma, ölçekler, arayüzeyin tasarımı, analiz konuları bu bölümde gerek uluslararası alanyazında gerek Türkiye'den örnek araştırmalarla sunulmaktadır. Üçüncü Bölüm'de etnografinin çevrimiçine nasıl taşınabildiği, çevrimiçi etnografi gerçekleştiren araştırmalar üzerinden ele alınmakta, farklı ortamlarda çevrimiçi etnografi ve çoklu metodolojilerin nasıl kullanıldığı aktarılmaktadır (Büker Alyanak). Son Bölüm, yukarıda kısaca açıklandığı üzere, sosyal bilimlerin tüm disiplinlerinde araştırmacının kendisine sorması gereken temel bir soru ile ilgili bir bölümdür: Bu araştırma kime neye hizmet ediyor? Katılımcılarla olan iletişim ve etkileşimden ben ne öğredim? Bu bölüm, Bourdieucü sosyolojide "özdüşünümselik" sorununu merkeze almakta, ardından yeni medya araştırmalarında araştırmacının saha çalışmalarında dikkate alması gereken etik kodlara, güven ilkesine, zarar vermeme ilkesi ve *onanmış rızanın* alınması gereğine dikkat çekmektedir (Tunç). Özellikle araştırma yöntem ve teknikleri kitaplarında araştırmacı-araştırma konusu olan özneler arasındaki ilişki ve araştırmacı etiği konusunun daha yeğin

3. Bu çalışmaya *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi Pİ*'de (2012) yayımlanan çalışması ile katkı verdiği için Burak Arıkan'a teşekkür ederiz.

bir şekilde yer alması gerektiğini düşündüğümüz için, çalışmanın bu son bölümüne özel bir önem verdik.

Bu çalışma, yeni medya ortamlarının ne'liğini göz önüne alarak, araştırma yöntem ve tekniklerine ilişkin uygulamalarda, bazı hususlarda yaratıcı ve yeni soru formülasyonlarına duyulan gereksinimi somut örnekler üzerinden ortaya koymayı amaçlamaktadır. Son olarak bu çalışmanın kolektif bir üretim olduğunu ve sosyal bilimlerin tüm alanlarında bir diğer önemli eksikliğe işaret ettiğini belirtmeliyim. Bu kolektif üretimin Pierre Lévy'nin deyişiyle kolektif zekânın bir görünümü olduğunu belirterek, çalışmaya dahil olan öznelere kazandırdıklarını şu şekilde sıralamam olanaklı: bilginin paylaşımı ve tartışılması, ortak bilgi üretimi ve bireylerin daha geniş bir tecrübe alanında ortak hareket edebilmesi (Jenkins, 2002: 4). Hiç kuşkusuz, yeni medya araştırmalarında yöntem kitabı yazmanın oldukça büyük sorumluluğu var, bu nedenden ötürü de biz de bu çalışmanın bir başlangıç olduğunun farkındayız.

Bu çalışmaya emeklerini katarak destek veren Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-TV ve Sinema Anabilim Dalı doktora öğrencileri Ezgi Mert, İslam Halaiqa, Selda Tunç, Tuğrul Çomu ve Zeynep Büker Alyanak başta olmak üzere, yeni medya çalışmalarında birçok araştırmayı birlikte ördüğümüz değerli meslektaşım Günseli Bayraktutan'a şahsen teşekkürlerimi sunmayı borç bilirim. Günseli Bayraktutan'ın araştırma yöntem ve tekniklerinin bizatihi kendisine yönelik "araştırmacı" merakı bu çalışmanın ardyöresinde bir sinerji oluşturdu. Bayraktutan ile araştırmacının araştırma sorusu karşısında konumu ve habitusu ve bilginin toplumsal-siyasal ve ekonomik kullanımı konularında kendi çalışmalarımız üzerinden tartıştık, kendi araştırmalarımızı sorguladık. Bayraktutan'ın araştırma soruları-kavram seti ve yönteme ilişkin geliştirdiği metaforunu burada anmadan geçmemeli: "Dert bende, derman da!.."[4] 111k263 nolu Tübitak Sobag Projesi'nde birlikte çalıştığımız Aslı Telli Aydemir, Burak Doğu ve Gözde İslamoğlu'nun da bu çalışmaya katkıları, yaklaşık iki buçuk yıl süren araştırma projemiz boyunca Web 2.0 ortamlarına yönelik nicel ve nitel içerik çözümlemesi ile söylem çözümlemesinin nasıl uygulanabileceğine ilişkin tartışmaları besledi. Projede-

4. Bu metafor, Mine Koşan'ın 1972'de yayınladığı *Dert Bende/Sev de Gör* 45'liğinde yer alan "Dert Bende Derman Sende" adlı şarkısından beslenmektedir.

ki yöntem tartışmalarımız, bu çalışmayı bir nevi "dürttü". Son olarak, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin BYYO. yıllarında İletişim Kuramları dersini aldığım değerli hocam Prof. Dr. Aydın Uğur'un yeni medya araştırmalarındaki katkısının da bu çalışmadaki izinden, kişisel bir hikâyeden bahsetmek stiyorum. Lisans yıllarından sonra kendisi ile tekrar karşılaşmam, enformasyon teknolojilerinin toplumsal cinsiyete bağlı kullanımını iki ülke örneği üzerinden etnografik bir yöntemle irdeleyen doktora tezi savunmam[5] vesilesi ile gerçekleşti. Doktora tezimin savunmasında Uğur, araştırma yönteminin ve sahaya çıkmanın öneminin altını çizmişti. Uğur, *I. Ulusal Yeni Medya Kongresi*'nin açılış konuşmasında da şu saptamada bulunmaktadır: "Gelgelelim yavaş yavaş anlıyoruz ki bir medyadan çok daha fazlasını içeren bir zeminle karşı karşıyayız. İnternet'te hem türlü –çeşitli– medya yer alıyor hem de limon sıkacağından terliğe kadar her türlü emtianın satıldığı dükkânlar faaliyet gösteriyor. İnternet hem medya hem AVM hem de cilveleşme, dedikodu ve miting alanı. Üstüne üstlük neredeyse hemen her alanda –paranız varsa– her konuya dair ciddi bir şeyler öğrenebileceğiniz devasa bir bilgi okyanusu. Durum bu ise artık ne "sanal" alemden ne de ayrı bir gerçeklikten söz edebiliriz. Düpedüz, toplumun ta kendisiyle karşı karşıyayız. Burası gerçek toplumun gerçek mekânlarından bir diğeri. Şimdi sosyal bilimcilere düşen ne bu yeni toplumsal mekâna övgüler düzüp özgürleştirici teknolojilere nihayet eriştiğimizi iddia etmek ne de gözetleme kapasitesindeki müthiş artışa bakıp karalar bağlamak. Yapılması gereken, günahı ve sevabıyla bu yeni toplumsallaşma zeminini oluşturan aktörleri, dinamikleri, yapıları ve deneyimleri soğukkanlılıkla anlamaya, yakalamaya çalışmak" (2013: 11).

Tekrar kolektif hikâyeye geri dönmek istiyorum: Bu çalışmayı gerçekleştirenler olarak bizim bu çalışmadaki amacımız, Türkiye'de gerek akademi çatısı altında kurumsallaşan yeni medya bölümlerinde gerek iletişim bilimleri alanında ve/veya medya çalışmalarında yeni medya ortamları üzerine gerçekleştirilen nitelikli araştırmaların sayısının çoğalmasına, epistemolojik ve ontolojik tutarlığa sahip yeni medya araştırmalarına ve araştırma etiğine yöntembilimsel katkı sağlamaktır. Aynı zamanda amacı-

5. F. M. Binark, *Enformasyon Teknolojilerinin Toplumsal Cinsiyete Bağlı Kullanımı: Japonya ve Türkiye Örneği*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1999. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

mız, bir iletişim araştırmasının, hangi iletişim mecrası, ortamı veya pratiği üzerine gerçekleştirilse gerçekleştirilsin, derdinin asıl olarak samimi olması, kavramsal ve kuramsal yaklaşımını tutarlı bir şekilde çatması gerektiğini ve "sahaya" çıkıldığı zaman aslında topluma ve bireye temas edildiğini unutmamalıyız. Araştırmacı da araştırma süreci içinde kendi derdi, soruları ve kavram seti, olay ve olgulara bakış açısı ile yüzleşme, sorgulama ve hesaplaşma içeren bir yolculuğa çıkmaktadır. Yeni medya araştırmalarında, araştırmacıların yöntem ve teknikleri nasıl yaşama geçirdiklerinin, uygulamada yaşadıkları sorunların ve çözüm yollarının hikâyesini anlatmaları –deneyimin paylaşılması– da kanımızca etik bir sorumluluktur.

BİRİNCİ BÖLÜM

Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi

Tuğrul Çomu – İslam Halaiqa

Bu bölümde, temel olarak, İnternet üzerinde ve içinde bulunma durumundan türeyen çevrimiçi olma, siber uzama dahil olma, ağda olma vb ifade ve kavramsallaştırmalar odağında, incelenen arayüzeydeki metinlere uygulanan araştırma yöntem ve teknikleri ele alınacaktır. Bunun yanı sıra, geleneksel metin ve bu yeni hipermetin arasında bir karşılaştırma yapılacak, "Dünya Çapında Ağ" olarak çevrilebilen, "World Wide Web" (www) adlandırması ile sunulan ortamın ve bu ortamdaki yeni metnin özellikleri tartışmaya açılacaktır.

İnsanların yaşantısını somut olarak değiştiren İnternet ve buna paralel olarak gelişen çevrimiçi veyahut ağda olma duru-

mu, hipermetinsellik gibi olgular 20. yüzyılının sonunda ortaya çıkmıştır. Bu yeni sayısal ortam, ortaya çıkardığı veyahut belirgin kıldığı birtakım potansiyel değişiklikler nedeniyle araştırmacıların ilgisini çekmiş, İnternet'in, kullanıcılarına etkisinin ne olduğu gibi sorular yanıtlanmaya çalışılmıştır. Bugün İnternet'e bağlı bilgisayarlar tıpkı televizyon gibi her yerde bulunduğundan İnternet kullanımı artık gündelik yaşamın ayrılmaz/kanıksanmış bir popüler kültür faaliyeti halini almıştır. İnternet, herkese, ağ üzerindeki kamusal alana ulaşarak bir yandan her bir kullanıcının kendi varlığını ortaya koyduğu bir ortam sunarken, diğer taraftan da çeşitli bilgilere, resimlere ya da multimedyaya (çoklu medya ortamı veya çoklu ortam) ulaşma olanağı sağlamaktadır. Manuel Castells'in deyişiyle bu olgu "kitlevi öz-iletişim"dir (2013). Bu olgular pek çok araştırmacıyı İnternet üzerinde araştırma yapma konusunda motive etmiştir. Bu bağlamda Ananda Mitra ve Elisia Cohen'e göre İnternet'i ve arayüzeyi analiz etmekte kullanılan başlıca iki tür yaklaşım bulunmaktadır (1999: 180):

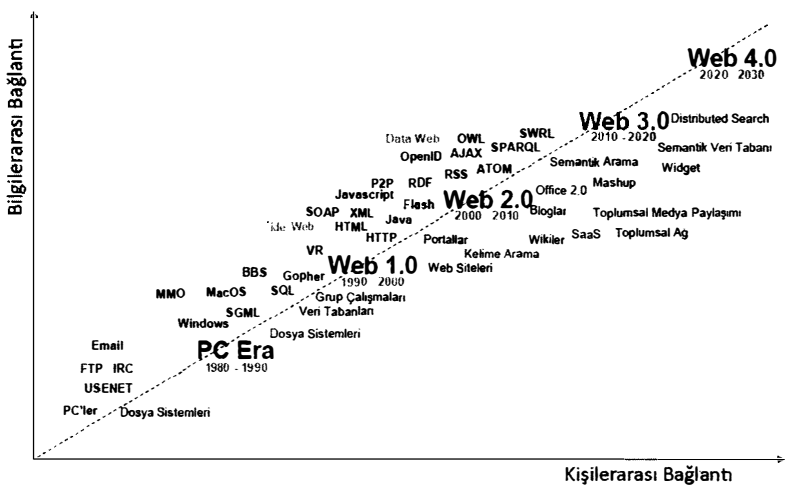
Bunlardan ilki, *kullanıcı temelli* yaklaşımdır. Bu yaklaşımda, kullanıcıların İnternet kullanım alışkanlıkları, süreleri, yöntemleri ve İnternet hakkındaki görüşleri araştırılır. Bu araştırma yaklaşımı çoğunlukla kamuoyu araştırma şirketleri tarafından benimsenmektedir. Bu yaklaşımın temel ilgi alanları arasında İnternet dünyasındaki değişiklikler ve heterojen kullanıcı gibi kavramlar sayılabilmektedir. Bu yaklaşımla yapılan araştırmalarda ulaşılan verilerin her zaman çok güvenilir olmaması ve araştırılmak istenen konuyla ilgili yeterli veri sağlamaması, yaklaşımın eksileri arasında bulunmaktadır. İkinci yaklaşım ise, *içerik temelli* yaklaşımdır ve İnternet kullanıcıları arasında kullanılan, metin ve üretilen içeriğin analizine yöneliktir. İnternet ve ağ, hem kitlesel hem de bireysel bir alan olduğu için, bu alandaki içeriği analiz etmenin farklı amaçlarla, farklı alanlarda kullanılabilecek bilgi üretimine katkı sağlayacağı öngörülmüştür (Morris ve Ogan'dan akt. Mitra ve Cohen, 1999: 180). Arayüzeyde üretilen ve dolaşıma sokulan metin, söylem ve mesajların okurları/tüketicileri/kullanıcıları/izleyicileri ne derece ve nasıl etkilediği sorusuyla ilgili birçok farklı görüş bulunmaktadır. İşte araştırmacıları İnternet metnini incelemeye yönlendiren sorun tam da budur (Mitra ve Cohen, 1999: 180).

1.1. Web 1.0'dan Web 2.0'a "Ağ Mimarisi"

"Yeni medyanın katılımcı kültürü destekleyen özelliği, İnternet'in ortaya çıkışından sonra katılım (ya da paylaşım) temelli web sitelerinin çoğalmasıyla birlikte 'Web 2.0' olarak anılmaya başlanmıştır" (Çomu, 2012: 42). Kullanıcının, web üzerinde hazırlanmış bir içeriğe ulaşarak, hazırlanmış bu içeriği görüntülediği sistemler için "Web 1.0", kullanıcıların hazırladıkları içeriklere farklı kullanıcıların ulaşmasına olanak tanıyan sistemler için ise "Web 2.0" tanımlamaları kullanılmıştır. 1.0 ve 2.0 şeklinde artan tanımlama, bilgisayar programlarının sürüm numaralarına gönderme yaparak bir tür gelişmişlik biçiminde sunulmaktadır. Ancak Web 2.0 herhangi bir yazılım değildir. Web 2.0'a getirilen en büyük eleştiri, Web 2.0 olarak anılan uygulamaların zaten İnternet'in, diğer bir deyişle Web 1.0'ın barındırdığı uygulamalar olduğu, dolayısıyla köklü bir yenilik içermediği yönünde olmuştur (Laningham'dan akt. Harrison ve Barthel, 2009: 158). Aslında kullanıcı türevli içeriklerin estetik arayüzeylere sahip farklı uygulamalar üzerinden farklı kullanıcılara ulaşabilmesi "Web 2.0" olarak anılan dönemde olmuşsa da bu dönemden önce kullanıcı türevli içeriklerin olmadığı ya da dolaşıma gir(e)mediği iddia edilemez. Web 1.0 döneminde de kullanıcıların ürettiği içerikler farklı uygulamalar üzerinden dolaşıma girmiştir. "Bu bakımdan Web 2.0, kullanıcı türevli içeriğin ortaya çıkmasının temelinde değil ancak yaygınlaşmasında rol sahibidir. Web 2.0'ın getirdiği bir diğer avantaj, yeni medyanın özellikle yayılım, hipermetinsellik ve multimedya biçemselliği özellikleri üzerinden, bir içeriğin başka amaçlardaki İnternet uygulamalarına doğrudan entegre edilebilmesinde ortaya çıkmaktadır" (Çomu, 2012: 46).

Katılımcılığı ve kullanıcı etkileşimini destekleyen, bu sayede de kullanıcı türevli içeriklerin kolaylıkla dolaşıma girmesinde payı olan sistemlerin "Web 2.0" olarak tanımlanmasıyla birlikte, İnternet'le ilgili yeni gelişmeler, aynı yazılım göndermesiyle rakam büyüterek tanımlanmaya başlanmıştır. Anlamsal Ağ (*Semantic Web*) gibi Web 2.0'a göre daha büyük gelişmeler barındıran uygulamalar "Web 3.0" olarak tanımlanmaktadır. "2020 yılına kadar tam olarak ortaya çıkacağı düşünülen Web 3.0'ın ortak bir dil üzerinden birbirleriyle iletişim kuran ağlardan oluşacağı düşünülmektedir" (Çomu, 2012: 44). Web 3.0, "veriler ağı" olarak tanımlanabilmekte ve cihazların birbirleriyle iletişim kurabildik-

leri ortak protokoller üzerinden çalışmaktadır. Web 3.0 uygulamalar için, ortak iletişim protokolleri/dilleri gibi gerekli altyapı çalışmaları tamamlanmış olmakla birlikte mevcut İnternet siteleri Web 1.0 ve Web 2.0 düzeyindedir. Bu durumun tek istisnası, e-devlet uygulamalarıdır. Robert Ackland, Web 3.0 düzeyindeki web sitelerinin günlük kullanımda yaygınlaşması için, web tasarımcılarının açık bir fayda görmesi gerektiğini, aksi halde maddi düzeyde veya zaman düzeyinde gerekli yatırımı yapmaya ihtiyaç duymayacaklarını söylemektedir (2013: 5). Web 1.0 ve 2.0 uygulamalarda temel belirleyici olan, bu çalışmanın Giriş Bölümü'nde açıklandığı üzere ortamın hipermetinsellik özelliğidir. Böylelikle kullanıcı, ağda dolanarak çeşitli bilgilere ulaşabilir, arama motorları aracılığıyla yeni bilgilere gidebilir. Web 3.0'da ise özel bir işlem yapılmasına gereksinim kalmaksızın, kullanıcının İnternet kullanım alışkanlıklarından yola çıkılarak, ihtiyaç duyulabilecek içeriklerin kullanıcıya, onu arama zorunluluğuna sokmadan sunulması söz konusudur (Ackland, 2011: 5).



Şekil 1. *Geçmişten geleceğe İnternet'in gelişimi* (Aslan, 2007)

Yukarıdaki tartışmada ve Şekil 1'de de görüldüğü gibi İnternet ve İnternet'te yer alan uygulamalar sürekli değişmekte ve dönüşmektedir. Bu nedenle İnternet'teki içeriklerle ilgili olarak, hatları ve sınırları kesin olarak belirlenmiş araştırma yöntemleri

bulunmamakla birlikte, her araştırmada mutlaka dikkat edilmesi gereken birtakım noktalar bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, yeni medya üzerine yapılacak araştırmalarda, araştırmanın konusu, kapsamı, yöntemi, araştırma nesnesi çok iyi bir biçimde tanımlanarak, kullanılacak teknikler bu doğrultuda belirlenmelidir. Dolayısıyla her araştırmanın tekniği bir noktada özgün olmalıdır/olmaktadır. İnternet içeriklerinin, uygulamalarının farkları bir kenara bırakılsa bile, ağ uygulamalarının zaman içinde sürekli ve hızla değişmekte olması, her araştırmanın özgün biçimde tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Etkileşim ve toplumsal paylaşım ağları üzerine yapılan araştırmaların kısa bir tarihi olmasına rağmen bu araştırmaların sayıları hızla artmaktadır. Farklı alanları ve boyutları inceleme konusu olan toplumsal paylaşım ağlarında, araştırmacıların ilgisini çeken konuların başında kendini sunma[1] ve kimlik temsil etme pratikleri yer almaktadır. Toplumsal paylaşım ağları, kullanıcıların kendilerini sunmalarına ve iletişim kurmalarına yardım eder ancak bu ağları daha başarılı ve etkin biçimde kullanmak için, söz konusu uygulamaların yapısal özelliklerini bilmek ve kullanmak gereklidir. Siber uzam mimarisi, fiziksel mimariye çok benzemektedir. Bu mimarlık toplumsal etkileşimi geliştirir ve insanların kendilerini ifade etmesine yardım eder. Bu bakımdan sosyal ağların, bir açıdan gerçek günlük yaşamı taklit ettiği söylenebilir (Papacharissi, 2009: 200).

Toplumsal paylaşım ağlarını ve Web 2.0 uygulamaları incelerken farklı konulara ve noktalara dikkat etmek mümkündür. Toronto'da yapılan bazı araştırmalar göstermiştir ki çevrimiçi etkileşim sıklıkla yüz yüze etkileşimin yerine kullanılmakta ve sosyal sermayenin artmasına hizmet etmektedir (Hampton, Hampton ve Wellman, Wellman vd'den akt. Papacharissi, 2009: 201) Kullanıcılar, toplumsal paylaşım ağlarında çoğunlukla yeni insanlarla buluşmaya değil, çevrimdışından tanıdıkları kişiler ve arkadaşları ile iletişim kurmaya çalışmaktadır (Boyd ve Ellison'dan akt. Toprak vd, 2009). Bu nedenle kullanıcılar, sayfalarını oluşturup bu sayfalar üzerinden çeşitli içerikleri paylaşırlar. Bu paylaşım pratiği, aynı zamanda kullanıcının kendini ve kimliğini yansıtmasını içermektedir. Özellikle Facebook gibi bilinirliğin esas olduğu

1. Özellikle toplumsal paylaşım ağlarında benliğin temsil edilme biçimi "ideal benin inşası" (Toprak vd, 2009) kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır.

(kullanıcıların anonim olmadığı) ağlarda, kullanıcılar fazla arkadaş sayısını bulmak için yarışmayıp, tanıdıklarıyla etkileşim ve iletişim kurmaya çalışmaktadırlar (Toprak vd, 2009). Toplumsal paylaşım ağları sunduğu bu yapısal özellikler ile kullanıcıları toplumsal etkileşme girmeye teşvik ve davet etmektedir (Papacharissi, 2009: 202). Öyleyse burada bu paylaşım ağlarının mimarisini açıklamak faydalı olacaktır.

Zizi Papacharissi'ye göre, sanal mekânların mimarisi, tıpkı fiziksel mekânların mimarisi gibidir ve bu mimari belirli etkileşim biçimlerini olanaklı kılarak, bireyleri olanaklılık çerçevesinde belli şekillerde etkileşim kurmaya yönlendirmektedir. Toplumsal paylaşım ağ mimarisi, yapı, tasarım ve örgütlenmenin birleşiminden oluşan bir sonuç olarak tanımlanmaktadır (Papacharissi, 2009: 205). Mimari tasarım, basitçe bir arayüzey tasarımının ötesindedir ve ağ uygulamasının amaçları, hedefleri, hedef kitlesi, ağ üzerinde geçekleştirilmesi beklenen amaçlar gibi öğelere bakarak oluşturulur. Ağ mimarisi, uygulamaya kimlerin katılacağından katılan kullanıcıların ağ üzerinde yapacakları/yapabilecekleri etkinliklere, başta gizlilik ayarı olmak üzere site ayarlarında izin verilen kişiselleştirmelere kadar pek çok unsuru barındırır ve oldukça kapsamlıdır. Bu nedenle farklı toplumsal paylaşım ağı uygulamalarında farklı mimari yapılar benimsenmektedir. Ağ uygulamasının amaçları/hedefleri doğrultusunda ortaya çıkan bu yapıda mutlak doğrular ya da iyiler bulunmamaktadır.

İnternet'te yer alan içeriklerle ilgili olarak, çözümlemeye nereden başlanabileceği sorulacak ilk sorudur. İnternet'teki içerikler, sayıca çok fazla, çok çeşitli, yoğun ve birbirleri ile bağlı metinler olduğundan, mantıklı ve eleştirel soruların neler olduğu ile hangi metinlerin başlangıç noktası olarak seçileceği önem kazanmaktadır. Geleneksel medya metinleri, düzçizgisel bir yapı barındırdığından, çözümlenecek metni belirlemek ve incelemek, yeni medya metinlerine kıyasla çok daha kolaydır. Ancak yeni medya metinlerinde, Giriş Bölümü'nde üzerinde durulduğu üzere, başta hipermetinsellik ve multimedya biçemselliği gibi birtakım özellikler nedeniyle, herhangi bir metin çok farklı öğeler barındırabilmekte ve çok sayıda başka sayfaya bağlantı içerebilmektedir. Tam da bu nokta, yeni medya metinleriyle ilgili çözümleme çalışmalarını karmaşıklaştırmaktadır. Bu nedenle, yapılacak çözümlemenin kapsamı çok iyi tanımlanmalı ve incelenecek metinler

bu tanımlama doğrultusunda sınırlandırılmalıdır. Aksi takdirde, bütünlüklü ya da amaca uygun sonuçlara ulaşmak mümkün olmayacağı gibi, çözümlemenin tamamlanması için harcanması gereken zaman da artacaktır.

Başlangıç noktasıyla ilgili seçim yapılırken iki önemli nokta bulunmaktadır. Bunlardan ilki İnternet'in hipermetinselliği ile ilişkili olarak, yapılacak analiz için İnternet'te birbirine hiperlinklerle bağlanmış metinlerin seçilebilmesidir. Diğer taraftan, birbirine bağlı metinlerden oluşan bir ortamın analizinde esas zorluğun, araştırma konusuyla ilgili doğru metinlere ulaşmak olduğu belirtilmelidir. Genellikle araştırmacıların farklı sitelerden metinler seçmeleri gerekmektedir. Web 1.0 içeriklere yönelik analizlerde, araştırmacının, sitede bulunan ve okuru başka web sayfalarına götüren hiperlinkler ile farklı web sayfalarında bulunan ve okuru belli bir(kaç) web sayfasına götüren hiperlinkler arasında bir seçim yaparak, İnternet'in hipermetinsellik özelliğinden beslenen araştırmasını, hangi yöndeki linkler üzerinden yapacağına karar vermesi gerekmektedir (Mitra ve Cohen, 1999: 192).

İlk etken, hipermetnin özellikleri üzerinden bir metnin İnternet'te ortaya koyduğu görünürlükle ilgilidir. Metin üzerinden başka metinlere ulaşma olanağı ne kadar fazla ise okurların da kendi metinlerini yazabilmelerine yönelik olanaklar o kadar fazladır. Kapalı uçlu İnternet sitelerinde ise site ziyaretçilerinin herhangi bir yazma edimine izin verilmediğinden, bu siteler çözümleme için iyi birer başlangıç noktası olarak düşünülmemektedir; çünkü böyle kapalı uçlu siteler, araştırmacının İnternet'in ortaya koyduğu potansiyeli tamamiyle gözlemesine olanak tanımamaktadır.

İkinci etken, sayfaya bağlantı veren diğer İnternet sayfalarının sayısıdır. Bu yolla, aynı ya da benzer konularla ilgilenen İnternet siteleri arasında, söz konusu sayfanın ne kadar tanındığı ve bilindiği saptanmış olur. Daha çok sayfada kendisine bağlantı verilen bir web sayfasının, bağlantısız ve yalıtık bir biçimde yayın yapan bir web sayfasından daha fazla hipermetinsel bağlantı barındıracağı düşünülmektedir. Bir sitenin popülaritesini tespit etmenin çeşitli yolları bulunmaktadır. Bunlardan ilki, "web-mapping" olarak adlandırılan çeşitli araçların kullanılmasıyla elde edilen verilerin izlenmesidir. Web-mapping araçları, İnternet'teki çeşitli sitelerde bulunmaktadır. Bu araçlar ile farklı sayfalarda bulunan

içerikler arasındaki bağlantılar görsel ve sayısal olarak saptanabilmektedir. Sitenin popülaritesini tespit etmeye yönelik bir diğer uygulama ise sitenin ya da sayfanın kaç kere ziyaret edildiğinin (tıklandığının) ölçülmesidir. Pek çok sitede ziyaretçi sayaçları bulunmaktadır ancak sitelerde bulunan bu sayaçlarda ziyaretçilere gösterilen sayı ile oynanmış olabileceği, diğer bir deyişle sayaçta gösterilen sayının gerçeği yansıtmayabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Mitra ve Cohen, 1999: 192-3). İnternet'le ilgili ilk çalışmaların yapıldığı dönemlerde, bir İnternet sitesinin ne kadar popüler olduğunu saptamaya yönelik araç ve uygulamalar daha sınırlı olmuştur. Burada, her geçen gün İnternet'te trafik verileri ile ilgili yeni uygulamaların ortaya çıkmakta olduğunu ve bu verilere ulaşmanın yine her geçen gün daha kolaylaştığını anımsatalım.[2] Mitra ve Cohen de İnternet araştırmalarında incelenecek sayfanın/sitenin seçilmesinde iki etkene özellikle bakılması gerektiğini belirtir: sayfada bulunan linkler ve sayfaya bağlantı veren diğer sayfalardaki linklerin sayısı. Linkler üzerine odaklanma, web sayfalarının linkler aracılığıyla nasıl birbirleriyle bağlantılandığını göstermesi bakımından önemlidir (Mitra ve Cohen, 1999: 193).

Peki sayısız metnin söz konusu olduğu İnternet ortamında araştırma yaparken, bir sorunu belirtmek ve incelemek için kaç soru sorulmalıdır ve hangi sorular seçilmelidir? Örnek olarak 2012 yılında "Reyhanlı" (Türkiye'nin Suriye sınırlarına yakın Türkiye ilçesi) kelimesi İnternet'te arama motorları aracılığıyla arandığında belli miktarda sonuç bulunurken, 11 Mayıs 2013'te ilçede gerçekleşen bombalı saldırıdan sonra aynı kelimeyle yapılan aramada binlerce sonuca ulaşılmaktadır. Bu durumda araştırmacı ciddi bir sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Ulaşılacak metinlerin sayıca çokluğu, diğer taraftan da hipermetinsellik özelliği üzerinden her sayfada okuru farklı sayfalara yönlendiren bağlantıların bulunması, araştırmacının kaç içerik veya bağlantıyı seçeceği gibi soruları ortaya çıkarmaktadır (Mitra ve Cohen, 1999: 194).

Bu sorulara verilebilecek yanıt, araştırmacıyı metin çözümlemesine yönlendiren araştırma sorusuna göre ortaya çıkar. Eğer araştırma sorusu esas olarak belirli bir konuyu kapsıyorsa metin çözümlemesi İnternet'teki o konuyla ilgili ya da bağlantılı içerik-

2. Örneğin *alexa.com* tarafından sağlanan trafik verileri oldukça güvenilir kabul edilmekte ve pek çok araştırmada, araştırılan sitenin seçilmesinde, alexa tarafından sağlanan veriler esas alınmaktadır.

leri kapsamalıdır. Bu nedenle araştırmacı, incelemeye başladığı sayfada sunulan bağlantıları takip ederek, bu bağlantıların kullanıcıyı götürdüğü içerikleri sınıflandırarak benzer içerik ve bağlantıları belirlemelidir. Araştırmacı, İnternet'te araştırma yaparken aynı konuyla ilgili ve aynı türde çok sayıda metne ulaşabilir. Bu durumda, araştırmacının araştırdığı konuyla ilgili olarak bazı metinleri seçmesi ve araştırmasını bu metinler üzerinden kurarak, toplayacağı metinlerle ilgili varsayımda bulunabileceği verilere ulaşması gerekmektedir. Bu süreç, inceleme amacıyla toplanacak metinlerin sayısından çok, incelenecek konunun bileşenlerinin tanımlanmasına yöneliktir (Mitra ve Cohen, 1999: 195); ancak yapılacak araştırma, belirli bir İnternet sitesini çözümlemeye yönelik ise ve daha sonra bu başlangıç noktasını takip ederek farklı metinlere ulaşmayı gerektiriyorsa küçük farklar taşıyan yaklaşımlar benimsenebilir. Örneğin, ağ haritalama uygulamaları iyi bir başlangıç noktası oluşturmaktadır; çünkü bu uygulamalar ile bir metnin ağ üzerinde bağlantıda olduğu diğer metinler ve bu metinlerle bağlantılı olma düzeyi saptanabilmektedir (Mitra ve Cohen, 1999: 194).

İnternet'te araştırma yapmak konusunda ortaya çıkan en büyük zorluk, İnternet'in analitik bir nesne olmasından ve İnternet üzerindeki verilerin kendilerini sürekli olarak üretmesinden ileri gelmektedir (Jensen, 2011: 52). İnternet'in temelini oluşturan hipermetinler fiziksel bir yapıda olmadığından, metinler ve içerikleri sürekli herhangi bir uyarı olmaksızın değişebilmekte ya da ortadan kalkabilmektedir. Örneğin çevrimiçi haber sitelerinde yer alan haberlerin içerikleri sürekli değiştirilebilmekte, içerdikleri bazı öğeler silinebilmektedir. Benzer durumlar, farklı İnternet içerikleri için de geçerlidir. Araştırmacıların bu noktaya çok dikkat etmeleri gerekir çünkü metnin değişmeyeceğinin garantisi yoktur. Dolayısıyla araştırma için incelenecek olan metinler ve linkler kaydedilmezse ya da çıktı olarak basılmazsa araştırmacı bu metinleri sonsuza kadar kaybedecektir (Mitra ve Cohen, 1999: 191). Üstelik İnternet ortamı üzerinde devletin filtreleme, derin veri analizi (*deep package inspection*)[3] gibi sansür araçlarıyla URL

3. Derin veri analizi konusunda Selma Arslantaş-Toktaş vd, *Türkiye'de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Kartlarından Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi*, İstanbul, 2012, Alternatif Bilişim Derneği. E-kitap olarak: http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/turkiyede-dijital-gozetim.pdf

temelli içerik engelleme uygulaması da söz konusuysa İnternet ortamında bazı metinlere ulaşılamayacaktır.

Yukarıda açıklandığı üzere, araştırmacılar, İnternet ve web sayfalarını çözümlerken bazı sorunlar ve zorluklarla karşılaşabilmektedir. Bunlardan en önemlisi, sayfaların, linklerin ve metinlerin geçici olması ve içeriklerin gözden kaybolmasıdır. Bu sorundan kurtulmak ve yapılan araştırmalarda güvenilirliği sağlamak amacıyla, sayfaları ve linkleri kaybetmeden kaydetmek için çeşitli teknikler bulunmaktadır.

> Web sayfası linkinin kaydedilmesi: Bu yolda, adres çubuğunda yer alan bağlantı adresi kopyalanarak herhangi bir kelime işlem programına yapıştırılır. Bu yolla kaydedilen bağlantı adreslerinde, incelenecek materyalin ismi, başlığı ve/veya yazarının da yazılması tavsiye edilmektedir. Aksi halde hangi bağlantı adresinin hangi içeriğe ait olduğunu anlamak, söz konusu bağlantı adresini takip edip açmadan mümkün olamayabilmektedir. Belirtmek gerekir ki, bu teknikte kaydedilen yalnızca bağlantı adresi olduğundan, bu bağlantının yönlendirdiği içeriğin, daha sonraki bir erişim zamanında değişmemiş olacağının garantisi yoktur.
>
> Ekran Görüntüsü (*Screen Shot*) alma yöntemi: Bu yöntem için çeşitli yazılımlar kullanılabileceği gibi, bilgisayarlardaki "Print Screen" düğmesinden de yararlanılabilmektedir.[4] Bu işlem, ekrandaki görüntüyü kopyalamaktadır. Fotoğraf desteği olan herhangi bir kelime işlem programı veya fotoğraf düzenleme programında kopyalanan görüntünün yapıştırılması ve dosyanın kaydedilmesi yoluyla arşivleme işlemi gerçekleşmiş olur. Bu tekniğin avantajları sayfanın, metnin ve sayfada görüntülenen görseller dahil tüm materyallerin aynen kopyalaması ve sayfanın linkinin aynı fotoğrafta görünebilmesidir. Tekniğin dezavantajları ise her defada sadece bir sayfa kopyalanabilmesi, uzun metinler için

4. Farklı üreticiler ve farklı işletim sistemlerinde, ekran görüntüsü almak için farklı yöntemler benimsenebilmektedir. Örneğin Macintosh bilgisayarlarda ekran görüntüsü almak için kullanılan tuş kombinasyonu Command + Shift + 3'tür. Microsoft Windows veya Ubuntu/Linux işletim sistemleriyle çalışan bilgisayarlarda ise "print screen" düğmesi ile ekran görüntüsü almak mümkündür. Bununla birlikte Windows Vista ve sonrasındaki sürümlerde, "Ekran Alıntısı Aracı (*Snipping Tool*)" adı altında bir uygulama da işletim sisteminin bileşenleri arasında bulunmaktadır.

çok zaman harcanabilmesi, fotoğrafların doğru sırasının karışabilmesi ve fotoğrafların kaybedilmesi ihtimalinin olmasıdır. Diğer taraftan yapılacak çözümlemeye göre, yazılı metinler de fotoğraf olarak görüntüleneceğinden, analiz sırasında metinerle çalışmak zorlaşabilmektedir.

PDF dosyaya kayıtlama yolu: Bu yolun en uygun ve güvenli yol olduğunu söylemek mümkündür çünkü yukarıda açıklanan iki yoldan daha fazla avantajı vardır. Bu yolda PDF dosyaya kayıtlamayı yapacak uygulamalar önemlidir. Sanal PDF yazıcı programlar aracılığıyla İnternet tarayıcının yazdırma komutu kullanılarak dosya oluşturmak pek çok açıdan işlevsel ve hızlı bir yöntemdir. Ne var ki, özellikle görsellerin de kayıtlanması amaçlanıyorsa İnternet tarayıcının yazdırma ayarlarının bu amaca uygun bir biçimde yapılandırılması gerekmektedir. Diğer taraftan, İnternet tarayıcılar yazdırma işlemi sırasında, yazılı metnin başka olduğu durumlarda, hipermetinlerin barındırdıkları bağlantı adreslerini yazıcıya göndermemektedir. Dolayısıyla, kayıtlanan sayfa içinde yer alan hipermetinlerde kullanılan URL'ler ancak açık bir biçimde yazıldığında kayıtlanabilmektedir. Bu sorunun önüne geçilmesinde İnternet tarayıcılara yönelik hazırlanmış PDF kaydetme eklentileri kullanılabileceği gibi, sayfanın HTML olarak kaydedilmesinin ardından PDF oluşturmakta kullanılan bazı üçüncü parti yazılımlar aracılığıyla kayıtlanan HTML dosyaların PDF dosyaya dönüştürülmesi de kullanılabilir. Eğer ikinci anılan yöntem tercih edilecek olursa HTML kayıtlamanın hemen ardından PDF'e dönüştürme işlemi yapılmalıdır; çünkü bilgisayara kaydedilen HTML dosyalarda farklı sunuculardan içerikler bulunabilmekte ve bu içerikler HTML dosya ile birlikte kaydedilmemektedir. Ne var ki HTML dosya çalıştırıldığında, diğer sunucudaki bilgiler de çağırılmakta ve dosya çoğunlukla doğru biçimde görüntülenmektedir. Yukarıda da açıklandığı gibi, İnternet ortamında içerikler çok hızlı değişebildiğinden, doğru bir kayıtlama yapılabilmesi için HTML dosyanın çok kısa bir süre içinde PDF'e dönüştürülmesi, böylelikle diğer içerik ve metin içi bağlantı adreslerinin de kayıtlanması sağlanmalıdır. Bu uygulamanın kullanımı için G. Bayraktutan vd (2012) "Sos-

yal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi", *Selçuk İletişim Dergisi,* 7(3) 5-29, çalışmasında şu açıklamayı yapmaktadır: "Web üzerinden sosyal medya kayıtlamalarının print screen, dosyaya kaydetme veya pdf'e çevirme şeklinde kayıtlanması önerilmektedir (Skalski). Facebook hesaplarının kayıtlanmasında *PDF Dönüştürücü doPDF ve CutePDF Writer* kullanılırken, Twitter hesaplarının kayıtlanmasında PDF kullanılmıştır. Her parti ve aday için ayrı dosya adı açılmıştır" (2012: 29). İncelenecek web sayfalarının bağlantı adresleri, e-posta taslaklarına, tarayıcı yer imlerine ya da başka uygulamalara kaydedilebilir. Ancak özellikle Web 2.0 döneminde, içeriklerin sabit kalmadığı, editoryal olan ya da olmayan süreçlerle sürekli değişim içinde olduğu, dolayısıyla bir çözümleme için yalnızca sayfa adresini kayıtlamanın yeterli olmadığı göz önünde bulundurulmalıdır.

İnternet çalışmalarında temel olarak kullanılan bu kayıtlama tekniklerinin her biri, yapılacak araştırmada ihtiyaç duyulan bilgiler doğrultusunda seçilmelidir. Diğer taraftan her geçen gün yeni uygulama ve yazılımların ortaya çıktığı, yeni bir içeriğin bulunduğu İnternet alanlarının da sürekli değişim içinde olduğu anımsanmalıdır. Dolayısıyla, burada anılan temel tekniklerin her birinin, araştırma amacı doğrultusunda değiştirilerek kullanılması gerekebilmektedir.

İnternet çalışmalarında içeriklerin çözümlenmesinde sıklıkla iki farklı metin çözümlemesi tekniğine başvurulmaktadır: içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesi. Bu noktada, her iki metin çözümlemesi tekniğinin metne ilişkin temel sorunsallaştırmasının/derdinin farklı olduğunu belirtmek gerekmektedir.

1.2. İçerik Çözümlemesi

İçerik çözümlemesinin ilk uygulamaları 16. yüzyıla kadar uzansa da günümüzde kullanılan içerik çözümleme teknikleriyle ilgili ilk gelişmeler 20. yüzyılın başında ortaya çıkmıştır (Aziz, 2003: 119). İçerik çözümlemesi medya metinlerini sistemli bir biçimde analiz etmede kullanılan tekniklerden biridir. Bu konuda farklı kişiler tarafından farklı zamanlarda yapılmış farklı ta-

nımlardan söz edilebilir. Klauss Krippendorf'un daha kapsayıcı tanımı, " içerik çözümlemesi, bir mesajın içindeki verilerden yinelenebilir ve değerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniğidir" şeklindedir (akt. Aziz, 2003: 121). Mesaj denildiğinde akla ilk olarak yazılı metinler gelse de yazılı metnin yanı sıra görsel, işitsel ve her türlü içerik, her türlü belge içerik çözümlemesi tekniği ile çözümlenebilir. Bu noktada, yeni medyanın multimedya biçemselliği özelliği göz önünde bulundurulmalı, medya metinlerinin yalnızca yazılı olmadığı, sabit ve hareketli görüntülerden (fotoğraf ve videolar), grafik ve animasyon içeriklerinden de oluştuğu unutulmamalıdır. Ancak içerik çözümlemesi, içeriklerin üretilişi ve izleyicilere etkisi konusunda bilgi edinmeye yardımcı olmaz (Geray, 2011: 151).

"İçerik analizi iletişim içeriğinin kantitatif, sistematik ve nesnel bir araştırma tekniğidir" (Berelson, 1952). İçerik çözümlemesi büyük metinlerin anahtar özelliklerinin incelenmesi ve belirlenmesi için oldukça uygun olup, medya haberlerindeki uzun süreli değişikliklerin ve trendlerin planının sistematik olarak çıkarılmasına olanak sağlar (Hansen vd, 1998: 123-124). İçerik çözümlemesinin amacı bir metin içinde geçen karakteristiklerin ne sıklıkla tekrar ettiğini, hangi tutumla sunulduğunu araştırmak ve mesajların biçimsel özelliklerini saptamaktır. İletişim çalışmalarında içerik çözümlemesi resmetme, sahiplik politikaları, gerçek dünyayla karşılaştırma, temsil ve medya etkisi araştırmalarına destek amaçları doğrultusunda sıklıkla kullanılmaktadır (Gunter'den akt. Geray, 2011: 136). Resmetme amacıyla yapılan içerik çözümlemesi, haberlerin, dramaların, reklamların ve eğlence ürünlerinin sosyo-kültürel sorunları ve değerleri nasıl yansıttığını incelemek için sıklıkla kullanılır.

Orhan Gökçe içerik çözümlemesinin amacının "kamusal alana yönelik üretilen ve kurgulanan metinleri çözümlemek" olduğunu açıklamaktadır (2006: 20). Geray'a göre içerik çözümlemesinin temel özellikleri açık içeriğin çözümlenmesi, sistematik bir araştırma tekniği, nicel betimleme ve nesnelliktir (2011: 152). İçerik çözümlemesinde birimlerin tanımlaması işlemsel olmalıdır; diğer bir deyişle hangi göstergenin ne anlama geldiği açık bir şekilde ortaya konmalı ve bunun sonucu olarak oluşturulmuş kategoriler birbirini dışlamalıdır. Gökçe de benzer biçimde, kategorilerin homojen olması gerektiğini, farklı içeriklerin aynı katego-

ride yer almaması gerektiğini belirterek, oluşturulan kategorilerin birbirlerini dışlaması gerektiğinin altını çizmekte, araştırmanın üretken olabilmesinin ön koşulu olarak araştırma kategorilerinin net ve açık bir şekilde formüle edilip incelenen içeriğe iyi bir şekilde uygulanması gerekliliğini belirtmektedir (2006: 57-63). Kategorilerin oluşturulmasında aslında belirleyici olan araştırmanın amacıdır. Kategorilerin birbirinden ayrılması sorununu çözmek için, açık bir düzenleme içeren kodlama kuralları belirlenmelidir (Mayring, 2011: 121).

Alexander L. George, içerik çözümlemesinde sistematik olmayı "konuyla ilgili bütün iletişim içeriklerinin söz konusu araştırma problemini incelemek için oluşturulan tüm uygun kategoriler bakımından çözümlenmesi" şeklinde açıklamaktadır (2003: 21). İçerik çözümlemesinde araştırma birimleri ise, bir kelime, cümle ya da paragraf olabileceği gibi makale, haber programı, haber, bir kişi, aktör veya kaynak, programlar, senaryo, olay vb de olabilir (Hansen, 2003: 69). İçerik çözümlemesinin sağlıklı veriler ortaya koyabilmesi için barındırması gereken özelliklerin başında nesnellik yer almaktadır. Guido H. Stempel III'e göre nesnellik "öznel veya izlenimci kavramlarının karşıtı bir anlam içerir. Nesnellik, farklı kişiler tarafından aynı içeriğe uygulanabilmesi ve aynı sonuçların elde edilmesi için araştırma kategorileri veya değişkenlerinin açık ve kesin bir biçimde belirlenmesi ve tanımlanmasıyla sağlanır" (2003: 104-105).

Paul Skalski ise etkileşimli medya metinleri üzerine yapılan içerik çözümlemelerinin, içerik yaratımı, içeriğin aranması, içeriğin arşivlenmesi ve içeriğin kodlanması süreçlerinden oluştuğunu belirtmektedir. İnternet metinleri üzerine yapılan çözümlemelerde de "kod" en temel birimdir (Jensen, 2011: 52). Kodlama sürecinden önce, hazırlanan kodlama cetveli bazı örnek içerikler üzerinde denenerek güvenilirlik testi uygulanmalıdır. George da benzer biçimde "İçerik çözümlemesinin herkesçe bilinen bir diğer ön koşulu, araştırmacının mesajların içerik özelliklerini kodlamaya başlamadan önce, neyi aradığını bilmesidir" saptamasında bulunmaktadır (2003: 30).

Ağ ortamında yer alan malzemelere içerik çözümlemesi uygulamak oldukça emek isteyen yoğun bir iştir. Kayıtlama işlemi için gerekli zamanın yanı sıra yüksek arşiv kapasitesine sahip donanıma da sahip olunması gerekmektedir. Örneklem birimin oluş-

ması, kayıtlama süreçleri ve bağlam birimi, ağ ortamlarında gerçekleştirilecek içerik çözümlemesi için oldukça önemlidir (Weare ve Lin, 2000: 272-292). "Kayıt birimi [*recording unit*] belirli bir içeriğin gözükmesinin incelendiği metnin en küçük parçasıdır. Bağlam birimi [*context unit*], bir kayıt biriminin doğru biçimde sınıflandırılması için göz önünde bulundurulması gereken metnin en büyük parçasıdır. Kayıt birimi ve bağlam birimi aynı olabilirler ancak aynı olmak zorunda değillerdir" (Herkner, 2003: 149).

İçerik çözümlemesinin ağ üzerinde bulunan hangi içeriklere uygulanacağı, araştırmanın tasarımın yapılmasında ayrı bir öneme sahiptir. Öyle ki çok fazla etkileşime izin vermeyen, daha kapalı bir tasarıma sahip Web 1.0 içerikler ile kullanıcı etkileşiminin esas olduğu Web 2.0 içeriklere uygulanacak çözümleme yöntemleri farklılaşmaktadır. Web 1.0 ortamında yer alan içeriklerin çoğunlukla profesyonelce hazırlanmış içerikler olduğu, Web 2.0 içeriklerin ise çoğunlukla kullanıcılar tarafından üretilmiş ve bu nedenle çok daha çeşitli olabilen içerikler olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır.

Web içeriklerine yönelik niceliksel içerik analizi, geleneksel metinler üzerine gerçekleştirilen içerik çözümlemesine büyük ölçüde benzemektedir. Ackland, benzerlik ve farklılıkları ortaya koymak için, geleneksel metin içerikler ile İnternet içeriklerini örnekleyerek açıklamaktadır. Geleneksel metin içerikler üzerine yapılan bir çalışmada, örneklem birimi, belirli bir akademik alandaki makaleler olabilirken, web içeriklerinde örneklem birimi, web siteleri, Facebook profilleri, Twitter kullanıcıları (veya tweetlerin kendileri) olabilmektedir. Kayıtlama birimi, geleneksel metinlerde örnekleme alınan makalelerin paragraf veya cümleleridir. Web 1.0 ortamlarda kayıtlama birimi, aynı geleneksel metinlerde olduğu gibi, web sayfasındaki paragraf veya cümleler olabileceği gibi, web safyasının içerdiği anahtar sözcükler de olabilmektedir. Web 2.0 ortamlara bakıldığında ise, Facebook'taki bir kişinin, belirli bir zaman aralığındaki Facebook gönderileri, Twitter'daki bir kişinin tweetleri veya belirli bir hashtag[5] içeren tweetler ola-

5. "Hashtag'ler belirli bir konu ile ilgili gönderilen tweetleri tanımlar. Gönderilen tweette '#[kullanılan/ kullanılmak istenen hashtag]' şeklinde bir etiketleme bulunur. Bu etikete sahip tweetler, bu etiketteki tweetleri arayan diğer kullanıcılar tarafından okunabilir kılınmaktadır. Twitter anasayfa'da belirtilen 'trendy topic'ler hashtag'lerle belirlenir. Hashtag'ler Twitter'ın toplumsal olarak dikkat çekmek, kamuoyunu belli bir konuya yönlendirmek için kullanılmasına olanak tanıyan uygulamalardır" (Bayraktutan vd, 2013: 21).

bilir (Ackland, 2013: 35-36). Facebook ve Twitter gibi Web 2.0 ortamlarda, belirli nitelikteki tüm kullanıcıları listeleme olanağı yoktur. Örneğin araştırmacı, Türkiye'deki, belirli bir yaşta olan tüm kullanıcıları listeleyememektedir. Bu nedenle, çevrimiçi veya çevrimdışı farklı kaynaklardan, belirli bir özelliğe sahip Facebook kullanıcıları araştırma örneklemini oluşturmak üzere seçilmektedir (örneğin, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri).

Türkiye'de 2011 genel seçimlerinde sosyal medyanın kullanılması ile ilgili olarak yapılmış çalışmada Facebook ve Twitter gönderilerine içerik çözümlemesi uygulanmıştır (Bayraktutan vd, 2013). Bu çalışmada örneklemin belirlenmesinde, öncelikle Facebook ve Twitter arayüzleri bir süre incelenmiş, daha sonra araştırma amacına uygun olan bazı hesaplar kayıtlanmıştır. Bayraktutan vd tarafından yapılan bu çalışmada, çalışmanın kendi dinamiklerinden ötürü, ileri bir zamanda, söz konusu uygulamalar üzerinden yapılan paylaşımlar, geriye dönük olarak incelenmiş ve kayıtlanmıştır.[6] Ne var ki Web 2.0 ortamlarda geriye dönük kayıtlamalar, bazı gönderilere ulaşamama gibi birtakım riskler barındırmaktadır. Bu nedenle, tıpkı Web 1.0 içerikler üzerine yapılan çözümlemelerde olduğu gibi, Web 2.0 içeriklerde de kayıtlama son derece önemlidir. Araştırmanın tasarlanmasından sonra, çözümlemeye tabi tutulacak dönemdeki gönderilerin gerçek zamanlı olarak kayıtlanması, çok daha fazla malzeme toplanabilmesini sağlayacağı gibi, daha yüksek depolama kapasitesi ile birlikte daha yüksek nitelikte donanımı da gerekli kılmaktadır.

Her ne kadar Web 1.0 içeriklere yönelik çözümlemelerde de çözümlemeye tabi tutulacak malzemenin sınırlandırılması yukarıda tartışıldığı gibi önemli olsa da malzemenin sınırlandırılması Web 2.0 içerikleri için ayrıca önemlidir. İçerikleri çoğunlukla kullanıcıların ürettikleri Web 2.0 ortamlarda, içeriklerin sayısı ve çeşidi, Web 1.0 içeriklerle karşılaştırılamayacak kadar çok olabil-

6. Söz konusu bu çalışma Tübitak Sobag destekli bir araştırma projesi olup, projenin nihai metnine ulakbim veri tabanından erişilebilmektedir. Projenin yöntem kısmına özellikle bakılması önerilmektedir. Bakınız: G. Bayraktutan, M. Binark, A. Telli Aydemir, T. Çomu, B. Doğu, G. İslamoğlu, *Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde Facebook ve Twitter'ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması*, Ankara, 2013, TÜBİTAK, Proje No:111k263. http://www.toplukatalog.gov.tr/index.php?_f=1&the_page=&cwid=2&keyword=Sosyal+Medya+Ortamlar%C4%B1n%C4%B1n+Siyasal+%C4%B0leti%C5%9Fim+Uygulamalar%C4%B1+A%C3%A7%C4%B1s%C4%B1ndan+%C4%B0ncelenmesi&tokat_search_field=1&order=0&command=Tara#alt

mektedir. Bu nedenle, araştırma tasarlanıp, ön/pilot uygulamalar gerçekleştirildikten sonra, kayıtlanacak malzeme kesinleştirilerek, bu doğrultuda kayıtlama yapılması tavsiye edilmektedir. Aksi takdirde donanımsal zorlukların yanı sıra, harcanacak zamanla birlikte araştırmayı sonuca ulaştırmak mümkün olmayabilmektedir. Bu doğrultuda Bayraktutan vd tarafından yapılan çalışmada da incelenen sosyal medya hesaplarında bir sınırlamaya gidilmiş ve bazı kurallar oluşturularak hangi hesapların çözümlemeye tabi tutulacağı saptanmıştır. Bayraktutan vd'nin de belirttiği gibi, kayıtlama sırasında, kayıtlamanın yapıldığı araçların teknik olanakları, kayıtlama konusunda farklı verilerin ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir (2013: 164-169). Bu nedenle araştırmanın tasarım aşamasında, farklı donanım ve yazılımlar ile ulaşılan malzemenin kayıtlanmasında araştırma açısından önemli olan farklar bulunup bulunmadığı da saptanmalı ve kayıtlama işlemi edinilen bu bilgiler doğrultusunda yapılmalıdır.

Kayıtlanan malzeme üzerine yapılacak analiz, kodlama cetveli ile araştırma öncesinde belirlenmeli ve araştırmadan önce pilot uygulamalarla geçerliliği sınanmalıdır. Kodlama cetveli, "...bir anket formuna çok benzer. Kodlama cetveli, her bir yayın veya yazının veya her ne ise bir paragraf veya bir cümle gibi daha küçük bir araştırma biriminin kodlanabilmesine yarayan değişkenlerin bir listesini içerir" (Hansen, 2003: 85). Bu doğrultuda, kodlama cetvelinde çok seçenekli ve kapsamlı alanlar olabileceği gibi, yalnızca "evet-hayır", "var-yok" şeklinde tanımlanmış alanlar da olabilir. Bayraktutan vd'nin çalışmasında, incelenen hesaplardan yapılan gönderiler de benzer şekilde kodlama cetveline kodlanmıştır. Bu doğrultuda, araştırmanın Twitter üzerine gerçekleştirilen kısmında, incelenen tweetlerin, *mention*[7] ya da *hashtag* içermesi ile ilgili bölümler "evet-hayır" şeklinde kodlanırken, tweetlerin dili, Türkçe, Kürtçe, İngilizce, Ermenice ve Diğer seçenekleriyle kodlanmıştır (2013: 170-171).

İçerik çözümlemesi, açık içerik (yazarın ne söylediği) ve örtük içerikler (yazarın neyi kastettiği) üzerine yapılabilir. Niceliksel içerik çözümlemesinin odaklandığı konu, çoğunlukla açık içeri-

7. "Twitter kullanıcısı başka kişilere gönderilen veya bu kişilerin okuması istenen tweetlerde 'mention' adı verilen gönderi biçimi kullanılır. Bu gönderiler, gönderilen tweetin içinde '@[Twitter Kullanıcı Adı]' şeklinde bir unsurun bulunması ile sisteme tanımlanır (Bayraktutan vd, 2013: 20-21).

ğin çözümlenmesidir. Niteliksel içerik çözümlemesi ise çoğunlukla örtük içeriğin çözümlenmesinde kullanılır. Niteliksel içerik çözümlemesinde de niceliksel çözümlemede olduğu gibi kodlama cetvelleri kullanılmaktadır; ancak nitel çözümlemede kullanılan kodlama cetveli, nicel çözümlemede kullanılan cetvele kıyasla daha tümevarımcı ve veriye dayalı bir biçimde oluşturulur (Ackland, 2013: 38).

İnternet ortamındaki metinler gibi, hazır bir araştırma tekniği olmayan bir ortamda çalışırken, araştırılan konuya da bağlı olarak, nicel yöntemlerle birlikte nitel yöntemlerin de kullanıldığı karma tekniği benimseme yaklaşımı, araştırmacıya metnin ardyöresinde üretilene/kurulana bakması anlamında daha çok yardımcı olabilir (Vergeer ve Hermans, 2008: 51). Nicel içerik çözümlemesinin yanı sıra, metnin içine gömülü yananlamların, eğretilemelerin, düzdeğişmecelerin de çözümlenmesi metinde nasıl bir anlamın inşa edildiğine ilişkin araştırmacıya daha iyi fikir verecektir.

1.3. Söylem Çözümlemesi

İnternet üzerinde gerçekleştirilen söylem çözümlemesini tanımlamak için, İnternet dışındaki ortamlarda söylem çözümlemesinin nasıl uygulandığından söz edilmesi ve söylem çözümlemesinin temel kavramı olan "söylem"in tanımlanması gerekmektedir. Temel olarak söylem kavramı "dilin kullanımı, yani dille yapılan iletişim" olarak tanımlanmaktadır (Cook'tan akt. Evre, 2009: 108). Söylem, belirli kurallar, terminoloji ve konuşmalardan oluşan sistematik dilsel düzenleri betimlemek üzerinedir (Tonkiss'ten akt. Çelik ve Ekşi, 2008: 100). Edibe Sözen söylemi " söylem bir meta-eylemdir ve ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreç/lerdir. Söylem sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik alanlar gibi, sosyal hayatın tüm yönleri ile ilişkilidir" (Sözen, 1999: 102) şeklinde tanımlamaktadır. Trevor Purvis ve Alan Hunt'a göre " 'Söylem' dil ya da sözel olmayan işaret sistemleri vasıtasıyla kurulan toplumsal iletişim ağlarına işaret eder. Temel özelliği, birbirleriyle bağlantılı bir işaretler sistemini devreye sokmaktır. Nispeten önemli örnekleri, konuşma sistemleri ya da yazılı dil iken (metinler), söylem sözel olmayan işaretler sistemi halinde de karşımıza çıkabilir" (2014: 21). Stuart Hall ise

söylemi "Dil vasıtasıyla görünürlük kazanan ve düzenlenen, hazır ve önceden kurulmuş 'tecrübe edişler' kümesi" şeklinde tanımlamaktadır (Hall'dan akt. Purvis ve Hunt, 2014: 22).

Söylem kavramının başlangıç noktası dildir. Söylem kuramlarının çıkış noktasında, dilin gerçek dünyayı doğrudan yansıtmadığını ve anlamların kültür içinde inşa edildiğini belirten Ferdinand de Saussure'ün linguistik yaklaşımı bulunmaktadır. Saussure'e göre anlamların üretimi dile dayalıdır, dil ise bir işaretler sistemidir (Hall'dan akt. Durna ve Kubilay, 2010: 49). Dilin bir işaretler sistemi olarak tanımlanması, söylem kuramının içine göstergebilimin de girmesini sağlamaktadır. Buna göre, göstergenin gösterilen ve gösteren olmak üzere iki bileşeni vardır. Bu iki bileşen arasındaki bağlantı hiçbir zaman sabit değildir, her zaman tartışmaya açılabilir (Purvis ve Hunt, 2014: 22). Söylem kuramları, Roland Barthes'ın *düzanlam* ve *yananlam* kavramlarını ele alış biçiminden yararlanmaktadır. Düzanlam kelimelerin doğal anlamını ifade eder. İdeolojinin anlaşılmasında Barthes'ın kullandığı anahtar kavram ise Louis Hjelmslev'den alıp geliştirdiği *yananlam*'dır (Dağtaş, 1999: 350). Yananlam, kişilerin duygularıyla, heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle etkileşim sonucu ortaya çıkan bir çeşit üst dildir. Söylem ile ideoloji arasındaki ilişki çok boyutlu olmakla birlikte, söylemin daha çok dilsel ve göstergesel boyutlar gibi iletişimsel pratiklerin içsel özelliklerine, ideolojinin ise yaşanmış tecrübeler, bireylerin çıkar ve konumları gibi dışsal özelliklerine odaklandığı söylenebilir (Purvis ve Hunt, 2014: 13). John Fiske, metafor ve metonimi kavramlarının kitle iletişim metinlerindeki önemine dikkat çeker (1996: 123). Bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade etmek olarak tanımlanan metafor ya da eğretileme, benzerlik ve farklılıkları aynı anda kullanır (Selçuk ve Şeker, 2012: 32). Metonimi (düzdeğişmece) ise parçanın bütünü temsil etmesidir. "Metonimi gerçeğin etkili bir aktarıcısıdır çünkü temsil ettiği şeyin bir parçasıdır" (Selçuk ve Şeker, 2012: 32).

Valentin Nikolaeviç Voloşinov'a göre "sözcük, göstergesel iletişimin temel-genel ideolojik biçimlerini açığa çıkarmak için bize yeterli malzeme sunar" (akt. Durna ve Kubilay, 2010: 51). Voloşinov, dilin eklemlenmesindeki temel öğe olarak göstergeleri kabul ederek ideolojinin gösterge yoluyla üretildiğini belirtir ve eklemlenmenin bağlam tarafından belirlendiğini söyler (Dağtaş, 1999: 354-355). Voloşinov'un dilin ideolojik olduğu vurgusu söy-

lem çözümlemesi tekniğini kavramak için önemli bir saptamadır. Michel Foucault'ya (1987) göre söylem, "insanlar, eşyalar, bilgi ve soyut düşünceler hakkında düşünmenin, onları betimlemenin, tanımlamanın ve sınıflandırmanın bir yoludur" (akt. Selçuk ve Şeker, 2012: 33). Ona göre, bireylerin söylemlerinin birbirinden farklı olmasının altında her bireyin farklı olması yatmaktadır. Bu nedenle söylemler, iktidar ilişkilerinden bağımsız düşünülemez ve insan grupları arasındaki iktidar ve bilgi ilişkileri söylemlerin oluşmasındaki temel belirleyicidir (Selçuk ve Şeker, 2012: 33). Öyle ki söylem, "uğruna mücadele edilen ve mücadeleye aracı olan şeydir; söylem ele geçirilecek iktidardır" (Foucault'dan akt. Purvis ve Hunt, 2014: 25). Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'a göre ise söylem, dilin yanı sıra, dil-dışı olan toplumsal olguları da barındıran bir kavramdır. Laclau ve Mouffe'a göre toplumsal alandaki tüm politik mücadeleler, talepler ve kimlikler söylem sayesinde var olurlar (Durna ve Kubilay, 2010: 55-57). Söylemi bir mücadele alanı haline getiren, toplumsal talepler ile kimliklerin söylemde ortaya çıkmasıdır. Öyle ki "Bütün söylemler söylemsellik alanına egemen olma, farklılığın akışına el koyma, bir merkez inşa etme çabası olarak ortaya çıkar" (Laclau ve Mouffe'dan akt. Purvis ve Hunt, 2014: 30). Söylem Laclau'ya göre yalnızca dilbilimsel değildir, söylemsel ve söylemsel olmayan alanlar birlikte işler. Laclau'nun söyleme ilişkin kullandığı "duvar inşa" etme metaforu bu anlamda, dilsel olan ile dil-dışı olan arasındaki bütünsel ilişkiyi kavramamız için yararlı bir metafordur. Laclau'ya göre, "Bir duvar inşa ediyor ve birine 'bana bir briket ver' diyorsam, ve sonra briketi duvara yerleştiriyorsam, birinci eylem dilbilimsel, ikincisi davranışsaldır, ancak her ikisini de kavramak kolaydır. Bütünlüklü işlem içindeki bu bağıntısal moment ne dilbilimsel ne de dilbilimdışıdır, çünkü her iki tip eylemi de içerir. Eğer bu konuda bir yandan da pozitif olarak düşünürsek, onu kapsayan kavramların dilbilim/dilbilimdışı ayrımından önce olması gerekir. Bu temel örneğe, söylem denir ve bu nedenle 'sosyal' ile bitişiktir. Her toplumsal eylemin bir anlamı olduğu için, bu da dilbilim ve dilbilimdışı unsurları eklemleyen söylemsel ardıllıklar biçiminde oluşturulur" (2000: 91).

Teun A. van Dijk da söylemin ideolojilerin yeniden üretimi ile gündelik ifadelerde büyük önem taşıdığını belirtmektedir (2010: 13). van Dijk'a göre söylem, konuşmaya dayalı etkileşim, yazılı

metin, işaretler, kaplamalar, tipografik düzen, imgeler ve anlamlandırmanın diğer semiyotik veya multimedya boyutlarını içeren bir iletişim etkinliğidir (Meyer, 2001: 20). van Dijk, söylemin ancak bağlam içinde anlam kazanabileceğinden hareketle söylemin anlaşılabilmesi için metnin yanı sıra bağlamın da dikkate alınması gerektiğini ifade eder. Ona göre bağlam, herkesin kendi zihninde gerçekleşen öznel bir yorumlamadır. Bu nedenle bir olayın yorumlanabilmesi için yalnızca metni oluşturan sözcükler ve yorumlar yeterli değildir.

van Dijk, eylemlerle söylemler arasında bir ilişki bulunduğunu belirtir. Bu doğrultuda bireylerin eylemlerini kontrol edebilmek için söylemlerini kontrol edebilmek gerekmektedir. Toplumsal kontrol, söylemlerin kontrol edilmesi ve/veya hatta söylemlerin doğrudan üretilmesi ile sağlanabilmektedir. "Bu yüzden, toplumda iktidarı kontrol etmenin bir yolu da yalnızca bu tür söylemi ya da eylemi değil, aynı zamanda, bizim metin ya da konuşma olarak adlandırdığımız spesifik söylem uygulamalarını da denetim altında tutmaktır" (2010: 13).

Sembolik seçkinlerin söylemlerinin "kamusal söyleme hâkim olması, bizim 'semantik makro yapılar' ya da basit bir şekilde 'konular' olarak adlandırdığımız metinlerin asli özelliklerini bu insanların kontrol ettikleri anlamına gelir" (van Dijk, 2010: 19). Alımlama ve yorumlama bireylerin geçmiş deneyimleri veya sahip oldukları ideoloji tarafından oluşturulan zihinsel modeller ile birleşerek gerçekleşmektedir. Söylemin gücü ise ideolojilerin oluşturulmasında ve aktarılmasında yatmaktadır. Bu nedenle, bireylerin eylemlerini kontrol etmekle ilgili bu süreçte, kontrol gücü, metin içinde yer alan konuları kontrol edebilmekle bağlantılıdır. Zihinsen modeller, ideolojilerin biçimlendirilmesinde de rol oynamaktadır. Bu nedenle, zihinsel modeller yalnızca söylemlerin alımlama ve yorumlamasında değil, üretilmesinde de rol oynamaktadır.

Söylem çözümlemesi[8], farklı kuramsal kaynak, yaklaşım ve yöntemlerden beslenen nitel bir araştırma yaklaşımıdır. "Kuramsal köklerini Antik Yunan'daki retorik çalışmalarına kadar götür-

8. Eleştirel Söylem Çözümlemesi, Ruth Wodak'ın geliştirdiği yöntemin adıdır. Ancak van Dijk'ın uyguladığı söylem çözümlemesi de söylemin iktidar ilişkileri ve ideolojiler ile olan bağlantısını incelemesi nedeniyle eleştireldir. Bu nedenle literatürdeki pek çok kaynakta van Dijk'ın söylem çözümlemesi de "eleştirel söylem çözümlemesi" adı altında incelenmektedir; ancak bu çalışmada, van Dijk'ın kullandığı biçimiyle, "Söylem Çözümlemesi" ifadesi kullanılacaktır.

mek mümkün olmakla birlikte, eleştirel söylem analizinin çağdaş anlamda ortaya çıkışı, 1970'lerdeki Eleştirel Dilbilimi çalışmalarına denk düşmekte ve özellikle Teun A. van Dijk, Norman Fairclough ve Ruth Wodak gibi önde gelen kuramcılarla disiplinlerarası veya çok-disiplinli bir yaklaşım olarak belirginlik kazanmaktadır" (Evre, 2009: 134-135).

"Söylem dilbilimsel ve dilsel olmayan etkinliklerin, özelliklerin bir arada oluşturduğu anlamlandırma ve sınıflandırma dizgisidir. Dilsel söyleyişlerde yer alan tüm öğeler düz anlamları, yan anlamları, farklı anlamları ile karmaşık bir yapı oluştururlar" (Aziz, 2003: 137). Söylem çözümlemesi, metin içinde yer alan söylemin niteliksel olarak ve kuramsal biçimlerle çözümlenmesini ifade etmektedir. Burada, metin yazılı metin olabileceği gibi, görsel veya hareketli görüntü gibi farklı metin türleri de olabilmektedir. Metin içindeki mesajın anlamının ne olduğunun ortaya çıkarılabilmesi için anlambilimsel (semantik), sözdizimsel (sentaks) ve simgebilimsel (semiyoloji) çözümlemenin yapılması gerekmektedir (Aziz, 2003: 137). Söylemin, bir toplumsal pratik olarak kavramsallaştırıldığında, bağlamından koparılarak çözümlenmesinin mümkün olmadığı da görülmektedir (Geray, 2011: 189).

van Dijk, söylem çözümlemesinin tahakküm ve eşitsizlik gibi toplumsal sorunlarla ilgilenmesi gerektiğini belirtmektedir; aynı zamanda toplumsal sorunların çok çeşitli ve karmaşık sorunlar olmasından hareketle, söylem analizinde çok-disiplinli bir yaklaşımın benimsenerek siyasal seçkinlerin eşitsizlikleri nasıl uyguladıkları, sürdürdükleri ya da meşrulaştırdıklarının eleştirel olarak analiz edilmesi gerektiğinin altını çizer (Evre, 2009: 136-137). Söylem çözümlemesi, Türkiye'de de, dünyada olduğu gibi öncelikle yazılı basında yer alan haberler üzerinde uygulanmıştır (Aziz, 2003: 138). Türkiye'de söylem çözümlemesi kullanılarak yapılmış başlıca iletişim çalışmaları arasında Aykut Çelebi'nin "Söylem Çözümlemesi: Gazetelerin Haber Oluşturma ve Gündem Belirleme İşlevlerine Eleştirel Bir Yaklaşım" (1990) isimli yüksek lisans tezi ve Ayşe İnal'in "Event Selection, Text Construction and News Production" (1992) isimli doktora tezi sayılabilir.

Söylem çözümlemesini daha çok haberler üzerine gerçekleştiren van Dijk, haberleri bir tür (*genre*) olarak değil, bir söylem olarak ele alır ve toplumdaki egemen söylemlerin bir ürünü olarak görür (İnal, 1996: 67). Bu nedenle iktidar ve tahakküm ilişkilerini

çözümlemek amacıyla van Dijk, söylem çözümlemesini makro ve mikro olmak üzere iki yapı üzerinden gerçekleştirir (Durna ve Kubilay, 2010: 68).

Makro yapılar, tematik ve şematik analiz olmak üzere iki boyutta ele alınır. Tematik analiz, haber başlıkları (üst başlık, başlık, alt başlık), haber girişi ve spotlar üzerine uygulanır. Haberin tematik yapısı, içeriğin anlamıyla ilgili bilgileri ortaya koyar. Bu noktada, başlıkların birbirleriyle ve haber metniyle olan ilişkisi sorgulanır (İnceoğlu ve Çomak, 2009: 31). Tematik analiz, bir söylemin birden fazla temadan oluşabilmesiyle bağlantılı bir biçimde yapılır. Tematik analiz kapsamındaki alanlarda enformasyon eksiltimi, genelleştirme ve kurgulamaya bakılabilir. Enformasyon eksiltimi, özellikle başlıklarda, yer, dönem ya da zaman gibi bilgilerin verilmemesidir. Genelleştirme, özne veya nesnelerin kategorilerine indirgenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Kurgulama ise, genelleştirmeye benzemekle birlikte özne veya nesnelerden ziyade eylemlere yöneliktir. (Özer, 2009: 93-94).

Şematik analiz ise durum ve yorumlarla ilgilenir. Şematik analiz kapsamında incelenen unsurlar, arka plan bilgisi, bağlamsal bilgi, olayın gerçekleştiği ve haberin verildiği tarihler, sonuçlar ve haber kaynaklarıdır. Durum bölümünde, incelenen hikâye örgüsüdür. Durumla ilgili verilen bilginin eksiksiz olup olmadığına bakılarak ortaya çıkmış olayın işleniş biçimi ve sonuçları incelenir. Arka plan bilgisinin verilmesiyle, olayın toplumsal ve politik yönü ortaya konulabilir. Şematik yapının diğer alanı olan yorum bölümündeyse, haber kaynakları ile haberdeki olayın taraflarının sözlü tepkileri incelenir (van Dijk, 1988a; 1988b akt. Durna ve Kubilay, 2010: 68).

Mikro yapılar kapsamında cümle ve kelimeler incelenmektedir. Cümlelerde, basit ya da karmaşık olma durumu, cümlenin aktif ya da pasif olarak kurulmuş olması, zamansal fiil çekimi gibi unsurlara bakılmaktadır (İnceoğlu ve Çomak, 2009: 31-32). Ardışık cümlelerin birbirleriyle olan ilişkileri bölgesel uyum olarak değerlendirilmektedir. "*Nedensel ilişki*de cümle içinde nedensel bağlar aranmaktadır; *işlevsel ilişki*de genel ifadeli bir cümlenin açılımının bir sonraki cümlede yer alıp almadığı kontrol edilmektedir. Bunlarda uygun anlatım, özetleme, zıtlık ve örnekleme yapılıp yapılmadığına bakılmaktadır... *Kavramsal/referansal ilişkiler*de ise, bir cümlede yer alan bir kavramla sonraki cümle arasındaki 'kayıp bağlar'ın kurulup kurulmadığına bakılmaktadır" (Özer, 2009: 91).

Sözcük ve kalıp seçimleri, toplumsal aktörler hakkındaki inanç ve ideolojileri yansıtabildikleri için, ideolojik yapılanmayı göstermeleri bakımından önem taşımaktadır (van Dijk'tan akt. Özer, 2009: 92). Mikro yapı çözümlemesinde ayrıca haber retoriği incelenir. Retorik kapsamında fotoğraf, resim, rakamsal veriler ve uzman veya tanıklardan yapılan alıntılar ile haber inandırıcılığı incelenmektedir. Belirtmek gerekir ki fotoğraf, hem retorik analizde yer almaktadır hem de tematik analizde ele alınabilmektedir (Özer, 2009: 91-97).

Özer, van Dijk'ın söylem çözümlemesi modelini tablolaştırarak aşağıdaki gibi açıklamaktadır (2009: 92-93):

Tablo 1. *van Dijk'ın Söylem Çözümlemesi*

A. Makro Yapı
   1. Tematik Yapı
      a. Başlık/lar
      b. Haber Girişi
         1. *Spot/lar*
         2. *Spot olmadığında haber metninin ilk paragrafı alınmalıdır. Haber tek paragraftan oluşuyorsa ilk cümle haber girişi olarak alınabilir.*
      c. Fotoğraf
   2. Şematik Yapı
      a. Durum
         1. *Ana Olayın Sunumu*
         2. *Sonuçlar*
         3. *Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)*
         4. *Bağlam Bilgisi*
      b. Yorum
         1. *Haber kaynakları*
         2. *Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar*

B. Mikro Yapı
   1. Sentaktik Çözümleme
      a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
      b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması
   2. Bölgesel Uyum
      a. Nedensel ilişki
      b. İşlevsel ilişki
      c. Referansal ilişki
   3. Kelime Seçimleri
   4. Haber Retoriği
      a. Fotoğraf
      b. İnandırıcı bilgiler
      c. Görgü tanıklarının ifadeleri

van Dijk'a göre söylem çözümlemesinin kesin hatlarla çizilmiş tek bir yolu yoktur; ancak söylem çözümlemesi sırasında aşağıdaki noktalara özen gösterilmesi gerekmektedir:

a) Söylemin bağlamını incelemek,
b) Hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve ihtilafların bulunduğunu çözümlemek,
c) Biz ve onlar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri ortaya çıkartmak,
d) Önvarsayımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak,
e) Kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek (van Dijk'tan akt. Durna ve Kubilay, 2010: 71).

van Dijk'ın söylem çözümlemesini İnternet haber sitelerinde uygulayan ilk çalışmalardan biri Vahit İlhan'ın 2011 yılında gerçekleştirdiği "İnternet Haber Ağlarının Ağına Takılan Erkek(lik)" çalışmasıdır. İlhan, bu çalışmasında alexa.com verilerine göre Türkiye'den en çok ziyaret edilen haber sitelerinde yer alan haberleri, oluşturulan erkeklik söylemi ve cinsiyetçi dil kullanımı bakımından çözümlemiştir. Çalışma kapsamında 25-29 Temmuz 2011 tarihleri arasında, mynet.com, milliyet.com.tr ve hurriyet.com.tr İnternet sitelerinin yalnızca ana sayfalarında yer almış haberlerden inceleme konusuna uygun olan haberleri çözümlemiştir. Bu doğrultuda ilgili İnternet haber siteleri takip edilmiş ve "özellikle cinsiyet vurgusu olan ciddi olarak değerlendirilen siyasi, ekonomi haberlerinden ya da yaşam haberlerinden bir tane, magazin haberlerinden de bir tane olmak üzere" toplamda her gün için ikişer haber seçilerek, çözümleme gerçekleştirilmiştir (İlhan, 2014: 371). İlhan, çözümlemesinde yanıt aradığı soruları şu şekilde sıralamaktadır: "1. Cinsellik ve 'kadın teşhiri' noktasında erkeklere nasıl hitap ediliyor? 2. Temsil edilen erkeklik modelleri neler ve ideal model olarak nasıl bir inşa süreci gerçekleşiyor? 3. 'Hegemonik erkeklik' kavramı bu web sitelerinde nasıl kurulmuş ve bu durumun oluşturduğu ideolojik zemin nedir?" (İlhan, 2011: 369). Çalışmanın gerçekleştirildiği mecra İnternet olmakla birlikte çözümlemenin haberler üzerine yapılmış olması nedeniyle, araştırmacı herhangi bir özel şablon geliştirmemiştir.

van Dijk'ın söylem çözümlemesinin tür odaklı değil metin odaklı olması ve katı kurallardan uzak olması, çözümleme yönteminin haberler dışındaki farklı metin türleri üzerinde uygulanabilmesini olanaklı kılmaktadır. van Dijk'ın çözümlemesinin, farklı metin türlerine uygulanabilir olması Türkiye'de özellikle Web 2.0 ortamlarda gerçekleştirilmiş çeşitli yeni medya araştırmalarında, bu metin çözümlemesi tekniğinin tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında yer almaktadır. Bu çalışmalar, Tuğrul Çomu'nun "Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: YouTube Örneği" (2012) ve Eser Aygül'ün "Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği" (2013) başlıklı yüksek lisans tez çalışmaları ile Tübitak Sobag tarafından desteklenen ve Günseli Bayraktutan tarafından yürütülen "Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde Facebook ve Twitter'ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması" araştırma projesidir (2013). Burada anılan çalışmaların tamamında van Dijk'ın söylem çözümlemesi modeli, incelenen arayüzeye (YouTube, Facebook ve Twitter) yönelik olarak uyarlanmış ve oluşturulan şablon üzerinden çözümleme gerçekleştirilmiştir.

Çözümleme şablonunun oluşturulmasında, incenelenecek ağ yapısının, arayüzey özelliklerinin ve ağın nasıl kullanıldığının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Yine benzer bir nedenle her üç çalışmada da öncelikle arayüzey tanımlanmış, incelenen arayüzeyde çözümlemeye tabi tutulacak içerikler belirlenmiştir. Özellikle Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki farklar, yapılacak söylem çözümlemesi için de belirleyici olmaktadır. Web 1.0 site uygulamaları, basitçe bir site ya da arayüzey tasarımı olarak tanımlanabilmektedir. Diğer taraftan Web 2.0 uygulamalar için yalnızca "arayüzey tasarımı" ifadesini kullanmak indirgemeci bir yaklaşım olacaktır. Bu nedenle, Papacharissi, özellikle Web 2.0 uygulamalar için "ağ mimarisi" ifadesini kullanmaktadır.

Bilindiği gibi, Web 2.0 olarak tanımlanan pek çok uygulamada kullanıcıların amaçları farklılaşmaktadır. Diğer bir deyişle, Web 2.0 uygulamalar, genelleyici bir ifadeyle "etkileşimli web" olarak tanımlansa da kullanıcıların birbirleriyle etkileşim kurma amaçları, çeşitli ağ uygulamalarında farklılaşmaktadır. Örneklemek gerekirse, YouTube gibi bir video paylaşım ağında, kullanıcılar çeşitli video içerikler çevresinde ve videolar üzerinden etkileşim

kurarlarken, Xing ya da academia.edu gibi ağlarda iş ya da akademik yaşamlarıyla ilgili olarak, Facebook gibi toplumsal paylaşım ağlarında ise çoğunlukla çevrimdışından tanıdıkları kişilerle etkileşim kurmaktadırlar. Tam da bu nedenle, özellikle Web 2.0 uygulamalara yönelik yapılacak çalışmalarda/çözümlemelerde, çözümlenecek içerik söz konusu ağın mimarisinden bağımsız düşünülemez ve tasarlanamaz.

Çomu'nun yüksek lisans tezi (2012), YouTube arayüzeyini bir metin olarak ele almakta ve van Dijk'ın çözümleme yöntemini bu arayüzeye uyarlamaktadır. Aşağıdaki tabloda da görülebileceği gibi, van Dijk'ın analizinde kullandığı ve makro yapılar arasında yer alan "tematik yapı" olarak arayüzeydeki birimler, yine makro yapılar arasında yer alan "şematik yapı" olarak videonun kendisi ve mikro yapılar olarak da video içeriği (cümleler, kelime seçimleri, kullanılan metafor ve metonimiler gibi) çözümlemeye tabi tutulmuştur.

Tablo 2. *Video Paylaşım Ağlarında Söylem Çözümlemesi Uygulama Modeli* (Çomu, 2012: 139)

A. Makro Yapı
   1. Tematik Yapı
      a. Başlık
      b. Video tanımı (*description*)
      c. Etiket/ler
   2. Şematik Yapı
      a. Durum tanımı
         1. *Videonun anlatım dili*
         2. *Sonuçlar*
         3. *Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)*
         4. *Bağlam Bilgisi*

B. Mikro Yapı
   1. Sentaktik Çözümleme
      a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
      b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması
   2. Bölgesel Uyum
      a. Nedensel ilişki
      b. İşlevsel ilişki
      c. Referansal ilişki
   3. Kelime Seçimleri
      (metafor, metonimi, yananlam, düzdeğişmece vb)
   4. Retorik
      a. Görsel/ler
      b. İnandırıcı bilgiler

Belirtmek gerekir ki söylem çözümlemesi, nitel bir analiz yöntemi olarak oldukça kapsamlıdır. Diğer taraftan İnternet, özellikle Web 2.0 uygulamalar çok sayıda ve her geçen gün artan içerikleri barındırmaktadır. Bu nedenle söylem çözümlemesinin uygulanacağı içeriğin sınırlandırılması büyük önem taşımaktadır.

Çomu, çalışmasında anahtar kelime yöntemi ile YouTube arayüzeyindeki içeriklere ulaşmış, daha sonra ulaştığı içeriklerden arayüzeyde yer alan "ilgili videolar" (*related videos*) ya da "öneriler" (*suggestions*) arasında yer alan videoları da inceleyerek, "kullanıcı türevli içerik" niteliği barındıran videolar arasından çözümlemeye tabi tutulacak videoları seçmiştir. Videolara söylem çözümlemesinin uygulanmasında, videolar, "birer metin olarak ele alınarak, görsel öğeler tanımlanmış, yazılar metin olarak çözümlenmiştir. Tanımlanan görsel öğelerde, videodaki her plan bir cümle olarak metinleştirilmiştir. İşitsel öğelerden, efektler ile müziklerin türü ve hızı tanımlanmıştır. Diğer işitsel öğe olan ses ise deşifre edilerek metinleştirilmiştir. Görsel öğelerin metinleştirmeleri ile işitsel öğelerin metinleştirilmeleri birbirlerinden bağımsız bir biçimde yapılarak, analiz sırasında aralarındaki uyum irdelenmiştir" (Çomu, 2012: 139). Aşağıdaki Tablo'da söz konusu çalışmada kullanıcı türevli içerik olarak üretilen ve YouTube'da dolaşıma sokulan nefret içerikli bir videoya uygulanan söylem çözümlemesi örneği yer almaktadır.

Tablo 3. *YouTube Söylem Çözümlemesi Örneği (Çomu, 2012: 146-153)*

Video ile ilgili genel bilgiler:

Başlık:	Gavurun Köpekleri
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=g2vWcOH718Y
Süresi:	5 dakika 34 saniye
Yüklenme tarihi:	15 Eylül 2007
İzlenme sayısı:	12.821
Beğenilme sayısı:	50
Beğenilmeme sayısı:	70
Yorum sayısı:	307
Tanımı:	hrant dink ogün samast ermeni satılmış piç göt sikilmiş orospuçocuğu hrant ermeni vermeli köpek dog animal monkey lavuk ass götoş parazit asalak sikik
Etiketleri:	Türkiyeyi, Bölmeye, Çalışanın, Aklını, Alırız, Akıllı, Olun

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video başlığı, video içinde geçen herhangi bir söz değildir ancak videonun ana fikriyle uyumludur. Videonun ana fikri, Türkiye'deki "bazı çevrelerin" "dış güçlerin" etkisinde olup bu güçlerin yararına çalışmasıdır. Diğer taraftan, başlıkta anılan güçlerin kimler olduğu veya Türkiye'deki hangi çevrelerin ya da kimlerin söz konusu dış güçlerin yararına çalıştığı belirtilmemiştir. Dolayısıyla, burada enformasyon eksiltimi olduğu görülmektedir.

Video tanımı, kurallı herhangi bir cümle içermemekte, videonun konusunu oluşturan kişi (Hrant Dink[9]) ile ilgili çeşitli aşağılama ve küfür ifadeleri barındırmaktadır. Ayrıca video tanımında, Hrant Dink ve katili Ogün Samast[10] isim olarak geçmektedir.

Videonun etiketleri ise arka arkaya okunduğunda kurallı iki cümle içermektedir. Bu bakımdan, video içeriğinin bir animasyon olması, hazırlayan kullanıcının iyi düzeyde bir bilgisayar bilgisine sahip olduğu yönünde bir izlenim yaratıyor olsa da, video tanımı ve video etiketlerinin karşılıklı biçimde yanlış konumlanmış olması, video paylaşım ağının arayüzünün niteliksiz kullanıldığını göstermektedir. Video tanımında yer alması gereken bilgiler etiketlerde, etiketlerde yer alması gereken bilgiler ise video tanımında yer almaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun anlatım dili, espri, şaka, eğlence şeklinde özetlenebilir; ancak videoya konu olan kişi, öldürüldükten sonra hazırlanmış bu videoda espri unsurlarının kullanılması kullanıcı türevli içerikler bakımından başlı başına problemli bir alanı ortaya koymaktadır.

---

9. Hrant Dink (15 Eylül 1954, Malatya-19 Ocak 2007, İstanbul), Ermeni kökenli **Türk**iye vatandaşı ve gazetecidir. 19 Ocak 2007 tarihinde genel yayın yönetmeni **olduğu** *Agos* gazetesinin Şişli'deki binası önünde uğradığı silahlı saldırı sonucunda **hayatını** kaybetmiştir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hrant_Dink, Erişim tarihi: **19.**06.2012). Dink, Türkiye'de öldürülen 62. gazetecidir. (http://www.milliyet.com.**tr/2007**/01/19/son/sontur46.asp, Erişim tarihi: 19.06.2012).

10. Ogün Samast, 19 Ocak 2007 tarihinde, İstanbul'da *Agos* gazetesi binası önünde **Erm**eni asıllı gazeteci Hrant Dink'i Yasin Hayal'in azmettirmesiyle öldüren kişidir. **Yasin** Hayal, Ogün Samast'ı cinayete azmettirmesi nedeniyle ağırlaştırılmış müebbet **hapis** ile cezalandırılmıştır. Ogün Samast ise, cinayeti işlediğinde 17 yaşında olması **nede**niyle Çocuk Mahkemesinde yargılanmış ve 22 yıl 10 ay hapis cezasına çarptı**rılmıştır** (https://tr.wikipedia.org/wiki/Og%C3%BCn_Samast ve https://tr.wikipe**dia**.org/wiki/Yasin_Hayal, Erişim tarihi: 19.06.2012).

2. Sonuçlar

Hrant Dink'le ilgili olarak hazırlanmış ve hatta Hrant Dink'in hareketli görüntüsünün yer aldığı ve konuştuğu bu videoda, Dink cinayeti, meşru ve haklı gösterilmektedir.

3. Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)

Videoya göre Hrant Dink, "Türkiye'yi karıştırmak" amacıyla düşmanlardan gelen talimatları uygulayarak *Agos Gazetesi*'nde yazmaya başlamıştır. Yazdıkları, söyledikleri, toplum tarafından benimsenmemekte ve istenmemektedir. Dahası, anlatıya göre, Dink bu yazıları zaten doğrudan "Türkiye'yi karıştırmak" amacıyla yazmıştır.

4. Bağlam Bilgisi

"Türkiye'yi karıştıran" yazılar yazan ya da sözleri olan kişiler sevilmezler ve hatta onlardan nefret edilir. Bu nefret, anlatıya göre milliyetçi kesimin "yürekli" üyeleri tarafından bazen kişinin yaşam hakkının elinden alınması şeklinde bir cezalandırmaya kadar gidebilmektedir. Videoda belirtildiğine göre, Hrant Dink ve Orhan Pamuk[11], Sisi[12] gibi travestilerle birlikte olmayı sevdiklerinden, onlara karşı duyulan nefretin ikinci bir meşru alanı da bulunmakta ve transfobik nefret söylemi ortaya çıkmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Videoda kullanılan cümleler çoğunlukla aktif fiil cümleleridir. Kısa ve basit cümle yapısının benimsendiği, cümlelerin konuşma dilini andırdığı, nadiren devrik ve çoğunlukla da kurallı olduğu görülmektedir. Ayrıca, videoda yer alan konuşma metni, bir tür hikâye anlatır gibi olduğundan, anlatıcının (animasyonla yaratılmış Hrant Dink) anlatımıyla -di'li geçmiş zamanda çekimlenmiştir. Böylelikle öldürülmüş bir kişinin görüntüsü üzerinden, ortaya çıkmış olaylar değerlendirilmiş ve metonimi yapılarak Hrant Dink'in başına gelenler meşrulaştırılmış, Dink'in videoda "Öldürülmeyi ben hak ettim" demesi sağlanmıştır.

11. Ferit Orhan Pamuk (7 Haziran 1952, İstanbul), yazardır. Diğer edebiyat ödüllerinin yanı sıra 2006 yılında Nobel Ödülü'nü kazanmıştır. Kitapları 60 dile çevrilmiş, yüzü aşkın ülkede yayımlanmış ve 11 milyon baskı yapmıştır. Pamuk Nobel ödülünü alan ilk ve tek Türkiyelidir. Orhan Pamuk'un, *Das Magazin* adlı haftalık İsviçre dergisinde yayımlanan röportajında yer alan, "Bu topraklarda 30 bin Kürt ve 1 milyon Ermeni öldürüldü. Benden başka kimse bundan bahsetmeye cesaret edemedi" şeklindeki açıklaması nedeniyle Türk Ceza Kanunu'nun 301. maddesinden "Türklüğe hakaret" davası açılmıştır. İlk duruşması 16 Aralık 2005'te gerçekleşen bu dava, 22 Ocak 2006 tarihinde düşmüştür (https://tr.wikipedia.org/wiki/Orhan_Pamuk, Erişim tarihi: 19.06.2012).

12. Gerçek adı Serhan Soylu olan, 1973 doğumlu kişidir. 1990'larda "Travestilerin Kraliçesi" olarak anılmış bir transseksüeldir (http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=5021, Erişim tarihi: 19.06.2012).

2. Bölgesel Uyum

Videonun, tarz olarak hikâye anlatımını benimsemesi nedeniyle cümlelerde genellikle hem nedensel ilişki hem de işlevsel ilişki bulunmaktadır. Hatta büyük ölçüde bütün cümlelerin birbirleriyle bağlantılı olduğu söylenebilmektedir. Cümlelerde referansal ilişkiler arandığında, genellemelerin ya da sunulan genel yargıların çok sayıda olmadığı görülmektedir. Az sayıda ortaya çıkan referansal ilişkilerden bir örnek, "Fakat milliyetçi kesimin ne kadar yürekli olabileceği aklıma gelmemişti. Bana 'akıllı ol' dediler, 'yoksa seni öldürürüz' olabilir. Bu örnekte, Türkiye'deki tüm milliyetçiler "yürekli" olarak sunulmakta ve yürekli olmanın özelliklerinden biri olarak da, beğenilmeyen ya da rahatsız olunan sözlerin ve/veya yazıların sahiplerine yönelik öldürme, yok etme edimi sunulmaktadır. Böylelikle, Tanıl Bora'nın da belirttiği gibi (2011), öldürmenin bahanesi ya da meşruiyet zemini hazırlanmaktadır.

3. Kelime Seçimleri

Videodaki cümlelerde kullanılan kelimelerin çok sayıda yananlam ve metafor içerdiği saptanmıştır. İlk başta, "Siz kısacası bana 'hıyar' diyebilirsiniz" cümlesinde "hıyar", Orhan Pamuk'un soyadından hareketle "pamuk" sözcüğünün sıfatlaştırılması sonucu ortaya çıkan "Pamuk Orhan" gibi sözcükler bireyleri aşağılamayı amaçlamaktadır. "Pamuk Orhan" ifadesinde yer alan pamuk, "çokomel" ifadesiyle birleşmekte ve eşcinselliği tanımlayan bir sözcük olarak kullanılmaktadır. Eşcinsellik göndermesi için, kavram veya nesne isimleri dışında "Sisi" gibi kişi isimleri de kullanılmıştır. Belirtmek gerekir ki eşcinsellik göndermesi her zaman kelimelerin yananlamları üzerinden gerçekleşmemiş, "Sisi'yle çok sevişiyorduk" cümlesinde görüldüğü gibi düzanlam olarak da gerçekleşmiştir. Ancak hemen arkasından gelen cümlede yine yananlam bulunmaktadır: "Devamlı veriyorduk birbirimize" cümlesindeki "vermek", cinsel ilişkiye girmek anlamında bir yananlamdır. Bir diğer metafor "zenci" metaforudur. Zencilerin çok büyük penise sahip olduğu efsanesine gönderme yaparak, Orhan Pamuk pek çok kez eşcinsel olarak konumlandırılmıştır. Videoda dikkat çeken bir diğer kelime ise "kan"dır. "Artık Türklerin asil kanına bile laf söyler hale geldim" cümlesi ile Hrant Dink'in kanı için "Kanım o kadar kalitesiz ve su karıştırılmıştı ki hemen boşalıverdi" cümlesi dikkate değerdir. Bu noktada Türklerin kanı "asil" ancak Hrant Dink gibi Ermenilerin kanı ise "kalitesiz" olarak sunulmaktadır. Buradaki kalitesizlik vurgusuyla bir metonimi yapılmakta ve Ermeniler "düşük ırk" olarak etiketlenmektedirler. "Kan" üzerinden yapılan bu göndermeler, Hrant Dink henüz hayattayken de yapılmıştır. Hatta 13 Şubat 2004'te yazdığı bir makalesi nedeniyle savcılığa yapılan şikâyet dilekçelerinde yer alan, Ermenileri kasteden ifade, "Taşımış ol-

dukları kanın şiarından olacak ki dış mihrakların da tahrikleri ile her fırsatta isyan ve ihanet içinde bulunmuşlardır. Hrant Dink, yazısında ırkçılık yaparak Asala terör örgütü ve Taşnak Komiteciliğini hortlatarak güzel ülkemizde... İsyana ve teröre teşvik amacı güderek huzuru bozmayı amaçlamaktadır" şeklindedir (Çetin, 2012: 129). Çetin'in ulaştığı bu bilgi, hem Bora'nın "linç rejiminin meşrulaştırılarak ilerlediği" saptamasını onaylamakta hem nefret söyleminin nefret suçlarına zemin hazırladığını kanıtlamakta hem de ırkçılığın diğer tarafı ırkçı göstererek ilerlediğini göstermektedir.

4. Retorik

Videoda ağzı hareket eden Hrant Dink görseli dışında herhangi bir görsel öğeye yer verilmemiştir. Diğer taraftan inandırıcılık sağlayan başka bilgiler de sunulmamaktadır; ancak videonun anlatım tarzı olarak hikâyeyi benimsediği de bu noktada göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, videonun animasyon olduğu gerek görselin kendisi gerek seslendirmeden anlaşılabilmektedir. Bu nedenle, videoyu hazırlayan kullanıcıların inandırıcılık amacı taşımadıkları, yalnızca iletmek istedikleri mesajı ilgi çekici bir biçimde iletmeyi amaçladıkları düşünülebilmektedir.

Video söylemi genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin Türklere ait olduğu ideolojisini benimsediği, Türkiye'nin "menfaatleri" dışında konuşan kişilerin hele ki "kan" temelli olarak ecdat, ırk, soy üzerinden Türk değillerse sevilmeyecekleri, nefret edilebilecekleri, aşağılık oldukları ve hatta cezalandırılmaları için öldürülebilecekleri ifade edilmektedir. Sevilmeyen, beğenilmeyen, hoş karşılanmayan sözler ise "ibne ibne konuşmak" olarak tanımlanmıştır. Kelime seçimlerinde değinilen sözcüklerin yanı sıra bu örnek de politik nefret söylemi ile cinsel kimlik temelli nefret söyleminin ve yabancılara yönelik nefret söyleminin bu videoda bir arada bulunduğunu göstermektedir.

Benzer biçimde nefret söylemi ile ilgili olarak hazırlanan Aygül'ün yüksek lisans tez çalışmasında da (2013) van Dijk'ın analiz şablonu, Facebook arayüzeyinde incelenecek alana uygun biçimde değiştirilmiştir. Aygül'ün hazırladığı çözümleme şablonu şu şekildedir:

Tablo 4. *Facebook Ortamında Söylem Çözümlemesi Uygulama Modeli (Aygül, 2013: 116)*

A. Makro Yapı
   1. Tematik Yapı
      a. Grup sayfasının adı
      b. Grup sayfası tanımı (*description*)
      c. Grup sayfasının profil görseli *(fotoğraf)*
   2. Şematik Yapı
      a. Durum tanımı
         1. Gönderinin anlatım dili
         2. Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)
         3. Bağlam Bilgisi

B. Mikro Yapı
   1. Sentaktik Çözümleme
      a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
      b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması
   2. Bölgesel Uyum
      a. Nedensel ilişki
      b İşlevsel ilişki
      c. Referansal ilişki
   3. Kelime Seçimleri
      (metafor, metonimi, yananlam, düzdeğişmece vb)
   4. Retorik
      a. Görsel/ler (grup tarafından paylaşılan fotoğraflar)
      b. İnandırıcı bilgiler

Aygül'ün çalışmasında, incelenecek öğe olarak Facebook gruplarında yer alan gönderiler seçilmiştir. van Dijk'ın analiz şablonu bu doğrultuda değiştirilerek, Facebook'un (daha özelde Facebook'taki grup sayfalarının) arayüzey özellikleri tanımlanmış ve arayüzeyde yer alan bazı bilgiler makro yapılar arasında yer alan tematik yapı analizinde çözümlenmiştir. Şematik yapı analizinde, çözümlemeye konu olan gönderi bir bütün olarak, mikro yapı analinizde ise çözümlenen gönderide yer alan cümle ve kelimeler incelenmiştir. Aygül'ün çalışmasında da, çözümlenecek içeriklere ulaşılmasında Facebook'un arama uygulamasında "anahtar kelime" yöntemiyle gerçekleştirilen aramalar kullanılmıştır. Diğer bir deyişle gerek Çomu'nun gerek Aygül'ün çalışmasında, kullanıcı türevli içeriklere/paylaşımlara anahtar kelimelerle ağda/uygulamada yer alan tüm içerikler arasından arama yapılarak ulaşılmıştır. Bayraktutan vd'nin

çalışmasında ise Facebook ve Twitter'da söylem analizi uygulanmıştır; ancak projenin konusu ve inceleme alanı itibariyle bu çalışmada, anahtar kelime yöntemi ile arama yapılarak ağ üzerindeki tüm içerikler arasından amaca uygun içerikler değil, söz konusu uygulamalarda yer alan spesifik bazı kullanıcıların ürettiği içerikler çözümlemeye tabi tutulmuştur. Bu çalışma kapsamında, Facebook'ta gerçekleştirilen söylem çözümlemesinde Aygül'ün geliştirdiği çözümleme şablonu kullanılmış, Twitter için ise ayrı bir şablon geliştirilmiştir. Çomu ve Aygül'ün çalışmalarına benzer bir biçimde Bayraktutan vd de Twitter arayüzeyindeki bazı arayüzey özellikleri makro yapılar altında çözümlemiş, her bir gönderi (tweet) ise mikro yapı olarak çözümlenmiştir. Bayraktutan vd tarafından Twitter'a yönelik olarak geliştirilen çözümleme şablonu şu şekildedir:

Tablo 5. *Twitter Söylem Çözümleme Şablonu (Bayraktutan vd, 2013: 186-187)*

A. Makro Yapı
   1. Tematik Yapı
      a. Kişi/hesap tanımı
      b. Diğer bilgiler
      c. Web sayfası bağlantısı

B. Mikro Yapı
   1. Şematik Yapı
      a. Durum tanımı
         1. *Sonuçlar*
         2. *Ardalan Bilgisi (önceki olay da dahil olmak üzere)*
         3. *Bağlam Bilgisi*
   2. Sentaktik Çözümleme
      a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
      b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması
   3. Bölgesel Uyum
      a. Nedensel ilişki
      b. İşlevsel ilişki
      c. Referansal ilişki
   4. Kelime Seçimleri
      (metafor, metonimi, yananlam, düzdeğişmece vb)
   5. Retorik
      a. Görsel/ler
      b. İnandırıcı bilgiler

Bilindiği gibi Twitter, azami 140 karakterlik gönderilerin paylaşılmasına izin veren bir mikro blog uygulamasıdır. Dolayısıyla gönderiler (tweetler) pek çok örnekte zaten tek bir cümleden oluşmaktadır. Bu nedenle van Dijk'ın analiz şablonunda makro yapı analizinde yer alan şematik çözümleme, mikro yapı analizine indirilmiştir. Benzer biçimde, çözümlenecek içeriklerin neler olduğu da önemlidir. Çomu ve Aygül'ün çalışmalarında YouTube ve Facebook'ta yer alan bazı arayüzey özellikleri makro yapı analizindeki tematik yapı incelemesinde kullanılmıştır. Ancak Twitter'a yönelik olarak geliştirilen şablonda, araştırmanın amacı doğrultusunda çözümlemeye tabi tutulan, salt arayüzeyin bir özelliği değil, arayüzeyin desteklediği bir özellik altında hangi bilgilerin verildiğidir. Bayraktutan vd'nin çalışmasında siyasi parti liderleri ve üyelerinin 2011 Genel Seçimleri sürecinde Twitter hesaplarından attıkları tweetleri çözümlemek için geliştirdikleri söylem çözümlemesinden bir örnek aşağıdaki Tablo'da yer almaktadır.[13]

Tablo 6. *Twitter Söylem Çözümlemesi Örneği (Bayraktutan vd, 2013)*

1. Makro Yapı İncelemesi

Makro yapı incelemesi kapsamında, araştırma örnekleminde, Twitter'da yer alan AKP hesaplarının hangileri olduğu ve bu hesaplarla ilgili bilgiler yer almaktadır. Hesap adresi, kullanıcının Twitter üzerindeki kullanıcı adıdır. Aynı zamanda web tarayıcıların adres çubuğuna "twitter.com/[Hesap Adresi]" yazılarak söz konusu kullanıcının Twitter profiline ulaşılabilmektedir. "Kişi/Hesap Tanımı" olarak yer alan bilgi, söz konusu Twitter kullanıcısının kendisini profilinde hangi isim ve/veya takma adla temsil ettiği bilgisini vermektedir. "Diğer bilgiler" de kullanıcının hesabını ve dolayısıyla kendisini tanımlamak için paylaşıma açtığı tüm yazılı bilgileri ifade etmektedir. Kullanıcının kendisiyle ilgili bilgiler arasında İnternet'teki başka web sitelerine/uygulamalarına ait bağlantılar da yer alabilmektedir. Aşağıda yer alan bu bilgiler, Twitter hesaplarında yazıldığı şekliyle, bire bir alıntılanmıştır.

13. Söylem çözümlemesine ilişkin olarak burada son olarak şu hususun altını çizmemiz yerinde olacaktır: Çiler Dursun'un da belirtiği gibi "Söylem, ancak hakikat iddiası üreterek varolan bir anlam pratiğidir. Demek ki söylem çözümlemesi, hem gerçekliğin tarihsel bağlama dayalı anlamını ortaya koyan ve hem de bunu yaparken gerçekliği inşa eden politik bir pratiktir aynı zamanda" (2014: 85). Bundan ötürü, dilsel pratiklerin, dilin kullanımının ardındaki örtük yapıların ve anlamların çözümlenmesi sonucu ortaya çıkan bilginin kendisinin de yeni bir gerçeklik inşası olduğu akılda tutulmalıdır.

İsmail Karaosmanoğlu	
Hesap Adresi:	@ikaraosmanoglu
Kişi/Hesap Tanımı:	ismail karaosmanoğlu
Diğer Bilgiler:	Allah'ın kulu, ümmi peygamber Muhammed s.a.v'nin ümmeti...!
Web Sayfası Bağlantısı:	http://www.akgenclik.org.tr

Milletvekilliği ve adaylığı olmayan İsmail Karaosmanoğlu, ilgili dönemde AKP Gençlik Kolları Başkanı unvanıyla MYK üyesidir. İncelenen AKP hesapları arasında en yoğun Twitter kullanımının gerçekleştirildiği @ikaraosmanoglu hesabının toplam tweet sayısı 3652, örneklem dahilinde incelenen tweetlerinin sayısı ise 1187'dir. Karaosmanoğlu'nun hesabından gönderilen tweetler, örneklemde incelenen AKP tweetlerinin %29,07'sini oluşturmaktadır. 7315 kullanıcı tarafından takip edilen hesap, 386 kişiyi takip etmektedir. Gönderilen tweetlerin temaları, her alanda görülerek çeşitlilik arz etmektedir. En yoğun kullanılmış tweet temaları %22,24 ile kendi partisi, %6,32 ile başka parti, %5,48 ile Türkiye gündeminden oluşmaktadır. Karaosmanoğlu'nun tweetlerinin %60,40'ı herhangi bir biçimde kodlanamamıştır. Bunun altında, Karaosmanoğlu'nun Twitter üzerinden çok fazla etkileşime girmesi ve başka bir kişiye yönelik (mention içeren) tweetlerinin oranının %61,16 olması yatmaktadır. Hesaptan gönderilen tweetlerden 23'ü (%1,94) retweettir, hashtag içeren tweetlerin sayısı ise 2 (%0,17)'dir. Her ne kadar retweet ve hashtag kullanımı düşük olsa da mention sayısının çok yüksek olması, Karaosmanoğlu'nun Twitter hesabını, diğer pek çok AKP hesabından farklı olarak, farklı kişilerle etkileşime girerek kullandığını göstermektedir. @ikaraosmanoglu hesabından gönderilen tweetlerin 131'inde (%11,04) kendisine ait başka web içeriklerine bağlantı bulunmaktadır. Kendisine ait olmayan web içeriklerinin URL ile paylaşıldığı tweetlerin sayısı ise 2'dir. Bağlantıların paylaşımında, %98,50 oranında standart URL kullanılmış, yalnızca %1,50'de ise URL kısaltma hizmetlerinden faydalanılmıştır. Bu nedenle, yoğun bir kullanımı olan İsmail Karaosmanoğlu'nun Twitter'ı hızlı kullanmak adına, tweetlerini herhangi bir hazırlık yapmadan gönderdiği düşünülebilmektedir.

Recep Tayyip Erdoğan	
Hesap Adresi:	@RT_Erdogan
Kişi/Hesap Tanımı:	Recep Tayyip Erdoğan
Diğer Bilgiler:	Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı T.C. Başbakanı
Web Sayfası Bağlantısı:	http://www.rte.gen.tr http://Facebook.com/RecepTayyipErdogan

Recep Tayyip Erdoğan, 24. Dönem İstanbul Milletvekili olmasının yanı sıra 59, 60 ve 61. Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerinin Başbakanı ve AKP'nin Genel Başkanıdır. Recep Tayyip Erdoğan'ı temsil eden @RT_Erdogan Twitter hesabı, AKP yönetimi tarafından yönetilen bir hesaptır, hesaptan gönderilen tweetlerin Erdoğan tarafından yazılmadığı bilinmekte ve Parti yönetimi tarafından kabul edilmektedir.

Mamafihi, Recep Tayyip Erdoğan'ı temsil eden @RT_Erdogan Twitter hesabı incelendiğinde ise, söz konusu hesabın seçim döneminde 465 tweet attığı görülmüş ancak bu 465 gönderiden 90'ı örneklem döneminde yer alarak söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. @RT_Erdogan hesabı hiç kimseyi takip etmezken 763630 kişi tarafından takip edilmektedir. Erdoğan'ı temsil eden hesap, tüm partilerden örnekleme alınan hesaplar arasında en yüksek takipçi sayısına sahiptir; ancak az sayıda tweeti örnekleme giren hesabın tweetleri, incelenen AKP tweetlerinin %2,20'sini oluşturmaktadır. Hesaptan gönderilmiş tweetler arasında mention barındıranların sayısı 3, retweet niteliğinde olanların sayısı 1, hashtag içerenlerin sayısı ise 17 (%17,89)'dir. Erdoğan'ı temsil eden hesaptaki hashtag kullanımı, sayı bakımından da oran bakımından da AKP hesapları arasında en yüksek seviyeyi oluşturmaktadır. Hesaptan gönderilen tweetlerin temalarına bakıldığında, en çok kullanılmış temanın kendi partisi (%63,33) olduğu görülmüştür. Diğer temaların oranları, %13,33 ile Türkiye gündemi, %8,89 ile duyurular, %6,67 ile kültürel etkinlikler ve %5,56 ile başka partidir. Tweet içinde bağlantı paylaşımı incelendiğinde, 7 tweette Erdoğan'ın kendisine ait (yukarıdaki tabloda belirtilen web sitesi veya Facebook sayfası) bir içeriğe, 35 tweette ise webdeki başka herhangi bir içeriğe yönlendiren bağlantının bulunduğu görülmüştür. Kullanılan bağlantı adreslerinin 21'i kısaltılmış URL içerirken, 20'si de standart URL içermektedir. Sayıların neredeyse aynı olması, Twitter hesabının yönetiminde URL kullanımıyla ilgili olarak herhangi bir yöntemin benimsenmediği izlenimini yaratmaktadır.

2. Mikro Yapı İncelemesi

31 Mayıs 2011

Bu tarihte Abdülkadir Aksu 19 tweet atmış olup bu tweetler seçim kampanyası etkinliklerine ilişkindir. Ekrem Erdem de 8 tweet atmıştır, seçim kampanyası etkinliklerine ilişkin bilgi vermektedir. 01620 numaralı tweetinde İstanbul Çağlayan meydanının açılışını duyurmakta, "AKP ile zor işler kolay oldu" cümlesiyle şehircilik uygulamalarında AKP hükümetinin başarılı olduğunu ima etmektedir. İsmail Karaosmanoğlu da 20 tweet atmıştır. Bu tweetler gündemle ilgilidir. 31 Mayıs 2011, AKP Genel Başkanı Erdoğan'ın Hopa mitingini gerçekleştirdiği ve Hopa olaylarının çıktığı gündür. İsmail Karaosmanoğlu ilk tweetlerinde İstanbul'dan Batum'a uçuşunu, oradan da Sarp sınır kapısından Hopa'ya geçişlerini duyurmuştur (02512-02524). 02525 numaralı tweetinde İsmail Karaosmanoğlu, "Hopa'da bir grup serseri kendince protesto yapıyor, parti arabalarını taşlıyor, polis taşlıyor. Polis çok sabırlı maşallah" cümleleriyle Hopa'da HES karşıtı yapılan protestoyu ve protestocuları "serseri" olarak etiketlemiştir. Oysa 31 Mayıs 2011 Hopa olayları, AKP'nin Hopa mitingi öncesinde yapılan gösterilere polisin biber gazlı müdahalesi sonucunda emekli öğretmen Metin Lokumcu'nun ölümünü ve koruma polisi Servet Erkan'ın atılan bir taşla yaralanmasını ifade etmektedir.[14] İsmail Karaosmanoğlu da "Hopa hazır, hedef 2023" şeklindeki 02526 numaralı tweetiyle 2011 Genel Seçimleri'nde AKP'nin kullandığı ve yaydığı "Hedef 2023" vizyonunu dolaşıma sokmuştur. 02527 numaralı tweette İsmail Karaosmanoğlu, Hopa olaylarında HES protestocularını "serseri" olarak etiketlemeye devam etmiştir. 02528 numaralı tweetinde ise "Artvin valisi ve emniyet müdürü kendine Karadeniz'e atsın" diye devletin yerel yönetici ve mülki amirlerine eleştirisini yöneltmiştir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
02528	İsmail Karaosmanoğlu	Artvin Valisi ve emniyet müdürü kendine Karadeniz'e atsın

02529 numaralı tweetle de otobüsten düşen koruma polisinin yaralanması haberini duyurmuştur. İsmail Karaosmanoğlu'nun Hopa olaylarıyla ilgili tweetleri tek yönlü olup, bu da gönderi kullanımının tek boyutlu olduğunu, etkileşimin olmadığı süreçte farklı ve karşı görüşlerle müzakerenin gerçekleşmeyeceğini, herkesin "kendi kompartımanında" konuştuğu bir ortam olduğunu göstermektedir. Mustafa Elitaş da aynı gün içinde 25 tweet atmıştır. Bu tweetlerden 03393 numaralı

14. http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&CategoryID=77&ArticleID=1051454, (Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

tweet 2011 Genel Seçimleri'nde AKP'nin seçim kampanyası şarkısını oluşturan "yazımız bir..." sözlerini içeren parçadan alıntılardır. Burada "#" kullanımı söz konusudur. Hashtag kullanımı aynı türden ya da aynı konuyla ilgili gönderileri (konuşmaları) gruplandırma amacını taşır.[15] Elitaş'ın kullandığı hashtag "#birlikteturkiyeyiz"dir. Bu da AKP'nin muhafazakâr demokrasinin üçlü bileşeni olan millet, din ve aile sacayaklarının taşıyıcısıdır. 03394 numaralı tweetinde Elitaş, AKP'nin 2011 Genel Seçimleri'nde kullandığı "hepimiz Türkiye'yiz" reklam filmini YouTube'a link vererek tanıtmıştır. 03395 ve 03398'de de "#birlikteturkiyeyiz" hashtag'ini kullanarak, tüm Türkiye'de farklı kimlikleri içermeye davet eden bu birleştiriciliğin kurucu unsurunu "aynı Allah'ın kulu olmak" olarak kuran söylemle takipçilerini AKP'ye oy vermeye davet etmektedir. 03412 numaralı tweetinde ise Elitaş, kanun hükmünde kararnamenin amacını açıklamaktadır. Bu tweetin ardyöresini devletin ve bakanlıkların yönetişim politikası çerçevesinde yeniden yapılandırılması oluşturmaktadır. 03964 numaralı tweetinde Recep Tayyip Erdoğan, Ankara mitingini duyurmaktadır. 03965, 03966, 03967 numaralı tweetler ile Erdoğan, "#birlikteturkiyeyiz" hashtag'ini kullanmaya devam ederek, "tek millet, tek devlet, tek bayrak, tek vatan" şeklindeki AKP temel söylemini dolaşıma sokmaktadır.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
03965	Recep Tayyip Erdoğan	Has bahçemiz yurdumuzdur, aynı bağın gülüyüz biz. #birlikteTürkiyeyiz http://goo.gl/sTnia
03966	Recep Tayyip Erdoğan	Yazımız bir, kışımız bir, aynı dağın yeliyiz biz. Biz #birlikteTürkiyeyiz
03967	Recep Tayyip Erdoğan	Tek millet dedik, tek devlet dedik, tek bayrak dedik, tek vatan dedik #birlikteTürkiyeyiz

15. Bu özelliğe tekrarlanabilir etiket de denebilir. Bu kullanım, tweetleri diğer aynı türden tweetlerle gruplandırır. Bruns ve Burgess'in "#ausvotes" hashtag'inin 2010 Avusturalya Federal Seçimleri'nde kullanımını inceledikleri çalışmalarında, bu özelliği kullanan bireyin o konudaki tweetinin görülmesini istediği ortaya çıkmıştır (2011: 37-38). Bruns ve Burgess'e göre hashtag, bir kamusal konuşmadır. Bu araştırmada da siyasi partilerin ve adayların hashtag kullanarak tweet atıp atmadıklarına özel dikkat gösterilmiştir.

Yukarıdaki gönderilerde yer alan "Tek millet, tek devlet, tek bayrak, tek vatan" söylemi, Erdoğan'ın sıklıkla yinelediği bir söylemdir.[16] Bu söylem aracılığıyla Türkiye'de farklı kimlikler, kimlik öğeleri, AKP'nin muhafazakâr demokrasi ideolojisi temelinde homojenleştirilmektedir. Salih Kapusuz da aynı gün 8 tweet atmıştır. İlk 5 tweeti Ankara yerel gündemiyle ilgilidir. 04258, 04259, 04260 numaralı tweetlerinde Salih Kapusuz CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nu eleştirmekte, bayrağın birleştirici bir simgesel gösterge özelliği taşıdığını belirtmektedir. "Bölücü" sözcüğüyle de Kürt sorununa ve PKK sorununa yananlamsal düzeyde işaret etmektedir.

1 Haziran 2011

Bugün içerisinde Ekrem Erdem 7 tweet atmıştır ve bu tweetler seçim çalışmalarıyla ilgilidir. İsmail Karaosmanoğlu ise 39 tweet atmıştır. Bu tweetlerden 02531 numaralı tweetinde @mbekaroglu mention'ı ile Halkın Sesi Partisi kurucusu Mehmet Bekaroğlu'na yönelik eleştiride bulunmaktadır. 02532, 02533, 02534 numaralı tweetlerinde Karaosmanoğlu, Hopa olaylarını değerlendirmeye devam etmektedir; özellikle 02534 numaralı tweetinde "Ayrıca ülkesinin başbakanına taş atan adam muhalif değil, hain ve şerefsiz kahpe dölüdür, ona alkış tutan da onun gibidir" diyerek Hopa olaylarında polisin orantısız biber gazı kullanımı sonucu hayatını kaybeden Metin Lokumcu başta olmak üzere protestocular, "hain, şerefsiz, kahpe dölü" olarak etiketlenmiş, onlara açıkça hakaret edilmiştir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
02534	İsmail Karaosmanoğlu	@ergunbekir Ayrica ülkesinin başbakanına tas atan adam muhalif değil, Hain ve şerefsiz kahpe dölüdür, ona alkış tutanda onun gibidir

Özellikle Karaosmanoğlu'nun "kahpe dölü" sözcüklerinin ardyöresine bakarsak TDK'ya göre bu ifade "piç, soysuz"[17] anlamına gelen bir deyim olduğundan, burada İsmail Karaosmanoğlu, ırkçı ve cinsiyetçi bir zihin haritasını dolaşıma sokmaktadır. Üstelik toplumda farklı düşünenleri de benzeri şekilde etiketlemektedir. Bu gönderi, aslında "#birliktetur-

16. Bu söylem, Recep Tayyip Erdoğan tarafından ilk kez 18 Mayıs 2007 tarihinde "Ak Parti 6. Gençlik Şöleni"nde kullanılmıştır. http://www.akparti.org.tr/site/haber/2699/ak-parti-genclik-soleni, (Erişim tarihi: 20 Kasım 2012).

17. http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=kahpe&hng=tam, (Erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

kiyeyiz" hashtag'inde dışarıda bırakılacakları da açığa çıkartmaktadır: muhalifler, farklı düşünenler. Üstelik "kahpe dölü" olarak da farklı düşünenler etiketlenmektedir.[18] 02535 numaralı gönderide İsmail Karaosmanoğlu, Diyarbakır mitingiyle ilgili ilk bilgileri vermektedir. 02542 numaralı tweetinde "Diyarbakır meydanı birilerinin hevesini kursağında bıraktı. Verdiğimiz rahatsızlık için özür dileriz. ;(yazmış olup, burada "birileri" sözcüğü ile başta BDP'li siyasetçiler ile Kürt politikacılara yönelik kinayeli bir anlatıma yer verilmiştir. 02561 numaralı tweetinde Karaosmanoğlu, parti içindeki konum ve görevine dikkat çekmiştir: "AKP gençlik kolları başkanlığı..." Genel olarak İsmail Karaosmanoğlu'nun tweetleri saldırgan, kinayeli ve hakaretamiz bir dile sahiptir. Aynı gün Elitaş 70 tweet atmıştır. Bu tweetler çok sayıda mention'lı olup, takipçilerle karşılıklı konuşma-sohbet havasındadır. 03435 numaralı tweetinde 2011 Genel Seçimi'nin olası sonucunu "Milletin egemenliğine herkes saygı duyacak" olarak iletmektedir. 03438 numaralı tweetinde "#birliketurkiyeyiz" hashtag'ini kullanarak kimlerin kurucu/bileşen olduğunu örneklendirmiştir: Alevi, tesettürlü, yoldaş. Bu bileşenler ile faşizme ve ırkçılığa karşı birlikte "saf tutulmakta"dır.[19] 03467 ve 03473 numaralı tweetleri arasında Elitaş, Diyarbakır mitingine yönelik gözlemlerine yer vermiştir. 03468 numaralı tweette Elitaş "Demokratik yöntemlerle milletin gönlüne giremeyenler, eşkıyalıkla milletin gözünü korkutmaya çalışıyorlar" diyerek "eşkıya" sözcüğü ile BDP'lileri yananlamsal olarak işaret etmiştir. 03469 numaralı tweetiyle bu tweet arasında işlevsel ilişki ve referansal ilişki vardır. Özellikle "bölge halkına karşı bomba atmak", "zorla kepenk kapattırmak" gibi örneklerle BDP ve BDP'liler "eşkıya" ve/veya hukuksuz-yasadışı imasıyla örneklendirilmiş, böylece kurulan retoriğe inandırıcılık temin edilmeye çalışılmıştır. "Kuru gürültü" deyişiyle de bu tür yasadışı eylemlerin AKP ve millet için bir şey ifade etmeyeceği belirtilmiştir (03470). 03472 numaralı tweetinde ise Elitaş, "çarşaf yırtan çağdaş (!) kokonalar"[20] tamlamasıyla CHP'lileri yananlamsal olarak işaret etmektedir.

---

18. Farklı olanı ya da farklı düşüneni aşağılayarak etiketleme, nefret söylemi olarak tanımlanmaktadır.

19. Saf tutmak (deyim): Belli bir gruba katılmak (http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=saf&hng=tam, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

20. TDK'ya göre "kokona", "Hıristiyan kadını" ve "süsüne düşkün yaşlı kadın" anlamlarına gelmektedir (Kaynak: http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50b9d959bd2af8.25406262, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
03470	Mustafa Elitaş	Ama bilsinler ki bu millet hiçbir tehdite boyun eğmeyecek kuru gürültüye pabuç birakmayacaktir
03472	Mustafa Elitaş	@mustafaelitas Biz çarşaf yirtan çağdaş(!)kokonalarin değil;abdestsiz yere basmayan imanli anaların evlatlariyiz..!

Bu tweette "biz" ve "onlar" ayrımı üretilmekte, "onlar" İslam dini/inanç pratiğinin göstergelerinin düşmanı olarak işaretlenmekte, "biz" de "abdestsiz yere basmayan imanlı anaların evlatlarıyız..!" şeklinde tanımlanmaktadır. Elitaş'ın görüldüğü üzere oldukça kışkırtıcı ve ayrımcı bir dilsel pratiği vardır. 03474 numaralı tweette Elitaş, yine dinsel iman/inanç konusunu gündeme getirmekte, "İmanın iktidar olmadığı kalpte şeytan devrim yapar" demiştir. Bu tweetinde Elitaş, hem dini inançları olmayan bireylerin kötülükler tarafından kuşatılacağını ifade etmekte, diğer taraftan da devlet yönetiminde kötülüklerin hâkimiyete sahip olmaması için, yönetimin inançlı kişilerce gerçekleştirilmesine yönelik bir düşüncesini paylaşmıştır. "Devrim" sözcüğü ile "Şeytan" kavramının bir arada ve birbirlerini tanımlar nitelikte kullanılması, parça bütün ilişkisi ile "devrim"in (yönetim değişiminin) "şeytani" (kötü) olduğunu ifade etmektedir. Salih Kapusuz ise aynı gün sadece 2 tweet atmıştır: 04261 ve 04262. 04261 numaralı tweetinde "birlik, dirlik ve beraberlik" sözcükleriyle ülkenin birlik ve bütünlüğünü imlemekte, buna yönelik tehditlerin 2011 Genel Seçimleri'nde sandıkta boşa çıkacağını iddia etmektedir. 04262 numaralı tweetinde ise AKP'nin 2011 Genel Seçimleri'nde sandıktan güçlenerek çıkacağını belirterek, bunun nedenini de "biz hep birlikte Türkiye'yiz" şeklinde açıklamaktadır (nedensel ilişki). Bu birlikteliğin güç kaynağı ise "millet" olarak açıklanmıştır (referansal ilişki). Böylece Salih Kapusuz, AKP'nin muhafazakâr demokrasi ideolojisinin kurucu bileşeni millet olgusunu tekrar güçlendirmiştir. Bu nasıl bir millet tasavvurudur sorusunun yanıtını ise, Erdoğan oldukça iyi bir şekilde vermektedir: "AK Parti, yeni muhafazakâr demokrat çizgiyi, muhafazakârlığın genlerine ve tarihi kodlarına uygun şekilde ama siyaset yaptığı coğrafyanın toplumsal ve kültürel geleneklerine yaslanarak ortaya koymaktadır. AK Parti, kendi düşünce geleneğinden hareketle, yerli ve köklü değerler sistemimizi evrensel standarttaki muhafazakâr siyaset çizgisi ile yeniden üretmek amacındadır" (10 Ocak 2004, *Muhafazakârlık ve Demokrasi Sempozyumu*'nda yaptığı konuşmadan, 2012: 417).

Web 2.0 uygulamalar olan YouTube, Facebook ve Twitter'a yönelik olarak geliştirilen/uyumlandırılan şablonlar ve örnek çözümlemeler incelendiğinde, arayüzey özelliklerinin ve ağ mimarisinin birbirinden çok farklı olduğu ve bu nedenle sınırları belirlenmiş bir çözümleme tekniğinin uygulanamayacağı görülmektedir. Bu nedenle, çözümlemenin gerçekleştirilebilmesi yapılan çalışmalarda incelenecek alana yönelik değişimler ile sağlanmıştır. Diğer taraftan örneklem ve çözümlemeye tabi tutulacak içeriklerin seçiminde de araştırmanın incelediği alana göre farklılaşmalar görülmektedir.

Ayrıca belirtmek gerekir ki, van Dijk'ın söylem çözümlemesi modeli, İnternet çalışmalarında veya İnternet'teki Web 2.0 uygulamalarda kullanılabilecek tek model değildir; ancak hangi model kullanılırsa kullanılsın, arayüzey özellikleri ve ağ mimarisinin dikkate alınması ve çözümleme şablonunun amaç doğrultusunda uyumlandırılması gerekmektedir. Bu gereklilik, İnternet'teki ağ uygulamalarının çok hızla değişmesinden de ileri gelmektedir. Daha önce ağdaki uygulamaya yönelik hazırlanmış bir şablonun, daha ileri bir zamanda aynı ağ uygulamasına yönelik biçimde tam olarak işletilebileceğini düşünmek doğru olmayacaktır çünkü özellikle Web 2.0 uygulamalarında arayüzey özellikleri sürekli değişmekte ve dönüşmektedir. Tam da bu nedenle analizin yapılacağı zamandaki özellikler ve elde edilebilecek veriler doğrultusunda, her araştırma için özgün bir analiz şablonunun hazırlanması gerekmektedir.

1.4. Netnografi

İnternet'in ortaya çıkmasıyla birlikte enformasyon, birbirine eş bireyler tarafından ve merkezi olmayan bir yapı içinde akabilmeye başlamıştır. Böyle bir ortamda, kültürel olarak birbirine benzeyen kişiler tarafından ortak bilgi havuzları kurulmuş ve benzer ilgi alanlarında bilginin akışında bu bilgi havuzları önemli yer tutar hale gelmiştir. "Ortak ilgi alanları ekseninde çevrimiçi ortamlarda toplanan bu yeni insan grupları dijital kabileler (*e-tribes*) olarak adlandırılır" (Kozinets, 2006: 280). E-kabilelerin işlevsel ortamlar haline gelmesinde dijital mecralardaki çoklu etkileşim imkânlarının artmış olması önem taşımaktadır. Bu topluluklardaki bireyler, fiziksel şartlar altında değil, ortak ilgi alanları, zevkler,

hayaller, korkular ya da çıkarlar zemininde bir araya gelen bireyler olarak tanımlanabilir.

Dijital/sanal toplulukların "sanal" sözcüğüyle ifade edilmesi, fiziksel topluluklara göre daha az gerçek oldukları yönünde bir yanlış anlamaya neden olabilmektedir (Jones'dan akt. Kozinets, 2002: 61). Robert V. Kozinets, bu sosyal gruplardaki katılımcıların varlığının gerçekliğini vurgulayarak, bu varlık biçiminin tüketici davranışları da dahil olmak üzere pek çok davranış biçimi üzerinde etkili olduğunu belirtir. Pazarlama çalışmalarının çevrimiçi topluluklara ilgi göstermesinin başlıca nedenleri arasında İnternet'in ve çevrimiçi toplulukların öneminin fark edilmesi ve belli tüketici gruplarının zevklerinin, sembol sistemlerinin ve satın alma kararı verirken etkilendikleri noktaların anlaşılması yer almaktadır.

Pazarlama araştırmacılarının sıklıkla kullandıkları yöntemler temel olarak üç başlık altında toplanabilmektedir. Bunlardan kişisel görüşmeler ve odak grup görüşmeleri, az zaman gerektirmeleri ve görece basit biçimde yürütülebilmeleri nedeniyle öne çıkmaktadır. Sık kullanılan bir diğer yöntem, pazar odaklı netnografidir. Bu yöntemde, araştırmacının araştırma yaptığı alanla ilgili olarak beceri ve deneyimi gereklidir ve diğer araştırmalara göre daha fazla zamana ihtiyaç duyar; ancak bu yöntem göze batmayan bir yöntem olması ve yapay olmaması nedeniyle tercih edilmektedir. Bu noktada netnografi ile diğer pazarlama araştırmaları karşılaştırıldığında, netnografik araştırmalarda araştırmacının yorumlama gücü ve ulaşılan bulguların, araştırmanın yürütüldüğü çevrimiçi topluluk dışına genellebilmesinin güçlüğü göze çarpmaktadır. Bu nedenle netnografik araştırmalar, diğer araştırma yöntemlerine benzerlikleri yönünden kıyaslanmalı ve araştırmanın ilerleyeceği yön ve mesafenin doğru biçimde hesaplanabilmesine olanak tanıyan farklı doğrulama teknikleri (*triangulation*) kullanılmalıdır (Kozinets, 2002: 62).

Kozinets tarafından geliştirilen netnografi tekniği, yine Kozinets tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır: "Netnografi, İnternet veya teknolojik ağ etnografisidir; teknoloji aracılığıyla çağdaş sosyal dünyamızın karmaşıklığına uyarlanmış etnografidir" (Kozitents, 2002: 62). *The Sage Dictionary of Social Research Methods* tarafından ise netnografi, "antropolojinin geleneksel olarak yüzyüze yürüttüğü niteliksel ve yorumlamalı araştırma yönteminin bilgisayar dolayımlı iletişimler ile oluşturulmuş çevrimiçi kültür-

lere ve topluluklara uyarlanması" (Jupp'tan akt. Kozinets, 2006: 281) olarak tanımlanmaktadır.

Bir yöntem olarak netnografinin, etnografi tarafından kullanılan açık uçlu uygulamaları çevrimiçi ortama uyarladığı söylenebilmektedir. Çevrimiçi ortamlara yönelik katılımcı gözlemi için ilkeler ve adımlar şu şekilde sınıflandırılabilmektedir:

1. Çevrimiçi sahaların incelenmesi, kültürel bir giriş yapılması,
2. Veri toplama ve analizi,
3. Analiz ve yorumlama,
4. Araştırma etiğinin sağlanması,
5. Kültürel ortamın üyelerinden geri bildirim alınması.

Netnografik bir araştırmanın planlanmasında, spesifik araştırma sorularının ve bu sorulara yanıt aranabilecek çevrimiçi ortamların belirlenmesi önemlidir. Araştırmanın yürütüleceği forum ya da gruplar ile bu ortamlardaki bireysel katılımcılar hakkında mümkün olan en yüksek düzeyde bilginin toplanması araştırmanın sağlıklı yürütelebilmesi için önem taşıyan bir diğer noktadır. Netnografik araştırmanın uygulanabileceği çevrimiçi ortamlar temel olarak beş başlık altında toplanabilir. Bunlar, haber grupları ya da haberleşme panoları (*boards*); web sayfaları; sanat, iş, hobi gibi ortak ilgi alanlarına yönelik kurulmuş e-posta listeleri; çok oyunculu zindanlar (*MUD-Multi-User Dungeons*) ve sohbet odaları ile genel olarak arama motorlarıdır. Netnografik araştırma yürütürken araştırmacı, araştırmanın yürütülebileceği ortam ve toplulukları belirledikten sonra, araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki kriterlere göre topluluklardan birini seçmelidir:

1. Araştırma sorusuna en uygun olan ve konusuna en fazla yoğunlaşmış grup olması,
2. Yüksek miktarda trafik ve haberleşmenin olması,
3. Münferit, belirli mesajların fazlalığı,
4. Detaylı ve içeriği zengin verilerin olması,
5. Araştırma sorusuna uygun olarak üyeler arasındaki etkileşimlerin fazlalığı.

Netnografik araştırmalarda, araştırma verileri incelenen çevrimiçi topluluğa ait tüm metin, görüntü, ses ve video içeri-

ği, araştırmacının kendi gözlem ve deneyimleri ile yapılan çevrimiçi görüşmelerin kayıtlarından oluşmaktadır. Netnografide arayüzeyde üretilen metin gözlemlenmektedir ve bu gözlemleri desteklemek amacıyla da görüşmeler yapılabilmektedir. Netnografi metin üzerine gözleme yoğunlaştığı için bu çalışmada Birinci Bölüm'de ele alınmıştır. Netnografide araştırma verilerinin analizi, toplanan tüm bilgilerin kodlanması, karşılaştırılması, sınıflandırılması ve anlamlandırılması ile gerçekleşir. Verilerin analizi yoruma dayalı olduğundan, ulaşılacak sonuçların güvenilirliği araştırmacının analiz sürecine, araştırılan konuya ve incelenen topluluğun kültürüne ne kadar hâkim/aşina olduğuyla doğrudan bağlantılıdır. Netnografi ile incelenenlerin, belli bir topluluktaki kullanıcıların davranış setleri olmadığı, çevrimiçi topluluğun iletişim edimleri olduğu göz önünde bulundurularak netnografik araştırma sonucunda elde edilen veriler, görüşmeler, odak grup çalışmaları, anket ve/veya yüzyüze etnografi gibi yöntemlerle doğrulanması, bu yolla çevrimiçi ortamda ele alınan gruplara dayanarak genelleme yapılabilir hale getirilmesi Kozinets tarafından tavsiye edilmektedir. Bu çalışmada da çevrimiçi anket uygulaması İkinci Bölüm'de, çevrimiçi etnografik araştırma da Üçüncü Bölüm'de açıklanmaktadır.

Netnografi, İnternet etnografisi şeklinde tanımlanamaz. Bu nedenle, incelenen topluluk dışındaki çevrimiçi veya çevrimdışı topluluklara yönelik genellemelerin destekleyici bulgularının olmasında fayda vardır. Klasik etnografi ile netnografi arasındaki farklardan biri de araştırma etiğinin sağlanmasında bulunmaktadır. Netnografik araştırmaların etik boyutuyla ilgili kritik noktalar, çevrimiçi ortamların özel ortamlar mı yoksa kamusal ortamlar mı olduğu sorusu ile siber uzamda "bilgilendirilmiş rıza"nın nasıl alınabileceği noktalarıdır.

Netnografi araştırmacıları, profesyonel pusucular (*lurkers*) olarak tanımlanabilmektedir (Kozinets, 2002: 65). Pusuculuk, incelenen çevrimiçi ortamdakilerle herhangi bir etkileşimde bulunmaksızın ortamda yer alan ve gözlem yapan araştırma biçimini ifade etmektedir (Binark, 2007: 35). Netnografi araştırmalarını çekici kılan noktalardan biri, araştırmanın dikkat çekmeyen bu doğasıdır. Bu noktada, Rafaeli, kamusal alanda bir mesaj varsa bilgilendirilmiş rızanın gerekli olduğunu belirtirken, King, özel iletişimlerin bile kısmen kamusal olduğundan hareketle kullanı-

cılardan bilgilendirilmiş rızanın alınmasının araştırmacının sorumluluğunda olduğunun altını çizmektedir (Sudweeks ve Rafaeli ile King'den akt. Kozinets, 2002: 65). Kozinets'in netnografik araştırmalara yönelik getirdiği etik öneriler ise şunlardır:

1. Araştırmacının kendi kimliğini, amaç ve ilgilerini topluluktaki üyelere açıklaması,
2. Araştırmacının kullanıcılara gizlilik ve anonimlik teminatı vermesi,
3. Araştırmacının, araştırılan gruplardaki kullanıcılardan geri bildirim almaya özen göstermesi,
4. Araştırmacının "çevrimiçi ortam özel midir yoksa kamusal mıdır?" meselesinde tedbirli olması,
5. Araştırmacının araştırmada doğrudan kullanılacak herhangi bir mesajla ilgili olarak topluluk üyelerinin izinlerini alması.

Netnografik araştırmalarda, nihai araştırma bulgularının çevrimiçi ortamlarda incelenen kişilere sunularak geri bildirimin alınması önem taşımaktadır. Böylelikle spesifik ek veriler elde edilebilir, etik konusunda araştırmacı kendini daha temkinli ve tedbirli olmak zorunda hisseder ve geleneksel nitel araştırmalarda olmayan bir biçimde araştırmacı ve kullanıcılar arasında bilgi değişimi olanaklı hale gelir.

Netnografinin barındırdığı çeşitli fırsatlar arasında klasik etnografiye göre daha hızlı, basit ve masrafsız olması; odak grup, anket ve görüşmelere göre daha doğal olması ve dikkat çekmemesi; anketlerde olduğu gibi önceden belirlenmiş varsayımlarla araştırmayı sınırlandırmaması, çevrimiçi gruplarla ilgili olarak aşağıdan yukarıya yaklaşımla üretilen bilgileri sağlaması; tüketici gruplarının yerel dil, tarih, uygulama ve ritüeller gibi kültürel gerçeklikleri ile ilgili bilgi sağlaması yer almaktadır. Diğer taraftan, netnografinin çevrimiçi ortamın kendisinden kaynaklanan bazı sorunlarla da baş etmesi gerekmektedir. Bunlardan ilki çevrimiçi ortamlarda çok fazla veri olmasından ileri gelen, hangi verinin araştırma konusuyla ilgili olup hangisinin olmadığının saptanmasıdır. Bir diğer sınırlılık, yüzyüze iletişimde gözlenebilen göz hareketleri, jest ve mimikler, beden dili kullanımı ve duraksamalar gibi unsurların pek çoğunun web ortamında kaybolması,

her ne kadar görüntülü sohbete (diğer bir deyişle mekândan bağımsız biçimde görüşme yapılmasına) olanak tanıyan çeşitli yazılımlarla bu sorun kısmen giderilebilse de tam olarak ortadan kaldırılamaması nedeniyle, bu unsurların görülememesidir. Dijital uygulamalar üzerinden bireylerle ilgili veriler toplandığında, bazı önemli verilere ulaşılamayacağı her zaman düşünülmelidir. İnternet, doğası gereği kişilerin anonim biçimde var olabildiği bir yapıdır. Bu nedenle, araştırmacının incelediği kişinin yaşı, cinsiyeti, etnik kökeni gibi bilgilerin doğru bir biçimde araştırmacıya ulaşacağının garantisi yoktur. Bir diğer nokta, elde edilen verinin araştırmacı tarafından uygun bağlama yerleştirilmesinde araştırmacının sahip olduğu becerilerdir. Araştırmacının, katılımcıların gerçekliğinin çok yönlü olduğu bilincinden hareketle, konuyu ne kadar çok yönü araştırırsa ortaya çıkacak betimlemenin o kadar zengin olacağını göz önünde bulundurması gerekmektedir.

Oto-Netnografi

Oto-netnografi, netnografın kendi çevrimiçi deneyimlerindeki rolüne dikkat çeken bir yaklaşımdır. Çevrimiçi kültürel ve ortak olguların incelenmesine kişisel katılımı ilave ederek çevrimiçi deneyimin kültürel doğasının anlaşılması için kişinin durduğu konumu anlamaya çalışır. Araştırmacı, çevrimiçi ortamlardaki kendi kültürel deneyimlerini yazar ve deneyimin kültürel etkilerine özellikle dikkat çeker. Yeni çevrimiçi olguların incelenmesinde anketler, deneyler, gözlem teknikleri gibi yöntemler kullanılabilmektedir; ancak sanal dünyalardaki tüketim deneyiminin kişisel boyutlarının anlaşılması için bu yöntemler tek başlarına yeterli değildir. Oto-netnografi, tam da bu noktada kişisel deneyimlerin anlaşılabilmesi amacıyla, çevrimiçi kültürel olguların incelenmesinde diğer yaklaşımları tamamlayıcı özelliği nedeniyle önerilmektedir.

İncelenen çevrimiçi topluluklarda yer alan lider kullanıcıların belirlenmesi için çeşitli teknikler bulunmaktadır. Bunlardan biri netnografi, diğeri ise standartlaşmış nicel bir yöntem olan kitle görüntülemesidir (*mass screening*). Kitle görüntülemesi, yazılı anketler ya da telefon görüşmeleri ile yürütülür ve belirlenen gruptan kullanıcı yenilikleri ve lider kullanıcı özellikleri ile ilgili tanımlanmış sorulara yanıt vermesi istenir. Bu çalışma sonucunda yüksek puan alan kullanıcılar "lider kullanıcı" olarak tanımlanarak yenilik çalıştayına çağırılır. Lider kullanıcının belirlenmesinde, tüketicilerin ihtiyaçları, eğilimleri, davranışları ve etkilerini

araştırmak üzere çevrimiçi topluluklardaki kamusal bilgileri kullanması nedeniyle netnografi de etkili bir tekniktir. Benzer amaçlarla, her iki tekniğin birlikte ve sağlama amacıyla kullanılması da mümkündür. Örneğin Frank Martin Belz ve Wenke Baumbach tarafından 2010 yılında yapılan çalışmada, araştırma yöntemi olarak netnografi benimsenmiş ancak bulgular görüntüleme tekniği ile doğrulanmıştır. Bunun için araştırma yapılan çevrimiçi ortamdaki 40 kullanıcıya e-posta yoluyla anket gönderilmiş ve gönderilen anketlerden 25'ine yanıt gelmiştir. Görüntüleme çalışması ile netnografik araştırmanın bulguları karşılaştırıldığında, bulguların farklılaştığı görülmektedir. Öyle ki netnografik araştırmanın sonuçlarına göre lider kullanıcı niteliği taşıyan kullanıcı sayısı ile görüntüleme tekniğiyle yapılan araştırmanın sonuçları birbirine eşit, lider olmayan kullanıcı olarak tanımlanan kullanıcıların sayısı ise birbirine çok yakın çıkmıştır. Bu çalışmanın sonuç kısmında, daha az sayıda gönderisi bulunan kullanıcıların lider kullanıcı olamadıkları anlamına gelmediği belirtilmiş ve farklı/çoklu üyeliklerin olabileceği hatırlatılarak farklı çevrimiçi ortamların incelenmesi önerilmiştir. Diğer taraftan, bu araştırma kapsamında, araştırmanın, kullanıcıların iletişimsel edimlerine dayanılarak gerçekleştirildiği ve gerçek hayattaki davranış setlerinin farklı olabileceği vurgulanarak lider kullanıcılarla ayrıca görüşme yapılması tavsiye edilmiştir. Klasik etnografik araştırmanın netnografiyle birlikte kullanılmasının, ulaşılan amprik sonuçların doğrulanabilir olmasını sağlayacağı belirtilmiştir (Belz ve Baumbach, 2010: 310). Aynı çalışma kapsamında bu tekniğe yönelik yapılan değerlendirmede de netnografinin, veriye kolay erişim, örneklem verimliliğinin yüksek olması, düşük araştırma maliyeti, lider kullanıcı özelliklerinin dışsal değerlendirmesinin yapılabilmesi avantajlarına değinilmiş, çevrimiçi topluluğun büyüklüğüne göre netnografik araştırmanın 2 ila 4 hafta arasında tamamlanabileceği ve özellikle yeniliklerle ilgili yapılan araştırmalarda netnografinin kullanılabileceği belirtilmiştir (Belz ve Baumbach, 2010: 310).

Türkiye'de netnografi yöntemiyle yapılan ve dört ana konu bağlamında yedi alan araştırmasından oluşan bir çalışma Kaan Varnalı tarafından 2013 yılında hazırlanan *Dijital Kabilelerin İzinde* adlı kitap çalışmasıdır. Bu çalışma kapsamında yürütülen alan araştırmaları incelendiğinde, araştırmada netnografinin temel

ilkelerinin uygulandığı görülmektedir. Adı geçen çalışma, aşağıda adları ve kısa özetleri bulunan netnografik araştırmalara yer vermektedir. "Anonymous: Haktivizmi Anlamak" (Araştırmacı: Pınar Demirkıran) adlı bölümünde, anahtar kelime yöntemiyle İnternet'te Anonymous'la ilgili ortamlar araştırılarak en yoğun kullanılan dört platform analize tabi tutulmuştur. Bu platformlar, whyweprotest.com, anonsource.org, anongroup.org ve IRC kanalları (sohbet ortamları) olmuştur. Araştırma raporunda, araştırmacının topluluk diline hâkim olarak araştırma yapmasının önemi vurgulanmış, olası bir sınırlılığın analiz sürecinde alınan notlar ile aşılmasının sağlandığı belirtilmiştir. Raporun anlamlı olabilmesi için, araştırmada yer verilen Anonymous'la ilgili kavramların açıklaması da yapılmıştır. "LGBTT Ebeveynleri: Kabullenişin Sınırları" (Araştırmacı: Meltem Taner) adlı çalışmada da anahtar kelimeler üzerinden uygun platformlar belirlenmiştir. Araştırmanın yapıldığı platformların neler olduğuna analiz metninde yer verilmeyip, kaynakçada bazı sosyal medya hesaplarının olduğu görülmüştür. Bu bakımdan araştırmanın, kaynaklar arasında geçen web sayfalarında yapıldığı düşünülmektedir. Analizin doğru okunabilmesi için, raporda konuyla ilgili bazı kavram setlerine yer verilmiştir. LGBTT ebeveynlerinin kabullenme süreci, "ilk tepkiler", "kabullenme" ve "kabullenme sonrası" olmak üzere üç döneme ayrılarak incelenmiştir. "Kadın Bakış Açısından Özel Günlerde Kutlama ve Hediye Verme Ritüelleri" (Araştırmacılar: Eser Levi ve Işıl Şenol) bölümünde, anahtar kelime aramasıyla en yoğun kullanılan platform olarak kadinlarkulubu.com sitesine ulaşılmış ve bu sitedeki gönderiler arasından hediye ile ilgili konular analize tabi tutulmuştur. Bölümde hediye kültürüyle ilgili kısa bir kuramsal tartışma bulunmakta, herhangi bir kavram seti bulunmamaktadır. Analiz, kadın-erkek ilişkilerine ilişkin yedi araştırma sorusu üzerinden yapılmıştır. "Türk Dijital MAC Topluluğu" (Araştırmacı: Beril Kaplan Çorum) adlı bölümde, İnternet'teki arama motorları üzerinden "apple" sözcüğü ile arama yapılmıştır. Bu sözcükle ulaşılan web sayfaları ve sosyal medya hesapları arasından, turkmac.com/forum sitesi, Türkçe olması nedeniyle analiz için tercih edilmiştir. Araştırma raporunda, araştırma konusunun yapısı ve Apple tüketicileriyle ilgili bir araştırma olması nedeniyle kavram setlerine özel olarak ihtiyaç duyulmamış, doğrudan analize yer verilmiştir. "Annelerin Ço-

cuklarının Beslenmesinde Organik Gıdaya Karşı Yaklaşımları" (Araştırmacı: Nesrin Patan Şahin) bölümünde araştırmacı, anahtar kelime yöntemiyle araştırmasını yürüteceği ortamları saptamıştır. Bu ortamlar, *kadinlarkulubu.com, nurturia.com, annecocuk.com, anneoluncaanladim.com, blogcuanne.com, organikanne.net* ve *ozguranne.blogspot.com* siteleridir. Özel olarak tanımlanan kavram setleri bulunmasa da genetiği değiştirilmiş gıda (GDO) gibi kavramlara araştırma raporunda yer verilmiştir. Araştırma, annelerin organik gıdaya ilişkin düşünce ve yargılarını saptamaya yönelik sekiz soru üzerinden gerçekleştirilmiştir. "Helal Gıda Kavramı ve Tüketime Etkileri" (Araştırmacı: Nagihan Dural) adlı bölümde, anahtar kelimeler ile araştırmanın yürütüleceği ortamlar belirlenmiştir. Bu ortamlar, "*Rahmet forum, kevserdenizi.net, islamiforum, helaldunyasi.com, fetva.net, helalplatform.com, ihvanforum.org, sadakat.net*" siteleridir (2012: 247-8). Araştırmada "helal" veya "koşer" gibi araştırma açısından önemli birkaç kavramın tanımına yer verilmiştir. "Türkiye'de Kahve: Kahveyi Değil Duyguları İçmek" (Araştırmacı: Zeynep Kahraman) adlı araştırma, Türkiye'deki tüketicilerin kahve tüketimlerinin altında yatan ana nedenleri, kahve ile ilgili eğilimlerini, tercih ve beklentilerini, hangi kahve veya kahve zinciri markasını neden tercih ettiklerini ve kahveye ne gibi anlamlar yüklediklerini ortaya çıkarmaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Değerlendirme, Starbucks ve Kahve Dünyası markaları üzerine yapılmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü mecralar, "forumlar, bloglar, ekşi sözlük, google search, youtube, multimedya paylaşımları, sosyal medya gruplarının sayfaları gibi birçok mecra..." olarak tanımlanmıştır (2012: 267). Analizde, sahte hesaplar ya da ticari kahve markalarının dijital mecralardaki pazarlama ekipleri tarafından yapıldığı düşünülen paylaşımlar kapsam dışında tutulmuştur. Araştırma raporunda, yapılan tüketici sınıflandırmasının, bu sınıflandırmaya göre tüketicilerin taşıdıkları niteliklerin ve gönderilerden bu çıkarıma ulaşılmasına izin veren örnek cümlelerin yer aldığı bir tabloya yer verilmiştir.

Yukarıda özetlenen araştırmalarda da görüldüğü üzere, araştırılan konuya göre platformlar ve platformların özellikleri farklılaşmakta, bu nedenle farklı yaklaşımlar benimsenmektedir. Anahtar kelimelerle içeriklere ulaşmak çoğunlukla kullanılan te-

mel yöntem olsa da her zaman kesinleşmiş anahtar kelimeler kullanılmamış, bazen bir platforma herhangi bir şekilde ulaştıktan sonra, o platformda yer alan bağlantıların takip edilmesi suretiyle araştırmaya dahil edilecek diğer platformlara da ulaşıldığı olmuştur. Bazı araştırmalarda sadece bir web ortamının kullanılması yeterli olurken, bazı araştırmalarda birden fazla ortama gereksinim duyulmuştur. Belirtmek gerekir ki yukarıda anılan tüm çalışmalarda Kozinets'in tanımladığı adımlar uygulanmış, özellikle araştırma yapılan ortamlarda, araştırmacının araştırma yapmakta olduğu bilgisi, ortamın özellikleriyle uyum içinde bir yaklaşımla ortamdaki diğer kişilerle paylaşılmıştır.

Araştırmacılar, araştırma öncesinde ortamları saptamış ve bir süre gözledikten sonra araştırma sorularını oluşturmuşlardır. Araştırmanın yapılacağı çevrimiçi ortamların belirlenmesinde ve daha sonra bu ortamlardaki içeriklerin ve/veya kullanıcıların saptanmasında ise çoğunlukla anahtar sözcük yöntemi kullanılmıştır. Belirli alanlara yönelik yürütülmüş bu netnografik araştırmalarda, alana özgü ya da alanı ilgilendiren kavramlar tanımlanarak araştırma raporu hazırlanmıştır. Varnalı ve ekibinin çalışmasında, netnografik araştırmanın, incelenen alanla ilgili bazı bilgileri ortaya koyduğu ancak bu bilgilerin genellenebilecek bilgiler olmadığı gözlenmiştir. Nitel bir araştırma tekniği olarak ortaya çıkan netnografik araştırmada, incelenen alandaki genel eğilimlerin, ortak konu ve yaklaşımların neler olduğu saptanabilmekte ancak bu saptamalar genellenememektedir.

Varnalı ve ekibinin yaptığı araştırmaların sonuçlarında da görüldüğü gibi, çevrimiçi ortamlar ve bu ortamlardaki iletişim pratikleri her konu ve temada farklılaşmaktadır. Bu nedenle, tıpkı söylem çözümlemesinde olduğu gibi, netnografide de sınırları önceden belirlenen net bir şablondan bahsedilememekte ancak genel hatlarıyla uygulanması gereken adımlar tanımlanabilmektedir. Diğer taraftan, yukarıda açıklandığı üzere, netnografinin İnternet'teki Web 1.0 veya Web 2.0 metinlerini incelemeye değil ama bu metinler üzerinden kullanıcıların duyguları/düşünceleri ile ilgili eğilimleri niceliksel olmayan bir biçimde ortaya koymaya yönelik bir araştırma yöntemi olduğu göz önüne alınmalıdır.

1.5. Araştırmalarda Bilgisayar Yazılımlarından Yararlanma

Yapılacak araştırmalarda bilgisayar yazılımlarından yararlanmak, İnternet üzerinden araştırma yapmanın önkoşulu olmamakla birlikte, araştırmanın daha kolay yürütülmesini sağlayabilmektedir. Belirtmek gerekir ki sürekli değişim halinde olan İnternet ortamının yanı sıra, yazılımlar da sürekli değişmekte ve yeni özellikler kazanmaktadır. Dahası, her araştırmanın da farklı ihtiyaçları olacağı düşünüldüğünde, herhangi bir yazılımın bir araştırma için hayati olduğunu söyleyebilmek olanaksızlaşmaktadır. Öyle ki bir yazılımda bulunan bir özellik bir araştırmayı çok kolaylaştırabilirken, yapılan araştırmada bazı özelliklere hiç ihtiyaç duyulmayabilir ya da ihtiyaç duyulan bir özellik piyasadaki yazılımlardan sadece birinde bulunuyor olabilir. Ek olarak, araştırmacının daha önce kullandığı veya kullanmayı bildiği bir yazılım, diğer yazılımlardan daha avantajlı hale gelebilir. Eğer araştırmacı ilk kez bilgisayar yazılımlarından yararlanarak bir araştırma yapacaksa, öncelikle varolan yazılımları ihtiyacı doğrultusunda inceleyerek farklı yazılımları denemesi kendisine avantaj sağlayacaktır.

Örneğin söylem çözümlemesi veya netnografi gibi nitel araştırmalara yönelik geliştirilen ve en çok bilinen yazılımlar Atlas.ti[21], MAXQDA[22] ve NVivo[23]'dur; ancak pazarda nitel veri analizine (QDA - *Qualitative Data Analysis*) yönelik yazılımların yalnızca bunlar olduğunu söylemek doğru olmayacaktır. Farklı yazılımların olduğu ve olabileceği her zaman hatırlanarak, araştırmacının ilk kez yazılım kullanacağı durumlarda, hangi yazılımı tercih etmesi gerektiğini saptamaya yönelik bir araştırma yapması önemlidir. Yukarıda anılan üç yazılımın da ücretsiz deneme sürümleri mevcuttur. Pazardaki diğer yazılımlar gibi, QDA yazılımlarının deneme sürümleri de süreye bağlı (örneğin 30 gün) olabildiği gibi, süreden bağımsız ancak bazı özellikleri sınırlandırılmış olarak da bulunabilmektedir. Örneğin Atlas.ti yazılımının deneme sürümünde herhangi bir süre sınırlaması yoktur ancak analizde kullanılmak üzere yazılıma yüklenebilecek dosya sayısında bir sınırlama mevcuttur.

21. Bkz. http://www.atlasti.com (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).
22. Bkz. http://www.maxqda.com/ (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).
23. Bkz. http://www.qsrinternational.com/products_nvivo.aspx (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).

Yukarıda anılan üç QDA yazılımının ortak özellikleri muhtemelen ulaşılabilecek diğer QDA yazılımlarının da özellikleri arasında görülebilir. QDA yazılımları, veri kayıtlarını içeren farklı dosya tipleri ile (örneğin, metin, tablo, görsel) çalışabilen ve araştırmacının analizini tek bir yazılım üzerinden gerçekleştirerek, hem veri kayıtlarına kolaylıkla (tek bir arayüzey üzerinden) ulaşmasını hem de veriler arasında kurduğu bağlantılar ile yorumları, yazılım üzerinden yazmasını (ve bazı örneklerde görselleştirmesini), böylelikle araştırmanın analiz sürecini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Bazı QDA yazılımlarında, aynı araştırmada görev alan farklı araştırmacıların İnternet üzerinden ortak çalışması da mümkün kılınmaktadır.

Bu yazılımların kullanılması ve tanıtımı bu çalışmanın kapsamı dışındadır; ancak yazılımlar yardımıyla nitel araştırma yapmaya yönelik kitap çalışmaları bulunmakta, ayrıca ücretli ya da ücretsiz seminer/eğitim faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Diğer taraftan, video paylaşım ağlarında, yazılımlarla ilgili İngilizcenin yanı sıra Türkçe pek çok eğitim videosunun da bulunduğu belirtilmelidir.

Her ne kadar QDA yazılımlarının amacı, verileri oluşturulmuş olan nitel analizi kolaylaştırmak olsa da yazılım sektöründeki bazı QDA yazılımları İnternet'ten veri edinme/kayıtlama konusunda da çeşitli imkânlar sunmaktadır.

İnternet'ten veri edinmek konusunda yardımcı olan, QDA yazılımları dışında yazılımlar da bulunmaktadır. Bunlardan en çok bilineni, NodeXL[24] adlı, açık kaynaklı bir yazılımdır. NodeXL, kendi başına bir paket olmayıp Microsoft Excel'e entegre bir şablondur. Bu şablon, Web 1.0 veya 2.0 ortamlardan veri kayıtlayarak, bu verileri Excel'de elektronik tablo olarak sunmaktadır. Kayıtlanan veriler, elektronik tablo dosyasına yüklendiğinden, nitel analizin yanı sıra nicel analiz için de kullanılabilmektedir. NodeXL ayrıca, veriler arasında çizgi haritalar-ağlar oluşturarak, edinilen veriyi farklı biçimlerde görselleştirebilmektedir. Yine belirtmek gerekir ki farklı özellikleri bulunan, kayıtlamaya yönelik farklı yazılımlara ulaşmak mümkündür. Özellikle Web 2.0 ortamlar için bazı sorgu kodları ile İnternet üzerinden kullanıcı verilerine ulaşılabilmektedir. NodeXL'in yaptığı işlemin, bu sorgu kodlarını, kullanıcı dostu bir arayüz ile tablolaştırmak oldu-

24. Bkz. https://nodexl.codeplex.com/ (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).

ğu söylenebilir. *Social Media Research Foundation* (Sosyal Medya Araştırma Vakfı) tarafından hazırlanan ve ücretsiz bir yazılım olan NodeXL, Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya ortamlarından veri kayıtlamaya yönelik olarak geliştirilmiş olmakla birlikte, Web 1.0 ortamlardan hiperlink takibi yaparak, bunları da kayıtlayabilmekte ve görselleştirebilmektedir.

Haritalama ile görselleştirme, kökenleri 1736'ya dayanan ve Çizgi Kuramı ya da Çizit Kuramı (*Graph Theory*) olarak bilinen matematik dalına dayanır. Bu yöntemde farklı öğelerin birbirleriyle bağları görülerek, genel tablo daha rahat kavranabilmektedir. Bu bakımdan *ağ haritalama*, farklı öğeler arasındaki bağlantının sayısı üzerinden nicel bir yan barındırmakla birlikte, bu öğelerden hangilerinin birbirleriyle ilişki içinde olduğunu göstermesi bakımından da nitel bir yan barındırmaktadır. Diğer bir deyişle, ağ haritalama, nicel araştırmalarda da nitel araştırmalarda da kullanılabilmektedir. NodeXL'in yaptığı işlemlerden biri, İnternet ortamında bulunan öğelerin birbirleriyle olan ilişkisini haritalandırmaktır. Ağ haritalama, Web 1.0 veya 2.0 ortamlardaki öğelerin ilişkisini görselleştirmek için kullanılabileceği gibi, İnternet dışındaki olay, olgu ya da öznelerin birbirleriyle ilişkisini görselleştirmek için de kullanılabilir. Burada kastedilen ağ, İnternet'ten ziyade bir alandaki ilişkiler bütününün görselleştirilmesidir. Tam da bu nedenle, ağ haritalama yazılımlarından birinin adı İsveççe'de örümcek anlamına gelen Pajek[25]'tir. Bir diğer haritalama yazılımının adı ise Gephi[26]'dir.

Ağ haritalamada önemli olan kavramlar, çizgi kuramında yer alan köşe-*edge* (ya da düğüm-*node*) ve kenar-*verdex* (çoğul: *vertices*) kavramlarıdır. Köşe ya da düğüm, olay, olgu veya özneleri ifade ederken, kenarlar bunlar arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Bu bilgiler, elektronik tablolar ile çalışırken, haritası çıkarılacak ağ ile ilgili veri girişinde ya da yazılım aracılığıyla kayıtlanan verilerin okunmasında önem taşımaktadır.

İnternet'te tek başına ya da farklı kişilerle ortak çalışarak çeşitli ağ haritaları çıkartılabilmektedir. Ortak çalışmaya izin veren, kolay kullanıcı arayüzeyine sahip ve bilgisayara özel olarak herhangi bir yazılım yüklemeden (yalnızca İnternet tarayıcı ile bağlanarak) çalışılabilecek bir platform olan *Graph Commons*'ın incelenmesinde yarar vardır. Burak Arıkan tarafından geliştirilen Graph

25. Bkz. http://pajek.imfm.si/doku.php (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).
26. Bkz. http://gephi.org/ (Erişim tarihi: 10 Kasım 2013).

Commons, Türkçe ve İngilizce arayüzeye sahip olması, farklı kullanıcılarla ortak haritalamaya izin vermesi bakımından önemli bir çalışmadır.

Ağ haritalama ve graphcommons.com'la ilgili daha detaylı bilgi için Burak Arıkan'ın aşağıdaki katkısı incelenebilir[27]:

Ağ Zekâsını Günlük Hayatınıza Taşıyın
Burak Arıkan

"İktidar kurumlarda, devletlerde ya da büyük şirketlerde değil, toplumu oluşturan ağlardadır"

– *Manuel Castells*[28]

Bugün biliyoruz ki tümüyle "ağlı bağlı" bir toplumda yaşıyoruz. Biliyoruz ki e-postadan e-ticarete, sosyal ağ servislerinden bankalara, telekomünikasyondan televizyona, sağlık servislerinden toplu taşımaya her yerde dijital izler bırakıyoruz. Biliyoruz ki gerek şehirde gerek İnternet'te hareketlerimiz veri olarak kaydediliyor, haritalanıyor, analiz ediliyor ve çeşitli kurumların promosyon, optimizasyon ya da güvenlik sistemlerinde kullanılıyor ve biliyoruz ki bu "ağlı bağlı" dünya her zamankinden daha karmaşık.

Aslen insanın yaşadığı toplumların içinde ağ yapısı ezelden beri vardı. Bugün yaşadığımız boyutta hızlı, karmaşık ve ölçeklenebilir ağlar ancak elektronik iletişim ve yazılım sistemleri ile ortaya çıkabildi. Ancak bu dijital çağa vardığımızda ağlar, kendilerini küresel boyutta organize edebildi ve hayatın her alanına nüfuz etti. Lakin elbette iktidar ortadan kaybolmadı. Manuel Castells'in değindiği gibi iktidar kurumlardan kaydı, ağların içine yerleşti; ağın içinde bağları kuran, koparan, güçlendiren, hafifleten, tekrar tekrar ayarlayan, kontrol eden mekanizmalara geçti. Anaakım medya ile siyasi sistem arasında kurulan bağlar, finansal aktörler ile yasama organları arasındaki ilişkiler, yasadışı ekonomiler ile aynı finans aktörlerinin bağlantıları, dini düzeneklerle devlet liderlerinin ilişkileri ya da bunların kombinasyonlarından oluşan ağları kuran mekanizmalar egemenliğin yeni sahipleri oldu. "İktidar seçkini" denen mefhum aslında kayboldu ve seçkinler ağın her yeniden düzenlenmesi sonucu yer değiştirir hale geldi. Devlette ya da şirketlerde belli bireylerle ve gruplarla mücadele etmek egemenliğin yapısal mantığını değiştirmiyor artık. Bu sebeple, ağın iktidarıyla mücadele edebilmek için ağı kodlayan mantıkları anlamalı ve yeni alternatif ağlar örülmelidir.[29]

27. Bu yazı, *Pİ Dergi*'de yayımlanmıştır. Burak Arıkan (2012), "Ağ Zekâsını Günlük Hayatınıza Taşıyın", *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, s. 42, 44-46.
28. Manuel Castells, "Afterword: Why Networks Matter", Der. H. McCarthy, P. Miller, P. Skidmore, *Network Logic,* Demos, 2004, s. 221-225.
29. A.g.e.

Hepimiz sosyal medya ya da İnternet kullandığımız için ağın etkilerini yakından yaşıyoruz. Ve bu deneyimlerimizden hissediyoruz ki iktidar ağın içinde bir yerlerde. Ama çoğumuz bu gücü anlamlandıracak, bağlantıları kuran ya da koparan mekanizmaları eleştirecek, kodlarını çözecek yöntemlerden yoksun bırakıldığımızdan aktif birer özne olma yolunda yetersiz kalıyoruz. Bu durum ağın hikmetini anlayamayacak kapasitede olduğumuzdan değil, bu aşağıda sayacağım iki sebepten dolayı oluyor.

İlk olarak, mevcut ağ haritalama ve analiz araçları mühendisler, bilim insanları ya da devlet ve iş uzmanları için tasarlanmış durumda. Dolayısıyla, sadece bu kişiler karmaşıklığı analiz edip yönetebiliyorlar ve *ağ zekâsını* kullanarak çalıştıkları kurumları panoptik güç haline getiriyorlar. Geri kalan bizler, çoğu zaman bu analizlerin özneleri olarak, oldukça karmaşık ve enformasyona boğulmuş bir dünyada yaşıyor olmamıza rağmen bu tür araçları kullanamıyoruz.

İkinci olarak, sade vatandaşın veriye erişimi olmadığına dair bir mit var. Halbuki bizi daima gözetleyen devletler ve şirketler için her birimiz verinin ta kendisiyiz. Kişisel verimizin kendi başına pek bir etkisi olamayacağını varsaymak yanlış olacaktır. Bireyler kendi verilerini bir araya getirerek ortak ağ haritalaması ve analizi yaptıklarında hiç şüphesiz karmaşık yapıları görünür kılabilirler.

Ağ toplumunun karmaşık yapısını halkın anlayamayacağına dair olan mistik imaj ve vatandaşın veriye erişimi olmadığına dair varsayım sebebiyle yaratıcı ve eleştirel bir yöntem olarak ağ zekâsını kullanma yollarını günlük hayatımıza katar hale gelemedik.

Halbuki hepimiz ilgimize ve ilişkilerimize göre ağları haritalayabilir, karmaşıklığı anlamlandırabilir, *kişisel yığın verimize* sahip çıkabilir, kullanımını kontrol edebilir ve geleceği etkilemek için ağ zekâsından faydalanabiliriz.[30]

Ağ zekâsı kullanmak ve varsayılan kullanım hedeflerinin ötesine gitmek için ihtiyacımız olan şeyler kolay kullanılabilir ve erişilebilir araçlar, öğrenme ve ilham için pek çok örnek ve işbirliği platformlarıdır. Bu sayede, bir tür *ağ okur yazarlığı* kazanarak, uzman olmayan kişiler de en karmaşık yapılar içinde hareket edebilir ve ağın hikmetinden faydalanabilirler. Birazdan bahsedeceğim *Graph Commons* projesi bu niyetlerle ortaya çıkmıştır.

Graph Commons

Graph Commons kişiler, kurumlar, nesneler ya da kavramlar arasında ilişkiler kurarak kolektif "ağ haritası" yapmayı, paylaşmayı ve anlamlandırmayı sağlamak için geliştirilen bir web platformudur.[31] Platform

30. Gilles Deleuze ve Felix Guattari, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia,* University of Minnesota Press, 1987.

31. http://graphcommons.com

üzerinde kullanıcılar ilgili bulduğu şeyler arasında bağlantı kurarak ağ haritaları oluşturuyor, bunları herkese açık ya da kendilerine özel tutabiliyorlar. Sağlanan basit web arayüzleri ile isteyen herkes ağları haritalandırabiliyor, analiz dağarcığı edinebiliyor ve ağ zekâsından günlük hayatında faydalanır hale gelebiliyor.

Graph Commons ile arkadaşlarınızla beraber ağ haritaları yaparak bir konu hakkında etraflı bilgi edinebiliyorsunuz. Herkes çok çeşitli ağlar ördüğü için zamanla biriken ağlar ve ilişkiler üzerinden alakalı kişileri ve içerik keşfetme imkânı sağlanıyor. Kendi verilerinizi başkalarınınkine bağlayarak daha önce hiç görmediğiniz yönleriyle büyük resmi görebiliyor, içinde olduğunuz ya da ilgilendiğiniz konulara dair ağları keşfedebiliyor, ilgilendiğiniz kişileri, konuları ve ağları takip ederek kişiselleştirilmiş ve güncel bir kaynak yaratabiliyorsunuz.

Bağlantı nedir? sorusuyla başlıyor ağ haritalama. Düğümler bir kişi, organizasyon, yer ya da kavram olabilirken, düğümler arası çizgiler de birer ilişki temsil ediyor. Ağ haritasını yapmak istediğiniz ilişkiyi belirledikten sonra, aklınıza gelen ilk aktörden ve ilişkiden başlıyorsunuz, sonra adım adım bu ilişkiyle başka aktörler eklendikçe ağ haritası gelişiyor. Kendiliğinden organize olabilen bir yazılım-diyagram üzerinde aktörler arasındaki bağlantılara göre haritada merkezi aktörler, dolaylı bağlantılar ve organik kümeleşmeler göz önüne seriliyor.

Ağ haritası yapmanın zorlayıcı bir özelliği doğal zihin akışına karşı oluşu. Bir konu hakkında düşünürken biz doğal olarak bir hikâye akışını takip ederiz, bir aktörden diğerine çok çeşitli ilişkiler üzerinden atlayarak ilerleriz. Bir tür "dikey düşünme" gerçekleşir. Öte yandan, sadece tek tür bir ilişkiyi çok fazla aktör arasında tarayan biçimde bir "enine düşünme" oldukça zordur. Bu düşünsel süreç çoğu zaman birçok noktayı belli kurallara göre birleştirdiğiniz bir araştırmaya eşdeğerdir. Ancak enine düşünmenin bilişsel yükü ağır olsa da, beraber ağ haritalama yapıldığında aktörleri ve ilişkileri hatırlamak, bir kişinin eklediği şeyi tanıyıp ona yeni bağlantı ekleme şeklinde akışkanlık kazanabiliyor. *Graph Commons* üzerinde görsel bir diyalog içinde arkadaşlarınızla ya da başkalarıyla beraber eşzamanlı ya da eşzamansız ağ haritaları oluşturmak beyin fırtınası şeklinde gerçekleşiyor. Böylece, her birimizin zaten aklında olan parça parça ağ haritalarını birleştirerek büyük resmi görebilir hale gelebiliyoruz.

Herhangi bir karmaşıklığı ağ haritasına çevirip analiz ettiğimizde daha önce farkında olamadığımız yeni bilgiler keşfederiz. Karmaşayı somutlaştırarak iletişimi iyileştiririz. Harita üzerinde parmakla gösterilebilecek somut referanslar ile yön bulmayı kolaylaştırırız. Ağ analizi aktörlerin merkeziyetini ve bağlılığını ölçerek başlıyor. Bu ölçüm bize farklı rolleri, gruplaşmaları ve dolaylı bağlantıları gösteriyor: Ağda kimler en merkezi, kimler köprü, kimler öncü, kimler izole, kimler birbirine en

çok benziyor, kimler oldukça farklı? Ağın neresinde kümeleşmeler var, kümelerin merkezinde kimler var, çeperinde kimler var, ağlar arası boşluklar ne anlama geliyor? Bu soruların cevaplarını aldığımızda bir ağın özelliklerini anlayıp, bunu nasıl yeniden yapılandırabileceğimize, hangi bağı kopartıp hangi yeni bağı kuracağımıza karar verebiliyoruz. Dolayısıyla, ağın kodladığı gerçekliği etkileme imkânı kazanıyoruz.

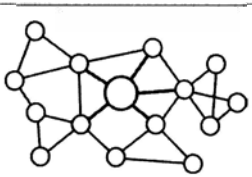
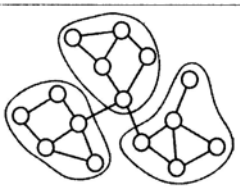
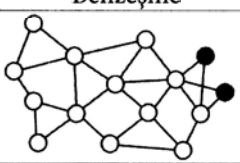
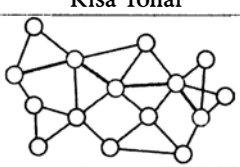
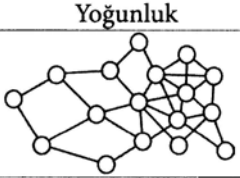
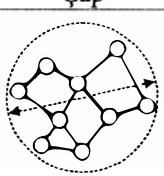
Graph Commons bugüne kadar Türkiye'de ve dünyada öğrenciler, gazeteciler, araştırmacılar, sanatçılar, tasarımcılar, sivil aktivistler tarafından ilgi gördü. Genellikle sanat, tasarım, edebiyat, ekonomi ve siyaset alanlarında pek çok ağ haritası yapılmakta. Geliştirilen çeşitli ağlar arasında da sürekli yeni ilişkiler kuruluyor. Dolayısıyla, kavramsal bir ağdan sosyal bir ağa, bir disiplinden diğerine, kurumlar arası bir ağdan çok özel bir ağa geçilebilen, detay ve büyük resim arasında gidip gelinen, melez bir deneyim yaşanıyor.

Hayatımızın altyapısını oluşturan ağların nasıl çalıştığını anlamadan ağın görünmez kodlarıyla yönlendirilmeye engel olamaz ve programlarını değiştiremeyiz. *Graph Commons* platformu ile ağ zekâsını herkesin gündelik hayatına taşıyarak ağın hikmetlerinden faydalanabilmesini amaçlıyoruz.

Ağ haritalama, İnternet ortamlarına yönelik bir araştırma tekniği olmamakla birlikte, İnternet'ten edinilen verilerin ve veriler arasındaki ilişkinin görselleştirilebilmesi için önemli bir yöntemdir. Ağ haritalama ile ilgili temel bilgilere sahip olmak, gerek nicel gerek nitel araştırmalarda, hem yazılımlar yardımıyla ulaşılan verinin daha kolay okunmasını hem de daha kolay ve anlaşılır biçimde sunulmasını sağlamaktadır. Graph Commons uygulaması ile İnternet'teki farklı ilişki biçimleri haritalanabileceği gibi, İnternet'ten bağımsız ilişkilerin haritaları da çıkartılabilmektedir.

Haritası çıkartılan ağın çözümlemesiyle, daha önce açıkça görülemeyen bilgiler görülebilir hale gelmektedir. Ağ çözümlemesine merkezi aktörlerin hesaplanmasıyla başlanır. Böylelikle farklı roller, gruplaşmalar, kümeleşmeler, kanaat önderi ya da köprü vazifesi gören aktörlerin kimler olduğu gibi bilgiler saptanabilmektedir. Graph Commons'ta yer alan altı ağ ölçüsü şunlardır[32]:

32. http://graphcommons.com/about (Erişim tarihi: 25 Kasım 2013).

Merkeziyet 	Önemli merkezlerin ve bağlantıların yerlerini saptarız. Örneğin bir ağda bazı aktörler diğerlerine göre daha güçlü olabilir. Ağdaki merkez aktörleri saptamak, onları önem sırasına sokar, dolayısıyla bir hareket yapılırken nereden başlanacağını, nasıl ilerleneceğini gösterek taktikleri daha efektif uygulamamızı sağlar. Merkeziyet sadece bir aktörün bağlantı sayısına değil, diğer ağ üyelerine ne kadar yakın olduğuna ve kümeler arasında ne kadar köprü görevi gördüğüne de bağlıdır.
Kümeleşme 	Organik gruplaşmaları/kümeleşmeleri keşfederiz. Örneğin meslek toplulukları: Beraber çalışan insanlar benzer bilgilere ve perspektiflere sahip olduğundan kümeleşirler. Kümelerin ne anlama geldiği, içindeki aktörlere bakarak söylenebilir. Kümeler arasındaki boşluklar ve köprüler de kümelerin kendisi kadar önemlidir.
Benzeşme 	Rolleri ve poziyonları saptarız. Sadece önemli aktörleri değil, aktörlerin başka hangi benzer aktörlere bağlantıları olduğunu buluruz (yapısal özdeşlik). Alternatif yolları veya normalde görülmeyen ama benzeşen grupları keşfederiz.
Kısa Yollar 	İki aktör arasındaki en kısa yolu buluruz. Dolaylı olduğu için gizli kalmış bağlantıları ortaya çıkartırız. Birbirine doğrudan bağlı olmayan aktörler arasında dolaylı yolları buluruz. Başka türlü görünmeyen alternatif güzergâhlar keşfederiz.
Yoğunluk 	Aktörlerin ne kadar bibirine bağlı olduğu ağın yoğunluğunu gösterir. Farklı ağların yoğunlukları ya da bir ağın içindeki farklı bölgelerdeki yoğunluklar karşılaştırıldığında farklı etkileşim hacimleri ortaya çıkar.
Çap 	Ağdaki en uzun patika nedir? Sadece ağdaki aktör sayısı değil, ağın bir ucundaki aktörden diğer ucundaki aktöre ne kadar sürede erişebildiği ölçümü ağın büyüklüğünü gösterir.

Graph Commons, hem ağ haritalama çalışmaları için hem de bilgisayar yazılımlarıyla araştırma yaparken, yazılımların harita fonksiyonlarından yararlanmak için gerekli temel bilgileri barındırması bakımından incelenmesi gereken bir sitedir.

1.6. Genel Değerlendirme

İnternet'te yer alan metinlerle ilgili çalışma yapabilmek için öncelikle İnternet'in ve incelenen uygulamanın yapısal özellikleri ve dinamikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Her uygulamada farklı özellikler olduğundan ve bu özellikler her geçen gün değiştiğinden, sınırları baştan belirlenebilen araştırma teknikleri bulunmamaktadır. Öte yandan, İnternet'in bazı özellikleri, araştırmalarda dikkat edilmesi gereken birtakım kritik noktaları önemli kılmaktadır. Bunların başında, incelenecek içeriklerin kayıtlanması yer almaktadır.

Araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda farklı araştırma yöntemleri seçilmeli, seçilen yöntemle birlikte incelenecek ortam veya içerikler göz önünde bulundurularak, kullanılacak teknik, araştırmaya özgü bir biçimde tasarlanmalıdır. Çalışmanın bu bölümünde anılan metin çözümlemesi yöntemlerinin çeşitli avantajları göz önünde bulundurularak, araştırma amacı ve kavram seti ile ilişkisi doğrultusunda doğru yöntem seçilmelidir. İçerik çözümlemesi, sistematik bir araştırma yöntemi olarak incelenen içerikle ilgili nicel veriler ortaya koymaktadır. Söylem analizi, yine içeriklerle ilgili sayısal olarak belirlenemeyecek ya da araştırma için sayısal verilerin ciddi anlam taşımadığı durumlarda, diğer bir deyişle basitçe sayarak bulunamayacak, dilin derin yapısında üretilenlere içkin verilere ulaşmada işlevseldir. Netnografi ise içeriklerin yanı sıra ağ üzerinde etkileşimde bulunan kullanıcıların davranışlarıyla ilgili olarak metin temelli yürütülen çalışmalarda oldukça kullanışlıdır.

Araştırmacı, bu bilgiler doğrultusunda, ulaşmak istediği veriyi, inceleyeceği ortamın özelliklerini ve incelemeye tabi tutacağı içeriklerin özelliklerini göz önünde bulundurarak, araştırmasına en uygun yöntemi seçmeli ve daha sonra yine aynı bilgilerle uyumlu bir biçimde kendi araştırma tekniğini oluşturmalıdır.

İnternet gibi sayısal ağlar üzerinden araştırma yaparken, verilere ulaşmak, tek merkezden erişime çoğunlukla izin vermesi bakımından kolaydır; ancak ağın büyüklüğü, içindeki verinin faz-

lalığı ve her bir ağ uygulamasının farklı olması bakımından ise çevrimdışı ortamlarda yapılan araştırmalara göre daha zordur. Bu zorluğun yanı sıra, ilgili verilerin kayıtlanması ve sınıflandırılması da ayrı bir çabayı gerekli kılmaktadır. Verilerin edinilmesi, kayıtlanması ve sınıflandırılması konusunda bilgisayar yazılımlarının kullanılması, İnternet'te araştırma yapmayı bir nebze kolaylaştırabilmektedir. Gerek nitel gerek nicel araştırmalarda bilgisayar yazılımlarından yararlanmak, özellikle İnternet'te araştırma yapıp çok yüksek miktarda veriyle çalışıldığında kolaylaştırıcı olabilmektedir; ancak kullanıcıların ürettikleri içerikler, diğer bir deyişle kullanıcı türevli içerikler üzerine yapılan araştırmalarda, verilerin günlük konuşma dili veya günlük İnternet dilinden oluşması, bilgisayar yazılımlarının, kurallı olmayan dil pratikleriyle ilgili çıkarım yapmasını olanaksızlaştırmaktadır (Vergeer ve Hermans, 2008: 51). Bu nedenle, bilgisayar yazılımları İnternet araştırmalarında araştırmanın tamamını yürütme yetkinliğine sahip değildir; ancak kolaylaştırıcı nitelikte kullanılabilmektedir. İnternet üzerinde metin temelli çözümlemelerde asli unsurun yine araştırmacı ve onun olay ve olgulara ilişkin kavrayışı, kavram seti ve sorunsallaştırması olduğu unutulmamalıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

Anket, Çevrimiçi Anket Tekniği ve Çevrimiçi'nde Anket Uygulaması

Ezgi Mert

Akademik bir çalışmada bilgi üretmede kullanılan yöntem, araştırmanın temel soruları ve kavramsal/kuramsal çerçevesi ile tutarlı olmalıdır. Araştırma deseni içinde olması tasarlanan teknikler, bu açıdan birbirini tamamlayıcı biçimde seçilmeli ve biçimlendirilmelidir. Robert Merton ve Patricia Kendall'ın da ifade ettiği gibi, sosyal bilimlerde nitel ve nicel veriler arasında seçim yapma yapaylığından kurtulunmalı ve daha ziyade her birinin değerli yönlerinin kullanılarak birleştirilmesi ile ilgilenilmelidir (akt. Balcı, 2012: 44). Metaforlarla açıklayacak olursak, yöntem arabası içerik atının önüne konmamalı, genellikle nicel yaklaşım-

da görülen yöntemperestlikten kaçınılmalıdır (Punch, 2005: 7). Yeni medya çalışmalarında, nitel ve nicel veri alanlarının birlikte hedeflendiği ve bunlara uygun tekniklerin seçilerek bir arada kullanıldığı araştırma desenlerinin tasarlanması, özellikle de alanın imkânları açısından olasıdır. Genel olarak nicel yöntem çatısı altında görülen anket tekniği, bir araştırma tekniğinin nitelikle rinin yaratabileceği olası anlamsal kapanmayı –gerçekliği belirli sayıda öğe ile tanımlayan ve aynı anda eleştiriye imkân vermeyen ya da refleksiviteyi içeremeyecek bir anlamsal durumu– getirecek tasarımlar içinde yer alabilir. Bununla beraber aynı teknik, iyi düşünülmüş bir tasarım içinde eleştirel bakışın güdülediği bir araştırma sorusunun yanıtlanmasında değerlendirilebilir. Örneğin anket, yeni medya ortamında, bu ortama erişimi olan, bununla beraber toplumun geneli tarafından "öteki" olarak konumlanan bir altkültürün çok sayıda paylaşımcısı ile yürütülecek bir çalışmada, başka niteliksel çalışmalardan faydalanarak oluşturulan çok sayıda araştırma sorusuna yanıt alınabilecek bir teknik olarak yapılandırılabilir. Yeni medya ortamının akademik araştırmacılar için yarattığı, "çok sayıda araştırılana kolay erişim" imkânı, anket tekniğinin bu ortama uyarlanarak "çevrimiçi anket tekniği" adında bir kolunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yakın zamanda ortaya çıkmış bu tekniğin tarihine göz atmak tekniği anlamak açısından faydalı olacaktır. Bu bakımdan aşağıda ilk olarak anket tekniğini biçimlendiren tarihsel süreç içinde tarama yöntemine ve sonrasında anket tekniğine değinilecektir.

2.1. Anketin Kısa Tarihçesi

Peter Burke'ün tarifiyle *survey*[1] (tarama), bir şeye hâkim bir konumdan bakarak onu incelemektir. Hâkim konum, bulunulan noktadan daha çok şeyi, daha ayrıntılı görebilmeyi sağlar. Burada anılan hâkim konum, Burke'ün *Bilginin Toplumsal Tarihi* adlı kitabında *taramanın* ortaya çıkışına dair anlatılanlardan anlaşıldığı üzere, ilkin fiziksel konumdur. *Tarama*, antik Mısır'da farklı noktalar arasındaki uzaklıkları saptamak anlamında kullanılmış, kâşifler bu teknik anlamda "taramacılar" olarak anılmış, Avrupa ve Amerika'nın yayılma çağında kıyıların taramasının yapılması

1. Yazının geri kalanında *survey* terimi farklı kaynakları uyumlu kılmak için *tarama* olarak ifade edilecektir.

önem arz etmiştir[2] (Burke, 2012: 24). Toplumu araştıran modern taramanın başlangıcı da antik nüfus sayımı biçimlerine kadar uzanır (Neuman, 2012: 396). Daha yakın dönemde, 17., 18. ve 19. yüzyıllarda sadece sayım yapmanın ötesinde, yaşam, ölüm, hastalık, sağlık, güç ve başarı üzerine raporlar tutan idealist "amatör" (Kuş, 2007: 38) tarama araştırmacılarının varlığından söz edilebilir fakat toplumsal tarama terimi ancak 1927'ye kadar geri gitmektedir (Burke, 2012: 25). Anket tekniği, bir alan çalışması olan ve tarama olarak anılan bu yöntemin kapsadığı tekniklerden biri olarak doğmuştur.

Tarama araştırmasının mantığını, aynı soruyu yanıtlayan çok sayıda yanıtlayıcıyı içeren örnek grupların seçilmesiyle, birçok değişkenin ve birden fazla hipotezin ölçülmesi ve geçmiş deneyimler, davranışlar veya karakteristikler hakkında, zamansal sıra ile bağıntılı olarak çıkarsama yapılması oluşturur (Neuman, 2007: 168). Tarama araştırması pozitivist bakış açısının yeşerttiği ve çoğalttığı bir teknikler bütünü olmasına karşın, W. Lawrence Neuman'ın da aktardığı gibi, taramanın başlangıçtaki biçimi nicel ve nitel veri kaynağına dayalı ayrıntılı ampirik incelemelerdir ve ilk dönem toplumsal taramalarını gerçekleştiren araştırmacılar, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı sebebiyle üniversitelerde düzenli iş bulamamışlardır (Neuman, 2012: 397). Bu araştırmacılara örnek olarak, Afro-Amerikalıların protesto hareketine liderlik yapan Amerikalı W.E.B. Du Bois verilebilir. Afro-Amerikalıların gelişmesine destek sağlamak amacıyla kurulmuş ulusal bir derneğin başkanı olan W.E.B. Du Bois'nin o dönemde yönettiği çalışmalar şunlardır: *The Philadelphia Negro* (1899), *Pittsburg Survey* (1909-1914), *Springfield Survey* (1918-1920) (Burke, 2012: 25).

Toplumsal tarama, 1940'lara gelindiğinde, aşağıdaki gelişmelerin etkisiyle yerini büyük ölçüde modern nicel taramaya bırakmıştır (Neuman, 2012: 397-398):

2. Burke'den (2012: 24-25) öğrendiğimize göre, bu ve bilgi toplamaya yönelik çok çeşitli araştırmalar devam eden dönemde yapılmıştır: ABD'de 1808'de "Kıyılar Taraması", Kanada'da 1842'de jeolojik tarama, Rus Coğrafya Derneği'nin 1848'de yaptırdığı etnografik tarama vb. Özel toplumsal taramalar arasında ise, Fransa'da 1806'da halkın ekonomik durumu üstüne ve 1830'da işçilerin çalışma koşullarına ilişkin yapılan incelemeler, Britanya'da 1842'de Edwin Chadwick tarafından hazırlanan "İşçi Nüfusunun Sağlık Koşulları Üstüne Rapor" ve Friedrich Engels tarafından hazırlanan "1844'te İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu" çalışmaları anılabilir. Bir diğer örnek, fabrika ve tarım işçileri üzerine 1870'ler ve 1890'lardan itibaren Almanya'da yapılan taramalardır.

1. İstatistik temelli örnekleme tekniklerinin ve kesin ölçümlerin taramaya uygulanması,
2. Tutumlar, görüşler ve toplumsal yaşamın öznel yanlarıyla ilgili sistematik nicel veriler toplamak için ölçek ve endekslerin geliştirilmesi,
3. Pazar araştırmacıları, gazeteciler, hükümetler ve dini örgütlenmeler tarafından taramanın uygulamalı alanlara uyarlanması,
4. Ampirik toplumsal araştırma, yerel toplumsal sorunlara odaklanmak için çeşitli yöntemlerin bir karışımını kullanan yaklaşımdan doğa bilimlerini model alan saygın, "bilimsel" yöntemlere doğru yeniden yönelinmesi.[3]

İkinci Dünya Savaşı'nda, özellikle ABD'de, genişleyen tarama araştırması için akademik toplumsal araştırmacılar ve endüstriden uygulamacılar Washington D.C.'de savaş ortamında bir araya gelmiştir (Neuman, 2012: 398). Pazar araştırmalarının yukarıda anılan uygulamalı alanlar içinde oluşu, tarama yönteminin kullanılış amacını ve gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir. Tarama yönteminin kullanım amacı ile ilişkili olarak, ABD'li araştırmacı Charles Glock 1955'te yazdığı yazısında, "yaygın tüketici tercihleri, okuma ve (radyo/müzik) dinleme alışkanlıkları ve bazı vakalarda tutum ve fikirlerle ilgili veri toplamak" (Lazarsfeld ve Rosenberg, 1955: 242) açıklamasını kullanmıştır[4]. Tarama, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'da da yaygınlaşmaya başlamış, tarama görüşmesi ile ilgili çeşitli metodolojik araştırmalar yapılmış, 1970'lere gelindiğinde tarama görüşmeleri uygulanabilirliği

3. Bu arada toplumsal araştırma daha profesyonel, objektif hale gelirken apolitikleşmiştir denebilir. Bu yeniden yönlendirme, araştırmacıların ve üniversitelerin statü, itibar ve fonlar için rekabet etmelerine, ABD siyasetinde ilerici dönemin sona ermesinden sonra araştırmacıların toplumsal ideallerinden uzaklaşmasına, başlıca özel vakıfların (Carnegie, Rockefeller ve Sage) nicel, pozitivist toplumsal araştırmayı genişletmesine ve fon sağlama programı tarafından teşvik edilmesine bağlanabilir (Neuman, 2012: 398).

4. İletişim araştırmalarının tarihi açısından bu bağlamda anılabilecek bir isim Paul Felix Lazarsfeld'dir. Endüstri ile üniversite arasındaki yakın ilişkinin toplumbilim dalındaki bu önde gelen temsilcisinin Princeton'da kurduğu "Radyo Araştırmaları Bürosu", radyo yayınlarının özellikle tüketimine ilişkin çok sayıda araştırmayı gerçekleştirdikten sonra, 1940'ta Columbia Üniversitesi'ne nakledilmiş ve adı "İletişim Araştırmaları Merkezi"ne çevrilmiştir (Mutlu, 2005: 59). Bu noktada üniversitelerin şirketlerden edineceği fonların, kurumun özerkliğini ve araştırmanın tasarımının özgürlüğünü riske atacağını hatırlamak da faydalı olabilir.

nedeniyle daha çok tercih edilir olmuştur (Kuş, 2007: 40-41). Örneğin, 1939-1940 arasında sosyoloji dergilerinde yayımlanan makalelerin yaklaşık %18'i tarama yöntemini kullanırken, bu oran 1964-65'te %55'e çıkmıştır (Neuman, 2012: 398). 1970'lerde tarama görüşmesine yönelik eleştiriler olmasına rağmen, 1980'lerde tarama endüstrisi varlığını korumaya devam etmiştir (Kuş, 2007: 43). 1970'in sonuna kadar sosyal bilim araştırmalarını fonlamayı artıran ABD federal hükümeti 1980'lerde bu fonları azaltmış (Neuman, 2012: 398) fakat çeşitli nedenlerle azalan fonlar, bilimsel araştırmalarda geçerli kabul edilen paradigmanın liberalizmle iç içe geliştiği ABD'de, bu tekniğe duyulan ihtiyacı elbette yok etmemiştir. O dönemde, ülkede halihazırda tarama yöntemine dayanan bir endüstri vardır. Liberal ekonominin "maksimum fayda" ilkesi tarafından kısılan fonlar araştırmacıları baskı altına alarak uygun çözümler üretmeye yönlendirmiştir. Süreç içinde, geniş çapta yapılan tarama görüşmelerinin maliyeti sebebiyle, yüz yüze yapılan tarama görüşmesinin yerini posta ve telefon anketleri gibi başka tarama teknikleri almıştır (Kuş, 2007: 43). Bugün gelişen teknolojide gelinen noktada ise çevrimiçi anket yeni bir tarama tekniği olarak öne çıkmıştır. 2006'da küresel veri yaratımı içindeki yeri %20 olan çevrimiçi anket, ABD'deki şirketlerin %76'sı tarafından kullanılmıştır (Ackland, 2013: 25). Bundan, çevrimiçi anketin yükselişinde de yine ticari amaçlarla kullanılan araştırmanın etken olduğunu çıkarsayabiliriz. Çıkarların yarıştığı ve insaniliğin önceliğinin azalabildiği ticari alanda gelişimine yoğun destek bulan bir tekniğin ontolojisine şüphe ile yaklaşmak ve tekniği bu açıdan incelemek mümkündür.

Tarama yönteminin iletişim araştırmaları içinde tarihsel gelişimi ile ilişkili olarak anaakım/liberal çoğulcu paradigmanın temsilcilerinden Paul Felix Lazarsfeld anılabilir. Lazarsfeld, meslek yaşamının önemli bir bölümünde, her türden medya etkilerini ortaya koyacak bir taramanın tasarımı ve çözümlemesi ile ilgilenmiştir: İnsanlar nasıl oy kullanır, ne satın alır, azınlık gruplarına karşı insanların tutumları nasıldır? vb (Lang, 2005: 37). Todd Gitlin'e göre, İkinci Dünya Savaşı'ndan itibaren iletişim sosyolojisi alanında egemen olan paradigma, açıkça, Lazarsfeld geleneğiyle ilintili düşünce, yöntem ve bulguların toplamından oluşmuştur (Gitlin, 2007: 21). Gitlin'in ifadesiyle, "Lazarsfeld ve arkadaşları medyanın 'etkilerini', deneklerin zaman içindeki tutumlarında

ya da çeşitli davranışlarında meydana gelen değişiklikler olarak ölçerler çünkü bunlar anketlerde bulunabilmektedir" (2007: 22).

Lazarsfeld ve arkadaşları, 1940'ta 600 kişiyle yedi ay boyunca her ay panel tekniğiyle anket yapmışlar, 1944 ve 1948'de benzeri çalışmalar gerçekleştirmişlerdir[5] (Lazarsfeld ve Rosenberg, 1955). Yukarıda anılan panel çalışmaları ile başlayan çalışmalarının bir döneminde toplumsal statü, yaş ve girişkenlik gibi "değişkenlerin" ortasını bulmaya yönelik ilgilerine denk düşen bir metodoloji geliştirmişlerdir[6] (Gitlin, 2007: 22). Kitle iletişim araçlarının etkilerini ortaya çıkarmak için önce ve sonra yöntemiyle veri toplamada sık başvurulan bir teknik olan panel tekniği, özellikle değişim ve gelişim araştırmalarında, örneklem sonucu seçilmiş, dolayısıyla bulguları temsil ettiği tüm evrene genellenebilen, az sayıda bireyden oluşan kümelere, önceden hazırlanmış bir sormacanın (anketin) yinelenmesi şeklinde uygulanan görüşme tekniğidir (Aziz, 1994: 83). Panel üyelerinin evrendeki tüm bireyleri temsil etmesinin daha zor oluşu bu tekniğin olumsuz yanı olarak görülür (1994: 83). Panel tekniğinde kullanılan anket formu, bu tür bir görüşmeyi yapılandırılmış kılar. Bu "soru kâğıtları" 1750'den günümüze, ilk aşamada toplumun seçkinlerine yöneltilmiş, ikin-

5. Lazarsfeld'in yönettiği, ABD'deki 1940 ve 1948 başkanlık seçimlerinde seçmenlerin oy kullanma tercihlerinin nasıl billurlaştığını saptamaya çalışan panel tekniğinin kullanıldığı araştırmalarda, oy kullanma ve medyaya maruz kalma ölçüsü ile bunlar arasındaki bağlantıların, medya dışındaki diğer etkilere oranla çok zayıf kaldığı sonucuna ulaşılmıştı (Lang, 2005: 37). *The People's Choice* (1944) adlı çalışmada da, araştırmaların sonucu olarak "kişisel etki" argümanı geliştirildi (Gitlin, 2007: 23). Lazarsfeld'in ardılları, panel tekniğinin sınırlamalarını göz önüne almaksızın bu bulguları medyanın etkilerine genellemişlerdir (Lang, 2005: 37).

6. Gitlin, anaakım iletişim sosyolojisini eleştirdiği "Media Sociology: Dominant Paradigm" (1978) başlıklı makalesinde, ilgili dönemin iletişim araştırmalarının bağlı olduğunu düşündüğü paradigmayı hareket noktası olarak alarak, Lazarsfeld ve arkadaşlarının araştırmalarının eksiklerini gösterir. Örneğin, davranışçı varsayımların baskınlığı sebebiyle yapısal olarak farklı toplumsal süreçlerin orantılanabilir şeylermişçesine bulgulanmasına ve kitle iletişim araçlarının güç kullanımının yüz yüze durumlardaki güç kullanımıyla kıyaslanabilir olduğu varsayımına itiraz eder (Gitlin, 2007: 28-29). Armand ve Michele Mattelart'a (2009: 35-36) göre, medyanın etkileri konusunda Lazarsfeld'in geliştirdiği ve aynı örnekler üzerinden yinelenen sormacaların (toplu görüşmelerin) egemen olduğu deneysel yöntem tasarısı, toplumsal olguların matematiksel olarak biçimselleştirilmesine ilişkin bir amacı yansıtırken, aslında Lazarsfeld'in sosyalist ideallere yakın olduğu dönemdeki çalışmaları ile çelişkilidir. Lazarsfeld, ABD'de sürgün olduğu dönemde Chicago Okulu üyelerinin temsil ettiği toplumsal yükümlülük geleneğinden uzaklaşır ve yansız saydığı medya yöneticileri için yararlı ve işlemsel değerlendirme araçları oluşturma kaygısı taşıyan bir "yönetici" tavrı alır (2009: 35-36).

ci aşamada ise okuryazarlığın yaygınlaşmasıyla doğrudan araştırılan insanlara yöneltilir olmuştur (Burke, 2012: 47-48). Anket formunun görüşmecisiz kullanıldığı teknik, tarama yönteminin mantığına uygun olarak daha büyük kitlelere ulaşmak üzere işlevseldir. Mamafihi, insanları "kitleler" olarak algılama ve "onları" yönetmek üzere hâkim noktaya yerleşme çabasının bir parçası olarak konumlandırılmış bu araştırma yaklaşımı kanımızca eleştirilmelidir.

"Anket" çeşitli Türkçe kaynaklarda, "sormaca", "yoklama", "survey", "sörvey" olarak da anılmaktadır. İki temel anket türü vardır: üzerinde çalışılan nüfusun o andaki durumu ve şartları ile belgelenerek yapılan *betimleyici* anketler ve yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, ırk, etnik kimlik, gelir, din gibi demografik unsurları kanaatler, inançlar, kültürel değerler, davranışlar ile ilişkilendiren *çözümleyici* anketler (Geray, 2011: 136). Arthur Asa Berger'den beslenerek, ilgilenilen daha geniş bir grubu temsil eden belirli bir gruptan veri toplamakta kullanılan anketin şunları tespit etmekte etkin olduğu söylenebilir: insanların neyi bildiği, ne düşündüğü, neye sahip oldukları, geçmişte ve şimdi ne yaptıkları, ne yapmayı planladıkları, tutumları, zevkleri, önyargıları, inançları, değerleri (2000: 187). Bu mantık, bir anket uygulama türü olan ve İnternet'in yaygınlık kazanmasıyla beraber anlam kazanan çevrimiçi anket için de geçerlidir.

2.2. Çevrimiçi Anket ve Uygulanması

Yeni medya çalışmaları içinde, İnternet arayüzeyinde, metin veya içerik ya da İnternet kullanıcısına dair araştırma yapma ile İnternet dolayımıyla araştırmayı birbirinden ayırarak konu üzerinde düşünmeye başlanabilir. Çeşitli kullanımları olabilen çevrimiçi anket, İnternet dolayımıyla ve onun imkânlarıyla araştırma yapmaya yardımcı bir araştırma tekniğidir. Araştırmaların İnternet kullanıcıları üzerinden yürütülmesi ise bu tekniğin temel sınırlılığını oluşturur.

İnternet dolayımıyla ve elektronik olarak gerçekleştirilen anket tekniği farklı yollardan uygulanabilir. Haluk Geray'ın aktardığı gibi, kendisine gönderilen bir ağ postasını (e-postayı) alan kişinin mektubun belli kısımlarındaki menülere tıklaması yoluyla yapılan anket, eski yöntem olan ekli dosya ile formun gönderilmesinden farklı olarak, ağ postasının kendi gövdesinde soru ve

tıklama yapılacak seçenekler içerir (2011: 143). İkinci bir yol ise e-posta yoluyla, ilgili anket linkinin örnekleme alınan kişilere gönderilmesidir. Ray Poynter'ın da aktardığı gibi bu, e-posta anketi (*e-mail survey*) değil, web anketidir (*web survey*) ve e-posta anketine göre daha yaygındır (2010: 5). Bu tekniği hayata geçirmek üzere, belirli bir programlama dili aracılığıyla oluşturulmuş bir yazılım, diyelim ki JavaScript aracılığıyla bir veri tabanı (*database*) ile ilişkilendirildikten sonra, bir anasayfaya iliştirilir. Bu şekilde bir web adresine yüklü olan ankete yanıtlayıcıları ulaştırmak üzere e-posta aracılığıyla bir link dağıtılabilir, ilgili anasayfaları tıklayan web kullanıcıları anketi kendileri fark edebilir ya da bu anketler o web sitesi tarafından açılır pencere (*pop-up*) ile sunulabilir.

Web anketinin (belli bir siteye yerleştirilmiş anket) gereksinimi (Poynter, 2010: 5):
• Uzman çevrimiçi anket yazılımı (surveymonkey.com vb) → çevrimiçi anket bu yazılım aracılığıyla hazırlanır ve yürütülür.
• İnternet tarayıcısı (İnternet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome vb) → katılımcının ankete erişimini sağlar.
• HTML, JavaScript, Flash → bu yazılımlar anketi kullanıcının ekranında çalıştırır.

Neuman'a göre, İnternet veya e-posta üzerinden web tabanlı taramalar çok hızlı ve maliyetsizdir, esnek tasarıma olanak verir; ancak üç dezavantajı veya kaygı uyandıran alanı bulunur (Neuman, 2012: 437-438). Bunlar sırasıyla;

1. Kapsam sorunu: Bu sorun örneklem ile eşitsiz İnternet erişimi ve kullanımıyla ilgilidir.
2. Gizlilik ve doğrulama sorunu: Bu sorun, teknolojik olarak güvenli web siteleri ve yüksek gizlilik sağlayan korumayla çözülebilir. Yalnızca örnekleme dahil olanların ankete yalnız bir defa katılmasını sağlamak için katılımcılara yanıtlayıcı kimliğini doğrulayan benzersiz bir Pin numarası verilerek anketi tamamlayabilecek kişiler sınırlanır.
3. Tasarım sorunları: Araştırmacıların farklı bilgisayar türleri kullanan yanıtlayıcılar için çeşitli web yazılımları ve donanımları kombinasyonlarının uygunluğunu kontrol etmesi ve doğrulaması gerekir.

Bu sorunlardan, gizlilik sorununun giderilemediği bir durumda ciddi etik problemler söz konusu olacaktır. Ayrıca çalışmanın geçerliliği açısından bakıldığında, çevrimiçi anket uygulamasında yanıtlayıcı kimliğinin bilinir olması durumunda yanıtlayıcı tarafından bir tür tepkisellik doğabilecektir. Yanıtlayıcı, kimliğinin güvende olduğuna emin olduğu takdirde anket uygulamasında doğabilecek tepkiselliğin, deneysel ya da etnografik araştırmalarda olduğundan daha düşük seviyede olması mümkündür. Hazırlanan anketi taşıyan yazılımın, kimlikleri ayrıştırıp bu tür bilgileri depolamayan bir niteliğe sahip olması beklenir. Bunun için örneğin, kişilerin kimliklerini kaydetmek yerine, oluşturulan anketin, yukarıda da açıklandığı gibi, sadece bir kez doldurulabilirliği garanti altına alınır, her ankete bir kod verilir: (abc1), (abc2), (abc3), (abcn) gibi. Aynı zamanda, anketin sunum sayfasında, yanıtlayıcının kimliğinin gizli tutulacağına dair söz verilirken, verilerin nasıl depolandığına dair yanıtlayıcıya bilgi de verilebilir. Diğer taraftan, örneğin, "surveymonkey.com" gibi bir ticari girişimin sağladığı yazılımı ve veri depolama hizmetini kullanmakta olan bir araştırmacı IP numaralarının kayıt altına alındığını bilir ve bunun bilgisini katılımcıya giriş sayfasında aktarmalıdır. Bununla beraber araştırmacılar elektronik anketin karşılama sayfasında onanmış rıza[7] almasına rağmen örneklemin sayısal başarısını düşünerek bu tür bir bilgiyi vermekten kaçınabilir. Etik olmayan başka bir uygulama, yanıtlayıcılara dair tüm bilgilerin paylaşılmak üzere depolanmasıdır. Bu uygulama, bilimsel çalışmanın dışında bir anlayıştır ve etik kurullardan yaptırımla karşılaşabilir. Bu çalışmanın Son Bölüm'ünde çalışmaları ayrıntılı olarak ele alınacak olan, *Association of Internet Researchers* (AoIR) üyesi Elizabeth Buchanan, "Internet Research Ethics: Past, Present, and Future" başlıklı makalesinde bireysel zararlar ve büyüyen bilimsel bilgi arasındaki dengeyi tartışmalı bir konu olarak alır (Buchanan, 2011: 84-85). İnsana saygı, duyarlı bilim insanı için her düzeyde korunmadığı takdirde işlevsiz bir temel anlayış olarak kalır. Bunun için araştırmacının ya kişilerin bilgilerini de-

7. Bilgilendirilmiş rıza/onam/olur veyahut onanmış rıza (*informed consent*), araştırmacının araştırma örneklemine dahil edilen kişilere ilgili araştırma hakkında tam bilgi vererek, araştırma yapmak için onlardan onay almasıdır. Saha çalışmasında araştımacının katılımcılardan *onanmış rıza* alması gereği Dördüncü Bölüm'de gerekçeleriyle (güven, zarar verme, veri koruma, özel alan-kamusal alan ayrımı vd) ele alınacaktır.

polamayan bir yazılım aracılığı ile çalışmasını gerçekleştirmesi ya da katılımcıyı tam bilgilendirerek onanmış rıza alması gerekir.

Basit bir İnternet taramasıyla, anket oluşturma ve dağıtmada faydalanılabilecek birçok web sitesine ulaşılabilir: "surveymonkey.com", "nebu.com", "cvent.com", "surveey.com", "surveybuilder.info" vb. Bu sağlayıcılar, kendi bünyelerinde anket tasarımı yapabilecek yazılıma sahiptirler. "surveymonkey.com" adresli çevrimiçi anket hazırlama sitesinde, araştırmacı anketini oluşturduktan sonra, bu web sitesi, yeni oluşturulan ankete ait özel bir adres atamaktadır. Survey Monkey'nin oluşturulan ankete sunduğu dağıtım kanalları/mecraları araştırmacının seçtiği ve anket linkini yükleme olanağının bulunduğu web siteleri, araştırmacının e-posta listesi, Facebook duvarı ve doğrudan Survey Monkey'nin Facebook'taki uygulamasıdır. Çevrimiçi anketin Facebook gibi sosyal ağlarda mesaj yoluyla dağıtılması da tercih edilebilir.

Sosyal bilimler alanında yapılmış çalışmalarda veri toplamak üzere oluşturulan anketlerin bir dağıtılma biçimi olarak, kişilerin kendilerine yollanan anketi diğer başka kişilere yollaması şeklinde gerçekleşen *viral dağıtım* da burada anılmalıdır. Pazarlamanın firmalara yaratacağı maliyeti azaltan bir yol olarak ağızdan ağıza iletişim, İnternet ortamına uyarlanarak ilgili alanyazın içinde yer almıştır. Çevrimiçi anketin viral dağıtımı fikri, bu alanyazına başvurularak açıklanabilir. Web üzerinde gerçekleşen viral pazarlama, e-posta adresine sahip İnternet kullanıcılarının bir pazarlama mesajını diğer kullanıcılara aktarmalarını teşvik eden bir pazarlama tekniğidir ve virüslere benzer şekilde mesajın binlerce kişiden milyonlarca kişiye yayılmasını sağlayarak avantaj yaratır (Argan ve Argan, 2006: 231). Günlük yaşamda ağızdan ağıza hızla yayılan bilgi gibi, web ortamına sunulan bir çevrimiçi anketin, aynı şekilde hızla ve rastgele yayılması ile viral dağıtım gerçekleşir. Araştırmacı bu yolu kullanarak birtakım iş yüklerinden kurtulur, anketini yanıtlatmak üzere bir aracı kuruluşa başvurmak zorunda kalmaz, belirli e-posta adreslerine yönelmemiş olduğundan örneklemin rastgele oluşumunu desteklemiş olur. Viral olarak yayılacak aracın istenilen örneklem genişliğine ulaşma süresi ise kesin olarak öngörülemez. Bununla birlikte yapılacak bir pilot çalışma bu süreyi öngörme konusunda yardımcı olabilir. Çevrimiçi anketin dağıtımı için viral dağıtım yolunu kullanan bir çalışma olarak Mehmet Emin Babacan'a ait "Sosyal Paylaşım Alanlarında Sosyal Sermaye" (2012) adlı doktora tezi örnek verilebilir.

Dağıtım için kullanılan mecra/yol ve dağıtım biçimi araştırma tasarımı açısından uygulamada üzerine düşünülmesi gereken bir konudur. Araştırma sorusu ve örneklem oluşturma bakımından bu bağlamda doğru karar verilip verilmemesi ise çalışmanın geçerliliği açısından önemlidir.

• *Örneklem*

Akademik bir çalışmada araştırma sorularının yöneldiği veri alanı, genellikle, araştırma imkânları çerçevesinde birimlerin tamamına ulaşılamayacak kadar geniştir. Böyle bir durumda veri alanının tamamına karşılık gelen birimler üzerinde çalışmak yerine, çalışmaya anlamlı katkısı olacak sayıda birim üzerinde araştırma yapılır ve kendisi üzerinde çalışma yapılan bu birimlerin tamamına örneklem adı verilir. Anket çalışmasında örneklem insanlardan oluşur. Örneklem, yukarıdan da anlaşılacağı üzere, veri alanının tamamına işaret eden *evren*in bir parçasıdır. Evren içinden örneklemin oluşturulması kurallara bağlıdır. Bu parçanın akademik çalışma açısından anlamlı olabilmesi temsil edici olma durumunu ve pozitivizm açısından genellenebilirliğini ifade eder. Toplumbilimlerindeki örneklem yöntemleri istatistikteki olasılık kuramına dayanır ve örneğe dayanarak elde edilen sonuçların genellenebilmesi, örneğin olasılı örneklemeye göre seçilmiş olup olmamasına bağlıdır (Aziz, 1994: 54). Olasılı örneklem seçilmesi, örneklemin evreni temsil ediciliği açısından önemlidir. Bununla beraber, pozitivist bakış açısını benimsemeyen bilgi bilimsel konumlardan üretilen kimi çalışmalarda genellenebilirlik değil keşfedicilik ön plana çıktığından araştırmanın amacına ve araştırılan birimin niteliğine paralel olarak örneklemin olasılı olmayan örnekleme ile elde edilmesi zorunlu olabilir ve temsil edicilik meselesine farklı bakılabilir. Bu noktada araştırma tasarımı için yapılan seçimin gerekçelendirilmesi daha büyük önem taşır.

Olasılı olmayan örnekleme biçimleri; gelişigüzel örnekleme, kotalı örnekleme, amaca yönelik örnekleme, kartopu örnekleme, aykırı olay örnekleme, ardışık örnekleme ve kuramsal örneklemedir (Neuman, 2012: 319). Bireylerin örnekleme girme ya da girmeme şanslarının eşit ve temsil ediciliğin söz konusu olduğu olasılı örnekleme biçimleri ise şunlardır: basit rastlantısal örnekleme, dizgeli rastlantısal örnekleme, katmanlı rastlantısal örnekleme, küme örneklemesi (Aziz, 1994).

Çevrimiçi anket nicel veya nitel bir çalışmanın parçası olabilir. Aynı şekilde çevrimiçi anketin yapısı nicelikselden niteliksel çalışmaya kayan bir biçimde oluşturulabilir. Kapalı uçlu soruların kullanıldığı yapıdan açık uçlu soruların kullanıldığı yapıya doğru kaydıkça kullanılan teknik de nitele yaklaşacaktır. Türkiye'de iletişim bilimleri alanında yazılan tezler içinde "çevrimiçi anket"in anahtar kelime olarak seçildiği taramada, bu tekniği kullanan az sayıda çalışmaya ulaşılmaktadır. Ufuk Eriş'in 2009'da yazdığı nitel bir çalışma olan "Türkiye'de Kırıcı (Hacker) Kültürü" başlıklı doktora tezinde çevrimiçi anket, araştırma deseninin bir parçası olarak seçilmiştir. Araştırmada görüşme ve anket teknikleri birbirini tamamlayacak şekilde kullanılmıştır. Görüşme tekniği yarı yapılandırılmış niteliğe sahipken, çevrimiçi anket sorularının açık uçlu olarak belirlenmiş olması çalışmanın niteliksel yönünü desteklemektedir. Aynı şekilde verilerin çözümlenmesinde kullanılan yöntem de nitel özelliğe sahiptir. Eriş, fenomenoloji, temellendirilmiş kuram, söylem analizi gibi nitel yöntemlerin ortaklaştıkları tümevarım yaklaşımını çözümleme yöntemi olarak benimsemiştir (Eriş, 2009: 14). Eriş, Anadolu Üniversitesi'nin İnternet sunucusunda sağlanan yer ile bir çevrimiçi anket hazırlamış, kırıcıların (*hackerların*) buluştukları İnternet sitelerinin forumlarındaki anket bölümüne kendi anketinin İnternet adres bağlantısını yüklemiştir. Anket yaklaşık bir yıl süreyle yayında kalmış ve ankete 258 kişi katılmıştır. Çevrimiçi anketin hitap ettiği evren "Türkiye'deki tüm kırıcılar" iken, bu altkültür üyelerinin 258'inin katıldığı örneklem amaca yönelik örneklemdir. Örneklemin mantığı araştırma evreninin bilinmesine dayanır. Araştırma evreninin bilinmesi o çalışmanın dış geçerliliğini oluştururken (Balcı, 2006: 75), evrenin soyut, ölçülemez olduğu durumda bir genel evrenden söz edilebilir ve bu evrene dahil olan birimlerin oluşturduğu bir örneklemden elde edilen bulgular ilgili evrene genellenemez (80). Türkiye'de kaç üniversite öğrencisi olduğu, bir başka çalışma için bilinebilir bir evren verirken, Türkiye'de ne kadar kırıcının olduğu bilinemez. Sonuç olarak, Eriş'in araştırmasından evrenin sayısal bir karşılığının saptanması istenemez. Bu insan topluluğu kendini çeşitli nedenlerle gizleme eğiliminde olan bir kümedir.

Yukarıda da anılan Babacan'a ait "Sosyal Paylaşım Alanlarında Sosyal Sermaye" (2012) adlı doktora tezinin yaklaşımı ise niceldir

ve anket, geniş bir evrenin betimleyicisi olarak ele alınmış, örneklemin temsil ediciliği önemsenmiştir. Çalışma, ülkede bilgisayar ve İnternet teknolojilerini en çok kullanan yaş grubu olarak üniversite gençliğinin sosyal medya kullanımının, sosyal sermayelere katkısını ölçmekle sınırlı olduğundan, Türkiye'de üniversite öğrencilerinin bütünü araştırmanın evrenini oluşturur (Babacan, 2012: 96). Örneklem ise üniversitelerde örgün öğretimde bulunan lisans öğrencileridir (2012: 98). Hazırlanan anket formu şehir, bölge veya üniversite sınırlamasına gidilmeden, sosyal medya ortamında serbest dolaşıma sokularak paylaşılmış ve öğrencilerden geri dönüş beklenmiştir (98). Verilerin toplanmasında örnekleme ilişkin dağılım, gerek cinsiyet gerek üniversite ve üniversite sayısı anlamında temsiliyet gücünü artıracak şekilde tanzim edilmiş, bu bağlamda devlet ve vakıf üniversiteleri olmak üzere toplam 62 üniversite, 1254 öğrenci sayısı ve oranları birbirine yakın cinsiyet dağılımıyla homojen bir veri toplanması sağlanmıştır (98-99).

Çevrimiçi anket çalışmalarının örneklem oluşumu için, 1996 yılında yazılmış makalelerinde Diane F. Witmer ve arkadaşları, dağıtılan anketlere %10'luk bir yanıtın yeterli olacağını ifade etmektedir (Witmer, 1999: 147). Ancak 1994 yılında ABD'de nüfusun sadece %3'ü e-posta hesabı sahibidir ve İnternet erişimi düşük bir seviyededir (Neuman, 2012: 437). Bugün ise gündelik yaşam pratikleri içinde İnternet'in sahip olduğu yaygınlık ve yer düşünüldüğünde çevrimiçi anket oldukça avantajlı gözükecektir. Bu noktada teknolojiye erişim konusuyla da bağlantılı olarak dijital uçurum[8] sorunu anılabilir. Her ne kadar İnternet kullanımı artmış olsa da avantajsız kesimlerin erişimi ya da erişim koşulları, süresi veya yeni medya okuryazarlığı durumu sebebiyle bu kesimi içeren bir araştırma sorusu çerçevesinde, çevrimiçi anket, etkin olmayan bir teknik seçimi olacaktır. Erişim engeli bulunan bu gruplar ile çalışılmak istendiğinde ise etnografik yöntemler daha uygun olabilecektir.

Genelleme yapılması istenen kümeye araştırma nüfusu denmektedir ve evreni oluşturan araştırma nüfusunun asıl karşılığı olan kuramsal nüfusa ulaşılamadığı durumda, erişilebilir nüfus,

8. Dijital uçurum (*digital divide*), bugün İnternet altyapısına erişim kitlelere genişletilmiş olmasına karşın toplumun farklı kesimleri arasında, İnternet kullanımında ve buna dair beceride sosyal eşitsizliklerin yarattığı farka işaret eden bir kavramdır (Hargittai, 2010).

örneklemin, kendisi içinden çekileceği çerçeveyi oluşturur (Geray, 2006: 113). Web üzerinden e-posta yoluyla yürütülen anketlerde araştırma evrenine dair e-posta adreslerinin tümüne erişimi olası kılan listeler mevcut değilse ulaşılabilir listeler örneklemin çerçevesini çizer ve örneklem bu çerçevenin bir parçası olur. Aynı şekilde çevrimiçi anketin e-posta listeleri dışında da yönlendirilebileceği mecralar vardır. İnternet ortamında araştırılan gruba göre, erişimi mümkün olabilecek her mecra, örneklemin içinden çekilebileceği çerçeveyi potansiyel olarak bünyesinde barındırır.

İstenilen örnekleme ulaşmak için bir yöntem de geleneksel anket uygulama türleri –posta anketi, telefon anketi gibi– ve yeni uygulama türlerini –çevrimiçi anket– bir arada kullanmak olabilir. Bununla beraber bu durumda her ölçüm aracının güvenirliği ayrı ayrı sınanmalıdır.

Bugün çevrimiçi ortamda gerçekleşen anketin, taramanın eski biçimlerinden daha kolay uygulanabilmesi söz konusudur fakat örneklem ve temsil edicilik problemleri bu uygulama türünde de önemini yitirmemiştir. Robert Ackland, olasılı olmayan ya da olasılı örneklemin seçilme durumuna göre iki tür İnternet taramasını birbirinden ayırır. Web sitesi yüklemelerinden bulunarak bir araya getirilen veya aracılardan edinilen e-posta adreslerinden kullanılarak oluşturulan örneklem ve web'de sunulan, katılımın kısıtlanmadığı, kişilerin anketi doldurmayı kendi kendine seçerek oluşturduğu örneklem olasılı olmayan tipe girer (Ackland, 2013: 28). Ackland, olasılı örnekleme dayanan İnternet taramalarını ise şöyle sıralar:

1. Liste temelli örnekleme (*list-based sampling*): Web ve e-posta üzerinden yürütülür. Bu tercihte örneklem, popülasyon birimlerinin bir listesi çekilerek oluşturulur. Araştırmanın çerçevesi içinde önerilen evren, birimlerin tamamının e-posta adreslerine ulaşılabilir durumdaysa ve genel popülasyonu değil de belirli bir grup insanı tanımlıyorsa (işverenler gibi) bunun içinden çekilecek örneklem bu yaklaşıma dahildir.
2. Liste temelli olmayan tesadüfi örnekleme (*non-list-based random sampling*): Web ve e-posta üzerinden yürütülür. Buradaki geleneksel yaklaşım RDD'dir (*random digit dialing*). Bu metod İnternet taramalarına uyarlanamaz çünkü RDD

e-posta adreslerinin gelişigüzel hale getirilmesine uygun değildir.

3. Pre-recruited panel taraması *(pre-recruited panel survey)*: Bu yaklaşım, süre boyunca bir taramalar serisine katılan genel popülasyon içinden çekilmiş bireylerden oluşan bir grubu kapsar. Eğer ihtiyaç duyulursa katılımcılar İnternet bağlantısı ve bilgisayar ile desteklenebilir. Bu taramalar genel nüfusa genellenebilir, yani temsil edicidir; fakat süreç içinde panel çalışmasının sebep olduğu koşullandırma (*panel conditioning*) sorunu sebebiyle örneklem daha az temsil edici hale gelir.
4. Açılır pencere ile sunulan tarama (*intercept or pop-up survey*): Web üzerinden yürütülür. Belirli aralıklarla, web sitelerinin ziyaretçilerine sunulur ve analiz sonucu ilgili web sitesinin tüm ziyaretçilerine genellenebilir. Bununla beraber yanıtsızlık sorunu, sonuçlarda ilgili web sitesinden memnun olan ziyaretçiler yönünde bir yanlılık yaratabilir (Ackland, 2013: 27-28).

Sills ve Song'un (2002: 23-24) web tabanlı anketlere dair makalelerinde aktardıkları bir çalışmada uluslararası lisans ve lisansüstü öğrencilerini hedefleyen ana soruya uygun olarak, e-posta adreslerini içeren tüm listelere Arizona Devlet Üniversitesi kayıtlarından ulaşılabilmesi mümkün olduğundan, araştırmanın uygulandığı örneklem çerçevesini ABD vatandaşı olmayan 4.635 öğrenci oluşturmaktadır. Yanıt verenlerin %22'sini oluşturan 929 kişiden tamamlanmış anketler elde edilmiştir. Bu çalışmada araştırmacılar üç tür hata oluşumundan bahsederler: Örneklem yanılgısı, popülasyonun tümüne uymayan hetorejen bir küme seçildiğinde; kapsam dışılık hatası, örneklem çerçevesine dahil edilmeyen kişiler örnekleme dahil edildiğinde; yanıtsızlık hatasıysa, örneklem ve anketi yanıtlayanlar arasında fark olduğunda doğmaktadır (23-24). Ackland, örneklem hatasını iki şekliyle aktarır: tesadüfi hata ve örneklem yanlılığı. Tesadüfi hata, beklenmedik nitelikteki birimlerin örnekleme dahil olmasıyla ortaya çıkarken, örneklem yanlılığı, belirli karakterlere sahip birimleri taramaya yönelik sistematik bir eğilimdir (2013: 26).

Fadi Hirzalla ve Liesbet van Zoonen'in "Beyond the Online/ Offline Divide: How Youth's Online and Offline Civic Activiti-

es Converge" (2011) başlıklı makalesinde sunulan ampirik araştırma, 2007 senesinde iki ay süreyle (15-25 yaşlar arasındaki) Hollandalı gençler ile yapılan çevrimiçi ankete dayanmaktadır. Araştırmacılar, politika, aktivizm, tüketim ve paylaşma olarak dört katılım biçimi açısından çevrimiçi ve çevrimdışı aktivitelerin yöndeşeceğini savlamışlar ve tüketim dışındaki biçimler açısından çevrimiçi ve çevrimdışı aktiviteler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar Hollandalı gençlerin %97'sinin haftada ortalama 10 saatten fazla İnternet kullandıklarını bulgulayan bir başka araştırmaya dayanarak anketlerinin doğal olarak anlamlı bir gruba kapalı olmadığını, bununla beraber, örneklemin yanıtsızlık konusundaki enformasyon eksikliği ve kendi kendini seçme yoluyla örneklem oluşumu (*self-selection*) sebebiyle temsil edici olmadığını belirtirler (489). Araştırmanın yanıtlayıcılarını çeşitlendirmek için yaptıkları şey ise çevrimiçi anketlerini gençliği temsil ettiklerini düşündükleri üniversite, orta dereceli okullar, gençlik merkezleri, spor kulüpleri gibi kurumlar içinden e-posta yoluyla dağıtmak olmuştur. Ayrıca gençlere hitap eden politika, eğlence, haber, toplumsal paylaşım ağlarına çevrimiçi anketlerinin reklamını yerleştirmişlerdir. Araştırmacılar bu çabaları sonucu 808 geçerli yanıt, 904 eksik doldurulmuş ve kapsamdışı yanıt elde etmişlerdir.

Araştırmacılar her ne kadar evrene genellenebilecek örneklem türü seçmemiş olsalar da çalışmalarının sonucunda evren içinden anlamlı miktarda araştırma birimine/gence ulaşmış ve örneklem içinden önemli miktarda geçerli yanıt elde etmişlerdir. Ulaştıkları sonuçlar, öğrencilerin belirli bir oranının davranış biçimi hakkında önemli bir bilgi ve başka çalışmalarda içerilecek temel sorular açısından dayanak sağlamaktadır.

• *Ölçüm, Güvenirlik ve Geçerlik*

Ölçüm, insanların, aksi takdirde görünmez olanı gözlemlemesine yardımcı olur (Neuman, 2012: 265). Hem nicel hem nitel araştırmacılarda yüksek kaliteli veriler toplayabilmek için araştırmacılar sistematik yöntemler kullanır ve ölçüm, kavramların ampirik temsili olan verileri kavramlara bağlar (2012: 266). Nitel yaklaşımlar veri toplama sırasında ölçüm yapar ve kavramlar üzerinde düşünmeye devam eder; bununla birlikte nicel araştırma, kavramlarını verileri toplamadan önce geliştirmiştir (2012: 266-267).

Tüm araştırmacılar iki süreç kullanır: kavramlaştırma ve ölçümde işlemselleştirme (Neuman, 2012: 268). Ölçmeden önce ilgilenmediğimiz şeyleri diğerlerinden ayırmamız gerekir (2012: 268). Araştırmanın kuramsal çerçevesini besleyen alanyazının seçilen kavramlara getirdiği açıklama bir diğer alanyazından farklı vurguları içerebilir ve bu neyin ölçülüp neyin ölçülmeyeceğini etkiler. Kavramsal tanımları belirli bir ölçüm tekniği içinde işlevselleştirdiğimizde, o teknik bizim işlemsel tanımımız olur. İşlemsel bir tanım bir anket formu, bir saha ortamında olayları gözlemleme yöntemi, kitlesel medyadaki sembolik içeriği ölçmenin bir yolu veya araştırmacı tarafından yürütülen, kavramsal tanımda ifade edildiği haliyle soyut yapıyı temsil eden, yansıtan veya belgeleyen herhangi bir süreç olabilir (2012: 270).

Anket tekniğinde soru oluşturmak hem araştırma sorularının ve kuramsal çerçevenin doğru ve yeterli yansıtılması hem de bu tekniğin sınırları açısından çok da kolay değildir. Öncelikle araştırmacı çalışmasının geçerlik ve güvenirliğini korumak üzere anket sorularının bütünü aracılığıyla ölçmek istediği şeyi bilmeli ve ana soruları nasıl kavradığını gösteren kuramsal şeması içinden kavram ve ilişkiler aracılığıyla anket sorularını doğru biçimlendirmelidir. Güvenirliğin bu biçimi, iç tutarlık güvenirliğidir ve ölçmenin kavram veya göstergeyle ilişkilendirilmesi ile ilgili bu mesele aynı şeyleri ölçmeye çalışan tüm soruların kendi aralarında ne ölçüde tutarlı olduğu ile ilişkilidir (Punch, 2005: 96). Bu amaçla her alanyazında belli olguları ölçmek için geçerlik ve güvenirliği sınanmış soru kümeleri ölçek[9] adı ile anılır ve bunlar, çok sayıda araştırmacı için araç haline gelir; örneğin "yakın ilişkilerde bağımlılık ölçeği" gibi. Güvenirlik anketin birkaç defa uygulanması ile test edilir. Anketin bizim ölçmesini istediğimiz her ne ise onu ölçüyor olması, yani seçilen göstergenin, ölçtüğünü ileri sürdüğü kavramı temsil ediyor olması gereklidir (2005: 97).

Yukarıda çalışması anılan Eriş (2009), güvenirlik ve geçerlik kavramları yerine, nitel çalışmalarda önerilebilen *güvenilirlik*

9. Ölçek geliştirmek –anketin/soru formunun ölçek haline gelebilmesi– aşamalı bir süreçtir. Ölçeğin güvenirliği ve geçerliliğinin test edilmiş olması gerekir. Bunun için önce pilot çalışmalar yapılır ve sorularla araştırmada gözetilen faktörler arası ilişki araştırılır, ilişkisiz anket sorusunun olup olmadığı ortaya çıkarılır. Bu işlem istatistik aracılığıyla yapılır.

(*trustworthiness*) kavramını araştırmasında kullanmıştır. Çalışmada, farklı kaynaklardan karşılaştırma, iş arkadaşlarından değerlendirme alma ve katılımcıların kontrolüne açma yollarına gidilmiş; bunun için veriler, anket ve yarı yapılandırılmış görüşme olarak farklı iki yöntemle toplanmış, çalışma arkadaşlarından geri bildirimler alınmış ve katılımcıların kendi ifadelerini ve araştırmayı kontrol etmelerine olanak tanınmıştır (Eriş, 2009: 18). Güvenirlik ya da güvenilirlik terimlerinden hangisinin seçileceği kararı önemlidir. Güvenirlik tek bir anketin yeterliliğini ifade ederken, güvenilirlik, Eriş'in çalışmasında olduğu gibi hem etik ilkelerle ilişkili olan hem de kullanılan tekniğin verimliliğini artıran ek çözümlerin bulunması ile ilişkilidir. Nicel çalışmada güvenirlik arttıkça hatalı değişme azalmaktadır (Punch, 2005: 95). Bahsedilen bu hatalı değişme ölçüm aracının sınanması amacıyla ölçümün tekrar edilmesi işlemi sonucu doğan değişikliktir. Nitel çalışmalarda yinelemeye dair bu yönelim sorgulanabilmektedir (Neuman, 2012: 286). Dolayısıyla kullanılan araştırma tekniğinin tutarlı ve sağlam olup olmadığını denetleyebilmek için başka yollardan bu aracın ürettiği ölçüm doğrulanmaya çalışılabilir. Çevrimiçi anketin etkin gerçekleştirilebilmesi tasarım öğelerinin doğru yerleştirilmesi ile de ilişkilidir.

• *Tasarım*

Çevrimiçi ankette "tasarım"a dahil edilebilecek öğeler kâğıt-kalemle yapılan anketten çok farklıdır. Witmer ve arkadaşları "From Paper-and-Pencil to Keyboard: Toward a Methodology for Survey Research on the Internet" (1999) adlı makalelerinde, hangi anket tekniğinin siber uzama uygulanabileceği üzerine düşünmüşlerdir. Kâğıtla yapılan soru ve anket tasarımından farklı olarak, elektronik ortamda sunulan veri toplama tekniğinin etkinliğini biçimsel özellikler aracılığıyla denetlemeye yönelmişlerdir: her anketin içereceği yanıt ölçekleri yanıt kutuları, grafik kurallar, soruların yanı sıra ekranda görülecek beyaz alan, çevrimiçi anketin uzunluğu, yanıtlayıcının karşı karşıya kalacağı ekran sayısının ve uyarıcı miktarının yanıtlanma oranı ile ilişkisi gibi.

Neuman'a göre, genel olarak anket tasarlamaya dair sorunlar; uzunluk, soru sırası veya dizilişi (sıra etkisi ve bağlam etkisi), biçim ve düzen (anket düzeni, yani görsel anlaşılırlık, soru biçimi,

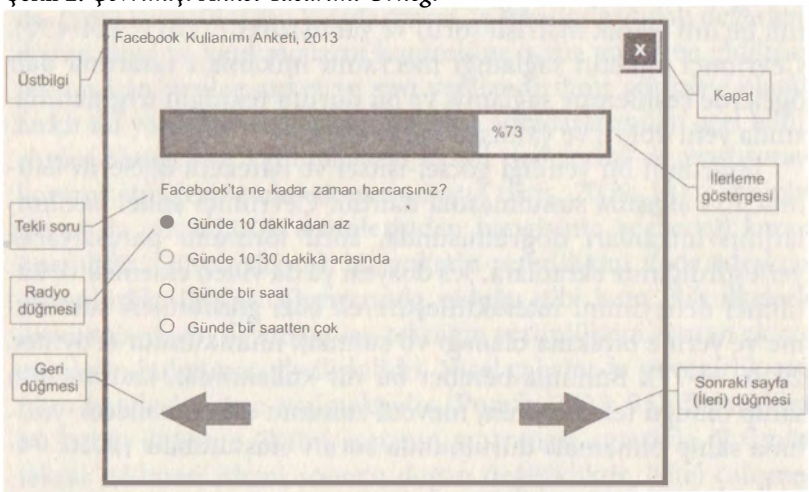
örneğin aynı yanıt kategorilerini kullanan bir dizi soru sunmanın biçimi olarak matrisli soru) ve yanıtsızlıktır (2012: 424-430). Çevrimiçi anketin sağladığı mecranın imkânları tasarıma dair öğelerde çeşitlenme sağlamış ve bu durum tekniğin uygulanmasında yeni doğru ve yanlışlar yaratmıştır.

Tasarımın bu yeniliği görsel-işitsel ve hareketli öğelerin katılımcının algısına sunulmasına dairdir. Çevrimiçi anket yazılımlarının imkânları doğrultusunda, soru formunu parçalayarak yerleştirdiğimiz ekranlara, ses dosyası ya da video eklemek ve katılımcı deneyimini interaktifleştirerek bazı görüntüleri sürükleme ve yerine bırakma olanağı vb sunmak mümkündür (Poynter, 2010: 74-77). Bununla beraber bu tür kullanımlar, katılımcının sahip olduğu teknolojinin, mevcut sunumu çalıştırabilecek yazılıma sahip olmaması durumunda sorun oluşturabilir (2010: 74-77).

Witmer ve arkadaşlarının biçimsel kaygıları da göz önünde bulundurularak elektronik ortamda kullanmak üzere bir anket oluşturabilmek ve sunabilmek için uygun yazılımları üretebilmek ya da yukarıda anıldığı gibi, İnternet üzerinden sunulan ve anket tasarlamaya yardım eden "surveymonkey.com" vb hazır tasarım olanaklarına sahip İnternet sitelerinden faydalanmak gerekir.

Görüldüğü üzere oluşturulacak anketin görsel tasarımı anketin başarısını etkileyebilecektir. Bu bakımdan biçimsel özellikler algılamayı zorlaştırmayacak ve anlaşılırlığı destekleyecek nitelikte olmalıdır. Kullanılan yazı karakteri kolaylıkla okunabilir olmalıdır. Anketin bir başlığı olabilir. Bu başlıkla beraber hemen onun altında anketin ne kadarının tamamlandığına dair ilerleme satırı yerleştirilebilir. Bir katılımcı soruların diyelim ki %45'ini tamamlamış olduğunu buradan görebilir ve kendisine aktarılan bu bilgi, anketi tamamlamasını kolaylaştırabilir. Önceki sorulara dönüşü mümkün kılan ve soru sıralamasında ileriye götüren düğmeler sola ve sağa renkli olarak yerleştirilebilir. Ayrıca aşağıda bir alan bırakılarak anketin içeriği ile ilgili soruların yöneltilebileceği bir e-posta adresi verilebilir. Bunlar, anket üzerinde katılımcıya küçük bir denetim imkânı yaratmaktadır. Aşağıda Poynter'ın çiziminden (2010: 41) faydalanarak oluşturduğumuz bir örnek çizim görülmektedir. Çevrimiçi anket oluşturmayı sağlayan yazılımlar farklı tasarımlara imkân vermektedir.

Şekil 2. *Çevrimiçi Anket Tasarımı Örneği*



Anketin giriş sayfasında tanıtım, karşılama ve bilgilendirme yapılmalı, son sayfasında katılımcıya teşekkür edilmelidir. Anketi oluşturan araştırmacı, anket sonunda katılımcının e-posta adresini talep edip, aynı katılımcının fikirlerinde gelecekte bir değişiklik olup olmadığını araştırmak üzere kendi listesini oluşturmayı deneyebilir.

Samuel Best ve Brian Krueger, İnternet taramasının biçimsel özelliklerini de değerlendirdikleri çalışmalarında anket sorularının uzunluğunun yaratacağı bir sorun olarak anketin katılımcılar tarafından yarıda bırakılması durumunu hatırlatırlar (2008: 223). Çevrimiçi anketin tek bir sayfaya yerleştirilerek *scroll bar* ile –yatay veya dikey kaydırma butonu ile– yanıtlanmasındansa ekranlar ve ekranlara yerleştirilmiş az sayıda sorunun yanıtlanarak sürdürülmesi (Poynter, 2010: 42-45) araştırmanın sağlamlığı ve katılımcının deneyimi açısından daha tercih edilir olabilir. Katılımcıların harcayabileceği süre ve soru listesinin uzunluğu beraber düşünülmelidir. Buna ek olarak her bir sorunun formülasyonu ve genel olarak soruların tasarımı da hem katılımcının algısı hem de araştırmanın yaklaşımı açısından önemlidir.

• *Anket Sorularının Tasarımı ve Ölçekler*

İnternet üzerinde anket uygulamasını daha iyi değerlendirebilmek ve soru oluşturmaya dair genel kuralları daha iyi uyarlayabilmek için anketin nicel görüşmeden farkı üzerine düşünmek gerekebilir. Görüşme, nicel ve nitel biçimleri olan bir veri toplama tekniğidir. Nitel görüşmede sorular daha az yapılandırılır. Örneğin derinlemesine görüşmede sorular çok az biçimlendirilir ve bu tür bir görüşmeyi yapmak deneyimli bir görüşmeciyi gerektirir. Nicel görüşmede ise sorular oluşturulmuş ve yanıt kategorileri belirlenmiştir. Bu yöntemde görüşmeciden kaynaklanan hataları azaltmak için standardize soru formları (Kuş, 2007: 50) kullanılır. Yapılandırılmış bir araştırma aracı olan anketi yürüten görüşmeci, görüşülen kişi ile duygusal yakınlık kurmaz. Bununla beraber, görüşmecinin alternatif yanıtlar konusunda yanıtlayıcılara rehberlik etmesi, görüşmeyi vaktinde tamamlaması, katılımcının soruların hepsini bitirmesini sağlaması beklenir (Kuş, 2007: 50). Buna karşın web üzerinden bir yazılım aracılığıyla yapılan anket çalışmasında bir görüşmeci desteği yoktur. Dolayısıyla soruların açık, okurunun zihninde ikilem yaratmayacak nitelikte olması ve yanıt kategorilerinin tutarlı bir şekilde ayrıştırılmış olması çok önemlidir. Görüşmecinin olduğu bir anket çalışmasında yanıtlayıcının atladığı soruya geri dönmesi ya da hiçbir soruyu boş bırakmaması görüşmecinin esnek davranarak denetleyebileceği bir durumdur. Görüşmecisiz çevrimiçi ankette ise yanıtların boş bırakılıp bırakılamayacağı, önceki sayfalara geri dönülüp dönülemeyeceği seçilen yazılımın sağladığı imkânlar aracılığıyla belirlenir. Araştırmayı tasarlayan kişinin bu konudaki seçimi, yanıtlayıcının davranışını kısıtlayacağından, görüşme tarzını da belirlemeye benzer bir seçim olacaktır. Bununla beraber önceki sayfaya dönülememesini sağlamanın oluşturulan soru grubunun güvenirliğinin sağlanması açısından önemli gerekçeleri olabilir. Örneğin, araştırmaya yaklaşımımıza ve hipotezlerimizin niteliğine paralel olarak, ilk sayfalarda yöneltilen bir sorunun ileriki sayfalarda yeniden formüle edilerek sorulması durumunda yanıtlayıcının ankette geriye dönerek, ilk sorunun yanıtını sonradan değiştirmesini istemeyebiliriz. Böylece, web üzerinden yürütülen bir anket çalışmasında, Elif Kuş'un aktardığı, görüşmeci davranışlarının ve karakteristiklerinin, katılımcının yanıtlarına önyargılı olabilecek ifadelerin verilerde yaratacağı görüşmeci etkisinin

(2007: 58) önüne geçilmesi ve doğru bir tasarımla görüşmecinin yazılım ile ikame edilmesi söz konusudur. Tasarım bu açıdan da tutarlı ve gerekçeli olduğunda araştırmanın güvenirliği artacaktır. Babacan'ın çalışmasında, benzeri bir teknik tasarımsal müdahale olarak, çevrimiçi ortamda paylaşılan anket formunda bütün sorulara geri dönüşlerin tam olarak sağlanabilmesi amacıyla, boş bırakılan herhangi bir soru olduğunda sistemin uyarı vererek, anket formuna bütün sorulara yanıt verilmesi özelliği eklenmiş, böylece anket sorularına tam bir geri dönüş sağlanmıştır (Babacan, 2012: 98).

Geleneksel haliyle anket sorusu oluşturmaya dair alanyazın geniştir. Judd vd'ne göre, anketlerde yer alan sorular olgusal sorular, davranış soruları, tutum ve inanç-kanı soruları ve bilgi soruları olarak sınıflandırılır (akt. Balcı, 2006: 140-142). Neuman'ı izleyerek soru kategorilerini aşağıdaki gibi sınıflayabiliriz (Neuman, 2012: 396):

1. Davranış soruları: Dişlerinizi ne sıklıkta fırçalıyorsunuz? Son yerel seçimde oy kullandınız mı?
2. Tutumlara/inançlara/görüşlere ilişkin sorular: Sizce belediye başkanı nasıl bir iş çıkarıyor? Sizce öteki insanlar siz yanlarında değilken hakkınızda pek çok olumsuz şey söylüyor mu? Bugünlerde halkın karşı karşıya olduğu en büyük sorun nedir?
3. Kişisel özelliklere ilişkin sorular: Bir derneğe üye misiniz? Kaç yaşındasınız?
4. Beklentilere ilişkin sorular: Önümüzdeki 12 ay içinde bir konut almayı planlıyor musunuz? Sizce çocuğunuz hangi nitelikte bir eğitim alacak?
5. Kendini sınıflandırma soruları: Kendinizi liberal olarak mı, sosyalist olarak mı, yoksa muhafazakâr olarak mı görüyorsunuz? Ailenizi hangi toplumsal sınıfa dahil edersiniz? Kendinizi son derece dindar bir kişi mi yoksa dindar olmayan bir kişi olarak mı değerlendirirsiniz?
6. Bilgi soruları: Son seçimde belediye başkanı olarak kim seçilmişti? Bu ülkede Karl Marx'ın *Komünist Manifesto*'sunun kopyasına sahip olmak yasal mıdır?

Hangi tür soruların seçileceğini araştırma soruları ve kuramsal çerçevenin bileşenleri beraber belirler. Yanıtına ihtiyaç duyulmayan, bir kategori içine sokulamayacak türde sorular soru formundan elenmelidir. Poynter'a göre, anket bir konudan diğerine yumuşak biçimde geçmeli, belirli bir gelişme doğrultusu izlemeli, yani bir anlatı teması geliştirmelidir. Böylece anket katılımcıya daha anlamlı gelir ve daha kısa sürede bitirilir (Poynter, 2010: 68).

Neuman'ın soru yazma ile ilgili oluşturduğu on temel ilke ise şunlardır (2012: 403-407):

1. Jargondan, argodan ve kısaltmalardan kaçınma
2. Belirsizlik, karışıklık ve anlaşmazlıklardan kaçınma
3. Duygusal dil ve prestij yanlılığından kaçınma
4. Çift teminatlı sorulardan kaçınma
5. Yönlendirici sorulardan kaçınma
6. Yanıtlayıcıların yeteneklerini aşan sorulardan kaçınma
7. Yanlış eklentilerden kaçınma
8. Gelecekle ilgili niyetleri sormadan kaçınma
9. Çift negatif yüklü sorulardan kaçınma
10. Üst üste binmiş ve dengelenmemiş yanıt kategorilerinden kaçınma

Yukarıda da açıkladığımız gibi kavramlar ölçüm aracı ile ilişkilendirildiğinde işlemselleştirilmiş olurlar ve bu eylem doğru yapıldığında aracın geçerlik ve güvenirliği artar. Ölçüm aracı anket tekniğinde farklı kalıplarda sorulardan oluşur. Bu sorular kavramlarla ölçmeyi düşündüğümüz şey arasındaki bağı oluşturur.

Anket oluştururken, kapalı ve açık uçlu olarak anılan iki temel biçim kullanılır. Açık uçlu sorular hazırlanarak katılımcının kendi yanıtını vermesi sağlandığında araştırma aracı yarı yapılandırılmış duruma, yürütülen çalışma da niteliksel yönteme yaklaşır. Bilgi ve sondaj soruları olan açık uçlu sorular, araştırmacının bir tutuma yönelik tepki seçeneklerini-kategorilerini bilmemesi durumunda daha uygundur (Balcı, 2006: 143). Kapalı uçlu soruların yer alması ise az sayıda onay düzeyini içeren yanıt kalıplarından birinin seçileceği anlamına gelir. Kapalı uçlu sorulara cevap olan kategorilerin biçimleri, süreksiz kategorileri olan değişkenlerin (Balcı, 2006: 143) sınıflamalı, sıralamalı, eşit aralıklı ya da oranlı olmasına göre tayin edilir (Bailey'den akt. Balcı, 2006: 143). Peter

Golding ve arkadaşları kapalı ve açık uçlu yanıtların avatajları ve dezavatajlarını aşağıdaki gibi sıralar (Golding ve vd, 2007: 80-81; 83):

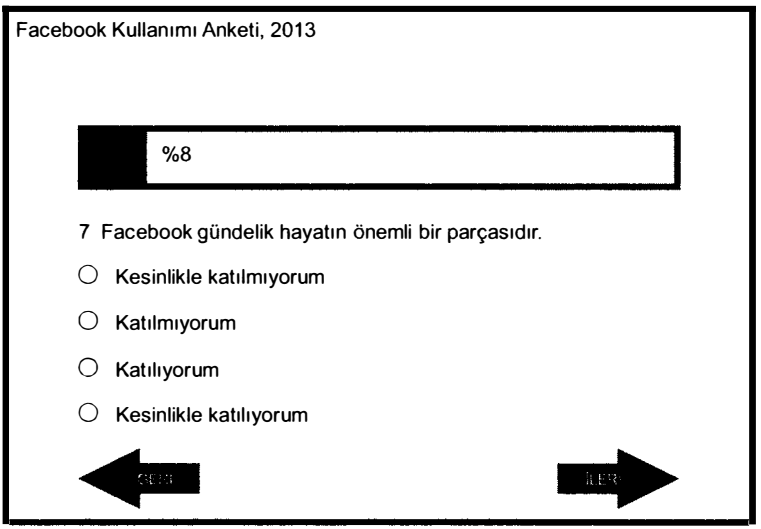
Kapalı uçlu yanıt seçenekleri:	Açık uçlu yanıt seçenekleri:
1. Kendini daha az ifade eden ya da az konuşan yanıtlayıcılara ayrımcılık yapmaz.	1. Yanıtlayıcıların kendi özgün ifadelerini kullanmalarına izin verir; uygun olmayan yanıt çerçeveleri tasarımla empoze edilerek katılımcının vereceği yanıtta samimiyetsizlik doğması riskini azaltır.
2. Yanıtlaması daha hızlıdır; insanları zamanları ve anlatım becerileri konusunda aşırı taleplerle rahatsız etmeden onlara daha çok sayıda soru sormak mümkündür.	2. Önerilen yanıt seçenekleri tarafından yönlendirilmiş olan belirli yanıt tipleri olasılığını ortadan kaldırır.
3. Kapalı uçlu soruların kodlanması ve analizi daha kolaydır.	3. Niteliksel ayrıntılar tümüyle kaydedildiğinde bu yanıtlar yanıtlayıcıların görüşleri ve aktivitelerine dair daha duyarlı bir içebakış sağlar.
4. Kapalı uçlu yanıtlar, hangi tip yanıtların kabul edilebilir olduğuna dair bir his vererek, sorunun amacı ve anlamını anlaması için yanıtlayıcıların algısını genişletebilir.	4. Açık uçlu yanıtlar *post hoc* kategori şemaları geliştirirler ve bunlar araştırmanın başında, önceden karar verilmiş şemalardan daha uygun olabilir.
5. Bazı örneklerde, kapalı uçlu yanıt formatı daha az tehdit edici ve davetsiz görülebilir.	5. Açık sorular araştırmacıdan ziyade yanıtlayıcıların çaba harcamasına sebep olurlar.
6. Bu format, kişilerin yanıtlarının çeşitliliğini ve niteliğini gizler. Önemli nitelikler görülemez.	6. Özetlemek daha zor olur.
7. Basit, kapalı yanıt çerçevesi okuru rahatsız edebilir ve uyumu baltalayabilir.	7. Verilen yanıtlardan açık ve kesin kategorileştirmeyi içeren *post hoc* bazen zor kanıtlanır. Özellikle araştırmacının hangi kategorilere ihtiyaç olduğu hakkındaki öznel yorumları ve nerelerde yanıtlarla uyuştukları belirsiz ve değişken kodlar üretebilir.
8. Aşırı ayrıntılı çerçeve akıl karışıklığı yaratabilir.	
9. Bazen çerçeve, yapısı gereği belli tip yanıtlar verilmesine sebep olabilir.	

Kapalı uçlu sorular ile biçimsel olarak aynı olan, bununla beraber seçeneklerin derecelendirilmiş ve değerlendirilmiş olduğu

soru türü, ölçekleme (derecelendirme) soru tipi olarak anılır ve hem olgusal hem yargısal soru türlerine uygulanmakla birlikte, daha çok görüş, tutum ve davranış ile ilgili olarak hazırlanan sorularda kullanılır (Aziz, 1994: 97). Bu ölçekler şunlardır:

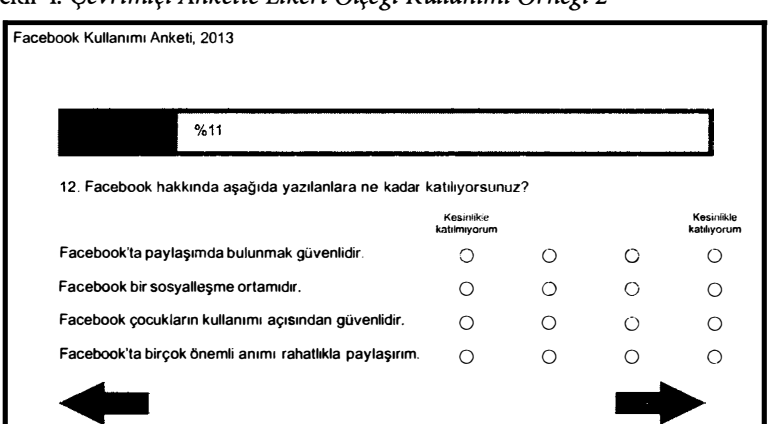
1. *Bogardus (sosyal mesafe) ölçeği*: En olumlu tutumdan en olumsuza doğru yedi şık içerir ancak şıklar arasında eşit mesafe konusu üzerinde durulmamıştır (Aziz, 1994: 97).
2. *Thurstone (eşit aralıklı sosyal mesafe) ölçeği*: Balcı'ya göre (2006), bu ölçeğin ayırdedici özelliği, daha önce yargıç sayılan bireylerin yaptıkları derecelendirmelere göre ölçekteki yerleri saptanmış maddelerin bu ölçeği oluşturmasıdır. Tekniğin esprisi şudur: Eğer bir tutum sürekliliğinin bir değerinin, olası en yüksek değerinden olası en düşük derecesine kadar değiştiği düşünülürse, kuramsal olarak bütün birçok eşit aralığa bölünebilir; bu nedenle eşit görünen aralıklar hakemlere verilirse tutumlarını gösteren ifadeleri işaretlemeleri istenebilir (Balcı, 2006: 127). Burada toplumsal olgunun sürekliliği vurgusu önemlidir (Aziz, 1994: 98).
3. *Likert ölçekleri*: Bu ölçek Thurstone ölçeğine benzemekle birlikte, ondan kuruluş ve sonuçların değerlendirilmesi bakımından ayrılır (Aziz, 1994: 98). Tipik cevap seçenekleri "kesinlikle katılıyorum", "katılıyorum", "katılmıyorum", "kesinlikle katılmıyorum" şeklindedir. Puanlamada olumlu durumda –yani konuya olumlu bir tutumun var olması– 5, 4, 3, 2, 1 gibi; olumsuz durumda ise –yani konuya karşı olumsuz tutumu yansıtması durumunda– bunun tersi olarak puan verilir (Balcı, 2006: 120). Likert ölçeklerinde olumlu ve olumsuz durumlar eşit sayıda madde ile ifade edilirler. Toplamalı derecelendirme ölçeğidir: Ölçeğin puanı, her maddeye sayısal olarak kodlanmış kabul etme-etmeme tepkilerinin toplanması ile bulunur; daha doğrusu olumlu maddelere verilen tepkilerin toplamından olumsuz maddelere verilen tepkilerin çıkarılmasıyla bulunur (Balcı, 2006: 121). Bu tür ölçekler bireylerin tutumlarının birbirinden ne kadar farklılaştığını açıklamaktan uzaktır (Balcı, 2006: 125).

Şekil 3. *Çevrimiçi Ankette Likert Ölçeği Kullanımı Örneği*



Yukarıdaki Şekil 3'teki gibi Likert ölçeğinin kullanıldığı tek bir tutum cümlesini içeren bir tasarım yapılabileceği gibi birden fazla tutum cümlesi tek bir soru altında alt alta sıralanarak, yanıtlar tutum cümlelerinin hizasında yatay olarak yerleştirilebilir. Eğer tutum cümlelerinin aynı anda görülmesinin bir sakıncası yoksa ikinci tercih edilebilir.

Şekil 4. *Çevrimiçi Ankette Likert Ölçeği Kullanımı Örneği 2*



4. *Guttman (hiyerarşik-scalogram) ölçeği*: Gutmann ölçekleri (birikimli ölçekler) her maddenin, objeye göre istenir olsun ya da olmasın açıkça monoton olmasını (akt. Balcı, 2006: 115) –yani orta ya da belirsiz bir pozisyon yansıtmamasını (121)– gerekli kılar. Kurulan ölçekte hiyerarşik derecelendirme vardır ve önermenin ilk şıkkına verilen yanıt otomatik olarak ötekileri kapsar (Aziz, 2006: 99). Bu ölçekte hazırlanan soru türünde sıklık, süreklilik ve eşitlik olmalıdır: bir sorunun ölçekleme türünde kurulması için öncelikle önermenin beklenen yanıtlarının sıklığının sağlanması; seçeneklerin birbirini izleyen süreklilikte olması; 1. ve 2. seçenek arasındaki sosyal uzaklığın 2. ve 3. seçenekler arasındaki sosyal mesafeye eşit olması (2006: 99-100).

• *Analiz*

Veri kodlama, ham verileri bilgisayar tarafından okunabilir bir biçime sokmak için sistematik olarak yeniden düzenleme anlamına gelmektedir (Neuman, 2012: 495). Çevrimiçi anketin en güçlü yanı, geleneksel yöntemlerde araştırmacıların istatistik programına giriş yapması (kodlama) aşamasını ortadan kaldırmasıdır; çünkü bilgisayar yazılımı (anketin yerleştirildiği yazılım) tıklamaları kaydetmekte, saklamakta ve bu saklanan sonuçlar istenen yazılıma (istatistik programı) topluca aktarılmaktadır (Geray, 2006: 137-138). Bu da araştırma sürecinin analiz kısmında kolaylık sağlar.

Araştırma sorusu, değişken sayısı ve araştırılan ilişki kullanılan istatistik yönteminin ayrıntılarını belirler. Verilerle değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçebilmek için verileri sayısal değerlere dönüştürdükten sonra istatistik testleri kullanılır. Sadece betimleyici ve/veya kestirimsel istatistik ya da manidarlık testi yapılabilir. İstatistik analizi tasarımın popülasyon dağılımı üzerinde varsayım yürütüp yürütmediğine göre, parametrik ve parametrik olmayan analiz kullanılır (Erdoğan, 2003: 266). Parametrik analiz, popülasyonun normalliği varsayımıyla örneklemde katı kurallara göre hareket eder ve sonuçta bulgularını nüfusa genelleştirirken, parametrik olmayan analiz[10], popülasyonun dağılımı, özellikleri

10. Araştırma desenine göre, parametrik olmayan testlerden, örneğin sözel değişkenlere en uygun dağılım, "ki-kare dağılımı" kabul edilir (Atlas, 2001: 149). Balcı'nın aktardığı gibi, ki-kare testi nedensel-karşılaştırmalı desenlerde kullanılır. Ki-kare

üzerinde durmaz ve bu analiz ancak belli ölçekler için kullanılabilir (2003: 266). Betimleyici daha çok verilerin özetlenmesinde kullanılır.

Çevrimiçi anketi oluşurken kullanılan yazılımın tasarımsal özelliğine uygun olarak, yanıtlara rakamsal birer değer yüklenir ve yazılım anket doldurulurken bu değerleri işler, depolar. Arkasından veriler aynı yazılım ya da bir istatistik programı aracılığıyla[11] analiz edilir. Verilerin sunumu tablo ve grafikler aracılığıyla yapılır. Hangi istatistik testinin seçileceği daha araştırmanın tasarımı sırasında belirlenmiş olmalıdır. Nicel araştırmada başlangıçta öne sürülmüş hipotez doğrulanır ya da reddedilir.

2.3. Genel Değerlendirme

Çevrimiçi anketin ayrı bir araştırma tekniği olmasını sağlayan unsur onun yanıtlayıcıya ulaşma biçimi, mecrası ve bu mecranın özelliklerinin belirleyicisi olduğu yanıtlanma biçimidir. Çevrimiçi anketin oluşturulması, dağıtılması ve örneklemin bilinçli seçilmesi konuları tekniğin yürütüldüğü ortam ile doğrudan ilişkilidir. Araştırma sürecinin yapısını farklılaştıran bu aracı kullanırken araştırmacı, kendine kimi denetim noktaları edinebilir. Kuş'un bir nicel görüşme için yapılacak iyi bir planda dikkat edilmesi gerekenlere (2007: 52) dair önerilerinden esinlenerek, yukarıda aktarılan önemli konulardan, çevrimiçi anket oluşturmada kullanılabilecek bir denetim noktaları listesi oluşturmak mümkündür:

> Çevrimiçi anket hangi mecrada sunulacak ya da nasıl dağıtılacaktır?
> Kaç kişi ile anket çalışması yapmaya ihtiyaç vardır? Diğer bir deyişle örneklemin genişliği ne olmalıdır?

---

testi frekansları gösterir biçimde olmalıdır ve frekansların yer aldığı kategorilerin sürekli olmaktan çok süreksiz olması durumunda daha uygundur (Balcı, 2006: 231). Ki-kare'nin, iki değişken arasındaki ilintinin gücünü ölçen "betimleyici istatistik" veya bulduğumuz herhangi bir ilintinin şans etkenlerine bağlı olması olasılığını söyleyen "çıkarımsal istatistik" olarak iki biçimde kullanılması kafa karışıklığına neden olur (Neuman, 2012: 533). Eğer değişkenler arasında ilinti güçlenirken bağımsızlık büyüyorsa ki-kare sıfırdır (2012: 533).

11. Bazı web anket sistemlerinde (Sawtooth Software gibi) ileri analiz seçenekleri olabilir fakat çoğu sistem analizin SAS ve SPSS gibi üçüncü kişilere ait yazılımlarla yapılacağını varsayar (Poynter, 2010: 30). Kullanımı yaygın olan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) sürekli güncellenen ve geliştirilen bir programdır.

Çevrimiçi anketin örneklemi nasıl seçilecektir, örnekleme ulaşılabilecek midir?
Sorularda gerekli açıklığı sağlamak için neler göz önünde bulundurulacaktır?
Soru formu nasıl düzenlenecektir? Bir görüşmecinin yokluğu göz önünde bulundurularak, sunuş sayfası neleri içerecek, soru sıralaması, yanıtlama süresi ne olacaktır? Sayfadan sayfaya geçişte ileri/geri/kaydet seçenekleri bulunacak mıdır ve uyarılar neler olacaktır?
Çevrimiçi anketin görsel tasarımı nasıl yapılacaktır?
Nasıl bir pilot çalışma yapılacaktır? Soru formunun güvenirlik ve geçerliği veya güvenilirliği nedir?
Veriler nasıl analiz edilecek, hangi istatistik türü ve istatistik programı kullanılacaktır ve uzman yardımına başvurulacak mıdır?
Anket yazılımı satın mı alınacak, ayrıca mı oluşturulacaktır? Gerekli bütçe var mıdır?
Etik ilkeler açısından hangi açıklar doğabilir ve bu açıklara karşı nasıl bir önlem alınacaktır?

Çalışmanın yürütülmesi sırasında yukarıdaki soruların sorulması faydalı olabilir. Tekniğin tarihi gelişiminin endüstri ile el ele olması da göz önünde bulundurularak, çevrimiçi anket uygulamasında etik ilkeler konusunda duyarlı olunmalı ve çalışma bu ilkelere göre biçimlendirilmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi

Zeynep Büker Alyanak

Çalışmanın Üçüncü Bölüm'ünde sosyal bilimlerin araştırma yöntemleri arasında bulunan etnografinin bilgisayar dolayımlı ve çevrimiçi iletişim ortamlarında kullanılma olanağı incelenecek, bilgisayar dolayımlı ve çevrimiçi iletişimin hangi ortamlarında ne şekilde kullanıldığıyla ilgili örnekler serimlenecektir. Bu kullanımı ayrıntılı olarak ele almadan önce etnografinin sosyal bilim ve iletişim araştırmalarındaki yerinin ve alanyazına olan katkısının değerlendirilmesi hiç kuşkusuz önceliklidir. Etnografinin tanımı ve katkılarından hareketle bu yöntemin bilgisayar dolayımlı iletişim için ne şekilde kullanılabileceği ve bu yöntemi kullanmanın sağlayacağı olası fayda ve riskler bu bölüm

kapsamında tartışılacaktır. Etnografi yönteminin ayırt edici özellikleri arasında bulunan derinlemesine ve yerele dair bilgi edinme potansiyeli, düşünümsellik gibi özelliklerin çevrimiçi etnografi kapsamında da geçerli olup olmayacağı burada tartışılacaktır. Çevrimiçi ilişkide güven kurmanın önemi üzerinde, araştırmada sağlıklı verilerin toplanması açısından durulacaktır. Dünyada ve Türkiye'de, e-posta görüşmeleri, bloglar, odak grup görüşmeleri, dijital video gibi farklı ortamlarda gerçekleştirilen çevrimiçi etnografik araştırmalar bu bölümde örneklerle tanıtılacaktır. Son olarak, çevrimiçindeki katılımcılığın çevrimdışında da incelenmesinin olasılığı ve önemi üzerinde durulacaktır.

3.1. Etnografi ve Etnografik Araştırma

Etnografinin başlangıcı 18. yüzyıl itibarıyla devreye giren alan (arazi) çalışmalarına dek götürülebilir. Peter Burke, alan çalışması ve çalışma odası (*cabinet*) çalışmaları arasındaki ayrımı ve bu ayrımın yarattığı çatışmayı dile getirmektedir. Bu çatışmanın gezgin ve yerleşik bilim insanları ya da merkez ve çevrede çalışanlar arasında olduğu varsayılır (Burke, 2012: 33). Burke, bu ayrımın çok keskin olmaması gerektiğine de dikkat çeker. Burke'ye göre, bu iki bilgi türü birbirini dışlamak yerine birbiri için bütünleyici olmalıdır. Alan araştırmasının öneminin 18. yüzyıldan 20. yüzyıl ortalarına kadar arttığı Burke tarafından ifade edilir. 20. yüzyılda ise modern teknolojinin sunduklarıyla diğer insanları gözlemleme olanaklarında değişiklikler olmuştur. Burke'nin bu tespiti, bu bölümün temel sorusu olan yeni medya araştırmalarında etnografinin yöntem olarak kullanımıyla ilgili sorunsalın çıkış noktasını oluşturur.

Etnografi, temel olarak bir kültürün tanımlanmasını ve başka bir yaşam tarzını anlama çabasını ifade eder (Neuman, 2012: 333). David Machin, etnografinin ilk olarak antropolojide bir yöntem olarak kullanıldığını ve daha çok Batı'nın aşina olmadığı bazı kültürel pratikleri anlamak üzerine geliştirildiğini belirtir. 20. yüzyılın başlarında diğer kültürleri incelemek isteyen antropologlar bazı etnomerkezci[1] varsayımlardan kaçınmak için daha sistematik bir yaklaşımın gerektiğini fark etmişlerdir. Bu yaklaşım, incelemek istedikleri insanları yüzeysel olarak gözlemlemek

1. Ait olduğu grubun, topluluğun, ırkın vb diğerlerinden üstün olduğu düşüncesi.

yerine onlarla birlikte yaşamayı ve onların yaşamlarını gözlemlemeyi gerektirmiştir (Machin: 2002,17-18). Etnografi çalışmalarında insanlar ile birlikte bulunmanın, onlarla birlikte yaşamanın gerekçesi İngiliz sosyolog Beatrice Webb'in gözlemlenen kişilerin gözlemlendiklerini fark ettiklerinde sağlıklı bir gözlem yapmanın olanaklı olmayacağıyla ilgili savına dayandırılabilir (Burke, 2012: 41). Burke, Webb'in bu savda bulunmasını takiben Doğu Londra'daki Yahudi terzilerini incelemek için kendisinin de Yahudi gibi davranarak onların arasına karıştığını, böylece katılımlı gözlem yapmaya başladığını açıklar. Webb'in araştırmasında bazı etik sorunların olabileceği varsayımı bir tarafa bırakılırsa, bu araştırma antropologlar ve sosyologlar tarafından katılımcı gözlemin kullanılmasına dair önemli bir örnektir. Alan araştırmalarının derinleşmiş bir uzantısı olarak etnografinin derinlemesine bilgi sağlama olanağı ise belli kültürel ortamlarda katılım ve gözleme dayalı olarak gerçekleşmesi, yerel ile ilgili olarak açık-uçlu bilgi vermesi ve araştırmacının düşünümselliğinin devreye girmesi ile edinilir. Etnografi çalışmalarında yapılan gözlemler, insanları dinlemeyi ve onlara bakmayı içerir. Bilgiler alan notları ile kaydedilir. Ses kayıtları ve fotoğraflar da zamanla kaydetme aracı haline gelmiştir. Etnografi çalışmasının niteliksel içeriğinin zengin olması ve açık uçluluğu onu farklı koşullara uyarlanabilirlik konusunda tercih edilen bir yöntem haline getirmiştir. Bu esneklik sayesinde iki farklı etnografın aynı konuyu aynı şekilde ele alması olanaksız hale gelir. Etnografik araştırmalarda bulguların genellenmesi zordur ve güvenilir ve geçerli olduğunun kanıtlanması için niceliksel yöntemler de devreye girebilir. Etnografik araştırmanın farklı yöntemlerle bir arada kullanılmasının önemi ve bununla ilgili örnek araştırmalar bu bölümde ele alınacaktır.

Etnografik araştırmanın kullanımının tarihçesi söz konusu olduğunda, Bronislaw Kasper Malinowski'nin topluma olan bakışı daha detaylı olarak ele alınabilir. Malinowski'ye göre, insanların belli davranış ve inanışlara nasıl ulaştıkları değil, bunların o davranış ve inanışlara sahip insanlara ne ifade ettiği önemlidir. Malinowski, antropoloğun görevinin incelediği insanların gözünden dünyayı görebilmek olduğunu söylemektedir (akt. Machin, 2002: 20). Malinowski'nin Birinci Dünya Savaşı sırasında Batı Pasifik'te yürüttüğü araştırma etnografi kavramında temel bir dönüşümün gerçekleşmesine yol açmıştır. Malinowski herhangi bir davranışın

ya da sosyal olgunun kendi sosyal bağlamında düşünülmesi gerektiğine inanır (Machin, 2002: 22). İncelenen ortamın dilini öğrenmek, haritasını çıkarmak çeşitli özellikleri kayıt altına almak bu sosyal bağlama dahil olabilmek için gereklidir.

Bu noktada Bruno Latour ve Steve Woolgar'ın katılımlı gözlem tekniği ile gerçekleştirdikleri etnografik çalışmadan bahsetmek yerinde olacaktır. *Laboratory Life: The Construction of Social Facts* (1986), araştırmacıların Salk Biyoloji Çalışmaları Enstitüsü'ndeki bir nöroendokrinoloji araştırma laboratuvarında gerçekleştirdikleri çalışmanın yayımlanmış metnidir. Araştırmacılar, iki yıldan fazla süre boyunca laboratuvar ortamındaki bilim insanlarının gündelik yaşamlarına tanıklık etmişler, onların tartışmalarını, jestlerini ve istemsiz olarak gerçekleştirdikleri pek çok tutumu gözlemleme olanağı yakalamışlardır. Araştırmacıların adlandırmasıyla yürütülen çalışma bir "bilim antropolojisi"dir (1986: 27). Araştırma boyunca, katılımlı gözlem tekniği kullanılmıştır. Araştırma ortamında saha notları tutulmuş, laboratuvarda çalışanların kullandığı alanyazınla ilgili olarak da yoğun bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Hazırlanma aşamasındaki makaleler, laboratuvar katılımcıları arasındaki yazışmalar ve katılımcılar tarafından sağlanan diğer bilgi notları veri analizinde kullanılmıştır. Laboratuvarın tüm üyeleriyle görüşmeler gerçekleştirildiği gibi, başka laboratuvarlarda benzer konuları çalışan bazı bilim insanlarıyla da görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın içeriğiyle ilgili olarak laboratuvar üyelerinden hiçbir şey gizlenmemiş, gözlemciler tarafından yapılan gözlemlerle ilgili notların tutulacağı bu üyelere bildirilmiştir. Laboratuvar katılımcılarıyla araştırmacıların taslak metinleri paylaşılmış veya katılımcılar durum değerlendirmelerinin yapıldığı tartışma ortamlarına davet edilmişlerdir.

Görüldüğü üzere, etnografiyi diğer araştırma yöntemlerinden ayıran da sadece gördüğü davranışla ilgilenmek yerine o davranışın özgül sosyal bağlamlara göre ne ifade etmiş olabileceğiyle ilgilenmesidir. Burke, alan çalışması ile çalışma odasında yapılan çalışmalar arasındaki ayrımın sürekli olarak Malinowski'ye atıfta bulunarak yapılmasında bir abartı olduğunu ifade eder. Burke, Malinowski'nin antropolojik araştırmaların yürütülmesinde simgesel önemini yadsımaz ancak alan araştırmalarında Malinowski'den önce derece derece gelişen bir süreç bulunduğuna da dikkat çeker (Burke, 2012: 34-35).

Özetle, toplumsal araştırma yöntemleri niceliksel ve niteliksel olarak temelde iki ayrı gruba ayrılmaktadır. Ackland, ilk grupta deneyler, ikinci grupta anket, görüşme ve odak gruplar, üçüncü grupta saha araştırması ve son grupta araştırmacının görülmediği örtülü gözlemler olmak üzere dört ayrı araştırma türü belirler (2013: 22-23). Etnografi, insan ve toplulukları bulundukları ortamlarda gözlemleyen ve alan araştırmalarının gerçekleştirilmesini sağlayan, niteliksel bir araştırma yöntemidir. Niteliksel araştırma yöntemleri arasında toplumsal davranış ve kültürleri incelemek için kullanılan en derinlemesine yöntemin etnografi olduğu söylenebilir. Ackland'ın tanımındaki görüşme, odak grup görüşmeleri ve saha araştırmaları da etnografik yöntemlerin altında uygulanan araştırma türleridir.

3.2. İletişim Çalışmalarında Etnografik Araştırmalar

İletişim araştırmalarının zaman içerisindeki ilerleyişi sırasında pek çok farklı yaklaşıma rastlamak mümkündür. Klaus Bruhn Jensen, beşeri araştırmaların 2500 yıldan fazla bir zamandır kişiler arası iletişim ve kitle iletişim metinlerini incelediğini vurgular ve beşeri iletişim araştırmalarını edebi incelemelerle başlatır (2005: 25)[2]. Jensen, toplumsal araştırmaları etkileyen yaklaşımlar arasına edebi incelemelerden sonra yapısalcılık ve semiyolojiyi ekler. Jensen'e göre semiyoloji edebi eserleri edebi tatminin ötesinde bir anlayışla, temelindeki biçimsel yapıya odaklanarak incelediği için kendinden önce gelen yaklaşımların önüne geçer (2005: 33). Yapısalcılıkta ise kapitalist toplumsal yapılar kurucu nitelikteki kurum ve pratiklere atıflarla açıklanır (Jensen, 2005: 35). Jensen edebi incelemeler ve toplumsal araştırmalar arasındaki geçiş alanını kültürel çalışmalar ile tanımlar. Kültürel çalışmalar ile insanlar kendi kültürel pratiklerinin üreticileri ve kitle iletişim araçları kültürünün alıcıları olarak tanımlanmışlardır (2005: 38). Jensen'in medya araştırmalarının tarihini disiplinler ve disiplinlerarası yaklaşımlarla özetlediği görülmektedir. Genel olarak, anaakım iletişim yaklaşımlarının başında Paul F. Lazarsfeld'in gelişimine öncülük ettiği etki analizinin bulunduğu söylenebilir. Eleştirel paradigma-

2. K. B. Jensen ve N. W. Jankowski (1991) "Humanistic Scholarship as Qualitative Science: Contributions to Mass Communication Research". *A Handbook of Qualitative Methodologies for MassCommunication Research*. Klaus Bruhn Jensen ve W. Nicholas (Der.). London and New York: Routledge. 17-43.

da ise medyanın sahipliği ve medya analizi üzerinden metinlere, kültür endüstrisine bakılmıştır. Andrew Tudor, etki analizinde, kitle iletişiminin bireyler ve toplumsal yaşam üzerindeki etkisine yoğunlaşıldığını belirtir (2005: 395). Etki analizi yaklaşımında kitle iletişim araçlarının "zararlı" etkileri olduğuna ilişkin bir önyargı sezilmektedir. Etki analizi ile birlikte anılabilecek ancak farklı bir araştırma kategorisi olan kullanımlar ve doyumlar araştırmasına da iletişim araştırmaları tarihindeki yeri sebebiyle kısaca değinilmelidir. Jensen, etki araştırmalarının "Medya bireylere ne yapar?" sorusuna, kullanımlar ve doyumlar araştırmasının ise "Birey medyayla ne yapar?" sorusuna cevap verdiğini belirterek bu iki yaklaşımın farkını özetler (2005: 58). Hem etki araştırmaları hem de kullanımlar ve doyumlar araştırmaları için laboratuvar deneyleri, saha deneyleri, anket ve standart röportajlar, katılımcı gözlemler ve derinlemesine görüşmelerin gerçekleştirildiği Jensen tarafından belirtilmiştir (2005: 69). Machin, medya izleyicisinin incelenmesinde de Malinowski'nin topluma olan bakışının kullanılabileceğini öne sürer. Bu noktadan hareketle, kitle iletişim araçlarının ne şekilde kullanıldıkları araştırılırken de etnografi bir yöntem olarak kullanılabilir. İzleyici çalışmalarında etnografi yönteminin kullanılmasına, medya metinlerinin yoruma açıklığı ve izleyicinin aktifliği savı zemin oluşturmuştur. Stuart Hall "Kodlama ve Kodaçımlama" olarak adlandırdığı modelinde kitle iletişim sürecindeki gönderen/mesaj/alıcı üçlüsünü içeren doğrusal modelin eksikliklerine dikkat çeker. Hall, bu model yerine üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim aşamalarını içeren ve birbiriyle bağıntılı öğelerden oluşan bir iletişim sürecini ön plana çıkarır. Böylece Hall, iletişimsel mesajın saydam ve sabitlenmiş bir süreç olmadığını belirttiği gibi seyirciyi de edilgen olmaktan kurtarır (Özçetin, 2013: 20). Hall'un öne sürdüğü bu model, izleyicilerin medya içeriklerine ilişkin farklı okumalar gerçekleştirdiğini varsayar. Hall'un katkısı, etki analizi yaklaşımının ötesine geçerek, iletişim sürecindeki alıcının epizotları yapımcının kodladığı gibi alımlamasını açıklayan herhangi bir kuralın var olmadığını belirtmesidir. Hall (1981[3]), baskın-hegemonik kod, profesyonel kod, müzakereli kod ve karşıt kod alım-

3. Özgün metin için bakınız: S. Hall (1974). "The Television Discourse: Encoding and Decoding", *Education and Culture*. 25.

lama biçimlerini de tanımlar[4]. Buna göre, tek bir alımlama söz konusu değildir, metni alımlayana göre farklı okumaların olması mümkündür. Örneğin karşıt kod durumunda ücret sınırlamaları üzerine bir tartışma dinleyen izleyici "ulusal çıkar" ifadesinin her geçişinde bunu "sınıfsal çıkar" olarak okuyabilir (Hall, 1981). David Morley, Stuart Hall'a da atıfta bulunarak metinlerin yoruma açıklığının altını çizer. Ona göre, farklı insanlar aynı televizyon programını kendi kültürel bagajlarına ve kim olduklarına bağlı olarak farklı biçimlerde alımlar (Machin, 2002: 75). Morley, bu farklı okumaların toplumun sosyo-ekonomik yapısıyla da bağlantılandırılması gerektiğini ifade eder. İzleyici araştırmalarının vurguladığı en önemli konulardan birisi izleyicinin aktif olması savıdır. Alımlama çalışmaları, bir anlamda izleyicilerin birbirinden ayrılan algı ve anlamlandırma süreçlerine sahip olduğu üzerinde durarak, izleyicinin medyaya eleştirel gözle bakmasının olanağını araştırmıştır (Çaylı Rahte, 2013: 21). Emek Çaylı Rahte'nin Morley'den yararlanarak ifade ettiği gibi "aktif izleyici"nin gerçekleştirdiği eleştirel okumalar hegemonik anlamlara karşıt okumalar yapabilmek olarak da açıklanabilir.

Televizyon izleyicisi çalışmalarına yoğunlaşarak izlerkitle çalışmalarıyla ilgili araştırma yaklaşımlarını ele alan ve Türkiye'deki izlerkitle çalışmalarından kesitler sunan bir çalışma Burak Özçetin tarafından gerçekleştirilmiştir. Özçetin, yukarıda ana hatlarıyla özetlenen etki araştırmaları, kullanımlar ve doyumlar kuramı, kültürel çalışmalar ve kodlama/kodaçımlama modeli ve alımlama analizini izlerkitleyi odağa alarak eleştirel bir bakış ile tartışır. Özçetin, David Morley'in 1986 yılında yayımladığı ve Hall'un kodlama/kodaçımlama modelinin çerçevesini oluşturduğu *Family Television*'ı ele alır. Morley'in bu çalışması katılımcıların doğal televizyon izleme ortamlarında izlendiği etnografik bir çalışmadır. Morley, bu araştırmada içerik analizi ve derinlemesine görüşme teknikleri haricinde, katılımcı gözlem ve birlikte televizyon izleme tekniklerini de uygulamıştır (Özçetin, 2013: 25). Özçetin, etki araştırmaları, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kültürel çalışmalar ve alımlama analizlerinden yola çıkarak Türkiye'de gerçekleştirilen tez, kitap ve makale çalışmalarının kısıtlılığına

4. Hall'un bu modelinin Türkçe'ye çevirisi için bakınız: S. Hall (2005). "Kodlama, Kodaçımlama", *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma*. Çev. Şahinde-Yiğit Yavuz. Şahinde Yavuz (Der.). Ankara: Vadi Yayınları. 85-98.

dikkat çeker. Özçetin, araştırma gündemlerinin izlerkitle sosyolojisi haline gelmesinin ve televizyon izleme pratiğinin kültürel ve alt-kültürel yapılar içerisinde konumlandırılarak araştırılmasının önemine değinir.

Malinowski, etnografın incelediği toplumun dilini öğrenirken alanın, yerel toplumun, binaların haritasını çıkarması ve eşyaları, giyimi, yeme içme kalıplarını kaydetmesi gerektiğini söyler. Malinowski'nin haritalamayla ilgili olarak belirttiği husus, izleyici araştırmaları için de geçerlidir. Malinowski'nin bakış açısından bakıldığında, insanların kitle iletişim araçlarını nasıl kullandığı katılım yoluyla sistematik bir çalışma yapılarak anlaşılabilir. Brigitta Hoijer, etnografinin televizyon çalışmalarında kullanılma amacının izleyicinin bir programla ilgili bakış açısının, alımlamasının ve bilgi yapısının kavranması olduğunu belirtir ve bunların dile getirilmeyen bilgiler olduğunu belirtir. Etnografinin görevi de bu dile getirilemeyen bilgiye aracılık etmektir (Hoijer, 2005: 112). Pertti Alasuutari de etnografik araştırma yöntemlerinin izlerkitle çalışmalarına olan katkılarını üç noktada toplar. İlk olarak, etnografik araştırmalarda konvansiyonel siyaset anlayışının dışına çıkmanın mümkün hale geldiğini belirtir. Toplumsal cinsiyet bunun bir örneğidir. İkinci olarak, etnografik araştırmalarla birlikte televizyon programlarının içeriğinden çok televizyonun işlevine yoğunlaşılmaya başlandığını belirtir. Alasuutari'nin belirttiği son katkı ise, etnografik araştırmalarda araştırmacıların gündelik hayatın bir programın alımlanışındaki etkisine yoğunlaşmak yerine medyanın günlük hayattaki rolüne odaklanmasıdır (Alasuutari, 1999'dan akt. Özçetin, 2013: 26).

Çaylı Rahte, katılım yoluyla medya izleyicisinin araştırılmasıyla ilgili olarak televizyonlardaki izleyici katılımlı gündüz kuşağı programlarının "içeriden" bakarak yorumlanmasını örneklendirir. Çaylı Rahte tarafından Mart-Aralık 2007 içerisinde Ankara ve İstanbul'da 87 kişi ile derinlemesine görüşmelerin yapıldığı "Gündüz Kuşağı Televizyonunun Etnografik Analizi" araştırması gerçekleştirilmiştir. 87 kişinin 57'sini gündüz kuşağı kadın tartışma programlarının kamera önü ve arkası katılımcıları (sunucu, yapımcı, yönetmen, stüdyo izleyicisi, konuk vb) oluştururken, 30'unu STK temsilcileri, yazarlar ve akademisyenler oluşturmuştur. Araştırmacı, derinlemesine görüşmeleri gerçekleştirmek için görüşülen kişilere erişimde yaşanan zorlukları, randevu ve görüş-

melerde uzama ve ertelemeleri, görüşmelerin gerçekleşme biçimleriyle ilgili değerlendirmelerini "Gündüz Kuşağı Televizyonunun Etnografik Analizi: Bir İntrospektif Çalışması" (2013: 17-50) yazısında aktarmaktadır. Araştırmacı, alanda karşılaşılan avantajlı-dezavantajlı durumları ve bunlarla başa çıkma stratejilerini de ayrı bir bölüm olarak ele almıştır. Çaylı Rahte'nin alanla ilgili olarak önerdiği bu uyarı ve stratejiler sadece medya etnografisi çalışmaları için değil, etnografik alan araştırması yöntemini kullanan tüm araştırmacılar için sahaya yönelik pratik ipuçları sunmaktadır. Çaylı Rahte, görüşmede öne çıkanları, ilk grup stüdyo konukları ve izleyiciler, ikinci grup yapımcı, yönetmen, sunucu ve uzmanlar ve üçüncü grup akademisyenler, feminist yazarlar, sivil toplum kuruluşları olmak üzere üçe ayırarak sunmuştur. Çaylı Rahte gerçekleştirdiği araştırmanın temel sorularını araştırmanın sonuç bölümünde tekrar hatırlatır: "Medya etnografisinin kapsamı nedir? İzleyici araştırmalarının eğilimleri ve yönelimleri nelerdir? ...Yeni medya tartışmaları bağlamında medya antropolojisinin çalışma konuları nelerdir?" (Çaylı Rahte, 2013: 44). Araştırmacı bu sorulara verilen yanıtlar için sözü araştırmada görüştüğü kişilere bırakmıştır.

Türkiye'de son yıllarda gerçekleştirilen bir diğer ilginç etnografik araştırma, Burçe Çelik'in Kürt gençlerinin cep telefonu kullanımı ile ilgili olarak 2011 yılında gerçekleştirdiği "Teknoloji ile Kimlik Mücadelesi: Kürt Gençleri ve Cep Telefonu" çalışmasıdır. Araştırma, cep telefonunun hem bir ticari ürün hem de bir iletişim teknolojisi olarak Kürtçenin eğitim ve bilişim dili olduğunu gösteren bir olgu haline nasıl geldiği ve etnik politikalara nasıl karşılık gelebileceği ile ilgili sorudan hareket etmiştir. Araştırmaya, Kürtçe menülü bir cep telefonunun piyasaya sürülmüş ve daha sonra piyasadan geri çekilmiş olması esin kaynağı olmuştur. Araştırma için 15 cep telefonu kullanıcısı ile Diyarbakır ve İstanbul'da derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşülen kişiler 18-30 yaş grubu ve cinsiyet çeşitliliğini barındıracak şekilde kartopu örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Katılımcılar kendilerini Kürt olarak tanımlamaktadır ve 8 tanesi kadındır. Çoğu üniversite eğitimlerini sürdürmektedir ve tamamı bekârdır. Araştırmacının görüşülen kişilerle yaptığı derinlemesine görüşmeler sırasında, görüşülen kişilerin etnik ve politik mücadelelerinde cep telefonunun rolünün anlaşılması için açık uçlu sorular yöneltilmiştir.

Araştırmacı görüşmelere "Cep telefonunu nasıl ve ne amaçla kullanıyorsunuz?" gibi sorularla başlamıştır. Görüşmelerin geri kalan bölümü, ana dili kullanma, Kürtçe konuşma ve mesajlaşma pratiği üzerine yoğunlaşmıştır. Derinlemesine görüşmelerin sonucunda, genel cep telefonu alanyazınının aksine, araştırma katılımcıları tarafından SMS mesajı kullanımı ile ilgili yaşanan zorluklar katılımcıların Kürtçe ve Zazaca gibi anadillere sahip olmalarına rağmen Türkçe alfabeleri olan telefon kullanmalarıyla bağlantılandırılarak açıklanmıştır. Görüşülen kişilerin bu konudaki görüşlerine doğrudan alıntılarla yer verilmiştir. Araştırma, cep telefonu teknolojisinin toplumsal ve politik mücadeleye nasıl eklemlendiğine dair önemli ipuçları vermiştir. Yapılan derinlemesine görüşmeler ile Kürt gençlerinin görüntü ve ses dosyalarını kendi kültürel kimliklerini üretmek için kullandıkları ortaya konulmuştur. Araştırmacı, görüştüğü kişilerin güvenini kazanma yönündeki çabası, özdüşünümselliği ve etik bazı öncelikleri ile ilgili olarak bilgi vermese de, derinlemesine görüşmeler ve açık uçlu sorular ile yerel ve özgül bir konuda bilgi edinmenin ve teknoloji kullanımı ile farklı kültürel deneyimlerin araştırılmasının bir örneğini sunmaktadır.

Medyanın gündelik yaşamdaki kullanımını sorunsallaştıran "Yoksulların Günlük Yaşamında Medya: Eskişehir Bağlamında Bir Alan Araştırması" TÜBİTAK desteği ile 2008-2009 tarihleri arasında Hakan Ergül, Emre Gökalp ve İncilay Cangöz tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sahasını Eskişehir'in kent merkezinde yer alan Yıldıztepe ve Gültepe mahalleleri oluşturmuştur. Bu mahallelerde yoksulluğun daha açık ve derin bir biçimde yaşandığı araştırmacılar tarafından ifade edilmiştir. Araştırma, medyanın kültürel tüketimine odaklanmakla birlikte, nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanılması ile de dikkat çeker. 208 yoksul haneye (546 kişiye) uygulanan anket, araştırmada kullanılan nicel yöntemler arasındadır. Anket soruları ile yoksul mahallelerde geleneksel ve yeni medyanın nasıl tüketildiği sorusuna etnik, mezhepsel, kültürel, toplumsal cinsiyete dayalı özellikler ve politik kimlik farklılıkları göz önünde bulundurularak yanıt aranmıştır. Nitel yöntem olarak ise 15 hanede altı ay süre ile katılımcı gözlem uygulanmış ve yine aynı hanelerin üyeleriyle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılması araştırmacılar

tarafından "*çoklu-yöntemsel bir perspektif*" olarak ifade edilmiştir (2009: 13). Araştırma içerisinde hane üyelerinin içinde yer aldıkları apartman, sokak, mahalle, kahvehane, İnternet kafe gibi sosyalleşme alanlarında medyanın ne tür işlevler üstlendiğinin de irdelendiği araştırmacılar tarafından belirtilmiştir. Yine araştırmacılar tarafından, araştırmanın etnografik veri toplama kısmında hedeflenen aile sayısına ulaşma ile ilgili bir zorluk yaşandığı ifade edilmiştir. Katılımlı gözlem ve görüşmeler ile elde edilen verilere içerik analizi uygulanmış ve analiz potansiyeli taşıdığı düşünülen veriler tematik başlıklar altında analiz edilmiştir. Araştırmanın üç ana bölümü vardır: İlk bölümde örneklem grubunun yaşadığı yoksulluk ve bu yoksulluğu nasıl deneyimledikleri betimlenmiş, ikinci bölümde hanelerdeki bireylerin yoksulluk tanımları ve yoksulluğun nedenlerine ilişkin düşünceleri ve medyanın bu düşüncelerin inşasındaki rolü ele alınmış, üçüncü bölümde hanelerdeki yoksul bireylerin gündelik yaşamlarında medyayı yoksullukla nasıl bir ilişki içinde kullandıkları irdelenmiştir. Yoksulların kendi yoksulluklarına olan bakışı ve medyanın yoksulluğa dair söylemlerinin bu bakışa nasıl eklemlendiği sorusu daha çok katılımlı gözlem yoluyla yanıtlanmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, yoksul hane üyelerinin medya dolayısıyla oluşturulan egemen yoksul temsilini büyük ölçüde kabul ettiği ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar, yoksul kişilerin kendilerini yoksul olarak görmeme durumlarını da yoksulluğa dair egemen söylemlerin varlığına bağlar. Yine yoksulluğun sorumlularıyla ilgili görüşlerin, yoksulluğun ardındaki ekonomik ve politik faktörleri göz ardı eden anaakım medyanın yoksulluk temsili ile bağlantısına dikkat çekilmiştir; ancak araştırmacılar, katılımcı gözlem yoluyla elde edilen veriler ile yoksul insanların mevcut egemen güç ve eşitsizlik ilişkilerine dair sorgulamalarının ve medya metinlerini karşıt okumalarının da bulunduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada, yoksulların telefon ve mobil telefon kullanımı ile ilgili verilerin hem katılımlı gözlem hem de anket tekniklerinin uygulanması ile elde edildiği ve her iki tekniğin uygulanması sonucunda her hanede yaklaşık iki ile üç arasında mobil telefonun olduğuna dair tutarlı bir sonuç elde edildiği görülmektedir. Hane içerisinde televizyon kullanımının yaygınlığı ve televizyon ile kıyaslayınca diğer kitle iletişim araçlarının ikincil pozisyona düştüğü yine katılımlı gözlem ve anket sonuçları ile doğrulanmış bir veridir. Araştırmada

İnternet, mobil telefon, MP3 çalar sahipliğinin önceden beklenilmeyen derecede yaygın olduğuna dair veriler elde edilse de, araştırmacılar bu kitle iletişim araçlarının kullanımının geleneksel medya kullanımı kadar yaygın olmadığını da belirtmişlerdir. Araştırma ile, hanelerin %43'ünde örnekleme dahil olan haneler için önemli bir harcama miktarı yaratmasına karşın, İnternet erişiminin olduğu belirtilmiştir. Araştırmacılar, İnternet'in hanelerde yaygın olarak bulunmasını, oyun, sosyalleşme gibi ihtiyaçlar için ayrı ayrı ortaya çıkan maliyet kalemleri ile uğraşmak yerine İnternet'in tek bir hamleyle bu ihtiyaçları giderebiliyor oluşuyla açıklamışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen verilere bakılarak, özellikle katılımlı gözlem yoluyla, başka türlü ulaşılamayacak özgül verilere ulaşılmasının sağlandığı çıkarsanabilir. Örneğin, televizyonun hane içerisindeki hâkimiyeti bu kitle iletişim aracının haneyi fiziksel olarak da kapsadığı gözlemleri ile pekişmiş ve bu hâkimiyet örnekleme dahil hanelerin fotoğraflanmasıyla okura sergilenmiştir. Bu gözlemler ile yemek yemek, sohbet etmek gibi ev içi pratiklerin televizyonun yakınında gerçekleştiği saptanmıştır. Hanelerde kadınların maruz kaldığı cinsiyetçi dayatmalar ve eşitsizliğin varlığı da katılımlı gözlem ve kadınlarla gerçekleştirilen görüşmeler ile ortaya çıkarılmıştır. Benzer şekilde kız ve oğlan çocuklarının toplumsal cinsiyet kimliklerinin kurulumunda hem geleneksel hem de yeni medyanın işlevsel olarak kullanıldığı araştırmacılar tarafından ifade edilmiştir. Her iki cinsiyetin bir arada bulunduğu İnternet kafelerde bile İnternet'in kültürel tüketiminde farklar olduğu, erkek ve kız çocuklarının oynadıkları oyunlar, takip ettikleri sayfalar üzerinden örneklendirilmiştir. Toplumsal cinsiyet ve medya tüketimi ilişkisinde olduğu gibi, izleyici etnografisinin egemen söylemlerin dışında kalanların sesini duyurabilmesini sağlayan, farklı alan ve kapsamlarda uygulanması tavsiye edilen bir yöntem olduğu söylenebilir.

Yeni medya kullanımını etnografik yöntemle ele alan bir başka araştırma projesi 2007-2008 tarihleri arasında Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan Sütçü tarafından gerçekleştirilen "Dijital Oyun Kültürü ve Türkiye'de Gençliğin İnternet Kafe Kullanım Pratikleri: Çevrim İçi ve Çevrim Dışı Kimlik Egzersizleri, Hareketsiz Toplumsallaşma ve Sanal Kariyer Yapma-Ankara'da Etnografik Alan Çalışması"dır. Araştırma projesi, dijital oyun kültürüne ve dijital oyun oynama edimine ilişkin Türkiye'de gerçekleştirilen

ilk etnografik çalışmadır. Araştırma kapsamında, İnternet kafe kullanım pratikleri ve yerli dijital oyun üretim süreci iki ayrı bölüm olarak ele alınmıştır. Araştırma, kültürel çalışmalar kuramını temel almış ve kültür endüstrisi kavramsallaştırmalarını da içermiştir. Araştırmanın ilk bölümünde, dijital oyunların türleri ve anlatıları nitel ve nicel metin çözümlemesi teknikleriyle irdelenmiştir. Türkiye'de dijital oyun yazılım sektörünün durumu dijital oyun sektöründe üretici, geliştirici ve dağıtıcı konumlarında olan tüm aktörlerle yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda ortaya konmuştur. Bu aktörlerle yapılan görüşmelere dair alıntılara ve görüşmelerin görsel dokümantasyonuna araştırma raporunda yer verilmiştir. Araştırmada nitel yöntemlere ek olarak bazı nicel yöntemler de kullanılmış ve farklı yöntemlerin birbirlerini desteklemeleri sağlanmıştır. Örneğin, yerli dijital oyun üretim süreci ile ilgili olarak en kapsamlı bilgilere proje kapsamında düzenlenen çalıştay ve paneller ile ulaşıldığı araştırmacılar tarafından belirtilmiştir. Bu toplantılar ile endüstrideki aktörlerin üzerinde uzlaştıkları belli konu, sorun ve öneriler ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar bu toplantılar ile elde edilen verilerin etnografik görüşmeler ile elde edilen bilgilerle tutarlı olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmanın yerli oyun üretimi ile ilgili olan bu bölümünün sonuç kısmında Türkiye'de dijital oyunun gelişimine yön veren dört farklı yol olduğu saptaması sunulmuştur. Araştırmanın İnternet kafelerde gençliğin oyun oynama pratikleri ile ilgili kısmında etnografik alan araştırması yöntem olarak benimsenmiş ve çeşitli aktörler ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, odak grup görüşmeleri düzenlenmiş ve katılımlı gözlem gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmeleri İnternet kafelerde oyun oynayan gençler ile gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerini gerçekleştirmeleri için bir grup öğrenci belirlenmiş ve projenin araştırmacıları tarafından bu öğrencilere iki günlük bir eğitim verilmiştir. Araştırmacılar Ankara'nın belirlenen semtlerinde 60 odak grup görüşmesi gerçekleştirmiştir. Çocuklarla ve gençlerle yürütülen araştırmalar için ilgili alanyazında belirtilen tavsiyelere uyularak, nitel yöntemlere ek olarak İnternet kafelerde 1000 kişi üzerinde anket de gerçekleştirilmiştir. Uygulanan tüm bu teknikler sonucunda elde edilen veriler altı kategoride toplanmıştır: demografik bilgiler, İnternet kafe kullanımı, oyun içinde veya oyun hakkında iletişim, oyun ekonomisi, oyun türleri ve İnter-

net kafelerin anaakım medyada temsili. Araştırmada ele alınan iki ayrı bölümün sonunda elde edilen bulgulara dayanarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde genç kuşakların dijital oyun kültürüne dair farkındalık eksikliği olduğuna ve eleştirel medya okuryazarlığı bakış açısına sahip olmadıklarına dikkat çekilmiştir. Araştırma sonucunda ortaya koyulan en temel önerinin eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilmesinin gerekliliği olduğu söylenebilir.

Bilgi ve İletişim Teknolojileri'nin (BİT) kurumsal politikalar, aktivizm ve kimliğin dönüşümündeki rolüne odaklanan bir çalışma da Itır Akdoğan tarafından 2013 yılında gerçekleştirilmiştir.[5] Araştırmanın teorik çerçevesi kurumsal politikalar, aktivizm ve kimliğin kesişimindeki üç boyuta dayanmaktadır. Ampirik düzeyde ise, araştırma, İstanbul'da kurumsal politikalar, aktivizm ve kimlikteki dönüşümlere, yerel-küresel ilişkisi, politika ve politik olan, bilgi ve iletişim teknolojileri çerçevesinden bakmaktadır. Araştırma bu algılamaların sonrasında hangi fantezilerin *(fantasy)* oluştuğunu inceler. Araştırmada, fantezi kavramı ampirik veri olarak ele alınmakta, teorisi geliştirildikten sonra ise daha ayrıntılı olarak çözümlenmektedir. Araştırmacı fantezi kavramının aynı zamanda bir toplumun daha iyi hale gelmesi için umut içermesinden hareketle kişilerin umut düzeylerini inceler ve toplumsal dönüşümle ilgili söylemleri toplumdaki fantezilerin gerçekleştirilmesi bağlamında tekrar ele alır (2012: 17). Araştırmacı, 1. tekil şahıs kipi kullanarak kaleme aldığı yöntem bölümünde, araştırma kapsamında niteliksel araştırma yöntemlerini kullandığını belirtir ve bu seçimi nedenleriyle açıklar. Yerel-küresel ilişkisi, politika ve politik olan, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki dönüşüm ve bu alanların birbirleriyle olan etkileşimleriyle ilgili olarak Manuel Castells'in ağ toplumu ve Lacancı fantazi kavramları gibi teorik kavramları incelediğini ve bu doğrultuda araştırma sorularını desenlediğini belirtmektedir (2012: 97). Akdoğan'ın araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir:

5. Itır Akdoğan'ın doktora tez çalışması olarak Helsinki Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi'ne sunulan çalışmanın orijinal adı: *Digital-Political Fantasies in Istanbul: An Analysis of the Perceived Role of ICT in Changing Institutional Politics, Activism and Identity*'dir. Araştırmanın elektronik kopyası için bakınız: http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/Digital_political_fantasies_in_Istanbul.pdf.

Araştırma Sorusu 1: Kurumsal düzeydeki politikacılar İstanbul'daki kurumsal politika dönüşümlerinde BİT'in rolünü nasıl algılamaktadırlar?
Araştırma Sorusu 2: Aktivistler İstanbul'daki değişen aktivizmde BİT'in rolünü nasıl algılamaktadırlar?
Araştırma Sorusu 3: Sıradan vatandaşlar İstanbul'un değişen kimliklerinde BİT'in rolünü nasıl algılamaktadırlar?
Araştırma Sorusu 4: Boyutların her birinde bu algılamalarla ilgili olarak hangi fanteziler oluşturulmaktadır?

Araştırmacı, belirtilen bu sorulara yanıt ararken yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler (toplamda 57 görüşme) ile veri toplamayı tercih etmiştir. Bu yöntemin insanların deneyimlerine doğrudan ulaşmayı, gerçek ve özgün deneyim ile bilgiler hakkında fikir edinmeyi sağladığı belirtilmiştir. Ayrıca, araştırmanın üç boyutunu temsil eden üç farklı insan grubuyla görüşme yapılması yukarıda belirtilen ilgili araştırma sorularının yanıtlanmasını sağlamıştır. Derinlemesine görüşmelere ek olarak, sıradan vatandaşlar grubuyla odak grup görüşmeleri de düzenlenmiştir. Araştırmacı, araştırma sahası olan İstanbul'un büyüklüğü ve kapsamını dikkate alarak, görüşülecek kişiler ile ilgili olarak yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir durumu, sosyal grup, politik görüş, faaliyet düzeyi (yerel/küresel) ve BİT kullanımı ölçütlerini geliştirmiş ve araştırmanın yöntem bölümünde bunları açıklamıştır. Bunun yanında, araştırmacı görüşülecek kişileri nasıl seçtiğiyle ilgili bölümü araştırma örneklemine dahil olan üç ayrı grup için ayrı ayrı açıklamıştır. Araştırmanın yöntem bölümünde araştırmada karşılaşılan güçlükler ve araştırmanın avantajlı yöntemleriyle ilgili olarak ayrı bir kısım ayrılmıştır. Bu kısımda, veri toplama ve veri analizi aşamaları ayrı ayrı ele alınmıştır. Araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliği, araştırmanın süreç içerisinde aldığı geri bildirimler ve objektiflik ve duyarlılıkla ilgili altbölümlerin yöntem kısmı içerisinde ele alınması yöntem kısmının okur tarafından daha rahat okunabilmesini, kullanılan yöntemin daha iyi anlaşılmasını ve elde edilen verilerin tüm avantaj ve dezavantajlara rağmen gerçeği ne ölçüde temsil edebileceğiyle ilgili daha çok fikir edinilmesini sağlamaktadır.

Bu bölüm kapsamında ana hatlarıyla ele alınan araştırmalar ve tez çalışmaları, etnografik yöntemlerin iletişim ve izleyici araştırmalarında kullanılmasıyla ilgili önemli örnekler arasında sayıla-

bilir. Etnografik yöntemin hem medya hem de yeni medya kullanıcıları için kullanılmasına yönelik uzun dönemli bir araştırma geçtiğimiz yıllarda ABD'de gerçekleştirilmiştir. Mimi Ito ve ekip arkadaşlarının[6] 2005-2008 yılları içerisinde ABD'de gerçekleştirdiği, John D. and Catherine T. M. MacArthur kurumu tarafından desteklenen araştırma, Amerikalı gençlerin İnternet ve yeni medyayı kullanma biçimlerini ve yeni medyanın gençlerin sosyal yaşamlarındaki rolünü kavramak üzere yapılmıştır.[7] Araştırma, *Living and Learning with New Media: The Summary Findings from the Digital Youth Project* adıyla 2009 yılında kısa bir özet kitap haline getirilmiştir.[8] Araştırmanın iki temel sorusu yeni medyanın gençlerin yaşam pratiklerine ve gündemlerine nasıl dahil olduğu ve bu pratiklerin çeşitli dinamikleri nasıl etki altına aldığıdır. Araştırma kapsamında, yeni medyanın gençlerin sosyalleşme ve öğrenme biçimlerine olan etkisi araştırılırken yeni kavram setleri üzerinde durulmuştur. Bunlar "sosyal amaçlarla hoş vakit geçirme amacı ile kullanılan yeni medyanın öğrenme alanı haline gelmesi, başta arkadaş temelli ve ilgi temelli çevrimiçi kullanımlar olmak üzere gençliğin kültür ve medya okuryazarlığındaki önemli ayrımlar, akran temelli öğrenmenin başat hale gelmesi ve eğitimle ilgili olarak yeni rollerin tanımlanması" olarak sıralanabilir. Araştırma, eğitim, okuryazarlık ve kamusal katılım ile ilgili norm ve değerlerin gençlerin merkezde olduğu medya ve iletişim ortamlarındaki hızlı değişmeler ile sarsılmaya başladığını varsayar (2009: 4). Çalışmanın amacına uygun biçimde, araştırmacılar etnografik yöntemi içeren, hem gençlerin hem de devamlı değişen yeni medya ekolojisinin odağa alındığı niteliksel bir araştırma yaklaşımını benimsemiştir. Medya ekolojisi bütün kullanıcıların günlük yaşamında varolan yapılar ve şartlar ile teknolojinin ve mekânın yapılarının birbirleriyle bağlantılı olduklarını anlatmak

6. Sonja Baumer, Matteo Bittanti, Danah Boyd, Rachel Cody, Becky Herr-Stephenson, Heather A. Horst, Patricia G. Lange, Dilan Mahendran, Katynka Z. Martinéz, C. J. Pascoe, Dan Perkel, Laura Robinson, Christo Sims, Lisa Tripp ekibin diğer üyeleridir. Farklı disiplinlerden gelen 7 postdoktora araştırmacısı, 6 doktora öğrencisi, 9 yüksek lisans öğrencisi, 1 hukuk doktora öğrencisi, 1 öğrenci asistanı, 7 lisans öğrencisi, 4 araştırma ortağı da araştırmaya katkı sağlamıştır.

7. Araştırmayla ilgili kapsamlı bilgi için bakınız: http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/

8. Araştırmanın daha kapsamlı bir kitap halindeki sunumu için bakınız: M. Ito vd, *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, The MIT Press, Cambridge, 2010.

için kullanılır. Kavram, kullanıcıların günlük yaşamındaki anlamlar, kullanımlar, akışlar ve bağlanmaların, medya çerçevesine yerleştirildiğini ifade etmektedir. Ito ve araştırma ekibi "ağlarla bağlantılandırılmış toplum" (*networked-public*) konusuna değinir. Bu kavram, mobil ve İnternet ağları tarafından desteklenen kamusal kültüre katılma sürecini nitelemek için kullanılmaktadır. Çevrimiçi ağlarla desteklenen dijital medya-üretim araçlarının gittikçe artan yetkinliği kitle iletişimi ve çevrimiçi iletişimi birbirine yaklaştırmaktadır. İzleyicilerin kitle iletişim araçları ile geçirdikleri vaktin "tüketim" olarak kavramsallaştırılması yerine kültürü ve bilgiyi üretme ve yayma konusunda sosyal ağların aktif katılımı için "ağlarla bağlantılandırılmış toplum" terimi kullanılır (Ito, 2009: 10). Kullanıcılar/okurlar, İnternet metnini üreten önemli bir taraftır. Bu çalışmada, araştırmacılar sadece çevrimiçi metinle ilgilenmezler; aynı zamanda bu metnin izleyiciler açısından nasıl anlamlı ve etkili olabildiği ile de ilgilenmektedirler. Bu nedenle, araştırmacılar etnografik yaklaşımı, medya ve teknolojinin günlük yaşamlarında insanlara ne ifade ettiğini anlama çabası olarak yorumlarlar. Bu doğrultuda, araştırma, akran ilişkileri, aile dinamikleri, yerel kurumlar ve teknoloji ve tüketici kültürüyle ilgili daha geniş ağlar dahil olmak üzere gençlerin yeni medya ile ilgili kültürünü ve uygulamalarını anlamayı amaçlamaktadır. Bu temelde, araştırmacılar etnografik yaklaşımın gençlerin yeni medya kullanımlarını anlama çabasında ve ampirik malzemeden yola çıkarak yeni medya uygulamalarını belirleyen önemli kategori ve yapıların belirlenmesinde belirgin derecede etkili olduğunu belirtmektedir (2009: 7). Araştırma kapsamında anketler, yarı yapılandırılmış görüşmeler, günlükler, gözlemler, içerik analizi, profiller, videolar vb farklı araştırma yöntem ve teknikleri kullanılmıştır. Sayılarla ifade edersek, 659 yarı yapılandırılmış görüşme, 28 günlük çalışması, 67 odak grup görüşmesi, 78 bireysel görüşme gerçekleştirilmiş; 50 kadar araştırmayla ilgili yaz kampları, ödül törenleri gibi etkinliklere katılım sağlanmıştır. 5194 saatten fazla gözlem yapılmış, MySpace, Facebook ve Neopets gibi ortamlarda 10.468 profil, 15 çevrimiçi tartışma grubu ve 389'dan daha fazla video gözlemlenmiştir. "Digital Kids" adı verilen anket 402 katılımcı tarafından doldurulmuştur. Etnografik materyal sunulurken, örneği sunulan durumla ilgili araştırmacının adı belirtilmiştir. Araştırmada bahsedilen gençlere takma isimlerle yer ve-

rilmiş, gençlerin ait oldukları etnik ve ırk kategorileri de belirtilmiştir. Araştırma kapsamında yeni medyaya katılımın üç türü belirlenmiştir. "Takılmak" olarak Türkçeleştirilebilecek *hanging out* bu katılım türlerinin ilkidir ve bu türde katılım sağlayan gençler boş vakitlerini başka bir kişiyle geçirerek harcamaktadır. Burada, arkadaşlarla olan sosyal bağlantıların sürmesi önemlidir. Oyalanmak olarak çevirebileceğimiz *messing around* katılma biçiminde, daha yoğun ve medya odaklı bir katılımın başlangıç hali vardır. Gençler ilgilerini ve dikkatlerini teknoloji ve medyanın içeriğine yöneltir. Üçüncü katılım biçimi olan *geeking out*'da, bir tür "teknoloji delisi" olarak, medya ve teknolojiye olan ilgi daha yoğun, otonom ve ilgi odaklı bir hal almıştır. Araştırmada bu üç katılım düzeyiyle ilgili etnografik örnekler sunulmuş, bunlar, gençlerle ilgili temel alanlara göre bölümlere ayrılmıştır: arkadaşlık, yakınlık, oyun oynama, yaratıcı üretim ve iş. Araştırmanın sonuçları sunulurken, dijital dönemlerde katılımın "ciddi" çevrimiçi bilgi ve kültüre erişimin haricinde sosyal ve zaman geçirici çevrimiçi faaliyetlere katılma anlamına da geldiği belirtilmiştir. Gençlerin, çevrimiçi katılımla ilgili olarak karşı karşıya kaldıkları ekonomik engellerin haricinde, kurumsal, sosyal ve kültürel engellerin varlığına da dikkat çekilmiştir. Ağlarla bağlantılı hale gelmiş toplumsal ortamlarda gençlerin akranlarıyla istişare halinde sosyal normlar geliştirebildikleri belirtilmiştir. Gençlerin, yeni medya ve gençlerin merkezde olduğu, sosyal ve kültürel dünyaların anahtarı sayılabilecek medya okuryazarlığının yeni biçimlerini geliştirdiği, araştırma sonuçları arasında vurgulanmıştır. Son olarak, akran temelli öğrenmenin resmi yönergelere ciddi anlamda alternatif yaratabilecek özelliklere sahip olduğu dile getirilmiştir.

3.3. Çevrimiçi Etnografi

Bilgisayar dolayımlı iletişim çalışmalarında kullanılan yöntemlerden birisi çevrimiçi etnografidir. Çevrimiçi etnografi, bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarında gerçekleştirilen katılımlı gözlem olarak tanımlanabilir. Mutlu Binark, Stuart Hall'un kodlama/kod açımı yaklaşımı ile James Lull, David Morley, Janice Radway, Dorothy Hobson'un klasikleşen alımlama çalışmalarından daha sonra gelişen izleyici veya kullanıcı araştırmalarını Alasuutari'nin "üçüncü kuşak alımlama çalışması" olarak adlandırdığını belirtir. Alasuutari, bu üçüncü kuşak araştırmaların

medyanın gündelik yaşamdaki rolünü kavramaya odaklandığını ifade eder (Bird, 2003, akt. Binark, 2007: 35). Bu anlamda yeni medyanın bireyin gündelik yaşamındaki yerini ele alan İnternet etnografisi çalışmaları da bir anlamda "üçüncü kuşak" iletişim çalışmaları kapsamında değerlendirilebilir (Binark, 2007: 35).

Çevrimiçi etnografi niteliksel araştırma yöntemleri arasında bulunan etnografinin bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarına uygulanmasıdır. Etnografinin teknoloji ile ilişkisini irdeleyen farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Özellikle çevrimiçi ortamlar için kullanılan "sanal" teriminin sözcük anlamıyla ifade ettiği "gerçekte olmayan", "zihinde tasarlanan" gibi kavramlar, çevrimiçi etnografinin değersizliğini çağrıştırmaktadır. Böylece, çevrimiçi ortamlardaki öznelerin gerçek olmadığı, dolayısıyla incelenen bir topluluğun, grubun bulunmadığı ima edilir. Ancak bu yaklaşımlar, ilgili alanyazın içerisindeki pek çok görüş tarafından kabul görmez, bunların, "sanal" teriminin bilgisayar dolayımı ile etkileşim halinde bulunan kişi ve grupları yansıtmadığı ifade edilir. Anne Beaulieu de (2004: 143), etnografların "siber uzamın" kendine özgü bir sosyallik içerdiğini düşündüklerini belirtir. Beaulieu'nün ifade ettiği gibi, yüz yüze etkileşimin ve saha çalışması gibi bir mekânının olmaması çevrimiçi etnografinin dezavantajı olarak görülür. Buna rağmen, Beaulieu etnografinin İnternet ortamında kullanılabileceğini, bunun mümkün olup olmadığıyla ilgili derinlemesine bir tartışmaya girmeden, "a priori" kabul eder. Christine Hine ise, bilinen araştırma yöntemlerinin teknoloji dolayımlı etkileşimler için uygun olup olmadığıyla ilgili endişelere dikkat çeker. Hine, katılımcı gözlem ve etnografik yaklaşımların bilgisayar dolayımlı etkileşimlerin araştırılmasında kullanılmasıyla ilgili alanyazına değinir. Bu konuda Nancy Baym'ın grupların çevrimiçi ortamlarda nasıl oluşturulduğu ve sürdüğüyle ilgili etnografik yaklaşımını örneklendirir. Gelinen noktada, çevrimiçi etnografinin incelenen toplumsallığı anlamakta yetersiz olduğuyla ilgili görüşler zamanla gücünü yitirmiştir.

Etnografi, temel olarak başka bir kültürün kendi sosyal bağlamında anlaşılma çabası olarak tanımlandığı için, çevrimiçi etnografi kavramının da incelenen ortamın bir "kültür" olduğunu varsaydığı ifade edilebilir. Bu varsayımla ilgili olarak, Hine, çevrimiçi ortamın etnografik saha olarak görülmesi ile İnternet dolayımlı iletişimin kültür olarak kabul edilmesi arasındaki karşılıklı bağım-

lılığa dikkat çeker. Çevrimiçi ortamın kültürel ortam olarak tanımlanması etnografinin çevrimiçi ortama uygulanabilmesi sayesindedir. Kültürel ürün olarak İnternet'e ise farklı teknoloji setleri temel oluşturur ve bunlar farklı insan grupları için farklı anlamlara sahiptir. İnternet farklı insanlara farklı şeyler ifade etmekte ve İnternet'in işlevi, riskleri ve fırsatlarına herkes kendi bakış açısından anlam yüklemektedir (Hine, 2005).

Çevrimiçi etnografi ve yeni medya ile ilgili araştırmalar, izleyici çalışmalarının da gözden geçirilmesine yol açmıştır. Kültürel çalışmalar perspektifinden bakıldığında izleyici çalışmalarının "yeni izleyici çalışmaları" olarak adlandırıldığı görülmektedir (Corner, 1991'den akt. Hermes, 2009: 113). Larry Grossberg, izleyicilerin mevcut kaynaklar aracılığıyla kendi kültürel ortamlarını yarattıklarını, güç ve egemenlik yapıları üzerindeki kendi etkilerinin ve kendilerini manipüle edecek kültürel mesajların farkında olduklarını söylemektedir (1992'den akt. Hermes, 2009: 116). Bundan izleyicilerin medya metinlerinin "pasif" alıcıları olmadığı ile ilgili bir sonuç çıkartılabilir. Grossberg, kültürel formlar ve izleyici arasındaki bağı "duyarlılık" olarak adlandırır. Duyarlılık bir tür "dahil olma" olarak tanımlanabilir. Grossberg böylece duyarlılığı "duygu durumu" ve "ruh hali" ile bağlantılandırır ve bu ruh halinin, yarattığı haritalarla bizim dünyayı nerede ve nasıl özümseyeceğimizi belirlediğine dikkat çeker (akt. Hermes, 2009: 16). Joke Hermes'in bundan çıkardığı sonuç, izleyici çalışmalarının önemli haritaları yeniden inşa etmesi ve ayrıca, kimlik ve otoriteyi, hatta ilgisizliği ve eleştirel olmayan düşünceyi yaratan enerjinin bunları nasıl ve nerede yarattığını takip etmesi gerektiğidir. Hermes'e göre, böyle bir perspektiften yola çıkınca medya üretim ve tüketimini bağlantılandıran yeni pratikler, hayranlık ve izleyiciliğin birbirinden ayırt edilmesini gereksiz hale getirmiştir. Hermes, Web 2.0'da izleyici çalışmaları, fan ve sıradan izleyici arasındaki gibi, izleyici ve kamusal arasındaki farkın da gerekli olmadığını belirtir. Hermes'e göre eski kavram setleriyle başlatılan tartışmalar artık değişmiş ve kimliklerden yola çıkmak gereksiz hale gelmiştir (Hermes, 2009: 16).

Etnografik yöntemin sahası yukarıda tartışıldığı üzere, bir topluluğun sahasıdır; ama teknolojiyle birlikte gündeme gelen "bilgisayar dolayımlı iletişim"in sosyal ilişkilerin zenginliğini göstermesi açısından ne derece zengin olduğu da tartışılan konular arasında-

dır. Buna karşın, etnografik yöntemin aslında İnternet'teki toplumsallaşmanın incelenmesi için uygun olduğu öne sürülmektedir. Dhiraj Murthy, sosyal etkileşimlerin giderek daha fazla çevrimiçi hale gelmesiyle, teknoloji dolayımlı iletişimin daha üstün görülmemesi gerektiğini belirtir. Bunun yerine Murthy, yeni medya ve "eski" medyanın dijital biçimde olanlarının araştırmacıların araçları arasında bulunması gerektiğini belirtir. Murthy, çevrimiçi anketi, dijital videoyu, sosyal ağ oluşturma sitelerini ve blogları ele alır ve çevrimiçi araştırmanın oldukça verimli sonuçlar verebileceğini söyler (2008: 849). Benzer biçimde, çevrimiçi etnografinin olumlu yönlerine odaklanan Beaulieu, Luciano Pacagnella'dan aktararak, etnografların, çevrimiçi ortamda araştırma yaparak fark edilmeyen tekniklerin olanaklarından yararlanabildiklerini dile getirir (2004: 146). Pacagnella saha araştırmalarında incelenenlerin "izleniyor" olduklarını bilmeleriyle modifiye edildiklerini vurgular (akt. Beaulieu, 2004: 146). Bu tür gözlemler araştırılan kişilerin bilgisi olmadan yapıldığında birtakım etik sorunlara yol açmaktadır; bu sorunlar çalışmanın Son Bölüm'ünde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Etnografik araştırmaların iki ayrı türü olarak tanımlanan katılımsız ve katılımcı gözlemin farkı, gözlemlenenin gözlemlendiğiyle ilgili farkındalığı ve araştırmacının araştırmaya ne şekilde dahil olduğuyla ilgilidir. Robert Ackland, araştırmacının varlığının –ya da yokluğunun– saha araştırmalarının önemli bir boyutu olduğunu belirtir (2013: 21). Ackland, katılımcı gözlemi araştırmacının kendisini açıkça ortaya koyduğu ve araştırılan öznelerle etkileşime girdiği araştırma türü olarak tanımlar. Katılımsız gözlemde ise yukarıda belirtildiği gibi araştırma öznesi araştırıldığının farkında değildir ve araştırmayla ilgili bilgisi yoktur. Katılımcı gözlemde gözlemlenenin bunun farkında olması ve davranışlarını bu şekilde manipüle etmesi riski vardır. Bu etki, *Hawthorne etkisi*[9] olarak adlandırılır (Neuman, 2003: 186). Katılımsız gözlem yaparken böyle bir risk yoktur; ancak bu yöntemin kullanılmasıyla ilgili de gözlemlenen kişinin rızasıyla ilgili bazı etik sorunlar gündeme gelebilir (Kümbetoğlu, 2005'ten akt. Soyseçkin, 2007).

9. *Hawthorne etkisi* adını 1920 ve 1930'larda Illinois, Hawthorne'da Westinghouse Elektrik tesisinde gerçekleştirilen bir dizi deneyden almaktadır. Araştırmacılar çalışma koşullarında bazı değişiklikler yaparak verimliliği ölçmeyi amaçlamışlardır. Yapılan değişikliklerden sonra verimliliğin arttığı ortaya çıkınca araştırmacılar işçilerin bir deneyin içinde olduklarını ve izlendiklerini bilerek davrandıklarını fark etmişlerdir (Neuman, 2003: 186).

Hine, çevrimiçi ve çevrimdışı etnografik yöntemlerin farklılıklarını belirtirken, çevrimiçi ortamda araştırmacının "kandırılabileceğine" dikkat çeker (akt. Soyseçkin, 2007: 266). Burada kastedilen, katılımcının cinsiyeti, yaşı veya diğer ayrıntılarla ilgili gerçek veriyi sağlayıp sağlamadığının bilinmemesidir. Hine'a göre araştırmacı katılımcıların çevrimdışı hayatına ait bir bağlantı aramamalıdır. Hine, sanal etnografın aynı zamanda siber uzamı kullanan bir katılımcı olduğunu belirtir. Özellikle, dijital oyunlar ve MUD'lar[10] ile ilgili araştırmalarda, araştırmacının da bir karakter/avatar yaratması bunun için gereklidir. Katılımcı gözlem ve katılımsız gözlem arasındaki bir fark, diğer oyuncularla iletişime geçip geçmemek konusuyla da ilgilidir. Sanal ortamda doğrudan gözlem yaparken etik sorunların gündeme gelebileceği düşünülse de sanal ortamdaki kişilerin gerçek kimliklerinin bilinmeyecek olması bu yöntemle ilgili olumlu bir özelliktir.

Çevrimiçi etnografi çalışmalarıyla ilgili olarak bir zorluk da Lisbet van Zoonen (1994) tarafından belirtilmiştir (akt. Soyseçkin, 2007: 267). Buna göre, kadınlarla erkeklerin karışık olarak bir arada bulunduğu ortamlarda, katılımcı gözlem yapan kadın araştırmacının cinsel taciz veya cinsiyetçi tavırlarla karşılaşma olasılığı vardır. İdil Soyseçkin "Siberuzamda Kimlik ve İletişim MUDS: Toplumsal Cinsiyet ve Sanal Kültür" adlı yüksek lisans tez çalışmasında, sanal kültürlerin varlığı ve özelliklerini, toplumsal cinsiyetin siber uzamdaki temsilini ortaya koymak için MUD ortamlarında anket, derinlemesine görüşme ve katılımcı gözlemin yöntem olarak kullanıldığı bir saha araştırması gerçekleştirmiştir. Soyseçkin, katılımcı gözlem için MUD'larda bulunduğu sürecin başlarında cinsiyetini belli etmeyen isimlerle MUD'lara katıldığını belirtir. Araştırmacı, bu şekilde nötr bir isimle oyuna katılmasını bir "hata" olarak değerlendirir çünkü diğer oyuncular kendisine cinsiyetçi tavırlarla yaklaşmıştır. Soyseçkin, bu durum karşısında o an için oyunu terk ettiğini ve araştırma sahasına geri dönmesinin belli bir zamanı aldığını açıklar. Soyseçkin karşı karşıya kaldığı durumun Türk Ceza Kanunu 6. Bölüm "Cinsel Dokunulmazlığa Karşı Suçlar" kapsamında olduğunu ifade eder ve bu kapsama giren yazışmaları çalışmasında sunar (2006: 106).

10. *Multi-User Dungeon* (Çok Kullanıcılı Zindan) çevrimiçi ortamda oynanan metin tabanlı bir oyundur.

Çevrimiçi etnografiyle ilgili önemli bir araştırma olarak Joke Hermes tarafından yürütülen "Marokko.nl" çalışmasından bahsedilebilir. Marokko.nl[11] 2008 yılında 150.000 üyeye ve günlük 50.000 ziyaretçiye sahip bir web sitesidir ve çoğunlukla Hollanda'da yaşayan Faslılar tarafından kullanılmaktadır. Hermes ortak arkadaşlar vasıtasıyla Marokko.nl'yi kuran çocuklarla tanıştığını belirtir. Siteyi kullananlar büyük çoğunlukla 3. kuşak göçmen Araplardır. Hollandalı-Faslıların daha çok yaşam tarzı, müzik, etnik konulardan oluşmak üzere değişik ilgileri vardır. Hermes, yeni site biçimi olarak *telenovela*nın önerildiğini belirtir. Marokko Media ve INHolland araştırma grubu 2006'dan beri bu proje üzerinde çalışmaktadır. Araştırma grubundan biri, yazarlara koçluk yapmaya başlamıştır. Amsterdam kültürel fonu senaryo yazım kursunu finanse etmiştir. Telenovela projesi geniş bir zamana yayılmaktadır. Projenin bir kısmı yaratıcı bir çalıştaya dönüşmüştür. 2008 yılında grup genişleyerek (film ve televizyon yapımcılığı, senaryo ve kamu yayıncılığı gibi konular da seçerek) ve Hollanda yayın fonundan yardım alarak çalışmaya devam eder. İzleyici araştırması diğer görevlerin ne olacağına dair alanı da genişletir. Aynı zamanda hem yazarlarla hem de Fas ve diğer Kuzey Afrika ülkelerinden gelen 3. kuşak gençlerle vakit geçirilir. Bu çalışmada Hermes, telenovelanın birlikte yaratma ile içeride ve dışarıda çifte yaşamların inşa edildiği bir süreç olduğuna dikkat çeker. Zengin ve büyüyen sosyal yapı, tekli kültürün içinde çoğulluğu öne çıkarır. Hermes, medya okuryazarlığının yüksek olmasına rağmen telenovela gerçekleşene kadar yeteneklere göre bir dağıtımın olmadığını belirtir. Hermes medya üzerinden hikâye anlatımı ve telenovelayı birlikte üretmenin yeni ve farklı yetenekler doğurduğuna dikkat çeker. Dünyanın değişimini anlayabilmek için medyanın ve izleyicinin gücünü anlamanın önemli olduğunu belirtir. İzleyici araştırması ile kategori, norm ve beklentiler değişir. Hikâye anlatıcılar ile araştırmacılar bu proje sürecinde kendi üzerlerine düşünmenin yolunu da keşfetmişlerdir (Hermes, 2009: 121-123).

11. Daha fazla bilgi için bakınız: http://home.marokko.nl/

3.4. Gözlem Teknikleri: Katılımlı Gözlem ve Pusuculuk

Çevrimiçi ortamda katılımlı gözlem yapmanın yollarından birisi "pusucu" (*lurker*) konumunda olmaktır. Bu konum, kısaca, çevrimiçi ortamdaki faaliyetler içerisinde, bu faaliyetlere aktif olarak katılmadan bulunmayı ifade eder. "Pusucu" sadece ortamı gözlemlemektedir; yorum veya paylaşımda bulunmaz. Pusucunun gözlemlenen bağlamın aynı anda hem içinde olması hem de bu bağlamın içinde olmanın verdiği rahatsız ediciliğe neden olmaması bu konumun getirdiği avantajlar arasındadır. Beaulieu, pusucu konumunun etnografik düzeyde, gözlemcinin ve kayıt cihazının fiziksel varlığının sebep olduğu müdahaleyi içermediğini belirtir. Bir anlamda, teknolojik bir aracının olması araştırıcı ve araştırılan arasında koruyucu bir ara yer işlevi görmektedir (2004: 146). Beaulieu, pusucu konumuyla ilgili bu olumlu yönlere dikkat çekerken bir taraftan da etkileşimin olmadığı ortamda etnograf tarafından toplanan verilerle ilgili bazı olumsuzluklara dikkat çeker (2004: 147). Bruce Mason, Marcus Leaning, Deborah Heath ve Christine Hine gibi bazı etnograflar çevrimiçi ortamların "kamusal" yüzünde olmayan, yani göz önünde olmayan yönlerinin gözden kaçabileceğini belirtmişlerdir. Bu nedenle Hine, yorumların yanlış anlaşılmaması ve katılarak öğrenmenin sağlayacağı katkılar nedeniyle katılımın değerine inanmaktadır (akt. Beaulieu, 2004: 147).

3.5. Çevrimiçi Etnografi Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Çevrimiçi etnografi çalışmalarının nasıl değerlendirildiği de çevrimiçi etnografinin bir diğer konusudur. Lori Kendall (2004: 127) çevrimiçi ortamla ilgili yapılan bir araştırmasını akademik dergilere yolladığında, bu konunun dergiler için yeni bir konu olduğunu belirtir. Kendall, kendi yaptığının BlueSky[12] kültürünü izleyicilere "çevirmek" olduğunu belirtir; ancak bu çeviri, izleyicilerin toplumsal araştırmanın etnografik ve diğer biçimleriyle tanışık olmasını gerektirdiği kadar İnternet ve çevrimiçi etkileşimlerle de tanışık olmasını gerektirmektedir (Kendall, 2004: 127). Kendall, BlueSky kültürüyle ilgili gerçekleştirdiği araştırmanın kişilere aktarılması sırasında aşağıdaki konuların gündeme geldiğini belirtmektedir:

12. BlueSky, MUD olarak bilinen etkileşimli, metne dayalı ve çevrimiçi forumların bir türüdür.

1. Her şeyin yazılı metin üzerinden olduğu bir ortamda katılımcı gözlemin ne ifade ettiği sorulmuştur,
2. Dolayımlı etkileşim ile ilgili hâkim kültürel görüşler açığa çıkmıştır,
3. Tüm bunların, araştırmacının kendisini sunmasına ve araştırmacının görüşleri ile araştırmanın analizinin doğruluğuna nasıl yansıdığı da bir soru olarak ortaya çıkmıştır.

Kendall akademik dergilere sunduğu yazılarına yapılan geri bildirimlerden de bahseder. Kendall bu geri bildirimleri çevrimiçi etnografi çalışmalarının değerlendirilmesi kapsamında ele alır. İletilen görüşlerin bir kısmı çevrimiçi etkileşimin önemsiz olduğunu kastetmektedir. İşin şaşırtıcı tarafı, BlueSky kullanıcılarının birçoğu da çevrimiçi ortamlardaki etkileşimi gerçek bir sosyal etkileşim olarak görmemektedir. BlueSky kullanıcıları yüz yüze görüşülmedikçe diğerlerine tam olarak güvenmediklerini de belirtmişlerdir. Yine de çevrimiçi ortamda neyin "eksik" olduğunu tam olarak tanımlayamazlar. Çevrimiçi araştırmaların değerlendirilmesi sırasında eleştirmenler araştırmacının takma isimleri değiştirmesini "verinin çarpıtılması" olarak yorumlamıştır. Kendall bu yoruma karşılık olarak, etnografların gizliliği korumak adına kişilerin isimlerini değiştirdiğini belirtir (2004: 131). Araştırmacıya yapılan eleştirilerden birisi de araştırma alanının analitik değil kişisel nedenlerle seçilmiş oluşudur. Kendall araştırmacıların birçoğunun analitik değil kişisel nedenlerle araştırma konusu belirlediğini belirtir (2004: 131). Bu ortamlarda vakit geçirmeyi tercih eden bir araştırmacının analitik becerilerini bu kişisel ilgisine katarak yeni medya araştırmaları gerçekleştirileceği söylenebilir. Yine Kendall'a analitik gözlemlerini yaparken "katılımcı" tarafından yeterince soyutlanamayacağı, eleştiri olarak ifade edilmiştir. Kendall, buna karşılık bir BlueSky üyesi olmadığını belirtir. Bunlar gibi uyarı ve eleştiriler karşısında Kendall, araştırmacıların, önceden ilgilerinin olduğu araştırma alanlarına yönelmesinin riskleri konusunda araştırmacıları uyarır; çünkü böyle bir durumda, araştırmacıların konu ve alanla ilgili seçimlerini gerekçelendirmeleri zorlaşabilmektedir.

3.6. Araştırılan Öznelerin Araştırmaya İlişkin Tutumları

Kendall'a göre çevrimiçi etnografi bir "çeviri" süreci olarak görülebilir. Kendall, bu süreci klasik antropolojide olduğu gibi araştırmacının "yerlilere" rastladığı, yerlilerin onu bir süreliğine dışladığı, daha sonra araştırmacının onların güvenini kazandığı ve araştırmayı yürüttüğü sürece benzetir (2004: 132). Kendall'a göre bu çeviri sürecinde, BlueSky kullanıcılarının olduğu kadar okurların da kültürünün anlaşılması ve araştırmacı olarak hikâyelerde nasıl yer alınacağının belirlenmesi önemlidir. Araştırmacının araştırma ortamında "kabul edilmesi" uzun bir süreci gerektirebilir. BlueSky kültüründe yeni gelenler her zaman şüphe ve umursamazlık ile karşılanır. Anonim olanlar, özellikle bu anonimliği sürdürmekte ısrar ederlerse düşmanca tavırlara maruz kalırlar.

Araştırmacı, araştırmasının ne olduğunu, nasıl gerçekleşeceğini belirtmeli ve çevrimiçi etkileşimi incelemesini iyi gerekçelendirmelidir. Çevrimiçi etnografi, içerik analizinin yapamadığı şekilde yazılı çevrimiçi etkileşimlerin derin anlamlarını açığa çıkarır. Araştırmacının katılımı sırasında geçen süre de çevrimiçi kültürün araştırılmasına derinlik kazandırır. Bu noktada çevrimiçi ilişki kurma, yakınlık kurma, güven tesisi gibi konuları ayrıntılı olarak ele almak faydalı olacaktır.

• *Çevrimiçi İlişki Kurmak ve Güven Sorunu*

Çevrimiçi etnografi yönteminin kullanıldığı araştırmalarda katılımcıların güvenini kazanmak, doğru veriyi elde etmek ve etik açısından en önemli konudur. Birbirinden farklı toplum ve kültürleri araştıran antropoloji disiplini ilk ortaya çıktığında Amerika Kızılderilileri, Avustralya ve Güney Pasifik yerlileri gibi topluluklar üzerinde yoğunlaşılmıştır. Bir anlamda klasik antropolojiye göndermede bulunarak, yeni medya çalışmalarında da kullanıcılar kastedilerek, "yerliye" ulaşmanın araştırmacı için zor bir süreç olduğu belirtilir. Yeni medya kullanıcısı, "yerliler" gibi bilinmeyen ve araştırılması gereken bir kültüre sahiptir. Bu durumda bir yandan bilgi almak, diğer yandan empati kurmak için uğraşmak gerekir. Etik sınırları ihlal etmeden katılımcının güvenini kazanmak bu nedenle önemlidir.

Shani Orgad, göğüs kanseri gibi bir konuda araştırma yaparken, ilgili sitelerde aylarca pusucu konumunda bulunduğunun ve

bu sitelerdeki söylemlere aşinalık kazanmanın önemli olduğunun altını çizer. Araştırma konusu, duyarlılık gerektiren bir konudur. Orgad, ikinci olarak söylem ve kültüre aşinalık kazanmanın önemli olduğunu belirtir:

> *Kadınların kanser deneyimlerini benimle paylaşmaları için mesaj panolarına mesaj attım. Kişisel e-postamı da bir notla gönderdim. Bazı kişiler şüpheci olabiliyor: "Senin araştırman kanser hastalarını bir ürün olarak tanıtmak için mi? Sen kendin hiç göğüs kanseri oldun mu?"* (Orgad, 2005: 55).

Görüldüğü üzere, Orgad, katılımcıların güvenini kazandıktan sonra kendisinin çok sık kişisel mesajlar aldığından bahsetmiştir.

Araştırmacılar, akademik e-posta ile araştırmanın amacının açıklanmasının da önemli olduğuna dikkat çekerler. Araştırmacı olarak, katılımcıyı bunun akademik bir çalışma olduğuna ikna etmek önemli ve gereklidir. Araştırma raporunu, araştırmanın basılı halini göndermek araştırmadaki güvenin kazanılmasını sağlar. Güven kazanabilmek için ayrıca geniş zamana yayılan bir ilişki kurmak da önemlidir. Araştırmacı olarak katılımcının önemsendiği belli edilmelidir. Araştırma konusuyla direkt bağlantı kurmadan, katılımcının özel günlerinde, katılımcı, zorluklarla karşılaştığında ona destek vermek, onu önemseyerek bu ilişkiyi gerçekleştirmek etkili bir yöntemdir. Araştırmacı katılımcılarına her şeyden önce "özne" gibi muamele etmeli, onları nesne konumunda görmemelidir. Zaten böyle bir bakış açısı ve konumlandırma etik açıdan da sorunludur.

Joëlle Kivits, çevrimiçi araştırma yürüten araştırmacının görüşüleni dinleyebilmesi, ona güven vermesi için kişisel ilişkinin oluşturulmuş olması gerektiğini savlar. Bunlarla ilgili olarak aşağıdakiler belirtilebilir:

1. Baş sallama, onaylama gibi fiziksel temasa özgü jestlerin yazılı metne uyarlanması mümkündür.
2. Görüşülen kişinin her yanıtı kişisel yaşam ortamını yansıtır: depresif olma, çocuklar veya işle ilgili sorunlar gibi. Bu durumlarda araştırmacı bir sonraki araştırma sorusunu erteleyerek destekleyici e-postalar atabilir. (Kivits, 2005: 40).

Kivits, başarılı bir niteliksel görüşmenin gerçekleştirilmesinde "yakınlık" kurmanın kilit nokta olduğunu vurgular (2005: 48-49). Kivits kendi araştırmasında e-posta görüşmesi tekniğini kullanmıştır. Bu nedenle, Kivits, bilgisayar dolayımlı iletişim sırasında yakınlık oluşturma potansiyelini daha çok e-posta görüşmeleri üzerinden irdeler ve karşılıklı e-posta değişimi sırasında yanıt vermeden önce geçen düşünme zamanını araştırmacıya ve görüşülene tanınan esneklikler olarak değerlendirir.

3.7. Farklı Araştırma Tekniklerinin Bir Arada Kullanılması

Çevrimiçi ortamlarda etnografinin kullanılmasının yeni medya araştırmaları için tek başına yeterli olup olmadığı tartışılan bir konudur. Sharon S. Kleinman (2004'ten akt. Binark, 2007: 36-37) bir web sitesiyle ilgili araştırma yaparken çevrimiçi katılımlı gözlem, görüşme ve içerik çözümlemesi gibi farklı araştırma yöntem ve tekniklerini bir arada kullanmıştır. Araştırmacı bu yöntemlerin olumlu ve olumsuz özelliklerini de sıralamıştır. Katılımlı gözlem araştırmacıya olay ve tartışmaları anında gözlemleme olanağı verir. Bu yöntemin olumsuz tarafı sürecin zaman kaybı yaratması ve araştırmacının olaylara müdahil olmasıyla ilgili etik sorunların meydana gelmesi ve araştırmacının varlığının katılımcılar üzerindeki etkileri ile ilgilidir. Araştırmada kullanılan görüşme yöntemi ile araştırmacı konu ile ilgili deneyim ve gözlem sağlamıştır; ancak her zaman grup dinamikleriyle ilgili fikir edinilemeyebilir ve çeşitli nedenlerle derinlikli bilgiye ulaşılamayabilir. Araştırmacı, içerik çözümlemesi yöntemi için de, İnternet'ten veya ilgili forumlarda e-posta iletilerinin indirilebileceğini ve anahtar sözcükler kullanarak e-postaların incelenebileceğini belirtmektedir (akt. Binark, 2007: 37).

Dhiraj Murthy, katılımlı gözlemin çevrimiçi araştırma yöntemleriyle birleştirilmesiyle "multimodal" bir etnografinin ortaya çıkacağını ve bunun daha kapsamlı ve geniş bir yaklaşım sunacağını belirtir. Bu, özellikle de sosyal ağlardan, sohbet odalarından ve bloglardan elde edilen ihtilaflı veriler için olumlu bir kazanım olabilir (Murthy, 2008: 849).

Wannes Ribbens ve Yorick Poels'in bilgisayar oyuncuları üzerinde gerçekleştirdiği araştırma (2009) farklı niteliksel yöntemlerin bir arada kullanıldığı ve yenilikler barındıran önemli bir ça-

lışmadır. Ribbens ve Poels oyuncuyu ve oyunu göz ardı etmeden oynama stilleri ve oyuncu deneyimlerini incelemek için üç farklı niteliksel araştırma yöntemini bir arada kullanmışlardır. Araştırmacılar, bilgisayar oyuncuları ile ilgili olarak gerçekleştirilen araştırmalarda genel olarak iki ayrı niteliksel yöntemden yararlanıldığını belirtirler. Gözlemler kullanıcı ve dolayım arasındaki etkileşimin incelenmesine olanak verirken, kullanıcıların kendi bildirimleri ise öznel deneyimlerin incelenmesine olanak verir. Ribbens ve Poels, "İnsan-Bilgisayar Etkileşim Araştırmaları" (video anlatım) ve sosyal bilimlerden (günlükler, odak grup toplantıları) yararlanmayı ve bunları bir bilgisayar oyunu bağlamında kullanmayı tercih etmişlerdir. Araştırmacıların temel beklentisi bu yöntemlerin birbirini tamamlaması, oyun stilleri ve kullanılan yöntemle ilgili olarak öngörü kazanmak olmuştur. Bu kapsamda, araştırma, popüler kültür üzerine yürütülen bir seminer dersi kapsamında 42 öğrencinin katılımıyla yürütülmüştür. Seminerin başlangıcında öğrenciler en favori oyunlarının, oyun türü tercihlerinin, oyunlarla ilgili motivasyonlarının ve oyuncu olarak deneyimlerinin sorulduğu bir anket formunu doldurmuşlardır. Araştırmanın ilk yöntemini oyuncuların "günlük" tutması oluşturmuştur. Katılımcılar seçilen oyunlardan birini 15 saat ve daha fazlası bir süre boyunca oynamışlardır. Bunun sonucunda oyunculardan bu deneyimi bir günlüğe yazmaları istenmiştir. Oyuncular önceden belirlenen 6 kategoriye ilişkin notlarını kaleme almışlar, ayrıca oyun süresince hoşlandıkları ve hoşlanmadıkları, neden oyun oynadıkları ve kendi oyun tarzlarını nasıl tanımladıklarına ilişkin ek notlar almışlardır. Bu yöntem kullanıcıların kendi deneyimleri ile ilgili olarak ikinci elden bilgi alınmasını sağlamıştır. Ayrıca araştırmacılar bu yöntemin oyuncunun evinde veya tanıdık olduğu bir yerde bulunarak oyun oynamasına izin verdiği için araştırmanın başlangıcında gerekli olan güvenin sağlanması için önemli bir aşama olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada kullanılan bir diğer yöntem video anlatım yöntemidir. Bu yöntem uygulanırken kullanıcılar belli bir salona gelerek 30 dakika süre ile kameralarla kaydedilmişler ve araştırmacılar tarafından tek taraflı bir aynanın arkasından gözlemlenmişlerdir. Oyunun kendisi ekran sabitleyici donanımlar kullanılarak kaydedilmiştir. Oyun oturumlarından sonra kullanıcılarla motivasyonları ve oyun tarzlarıyla ilgili olarak bir görüşme yapılmıştır. Video anlatım yöntemi kısmen yeni

bir yöntemdir. Kullanıcıları oyun sırasında gözlemleme olanağı sağlar ve oturumun sonunda kullanıcıların oyun süreciyle yüzleşmesini sağlar. Böylece video anlatım, yapılan gözleme ek olarak kullanıcının öznel deneyimi hakkında fikir verir. Dijital oyunlarda oyuncuların devamlı olarak karar verme durumunda olduğu düşünülürse bu çok yararlı bir ek özelliktir ve elde edilen bilgilerin karşılıklı doğrulanmasına katkı sağlar. Araştırmada kullanılan üçüncü yöntem odak grup toplantılarıdır. Odak grup toplantıları bir moderatörün yönlendirmesiyle analizin merkezindeki kategoriler üzerinde tartışılarak gerçekleştirilmiştir. Odak grup toplantısının başında tartışmayı başlatacak bazı genel sorular sorulmuştur; daha sonra kullanıcılar başta oyun tarzları olmak üzere detaylı olarak tartışmaya katılmışlardır. Odak grup toplantıları araştırmada kullanılan diğer yöntemleri tamamlayıcı niteliktedir ve grup dinamikleri ile bire bir görüşmelerde elde edilemeyen verilerin görülmesini sağlarlar.[13] Araştırmacılar odak grup toplantılarında günlüklerde olduğu gibi dolaylı yoldan veri elde edildiğini söyler; ancak odak grup toplantılarında grup dinamiğinin olması kullanıcıların deneyimlerini doğru verinin elde edilmesini sağlayacak şekilde geniş bir çerçeveye oturtabilmelerini sağlar. Araştırmacılar her üç yöntemi karşılaştırdıklarında günlüğün oyuncuların motivasyonlarının, deneyimlerinin ve seçimlerinin uzun bir zaman diliminde incelenmesini sağladığını belirtirler ve verinin yapay bir ortamda elde edilmemiş olmasının da bir avantaj ola-

13. Günseli Bayraktutan Sütçü, "Araştırma Bize Ne Öğretir? Yönteme ve Araştırmacıya Eleştirel Bakabilmek" adlı makalesinde (2008) niteliksel bir araştırma yöntemi olarak odak grup görüşmelerini bir değerlendirmeye tabi tutmuştur. Araştırmada örnek olay olarak "Ankara Mikro Ölçeğinde İnternet Kafe Kullanım Örüntüleri" başlıklı proje ve bu projenin alan çalışması için gerçekleştirilen odak grup görüşmeleri kullanılmıştır. Belirtilen araştırma projesinde odak grup görüşme ekibi olarak yer alan öğrencilerden bir kısmının odak grup tekniğinin sorgulanmasına yönelik çalışmanın içinde olmaları sağlanmıştır ve bu sorgulama yine bir odak grubun düzenlenmesiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmacıların odak grup görüşmesi içindeki bireysel rollerinin düşünümsel bir bakış açısıyla gözden geçirilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda ortaya çıkan sonuç ve önerilerden bir kısmı; odak grup görüşmelerinde soru sayısının iyi belirlenmesi gerekliliği, araştırmacının araştırma konusuna olan hâkimiyetinin önemi ve riskleri, görüşmeleri deşifre etmenin özdüşünümsel süreci kolaylaştırması, araştırmacıların önyargılarının araştırma süreci içerisinde geçirdiği dönüşüm olarak belirtilebilir. Odak grup görüşmelerinin niteliksel araştırma yöntemi olarak verimli sonuçlar verebildiği, önceden öngörülmemiş ilişki ağlarının keşfedilmesine katkı sundukları çalışmanın temel çıkarımları arasındadır.

rak altını çizerler. Bu yöntemin, doğrudan gözlem yapmakla ilgili eksikliği video anlatım yönteminin kullanılmasıyla giderilmeye çalışılmıştır. Video anlatım kısa bir zaman dilimi içerisinde yapılan bir gözlemi içerir ancak yine de oyun ve oyuncu arasındaki etkileşimi görme imkânını verir. Odak grup toplantıları da grup dinamiklerinin oluşmasını ve kullanıcıların kendi deneyimlerini daha geniş bir bakış açısından görebilmesini sağlar. Sonuç olarak, farklı yöntemlerin kullanılması ile verilerin birbiri ile karşılaştırılmasının mümkün kılınmasını araştırmacılar şu şekilde özetler: "Farklı yöntemlerin kullanılması kullanıcıların bir kaynak ile veri sunmasını günlük ile, oyun faaliyetiyle sunmasını video anlatım ile ve diğer oyuncularla olan etkileşim ile sunmasını odak grup toplantıları ile sağlamıştır" (2009: 6).

3.8. Çevrimiçi Etnografik Araştırmada Teknikler ve Ortamlar

Etnografik araştırmanın sadece klasik anlamdaki sahaya bağlı olması anlayışı, etnografik yöntemin bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarında kullanılması ile zamanla ortadan kalkmıştır. Araştırmacı bulunduğu yer ev, işyeri vb de olsa etnografik araştırmayı sürdürebilir. Etnografik araştırma Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarında da dijital video, günlükler gibi farklı teknikler kullanılarak da gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Ancak Murthy, sosyal araştırmalarda bu yeni medya ortamlarının kullanımını umut verici bulmakla birlikte, etik ve gizlilikle ilgili dikkat edilmesi gereken bazı hususlara işaret eder (2008: 845). Bu hususlar çalışmanın Son Bölüm'ünde detaylı olarak ele alınacaktır. İlk olarak etnografik araştırmada e-posta kullanımı üzerinde durulacaktır.

• *E-posta görüşmesi ile araştırmak*

E-posta yoluyla gerçekleştirilen etnografik araştırmanın ayırt edici özelliği eşzamansızlık ve kişisellik sağlamasıdır: Araştırmacı ve yanıtlayıcı arasında e-posta alışverişine dayanan bir ilişki vardır. Çalışılan konu ile ilgili olarak araştırmacı ve görüşülenin, e-posta alışverişine dayanan görüşme ilişkisiyle birbirine bağlılığını gerektirir. Önceki kısımda açıklanan Kivits'in çalışması bu tür bir görüşme ilişkisinde yakınlığın önemi üzerinde durmaktaydı. Kivits'in belirtilen araştırmasında e-posta görüşmeleri, araştır-

macının görüşme yapmaya istekli olanlara yolladığı ve araştırma yöntemi, amaçları ve gizliliği ile ilgili bilgi veren bir e-posta ile başlamıştır. Kivits, görüştüğü bazı kişilerle arkadaşça ilişkiler geliştirdiğini belirtirken, bazı kişiler tarafından da sorgulayıcı gibi algılandığını belirtmiştir. İlk mektuba verilen yanıtlarda araştırmacıya yaşı, işi, hobileri gibi konularda farklı soruların sorulduğu görülmüştür. Görüşme öncesinde gerçekleşen bu e-postalar görüşülen kişiyle ilgili pek çok ipucunu da barındırır. Karşılıklı olarak "kendini açma", görüşmelerdeki ilişkinin temelinin oluşturulabilmesi için önemlidir. Çevrimiçi araştırma yürüten araştırmacının görüşüleni dinleyebilmesi, ona güven vermesi kişisel ilişkinin oluşturulabilmesi için önemlidir. Görüşülen kişinin her yanıtı kişisel yaşam ortamını yansıtır. Örneğin e-postanın içeriğinden kişinin yaşamındaki sorunlar, kaygılar anlaşılabilir. Güvenin oluşmasını sağlamak burada yüz yüze araştırma ortamlarına göre daha önemlidir çünkü görüşmenin devam etmesi için görüşülen kişinin cesaretlendirici işaretlere ihtiyacı vardır. Güvene dayalı böyle bir ilişkiyi geliştirmek hem görüşmeci hem görüşülenin aktif olarak katıldığı uzun bir süreçtir. E-posta görüşmelerinin sürekliliği görüşme ilişkisinin temel bir unsurudur. Kivits'in araştırmasının görüşme aşamasında, 3 ay için yola çıkıldığı halde süre 1 yıla ulaşmıştır. Görüşmenin eşzamansız oluşu süreyi belirsiz kılmaktadır ve bu süre görüşülen kişiden kişiye değişmektedir. Araştırma boyunca görüşülen kişinin ilgisini canlı tutabilmek önemlidir. Uzun yazılmış e-postalar görüşmelerin süreceği anlamına gelmez. Kivits, kısa e-postaların görüşmeleri daha devamlı kıldığını savlar. Araştırmadaki önemli risklerden birisi görüşülenin araştırmaya devam etmeme durumudur. Derinlikli niteliksel verinin elde edilmesi belirli bir süre içerisinde e-posta alışverişinin sürmesine bağlıdır. Eşzamanlı görüşmelerden farklı olarak eşzamansız görüşmeler katılımcıların yaşamlarındaki farklı anları yakalar. Ayrıca, görüşülen kişi araştırmacının sorduğu sorular haricinde de bazı bilgiler verebilir. Örneğin konuşulanlarla ilgili olarak bazı ek yazı ve bilgilerin gönderildiği olmuştur. Çevrimiçi ortamdaki niteliksel bir araştırmanın kilit noktasının araştırma süresince yakın ilişkinin korunması olduğu belirtilmiştir. E-posta alışverişinde araştırmacı ve araştırılan arasında tekrarlayan e-postaların esnekliği ve soru sormak/yanıt vermek için düşünecek bir zamanın olması e-posta görüşmesinin düşünümselliğine işaret eder.

• *E-gruplar ile çalışmak*

Gamze Göker (2007: 205-247), İnternet'in Türkiye kadın hareketi üzerindeki etkisini araştırdığı yazısında Kadın Kurultayı E-Grubunu ele alarak, İnternet'in Türkiye özelinde kadın hareketi çerçevesindeki politik tartışmalara olan katkısını tartışmıştır. Göker'in Kadın Kurultayı E-Grubu araştırmasının görüşmeleri Mart-Mayıs 2006 arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma alanı olarak Kadın Kurultayı E-Grubu seçilmiştir. Araştırmanın veri alanını da Kadın Kurultayı E-Grubu'na gönderilen yazılı mesajlar oluşturmuş ve mesajlar üzerinden metin çözümlemesi yapılması planlanmış ancak söz konusu e-grubun kamuya kapalı olması nedeniyle e-grup üzerinden yürütülecek araştırma yönteminin grup üyelerini rahatsız edeceğine karar verilmiştir. Bu kaygıdan hareketle araştırma verilerinin e-grup üyeleri ile yüz yüze görüşmeler ya da e-posta ve telefon görüşmeleri ile devam ettirilmesi amaçlanmıştır. Görüşülen kişiler ile yüz yüze, e-posta veya telefon ile görüşülmesi görüşülen kişilerin ikamet ettikleri illere göre değişmiş, Ankara il sınırları içerisinde bulunanlar ile yüz yüze görüşülmüştür. Bu görüşmeler sırasında görüşülen kişinin güveninin kazanılmasının önemi ve araştırmacının görüşülen kişiyi araştırmanın amacı ve konusu hakkında bilgilendirmesinin önemi belirtilmiştir. Araştırma, kadın aktivizminin e-gruplar üzerinden nasıl sürdüğünü anlamak açısından e-grup üyeleri ile farklı veri toplama yöntemleriyle gerçekleştirilen bir çalışma olması açısından önemlidir.

• *Skype ile Derinlemesine Görüşme Gerçekleştirmek*

Ackland, çevrimiçi araştırmaları eşzamanlı ve eşzamansız olarak iki grupta tanımlar (2013: 31). Eşzamansız görüşmelerde araştırmacı ve katılımcı aynı zamanda araştırmada bulunmak zorunda değildir. Eşzamanlı araştırmalar ise aynı zamanda gerçekleşecek bir etkileşimin olmasını gerektirir. Eşzamanlı çevrimiçi araştırmalar konferans yazılımları ya da Skype gibi uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Ackland, e-posta görüşmelerine göre Skype kullanımının da aralarında bulunduğu eşzamanlı görüşmelerin daha az kullanıldığını belirtir ve bunun teknolojik bazı zorluklardan kaynaklanabildiğine dikkat çeker (2013: 32). Skype türü eşzamanlı görüşmeler yüz yüze görüşmelere çok benzerler,

genelde katılımcıların sosyal olarak kendilerinden beklenen cevabı oluşturacak zamanları yoktur. Skype, odak grup görüşmeleri için de kullanılabilir. Görüşme metninin oluşturulmasında da Skype'ın sohbet *(chat)* özelliği kullanılabilir.

Ackland'a göre, çevrimiçi görüşmede, araştırmacı görüşülen kişiye araştırmanın amacı, içeriği vb ile ilgili bilgi sunmalıdır. Katılımcılara, görüşme öncesinde araştırmacıların tanıtıldığı bir web sayfasının sunulması yakınlığın geliştirilmesine yardımcı olacaktır (2013: 33).

• *Odak Grup Görüşmesi Gerçekleştirmek*

Araştırma türleri arasında bulunan görüşmelerin bir alt dalı olarak tanımlanabilecek olan odak grup görüşmeleri çevrimiçi ortamlarda da uygulanmaktadır. Çevrimiçi odak gruplar, toplumsal araştırmalar için olduğu kadar kamuoyu ve pazarlama araştırmaları için de kullanılmaktadır (Ackland, 2013: 33). Poynter, çevrimiçi odak grup görüşmelerinin klasik odak grup görüşmeleri ile pek çok benzerliği bulunduğuna dikkat çeker (2012: 151). Klasik odak grup görüşmelerinde olduğu gibi, çevrimiçi odak grup görüşmelerinde de bir moderatör kimin ne yazdığını izlemek durumundadır (2012: 156). Poynter, çevrimiçi odak gruplarda katılımcıların klasik odak grup katılımcılarına göre daha konuşkan olduklarına (yazı ile) dikkat çeker ancak birbirleri ve moderatörler ile olan uyumlarında da aksamalar olabilmektedir. Bu aksaklığı gidermek için odak grup görüşmelerini klasik odak grup görüşmelerine kıyasla daha az kişiyle (8-12 yerine 6-8 arasında katılımcı) yürütmek tavsiye edilmektedir; ancak çevrimiçi odak grup görüşmelerindeki katılımcı sayısı için farklı araştırmacılarca varılabilmiş bir görüş birliği yoktur. Benzer şekilde çevrimiçi odak grup görüşmelerinin süresi için de farklı görüşler gelmektedir; ancak yine klasik odak grup görüşmelerine kıyasla çevrimiçi odak grup görüşmelerinin daha kısa olması gerektiği yönündeki görüşler ağır basmaktadır. Poynter, çevrimiçi odak grup görüşmelerinde iki ayrı moderatörün kullanılabileceğine dikkat çeker (2012: 158).

Poynter, odak grup görüşmelerinin avantajları ve dezavantajları ile ilgili olarak yaptığı değerlendirmede maliyet, kalite, müşterinin rolü[14], medya kullanım rahatlığı, erişim, hız gibi faktörleri

14. Bu rol, bilimsel amaçlı araştırmalar için katılımcının rolü olarak değerlendirile

ele alır. Kalite faktörü ele alındığında çevrimiçi ortamda gerçek bir etkileşim yaratmanın zorluğu ve moderatörün sözsüz iletişime dair öğelere erişemediği ile ilgili bir dezavantajın bulunduğu Poynter tarafından belirtilmektedir (2012: 164). Ancak klasik ve çevrimiçi odak grup görüşmelerinin karşılaştırılmasına dayanan araştırmalarda benzer sonuçların elde edilmesi çevrimiçi odak grup görüşmelerinin kalitesi ile ilgili olarak umut verici olmuştur. Çevrimiçi toplulukların daha geniş bir çevreye yayılması ve gruplara fiziksel olarak ulaşmanın gerekmemesi gibi faktörler çevrimiçi odak grup görüşmelerinin erişim ve hız ile ilgili olarak barındırdığı olumlu özellikler arasındadır. Ackland da, çevrimiçi odak grupların avantajları arasında az maliyetli olmalarını, geniş bir katılımcı yelpazesine ulaşabilmelerini, başkalarıyla hemfikir olma baskısının daha az olmasını ve moderatörün ne düşündüğü ile ilgili olarak ipuçlarının olmamasına bağlı olarak katılımcıların moderatörün etkisinde olmadan davranabilmesini göstermektedir (2013: 34). Ackland, çevrimiçi odak grup görüşmelerinin katılımcılar için taşıdığı riskler arasında fiziksel olarak tanınabilir olmalarını ve tartışmaya yaptıkları katkının daha belirgin olduğunu belirtir. Poynter'e benzer şekilde, Ackland de çevrimiçi odak grup görüşmelerinde sözsüz iletişimden elde edilen ipuçlarının bulunmadığını bir dezavantaj olarak belirtir ve görsel bazı ipuçlarının mevcut olmamasının katılımcıyı mahcup edecek verilerin elde edilmesine yol açabileceğini vurgular. Ackland, eşzamanlı gerçekleşmeyen odak grup görüşmelerinde moderatörün grubu yönetmesinde de zorluklar oluşabileceğini belirtir (2013: 34). Benzer bir zorluğa Poynter tarafından da dikkat çekilmiştir. Odak grup görüşmesi devam ederken yazısını göndermekte geciken bir katılımcı önemli bir konuya değinmişse, moderatör devam eden konuyu tekrar bir önceki konuya geri döndürmek ile katılımcıya kişisel yanıt vermek arasında kalabilir (2012: 156).

Poynter, çevrimiçi odak grup görüşmelerinin karşısında yer alan savların çevrimiçi odak grup görüşmelerinde grup içi dinamiğinin yaratılmasındaki eksikliklere, içgörü derinliğinin, sözsüz bilgi kaynaklarının olmamasına, görüşmelerin yazı becerisiyle sınırlı kalmasına ve uyarıcıların sınırlı olmasına odaklandığını belirtir (2012: 167). Çevrimiçi odak grup görüşmelerinin yanında

bilir. Bu durumda Poynter'ın pazar müşterilerini göz önüne alarak yaptığı saptamaların hepsinin araştırma katılımcıları için geçerli olmayacağı göz önüne alınmalıdır.

yer alan savlar ise, katılımcıların birbirlerinden etkilenmeden yanıt vermelerine, ulaşılan grupların temsil yeteneğinin yüksek oluşuna, grupta hâkimiyet sağlayan kişilerin ortaya çıkamamasına ve maliyet konusundaki olumlu özelliklere odaklanırlar (2012: 167 168). Poynter, Colin Cheng, Dennis Krumwiede, Chwen Sheu gibi araştırmacıların çevrimiçi odak grup görüşmeleri üzerinde yaptıkları araştırmalar doğrultusunda şu bulguların elde edildiğine dikkat çeker: Çevrimiçi yöntem, katılım ve kendini ifade etme denklemi açısından olumludur; karşılıklı sohbet imkânı olmadığı için çevrimiçi gruptan daha az veri gelmektedir; ulaşılan bulguların kalitesiyle ilgili sonuçlar tutarlı değildir; elde edilen içgörünün kalitesi açısından belirleyici olan, yöntemin çevrimiçi veya klasik olması değil, moderatörün becerisidir (2012: 168).

• *Bloglar üzerinde çalışmak*

Bloglar, çevrimiçi etnografinin araştırmacıları tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bloglar üzerine çalışan bir akademisyen olarak Jill Walker'ın perspektifinde blog arenası "blogosfer" olarak tanımlanmaktadır (akt. Murthy, 2008: 846). Walker, blogları 3 kategoriye ayırır: 1) Entelektüel arena 2) Araştırma blogları 3) Takma isimli bloglar. Bunları sırasıyla şu şekilde açıklar: İlki kendini açıklayan bloglar, ikincisi blog önerileri ve araştırmayı destekleyen veri paylaşımı ve üçüncüsü blog yazarları tarafından fildişi kuleyi eleştirenlerin oluşturduğu bloglar. Murthy, Walker'a ek olarak blogların taşıdığı etkileşim potansiyeline dikkat çeker (2008: 847). Luke Eric Lassiter, etnografik sürecin blog türlerinde deneyimlenebileceğini söyler (akt. Murthy, 2008: 847). Bu sürecin adı "işbirlikçi etnografi"dir ve burada kişiler araştırmacının çalışmasına fikirleri ve eleştirileriyle dahil olabilirler. Bu yolla bloglar demokrasinin güçlendiği ve etnografik sürecin potansiyeli olan yerler haline gelir (2008: 847).

Günseli Bayraktutan Sütçü 2010 yılında doktora tezi olarak gerçekleştirdiği "Blog Ortamı ve Türkiye'de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği" adlı çalışmasında, entelektüel ve medya arasındaki ilişkiyi yeni medya bağlamında incelemiştir. Çalışma kapsamında öncelikle entelektüel kavramına ilişkin bir alanyazın taraması ve değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, geleneksel medyada akademik entelektüellerin varoluşu

na ilişkin bir tarama eklenmiştir. Akademisyen entelektüellerin İnternet üzerinden varoluşlarını mümkün kılan bloglar üzerinde metin çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Metin çözümlemesi ile akademik entelektüelin "bireysel ve toplumsal portresi" saptanmış ve entelektüel kavramsallaştırmalarıyla ne kadar örtüştüğü izlenmiştir. Araştırmada kullanılan bir diğer yöntem akademisyenler ile tek tek yapılan derinlemesine görüşmelerdir. Derinlemesine görüşmeler ile bloglar üzerinde yapılan metin çözümlemesinin blog sahipleri tarafından nasıl yorumlandığı üzerinde durulmuştur. Bayraktutan Sütçü'nün entelektüeller ve yeni medya kullanımı araştırması, birden çok yöntem bir arada kullanılarak elde edilen verilerin doğrulamasının yapıldığı bir çalışmadır. Bayraktutan Sütçü derinlemesine görüşmelerinin ve metin analizinin araştırma kapsamında birbirini desteklediğine dikkat çeker (2010: 177). Profil analizi olarak adlandırılan ilk aşamada blog sahibi akademisyenlerin *blogger.com/blogspot.com* gibi blog ortamlarında doldurdukları ve kendilerini tanımladıkları profil bilgileri belli anahtar kelimelerle taranmıştır. Profil analizi ile oluşturulan tanımlayıcı kategorilere göre akademisyen blogcuların betimleyici bir görünümü ortaya konulmuştur. Daha sonra ise, ikinci aşamada, blog sahipleriyle yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Profil analizi ile cinsiyet, yaş, akademik çalışma alanı, bloglara erişim (şifreli-şifresiz), blog yazarı sayısı, blogda kimlik tanımlayıcısı olarak isim olması, blog isminde akademik çalışma alanına vurgu olması, akademik unvan, fotoğraf kullanımı, web sayfasına bağlantı, e-posta, MSN gibi uygulamalara yer verilmesi, blog profilinde multimedya uygulamalarının varlığı, hobiler, beğeniler vb blogcuların yaşadıkları kentlere göre dağılımı gibi kategoriler oluşturulmuştur. Blogların metin analizinde içerik, tasarım ve bloğun yapısına dönük tanımlayıcı bir çerçeve oluşturulmuştur. İncelemeye alınan 183 blog, metin analizi ve derinlemesine görüşme için dört ayrı kategori altında değerlendirilmiştir: politik yorum bloğu, pedagojik amaçlı blog kullanımı, akademik ilgi alanına dönük blog kullanımı ve anne-çocuk bloğu. Araştırma kapsamında derinlemesine görüşme yapılan blog sahipleri profil analizi sonucunda ortaya çıkan kategorileri en doğru temsil eden blogların sahipleridir. Öncelikle blogların sahipleriyle e-posta ile iletişim kurulmuş, daha sonra yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında

yarı yapılandırılmış görüşmeler yürütülmüştür; görüşmelerin temel konu başlıklarını içeren bir soru listesi bulunmasına rağmen görüşmeler soruların sorulma sıklığı ve ek sorularla birbirinden farklılaşmaktadır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edilme nedeni blogların her kullanıcıda farklı özellikler göstermesidir. Bu nedenle blogların incelenmesinde niteliksel bir yöntem kullanmak zorunlu hale gelmektedir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğinin seçilmesi ile ilgili ikinci neden, seçilen dört görüşmecinin farklı kategorileri temsil etmesidir. Bu farklılıktan ötürü araştırmacı, görüştüğü her kişi için ayrı sorular üretmiştir. Araştırmanın sonuçları genel olarak dört başlık altında toplanmıştır: "akademik entelektüellerin blogların etkileşimsellik özelliğini yetersiz kullandıkları, bloglar üzerinden örgütlü, muhalif toplumsal hareketlerle ilişkili olmadıkları, güncel olan ve geleneksel medyanın gündeminde varolan çeşitli gelişmeleri ve olayları dahi blog ortamına aktarmadıkları ve bir birliktelik, grup, sanal cemaat örüntüsü kur(a)madıkları ve geliştir(e)medikleri" (2010: 219). Araştırmacı, araştırma sonuçlarının tüm akademik entelektüelleri kapsayacak ölçüde genelleştirilemeyeceğini de yöntemle ilgili sonuç değerlendirmesinde belirtmiştir (2010: 218).

Türkiye'de bloglar üzerine yapılan çalışmalar arasında Tuğçe Erbaş'ın "Türkiye'de Tumblr Blog Ortamındaki Popüler Blogcuların Kullanım Pratikleri" (2011) adlı yüksek lisans çalışması da sayılmalıdır. Erbaş çalışmasında, blogların yeni medya ortamında İnternet kullanıcılarının tercih ettiği önemli bir iletişim aracı olduğu varsayımından hareket etmiştir. Araştırma kapsamında toplam 33 Tumblr blog yazarı incelenmiştir. 33 blog yazarından 11'iyle ise derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklemini sınırlamak için takipçi sayısı 500'den az olan bloglar örnekleme dahil edilmemiştir. Web sitesine göre kullanımı daha kolay ve esnek olan blogların popüler kullanıcılarına yönelik olarak mahremiyet algısı, sanal uzamda benliğin sunumu, var olma ve görülme isteği gibi konuların araştırılması amaçlanmıştır. Yöntem olarak sanal etnografik alan araştırması ve derinlemesine görüşmeler kullanılmıştır. Araştırmacı, sanal etnografi yöntemi ile bireylerin blog ortamındaki varoluş nedenlerini ve varoluş biçimlerini, bizzat o ortamda gözleme şansı bulduğunu ve bu iletişim pratiklerini kendi bağlamları içerisinde sağlıklı bir

biçimde değerlendirebildiğini belirtmiştir (2011: 60). Sadece metin çözümlemesi ile elde edilemeyecek bilgilere çoklu yöntemin kullanılmasıyla ulaşıldığı da Erbaş tarafından belirtilmiştir. Araştırmada "popüler" blogların seçilmesi için farklı yöntemler uygulanmıştır. İlk olarak, Tumblr blog sağlayıcısında etkin olan bazı blogların yazarlarına e-posta gönderilerek onların hangi blogları takip ettikleri öğrenilmiştir. İkinci olarak, araştırmacı tarafından yaratılan bir Tumblr blog hesabıyla katılımcı gözlem yöntemi kullanılarak blog üzerindeki gönderiler incelenmiştir. İncelenen 33 popüler blogun bir ay boyunca gönderdikleri iletiler arşivlenmiş, betimleyici metin analizi ile sınıflandırılmıştır. Bunun ardından blog yazarlarının profil analizi yapılmış ve demografik özellikler ortaya çıkarılmıştır. Daha sonra bloglarda paylaşılan üretimlerin içeriğine yönelik olarak tematik analiz yapılmıştır. Araştırmada içerimlenen 33 blog arasından daha popüler olduğu varsayılan 11 blogun yazarıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler uygulanmıştır. Bu görüşmelerde önceden hazırlanmış sorular sorulmuş ancak görüşmenin doğal akışının bozulmamasına da özen gösterilmiştir. Kullanılan yöntemler ile ilk olarak Tumblr blog ortamında blogcuların ne paylaştığı ortaya konulmuştur. Araştırmada kullanılan farklı yöntemler, derinlemesine görüşmeler ile kullanıcıların blog yazma ve popüler kültür arasında bir ilişki kurması ve bu kullanıcıların blog paylaşımlarının da popüler kültür öğeleri içermesiyle birbirlerini doğrulamıştır. Kullanılan araştırma teknikleri ile yeni medya ortamındaki bloglarda bireylerin ideal benlik sunumu yapıp yapmadığı da ortaya konulmuştur. Araştırma, bireylerin çevrimiçi ortamı nasıl kullandıkları, yeni arkadaşlıklar ve sosyal ortamlara yeni medya aracılığıyla nasıl dahil olabildikleri üzerinde durmuştur. Araştırmacı, bireylerin kendilerini sanal uzamda nasıl ifade ettiklerinin ve konumlandırdıklarının anlaşılması için nicel yöntemlerden çok derinlemesine yöntemlerin ve odak grup görüşmelerinin kullanılmasını önermektedir.

• *Twitter dolayımı ile etnografik araştırma*

Bir mikroblog olan ve statik blog ortamından hareketli, yaşayan bir platforma geçiş olanağı sunan Twitter'ın izleyici araştırmalarındaki potansiyeli alanyazında tartışılmaktadır. Yeni medya

ortamında izleyicinin "üretici" ve "tüketici" olma konumu Twitter için de geçerlidir. Ruth Deller, Twitter üzerinden yürüttüğü tartışmada "katılımcı kültürü" ve "etkileşim" kavramlarına odaklanır (2011: 217). Ona göre, medya "üreticileri"nin, ünlülerin ve diğer kamusal sektörlerin ortak bir servis sağlayıcısında buluşması çarpıcıdır. Deller, akademik, politik aktörlerin, iş ve medya dünyasının bu platformun gücünü anlamaya başladığını belirtir.

Deller, kendi izleyici araştırmasında Twitter'ı kullanmıştır. Araştırması 8 bölümden oluşan bir belgesel serisiyle ilgilidir. Deller 8 haftalık süre içerisinde programla ilgili Twitter hareketlerini günün belli zaman dilimleri içerisinde incelemiştir. Her hafta için belli anahtar kelimelerin ve programın adını kullanarak ilgili tweetlere ulaşmıştır. Daha sonra, tweetlerin içeriğine göre verileri kategorilendirmiştir. Yayınları takiben, kısa bir çevrimiçi anket uygulayarak programla ilgili görüşleri almıştır. Deller araştırmasının sonunda neden televizyonda izlenen bir program ya da okunan bir gazete yazısıyla ilgili tweet atıldığına dair soruyu yanıtlamaya çalışmıştır. Yaptığı araştırma ile bunun çok çeşitli yanıtları olabileceğini fark etmiştir: Twitter, bazıları için sadece izlediği bir şeyi başkalarına tavsiye etme aracı iken, diğerleri için kendi görüşlerinin duyulmasını sağlayan bir ortam olarak kullanılmaktadır. Deller, izleyici araştırmalarında Twitter'ın kullanılmasının medya izleyicisinin insanlarla etkileşime girdiği ya da medya üretiminde bulunduğu yeni yolları bize gösterebileceğini belirtir; ancak Twitter'ın tüm izleyici araştırmaları için en iyi araç olmadığını da belirtir çünkü Twitter kullanıcıları herhangi bir metnin tüm izleyicilerini temsil etmemektedir. Ayrıca Twitter ortamı daha çok ünlülerin ya da resmi hesapların gücü ile bilginin dolaşımını sağladığı için, demokratik bir ortamın tam olarak sağlanamadığı da gözden kaçmamalıdır. Bu bölüm kapsamında etnografik araştırmada ele alınan ortamlar arasına Twitter dahil edilmiştir; benzer şekilde, Facebook ile ilgili olarak da alanyazın araştırması yapılabileceği belirtilebilir.

• *MUD'lar ile çalışmak*

Yukarıda kısaca bahsedildiği üzere İdil Soyseçkin (2007: 251-280), sanal uzamda ve MUD'larda eril-dişil kimliklerin yeniden inşasını irdelediği araştırmasında bilgisayar dolayımlı iletişim

ortamlarından birisi olan MUD'ları ele alır. MUD'ın açılımı *Multi-User Dungeon*'dır (Çok Kullanıcılı Zindan) ve ağ üzerinde oynanan metin tabanlı bir oyun olarak açıklanabilir. Soyseçkin, MUD'ların aynı zamanda "çok kullanıcılı alan" ya da "çok kullanıcılı boyut" olarak da adlandırılabileceğini belirtir (2007: 252-253). Oyunun adı 1970'lerde yaygın olarak kullanılan "Zindanlar ve Ejderhalar"dan gelmektedir. Soyseçkin'in araştırması kapsamında, siber uzamda ve özellikle de MUD'larda toplumsal cinsiyetin nasıl bir rol oynadığına bakılmaktadır. Alan araştırmasında anket, derinlemesine görüşme ile doğrudan ve katılımcı gözlem gibi veri toplama teknikleri kullanılmıştır. Ayrıca, MUD oyuncuları tarafından belli konularda forumlara gönderilen yazılar ve oyunculara gönderilen e-postalar da veri toplama teknikleri arasında kullanılmıştır. Araştırma yapılan ortamın MUD'lar olması nedeniyle, çoğu kişinin oyun sırasında rol yapmış olabileceği araştırmada ifade edilmektedir. Örneğin bazı katılımcıların karşı cinsiyetten biriymiş gibi davranmış olabileceği belirtilmiştir. Araştırma kapsamında bilgi toplamak için anket kullanılırken, bir kişinin bir anketi birden fazla cevaplayıp cevaplamayacağının bilinmesi temel riskleri oluşturmuştur. Yine katılımcıların cinsiyetleriyle ilgili olarak kişilerin verdiği beyanlar esas alınmıştır. Araştırmada uygulanan anket soruları deneyimli 10 MUD oyuncusunun görüş ve önerileri sonrasında son şeklini almıştır. Araştırma kapsamında anket, katılımcılarının demografik yapısını ve İnternet kullanım pratiklerini ortaya çıkarmıştır. Araştırmanın diğer soruları, araştırmada kullanılan diğer araştırma teknikleriyle birlikte incelenmiştir.

• *Dijital video üretmek*

Murthy'ye göre etnografik araştırmada dijital video kullanımı yeni değildir; yeni gelişme, videoların blog ve forumlara konulmasıdır. Dijital videodan üç şekilde faydalanılabilir: 1) Araştırılan kişinin video (oto)biyografi yazarı olması, 2) kamuoyu için video oluşturulması ve 3) webkameralar. Murthy, etnografide temsilin her zaman kritik bir konu olduğunu belirtir. Araştırılan öznelerin "video günlükleri" ile öztemsillerini sağlaması sıklıkla ve başarıyla kullanılan bir teknik haline gelmiştir. Murthy, Economic and Social Research Council (ESRC) tarafından yürütülen

"Live Sociology" Projesinde (2007) video teknolojisinin kullanıldığı bir araştırmadan bahseder. Video Girişimi Değerlendirmesi adıyla yürütülen bu video günlükleri projesinde Boston Çocuk Hastanesi'nde astımlı hastalara elde taşınan kameralar verilmiş ve doktorlara hastalıklarıyla ilgili bilgi vermeleri istenmiştir. Murthy, araştırmada iki konunun çok ufuk açıcı olduğunu belirtmiştir: katılımcıların iletişim kurmakla ilgili oluşan istek düzeyleri; hastaların video ile öztemsillerini gerçekleştirmeleriyle, kendilerinin ne yaptığıyla ilgili gözlemleri ve ne yapmaları gerektiğiyle ilgili bilişsel tutarsızlığın ortaya çıkması. Murthy'ye çarpıcı gelen, sadece katılımcıların kendilerini anlatmak üzere iletişim kurmak için derin bir arzu duyması değil, aynı zamanda özel durumlarını anlatmadaki istekleridir. Murthy'ye göre araştırmacı özel hayatı ve hikâyeyi ancak bu şekilde kazımalıdır.

Dijital video kullanımı ile ilgili olarak Türkiye'de gerçekleştirilen bir çalışma Burcu Şimşek tarafından uygulanan dijital hikâye anlatımı atölyesidir[15]. Dijital hikâye anlatımı kolaylaştırıcılar tarafından yönlendirilen atölye ortamlarında belli aşamalar takip edilerek yürütülen kişisel anlatılardır (Şimşek, 2013: 280). Dijital hikâye anlatımı atölyelerinde katılımcılar hikâye anlatıcıdır ve kolaylaştırıcılar katılımcıların katılımını teşvik ederek onlara belli seçenekler sunmakla görevlidir. Şimşek, dijital hikâye anlatımı atölye çemberi için 6 adımdan oluşan bir döngü tanımlamıştır. Bu 6 adım hikâye çemberi, hikâyenin kâğıda dökülmesi, ses kaydının yapılması, görsellerin hazırlanması, dijital hikâyenin bir araya getirilmesi ve grup içi gösterimi içermektedir. Hikâye çemberi aşaması katılımcıların çember şeklinde otururak hikâyelerini anlatmalarını içerir. Hikâyenin kâğıda dökülmesi aşaması hikâyeyi derleyip toparlamak için gerçekleştirilen ve ses kaydını da kolaylaştırması beklenen bir aşamadır. Ses kaydı dijital hikâyenin en önemli öğesi olarak sesin kaydedilmesini ve kaydedilmiş ses üzerinden dijital bir form oluşturma çabasını içermektedir. Görsellerin hazırlanması aşamasında katılımcıların tercihinin önem-

15. *Amargili Kadınlardan Dijital Hikâyeler* adlı çalışma, Ekim 2009-Ekim 2010 arasında Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Dr. Burcu Şimşek tarafından yürütülmüştür.
http://www.dijitalhikayeler.org/tr/#/amargili_kad%C4%B1nlardan_dijital_hikâyeler
Ayrıca Dijital Hikâye Atölyesi'nin diğer çalışmaları için
http://vimeo.com/dijitalhikayeler adresine bakılabilir.

li olduğuna vurgu yapılmaktadır çünkü dijital hikâyede farklı kaynaklardan görseller kullanılabilir. Dijital hikâyenin bir araya getirilmesi aşaması dijital hikâyenin ses ve görsel öğelerinin bir araya getirilmesini içerir. Grup içi gösterim aşamasında ise dijital hikâyelerin içinden çıktıkları grupla paylaşılması ve geribildirimlerle atölyenin sona erdirilmesi bulunur. Şimşek, Amargi Kadın Akademisi ile Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi desteğiyle İstanbul ve Antakya'da dijital hikâye anlatıcılığı atölyesi gerçekleştirmiştir. Şimşek, araştırma sonucunda elde ettiği deneyimler ile etnografiyi akademik bir disiplin içinde yaşanmışlıklara dair hikâyeleri kategorize etme ve anlamlandırma çabası olarak tanımlar (2013: 303). Şimşek, gerçekleştirilen atölye çalışmasından edinilen deneyimin yürütülecek başka atölye çalışmaları için hazırladığı zemine dikkat çeker.

Leyla Neyzi ve Haydar Darıcı'nın Diyarbakırlı ve Muğlalı gençlerle gerçekleştirdiği "Türkiyeli Gençler Anlatıyor: Sözlü Tarihin Geçmişle Yüzleşme, Toplumsal Uzlaşma ve Demokratikleşmeye Katkısı" projesi (2011-2013) kapsamında sözlü tarih etnografik bir yöntem olarak kullanılarak ses ve video kayıtları tutulmuş ve bir sözlü tarih arşivi oluşturulmuştur. Stiftung Mercator, İstanbul Politikalar Merkezi, Açık Toplum Vakfı, Global Dialogue ve Heinrich Böll Stiftung tarafından desteklenen ve Sabancı Üniversitesi tarafından yönetilen projenin temel sorunsalını gençlerin zaman ve yakın geçmişle ilişkisi oluşturmuştur. Proje sonucunda bir web sitesi[16] oluşturulmuş, bir sergi açılmış ve proje kitap haline getirilerek yayımlanmıştır. Kitap, dergi ve web sitesi tasarımcıları, görsel-işitsel prodüksiyon sorumlulukları ve sözlü tarih uzman ve asistanları gibi disiplinlerarası bir ekibin görev aldığı proje kapsamında Muğla, Diyarbakır ve Berlin'de yaşayan, 15-35 yaşları arasında 100 kadın ve 100 erkek, toplamda 200 kişi ile sözlü tarih görüşmesi yapılmış ve görüşmeler ses ve video ile kaydedilmiştir. Araştırmacılar sözlü tarihi etnografik bir yöntem olarak değerlendirdiklerini belirtmiş ve sahada geçirdikleri süre boyunca saha notları ve görüşme notları tuttuklarını, görüştükleri gençlerin gündelik yaşamlarıyla ilgili gözlem yaptıklarını ve özdüşünümsel bir süreç geçirerek kendilerinin de bir dönüşüm geçirdiklerini ifade etmişlerdir (2013: 14). Araştırma ekibinin taşıdığı bazı etik kaygılara rağmen, araştırmada görüşülen gençlerin video kaydı

16. Proje web sitesi için bakınız: www.gencleranlatiyor.org

yapılmasına itiraz etmedikleri, bu süreci doğal buldukları belirtilmiş ve bunun nedeninin gençlerin görselliğin ağır bastığı bir ortamda yetişmeleriyle ilgili olabileceği açıklanmıştır (2013: 14). Araştırmacıların belirttiği bu husus, dijital video ve sözlü tarih çalışmalarıyla ilgili çeşitli kaygılar duyan araştırmacılar tarafından göz önüne alınabilir ancak her araştırmanın kendi özgül koşulları olabileceği de unutulmamalıdır. Proje sergisi 30 Kasım-29 Aralık 2012 tarihleri arasında Galata'da Hamursuz Fırını'nda gösterime girmiştir ve sergi kapsamında gençlerin anlatıları paylaşılmış, rehberli turlar ve Diyarbakır ve Muğlalı gençlerin bizzat katılımıyla gerçekleşen söyleşiler düzenlenmiştir. Proje yayını olan kitapta gençler ile yapılan görüşmeler zamanlar, yakınlıklar, eğitimler, diller, ekonomiler, karşılaş(ama)malar, mekânlar ve tahayyüller başlıklarıyla ele alınmış, gençlerin ifadelerinden alıntılar yapılmış ve fotoğrafların kullanımı ile projenin görsel arşivi de bir bölümüyle okurlarla paylaşılmıştır. Sadece akademik bir çevreye değil, geniş bir kitleye seslenmeyi amaçlayan proje ile etnografik yöntemler ile görsel ve işitsel dokümantasyonun oluşturulduğu ve bunların çeşitli araçlar ile kitlelerle paylaşıldığı bir süreç yürütülmüştür. Araştırma, gençlerin geçmişi nasıl algıladığı ve kurguladığı ile ilgili olarak yanıtlar ararken, Türkiye'nin batısı ve doğusu arasındaki farklılıklara da gençlerin bakış açısından bakarak dikkat çekmiştir.

3.9. Genel Değerlendirme

Bu bölüm kapsamında niteliksel araştırma yöntemleri arasında bulunan etnografi yönteminin çevrimiçi ve bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarına uyarlanabilirliği, bu konuda yapılmış çeşitli örnekler üzerinden ele alınmıştır. Yapılan çalışmalar ile etnografi yönteminin çevimiçi ve bilgisayar dolayımlı iletişim ortamlarına uyarlandığında araştırmanın doğru ve manipüle edilmemiş veriye ulaşabileceği gösterilmiştir. Ancak çevrimiçi etnografide, sosyal bilimlerin tüm araştırma yöntemleri için geçerli olduğu üzere araştırmacının katılımcıların güvenini kazanmak, katılımcıların yerele ve özgül olana dair en "doğal" verileri vermesini sağlamak için uygun tekniklerin belirlenmesi önemlidir. Bu nedenle farklı araştırma tekniklerinin bir arada kullanılması çevrimiçi etnografi araştırmalarının doğru veriye ulaşmasını sağlayacak bir yöntem

birlikteliği önerisi olarak ele alınmıştır. Odak grup, e-posta görüşmeleri, dijital video, Twitter'da çevrimiçi etnografi gibi farklı teknikler kullanılarak gerçekleştirilen etnografik araştırmalar, çevrimiçi etnografinin sağladığı veriyi zenginleştirir ve araştırmayı güçlendirir. Bu örnekler, çevrimiçi etnografinin olanaklarını serimlediği gibi, bir sonraki bölümde ele alınacak olan özdüşünümsellik ve etik kodlar gibi konularda taşıdığı riskleri de tartışmayı gerekli kılmaktadır. Yeni medya araştırmalarına konu olabilecek ortam ve tekniklerin burada özetlenenlerle sınırlı olmadığı, bu bölümün kapsamı ve değerlendirmeye alınan ilgili alanyazının yönlendirmeleriyle belirtilen araştırma coğrafyalarına ve tekniklerine ulaşıldığı belirtilmelidir. Aynı durum, ele alınan araştırma örnekleri için de geçerlidir. Dünyada ve Türkiye'de yeni medya çalışmalarında etnografik yöntemlerin kullanıldığı, burada ele alınmayan pek çok verimli örneğe rastlamak mümkündür.

Son olarak, yeni medya araştırmalarında kullanılan etnografide çevrimiçindeki araştırma ortamının çevrimdışına ne ölçüde taşınabileceği sorgulanmalıdır. Kişilerin günlük yaşamlarını daha iyi anlamanın faydalı olacağı durumlarda (hastalarla ilgili araştırmalarda olduğu gibi) araştırmaların çevrimdışı ortama taşınması gerekebilir; ancak kimi zaman araştırma katılımcılarının çevrimiçinden çevrimdışına geçişi tercih etmeyebilecekleri Hine tarafından ifade edilmiştir (akt. Orgad, 2005: 53). Amy Bruckman "İnternet araştırmalarında gömülü olan sosyal yapıyı anlamak çok önemlidir" derken aslında çevrimiçi yapının çevrimdışını da içerdiğini belirtir (akt. Orgad, 2005: 52). Sherry Turkle ise, metodolojik olarak nasıl bir yöntem izleyeceğine araştırmacının karar vermesinin katılımcının hem siber gerçeklikteki hem de gerçek yaşamındaki deneyimin nasıl olduğunu içermesi bakımından önemli olduğuna dikkat çeker (akt. Orgad, 2005: 52). Özellikle bazı araştırma konularına yönelik olarak kişilerin günlük yaşamla başa çıkma biçimlerinin daha iyi kavranması gerekebilir. Bu yüzden çevrimiçi bağlamı anlayabilmenin yolu çevrimdışının da bilinmesini gerektirmektedir. Bu bölümün başında altı çizildiği üzere, "sanal" etnografi teriminin kullanılmamasının nedeni çevrimiçi ve çevrimdışı arasındaki geçişlilik imkânı ve siber uzamdaki mevcudiyet ve aidiyet hissidir. "Sanal" sözcüğünün günümüzde kazandığı olumsuz anlam nedeniyle, çevrimiçindeki dünya "yalan dünya" olarak algılanmaktadır.

Oysa burada şu hususun altını çizmek gerekmektedir: Çevrimiçi dünya ve çevrimdışı dünya birbiriyle ilintilidir/ilişkilidir ve birbirini besleyen alanlardır.

Orgad çevrimiçinden çevrimdışına geçişle ilgili olarak araştırmacının bizatihi kendine ve bilgisini aldığı kişilere sorması gereken bazı soruların olduğunu vurgular (Orgad, 2005: 53). Aslında bu sorular, sadece çevrimiçi-çevrimdışı ilişkisi için değil, araştırmalarda yöntem seçimi ve farklı tekniklerin bir arada kullanılmasına yönelik, genel olarak üzerine düşünülmesi gereken sorular olarak ele alınabilir:

> İnternet kullanım deneyimleriyle ilgili olarak çevrimiçi ortamda elde edemeyeceğim bilgileri çevrimdışı etkileşim ile mi açığa çıkaracağım?
> Çevrimiçi etkileşimden çevrimdışı etkileşime geçmenin riskleri nelerdir?
> Çevrimiçi etkileşimden elde ettiğimiz verileri çevrimdışı etkileşime hangi yollarla aktarırız?
> Katılımcıların çevrimiçi katılımları çevrimdışı katılımlarını nasıl etkiliyor?
> Çevrimiçi deneyim, çevrimdışı dünyaları nasıl biçimlendirir?

Bu soruların yanıtlanmasıyla, yeni medya ortamlarında etnografik yöntemlerle araştırma yapmayı düşünen araştırmacıların, çevrimiçi ortamda elde edecekleri bilginin araştırmaya ne şekilde katkı sağlayabileceği, çevrimiçi ortamdan elde edilecek bilgilerin çevrimdışı ortamdan elde edileceklere göre farklı olup olmayacağı, araştırmada –çevrimiçi ve çevrimdışı dahil olmak üzere– hangi farklı tekniklerin kullanılabileceği konularında daha fazla öngörü ve varsayıma sahip olması sağlanabilir. Özellikle çevrimiçi deneyimin çevrimdışı dünyayı nasıl biçimlendirdiğiyle ilgili bir soru, bu bölüm kapsamında da ele alınan izleyici çalışmaları alanyazını kapsamında ele alınıp, birçok farklı araştırma konusuna rehberlik edebilir. Türkiye'de gerçekleştirilen izleyici ve izlerkitle araştırmaları birçok önemli veriyi içerse de medyanın etkisi daha çok birey üzerinden ele alınmakta, bu durum da araştırma bulgu ve sonuçlarında bazı kısıtlılıklara yol açmaktadır. Bu bölüm kapsamında ele alınan çeşitli araştırmaların

başka bölge, il ve örneklem grupları için çeşitlendirilerek tekrarlanmasının Türkiye toplumunu ve özellikle çevrimiçi bilgisayar dolayımlı iletişimin daha yoğun kullanılması ile oluştuğu varsayılan dinamikleri ve dönüşümü kavrayabilmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca şu husus da akılda tutulmalıdır: Yeni medya ortamlarını kullan(a)mayanlar da etnografik araştırmaların her zaman görmesi gereken araştırma özneleridir.

SON BÖLÜM

Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Özdüşünümsellik

Selda Tunç

Söylenen bir "şeyin" güvenilirliğini artırmak, sayısal verilerin sunumuyla her zaman iç içe olmuştur. Yayımlanan sayısal veriler, araştırma raporları bilgiye dönüşerek sonuçlar gazete, dergi, televizyon, İnternet gibi kitle iletişim araçları yoluyla yayımlanır. Bu bilgi üretimi bizi bir yerde kodlar. Üretilen bilgi(ler) kimin güçlü, kimin güçsüz olduğuna dair çizgiyi netleştirmekte ve her bilginin ürettiği "iktidar" kendi sınırını çizmektedir. Araştırmacı da ürettiği bilgiyle kendi duruşu, hayata karşı tavır alışı hakkında okura bilgi vermektedir. Araştırma raporuna konu olan ve tüm

toplanan verilere araştırma bittikten sonra ne oluyor? Katılımcılar, yazılan raporu okuma şansı buluyor mu? Sadece kodlanarak ya da aleni bir şekilde raporda yer alan isimlerin verdikleri bilgiler üzerinde "iktidar" kurabilir miyiz? Başka araştırmalarımızda aynı verileri izin almaksızın kullanabilir miyiz? Bu sorular ışığında bu bölümde, araştırmacının verilere ne derece "etik" yollarla ulaştığı tartışılacaktır. Araştırma yapmanın hep zorlu, stresli, çetin bir iş olduğu söylenir ama karşılaşılan problemlerin neler olduğu, araştırmadan ne gibi şeyler öğrendiğimiz, nasıl değiştiğimiz, araştırmaktan vazgeçişlerimiz, kendimize dönük hesaplaşmalarımız kolektif soru üretimine sebep olmaz; sadece araştırma sürecinde karşılaşılan güçlükler ve özdüşünümsellik bile bir araştırma konusu olabilecekken üstelik. Burada araştırmacının etik, iktidar ve özdüşünümsellik süreçlerinden kopuk bir şekilde resmedilmesine karşı çıkarak ve "araştırmacıyı da tablonun içinde" gören bir yaklaşım benimsenerek, varolan sorunların neler olduğuna dair bir tartışma sunulacaktır. Üstelik bu tartışma, yeni medya çalışmalarına bakarak, yeni medya araştırmalarındaki etik kaygı ve sorumluluk sorununu serimleyecektir.

4.1. Araştırmacı ve Özdüşünümsellik Meselesi

Sosyal bilimlerin evrenselliğe karşı "kuşkucu" konum alışı, sosyal bilimlerin kurumlaşmasından çok önce gerçekleşmiştir. Johann Gottfried von Herder, Jean Jacques Rousseau, Karl Marx ve Max Weber, sosyal bilimlerin kuşkucu yanından bahsetmiştir. Avrupa merkezci bir bakışla Avrupa ve Kuzey Amerika'da 19. yüzyılda kurulmuş olan sosyal bilimler, kendini kültürel olarak daha üst bir noktada tanımlamaktadır. Avrupa'nın ürettiği üst söylem, teknoloji, ekonomi ve iktisadi görüşlerine yansımış ve sosyal bilimlerdeki farklı bakış açıları evrensel geçerliliklerin yerleşikleşmesinde önemli rol oynamıştır. Dünyadaki tarihsel değişim içinde yaşanan güç dağılımına paralel olarak, 1970 sonrasında güçlü bir sorgulayış dönemine girilmiştir. Bu dönemin yarattığı kırılma, sadece Batılı sosyal bilim dışında kalanlar için olmamış, Batılı sosyal bilim içinde de evrensel ilerlemeye olan kuşkuların artmasına neden olmuştur (Gulbenkian Komisyonu vd, 2005: 52-58). Bu kuşkuların sağladığı paradigma değişikliği niteliksel araştırma yöntemlerinin kullanımını artırmış ve niteliksel araştırma

yöntemleri, geçmişten daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. *Niteliksel araştırma*, araştırmacılar tarafından esnek, öznel, politik ve spekülatif olarak nitelenirken, *niceliksel araştırma* katı, belirli, nesnel ve değerlerden bağımsız, varsayım test eden niteliği ile öne çıkmıştır (Schroder vd, 2003'ten akt. Bayraktutan Sütçü, 2008: 46). Pozitivist gelenek için toplumsal gerçeğin doğası özcü bir biçimde açıklanmaktadır: "Gerçeklik, gerçektir. Orada mevcuttur ve keşfedilmeyi beklemektedir. Toplumsal gerçeklik rastlantısal değildir, bir kalıbı ve düzeni vardır" (W. L. Neuman, 2010: 125). Pozitivist sosyal bilimlerin açıklamaları nomotetiktir (yasaya uygundur). 1980'lerden sonra görünürlük kazanan feminist araştırma yaklaşımı ise pozitivist gelenekten farklı olarak araştırılan ve araştıran arasındaki ayrımı farklı yorumlamıştır: "Toplumsal dünya birbiriyle bağlantılı bir ağ ve karşılıklı yükümlülük duygularıyla birbirine bağlanmış insanlarla doludur" (W. L. Neuman, 2010: 153). Feminist yöntem veya çözümleme araştırmacıya özel bir önem atfetmiştir: "Araştırmacı kendi varlığını da araştırma süreci öncesi ve araştırma boyunca sorgulamalıdır" (Bayraktutan Sütçü, 2008: 47). Özlem Şahin, feminist eleştirinin niteliksel araştırma yöntemlerini kullanarak bilgi üretirken öznelliğe vurgu yapan bir araştırma süreci tasarladığını belirtir. Araştırmanın kavramları, araştırmacı, araştırmaya katılanlar ve daha önce üretilen bilgilerle farklı öznellik konumları sorgulanır. Feminist eleştiri, araştırma sürecinde "araştırmacı-araştırılan" ikiliğini "katılımcı-etkileşimci" araştırma anlayışına çevirmeye çalışır. Araştırma "bizim dışımızda varolan", istediğimiz zaman, istediğimiz bilgileri seçeceğimiz bir bilgi edinme alanı değil, araştırma süresince değişen, dönüşen, yaşantı ve etkileşim sürecidir (Gluck ve Patai, 1991; Borland, 1991; Stacey, 1991'den akt. Şahin, 2009: 443). Öznelliği, feminist eleştirel paradigmayla ve yüzümüz katılımcılara dönük olarak sorguladığımızda şu sorular karşımıza çıkar: Araştırmacı tarafından seçilen araştırma konusu, araştırmaya katılanlar için ne ifade ediyor? Katılımcıların görüşleri araştırmaya ne ölçüde yansıyor ya da hangi etkenler görüşlerin yansımasına engel oluyor? (Kümbetoğlu, 2005'ten akt. Şahin, 2009: 446) Şahin, araştırmayı ve araştırma içindeki tüm katılımcıları, araştırmacının bakış açısından sunmak yerine farklı bakışlara yer açarak, açığa çıkan bilgiler üzerine tartışmanın daha anlamlı olduğunu düşünür. Öznelliği sadece araştırmaya katılanlarla sınırlı tutmaz

çünkü araştırma sürecinde görüşmeye katılacak kişilere ulaşana kadar aslında birçok kişiyle temas halinde olduğumuzu belirtir. Araştırma, kendisine "aracılık" eden bu kişilerin katkısıyla ilerler (2009: 455). Şahin'e göre, araştırmanın ilerlemesi, elde edilen görüşmelerin sistemli bir çözümlemeye dönüşmesi gerekliliğini getirmektedir. Daha önce üretilmiş bilgiler ve tartışma alanının doğru kavramlarla sürdürülmesi görüşmelerin yorumlanmasında yol gösterici olacaktır: "Toplumsal yapılanmalara ve ilişkilere araştırma yoluyla nüfuz edebilmek ancak bu arzunun sınırlarını fark etmekle olanaklı olabilir"(Şahin, 2009: 465). Sınırları fark etmek kavramların gideceği yönü farklılaştırırken, tartışma ve katkıları farklı boyuta taşımaktadır.

"*Reflexion*", hem bir şey üzerine düşünme hem de yansıtma anlamına gelmektedir (Wacquant, 2012: 11). Doğa bilimleri inceleme konusu olan nesnelerinin görüşlerini almaz, alamaz. Sosyal bilimlerde inceleme konusu haline gelen "yerliler" ve onların görüşlerinin araştırma nesnesi olup olamayacağı uzun yıllar tartışılmış ve hâlâ tartışılmakta olan konulardır. Tartışmaların çıkış noktası, "yerlilerin" görüşlerine başvurulmasının evrensellik iddialarının zeminini kaydırması üzerine olmuştur. Evrensellik iddiasına eleştiri getiren "muhalif seslere" örnek olarak feministleri gösterebiliriz. Evrensellik iddiasını tartışma haline getirip, eleştiren feministler, araştırmacılara şu soruyu yöneltmişlerdir: "Çözümlemeniz sizin kendi grubunuz için geçerli olabilir. Ama bizim durumumuza hiç uymuyor" (Gulbenkian Komisyonu, 2005: 52-53). Bu soru evrenselliğe kuşkuyla bakıldığının göstergesi olan bir sorudur. Sosyal bilimlerin, "toplum mühendisliği" olarak toplumu biçimlendiren, yukarıdan aşağı, yekpare bir şekilde algılayan bakışı tersine dönmeye başlamıştır. "Muhalif sesler" içinden feministler, araştırmaların farklı süreçlerini keşfedebilmek için özdüşünümsellik kavramına araştırma süresince yer vermiştir. *Özdüşünümsellik*, özne ve nesne arasındaki gerilimli süreci açığa çıkarmaya çalışır. Sosyal bilim araştırma geleneklerinden biri olan pozitivist gelenek ile feminist araştırma geleneği özneyi farklı konumlandırmıştır. Feminist gelenek araştırma sürecinde özne, deneyim, paylaşım sözcüklerini öne çıkarır. Neuman'ın feminist araştırmacılarla ilgili açıklamaları şu şekildedir:

> "Feminist araştırmacılar objektif ya da yansız değildir; inceledikleri insanla etkileşime girer ve işbirliği yaparlar. Kendi profesyonel ve kişisel yaşamlarını birbirlerine kaynaştırırlar. Örneğin; feminist araştırmacılar görüşme yapılan bir kişinin deneyimlerini anlamaya çalışırken kendi duygularını ve deneyimlerini paylaşır. Bu süreç araştırmacı ile görüşülen kişi arasında kişisel bir ilişkinin doğmasına ve zaman içinde olgunlaşmasına yol açabilir" (2007: 154).

Sosyal bilimlerin evrenselliğinin sorgulanmaya başlanması ve "ötekinin" düşüncelerinin analizlerde yer almasını Bourdieu (2012), "nesneleştiren özneyi de nesneleştirmek" olarak yorumlamıştır. Yani bu, araştırmacının kendisiyle arasına bir mesafe koyarak "bilen özne" konumunu sorgulaması anlamına gelmektedir. Kısacası, araştırmacının yaşadığı pratiklere ilişkisel boyut katarak düşünmesi ve eylemesidir (Wacquant, 2012: 38). Özdüşünümsellik kavramını bir "deneyim" olarak ele alan C. Wright Mills, araştırmacının bilim insanı olmasıyla "deneyim" alanı arasında bir köprü kurmaya çalışmasının, araştırmacının nesnesine karşı konum alışını değişikliğe uğrattığını belirtir. Bu konum alışın değişmesiyle araştırma, kendini sınamak, sınamanın süreklileşmesi ve elde edilen verilerin bu bilgiler ışığında değerlendirilmesi şekline dönüşür: "Her yapılan entelektüel eylemde araştırmacı kendisini araştırmasının bir uzantısı gibi düşündüğünde, nesnesine karşı yabancılaşmasının önüne geçmiş olur" (Mills, 2007: 322). Özdüşünümselliğin sadece öznenin özne üzerine düşünmesi olmadığını belirten Henri Barnard, üretilen bilimsel "habitusların" aynı eleştirel tutumdan geçmesi gerektiğini belirtir: Özdüşünümsellik "gözlemcinin konumunu inşa edilen nesneyle aynı eleştirel çözümlemeye tabi tutmaktır" (1990'dan akt. Wacquant, 2012: 39).

Özdüşünümsellik ile birlikte düşünülmesi gereken diğer iki konu *nesnelci ve öznelci bakış açıları*dır. Araştırmacının kendisini bunlardan hangisiyle özdeşleştirdiği ve bu iki bakış açısının "deneyimle" kurduğu ilişki önemlidir. *Nesnelci bakış açısı*, istatistik, etnografik tasvir, biçimsel modelleme gibi araçlar üzerinden nesnel düzenlilikler kurmaktadır. Nesnel düzenlilikler bir model olmaktan çıkıp gerçekliğe dönüşmeye başladığında ise "görüngülerden dışlanan *deneyim* anlamaya çalıştığı gerçekliği tahrip eder" (Wacquant, 2012: 18-19). Bourdieu, bireylerin dünya görüşlerini, pratik dünya bilgilerini sıradan etkinliklerde kullandıklarını

unutmazsak toplumbilimi indirgemeci.tuzaktan kurtarabileceğimizi söyler (2012: 18). *Öznelci (inşa edici) bakış açısı* ise, "toplumsal gerçekliğin 'gündelik hayatın örgütlü pratikleri' yoluyla toplumsal dünyalarının sürekli olarak inşa edilmesi ve toplumsal aktörlerin olumsal, sürekli yaratısıdır" (Garfinkel, 1967'den akt. Wacquant, 2012: 18). Toplumsal fenomenolojinin –öznelci bakış açısı– gözünden görünen toplum "dünyanın doğrudan doğruya tanıdık ve anlamlı olarak verildiği, bilinçli bireylerin kararlarının, eylemlerinin ve bilme edimlerinin ürünüdür. Bu bakış açısının önemi, sıradan bilginin ve pratik yeteneğin toplumun sürekli üretimine katkıda bulunduğunu kabul etmesinde yatar" (Wacquant, 2012: 18-19). Loic Wacquant'ın öznelci bakış açısını tasvir edişinde toplumdaki gündelik ayrıntı ve pratiklerin merkeze alındığını görmekteyiz. Wacquant, bilimsel "*habitus*" oluşumunu gündelik pratikler yoluyla anlamaya çalışmaktadır.

Özdüşünümsellik sayesinde, entelektüellerin kendilerini toplumda nerede ve nasıl konumlandırdıklarını ve toplumu hangi mesafeden gördüklerini anlamak kolaylaşır. Wacquant, entelektüellerle toplum arasındaki ilişkilerin sınanmasında özdüşünümselliğin sık kullanılmadığını düşünmektedir. Bunun nedenlerinden biri "entelektüellerin kendilerini toplumdan ayrı, farklı bir bilinç olarak gördükleri gerçeğidir" (2012: 18). Özdüşünümselliğin yarattığı "bilişsel fark" bu şekildeki temsillerin sorgulanmasına neden olmuştur. Kendi üzerine, pratikleri üzerine düşünmeyi bir kenara bırakan bir kişi Bourdieu'ye göre "eyleyici" konumundan "çözümleyici" konumuna geçer (2012: 18). Bourdieu için özdüşünümsellik, "bireysel olandaki toplumsalı, mahremin altında gizlenen gayri şahsiyi, özelin en derinine gömülmüş evrenseli keşfettirerek bizi böylesi yanılsamalardan kurtaran şeydir" (akt. Wacquant, 2012: 4). Wacquant, "eyleyici" olarak Chicago'da boks pratiklerini incelediği araştırmasında (2012), araştırmasını boks mekânındaki "habitusa" dahil olarak yürütmüştür. "Habitus" kavramı inşacı bakış açısındaki düzenlilikleri göstermesi bakımından önemlidir. Kurt Wolf'un etnografyada "teslim olma" kavramı, tam bir dahil oluşu nitelemektedir. Bu dahil oluş, içinde özdeşleşme ve zarar görme risklerini de taşımaktadır. Wacquant'ın boks salonuna üyeliği bir anlamda o mekâna tam dahil oluştur (2012: 25). "Boksör Günlükleri" çalışmasında bir entelektüel olarak Wacquant, "çözümleyici" konu-

mundan ziyade tam bir dahil oluşla "eyleyici" rolünde ve "özelin derinindeki evrenseli" keşfetmeye çalışmaktadır: "Tabiri caizse burada boksörlerin bize öğreteceği çok şey vardır; ödül dövüşçülüğü hakkında evet; ama her şeyden önce kendimiz hakkında" (Wacquant, 2012: 10). Bu dahil oluşla Wacquant, boks arenasının meydan okuma, keşif, kendini üretip kendi üzerine düşünmenin yolunu açan bir alan olduğunu görmüştür. Salona üyeliği ile birlikte sporların içinde en "barbar" olarak görülen bu sporu savunmak ya da onu mahkûm etmekten ziyade, "aşağılanmasının" mantığının ve bu mantığı oluşturan özgüllüklerin öğretebilecekleri üzerine düşünmüştür. Boks pratiğinin deneyimlenmesi, ilkel dürtülerle bilinçlilik, "düzenleme ile dönüştürme" arasındaki birlikteliktir: "Boks habitusundaki bu çelişki boks yeteneğinin doğuştan geldiği inancının acımasız, katı bir çalışma etiği ve çabalamayla bir arada sorunsuz var olmasını sağlar" (2012: 112). "Boksör Günlükleri" çalışması için tutulan saha notları, bir yanda en ilkel "şiddet", diğer yanda ise boksta bir numara olabilmek ve popüler yarışmalara katılabilmek için sıkı bir disiplinin yan yana nasıl durabileceğini göstermektedir.

Wacquant, belli bir habitus içinden bir mekânı, "boks arenasını deneyimleyerek" kendine bakmaya, belirli düzenlilikler içindeki farklı yapıları, önyargılar üretmeden düşünmeyi keşfetmektedir; çünkü gündelik yaşamın içine girmek, başka düzenlilikleri deneyimlemek, özdüşünümselliği içine alan ve belli zorlukları olan bir kategori oluşturmaktadır. Gündelik yaşama katılmak birçok duygu ile savaşmayı gerektirir (2012). Mahremiyet sınırları, sosyo-kültürel farklılık ve ahlaki kodlar mücadele etmeyi gerektiren başka sınırlar üreten, sınırları çizen konulardır; çünkü farklı bir "mekâna" girmek kontrol altında tutulabilecek, katı, durağan ilişkiler oluşturmaz (Ergül, 2012: 16). Özdüşünümsellik bir yanıyla birçok duygu, önyargı, değerler sistemi ile kendi içimizde mücadele, hesaplaşma sürecidir. Özdüşünümselliği kişisel bir yolculuk olarak gören Şimşek, üretimi mümkün kılan şeyin –özellikle dijital hikâye[1] anlatısını kurarken– kendi anlatım sürecini diğer anlatıcıların içinde konumladığı ve araştırma süreci içindeki konumunu tartışmaya ve sorgulamaya açtığı zaman olduğunu söylemiştir (2013: 280).

1. Ayrıntılı bilgi için bakınız: http://www.dijitalhikâyeler.org/tr/#/projelerimiz/amargili_kad%C4%B1nlardan_dijital_hikâyeler

Özdüşünümsellik kavramı bilen öznenin ayrıcalığını sorgular (Bayraktutan, 2008: 47). Bilen ve bildiğini yazdıklarıyla somutlayan "araştırmacının" ayrıcalığını sorguladığımızda bu kavrama başvuruyoruz. Araştırmacı için, özdüşünümsellik araştırdığı özne-nesne üzerine dönük düşünme sürecini imlemektedir (Selek, 2009: 116). Binark, araştırmacının *gerçekle* ilişkisini sorgularken, araştırmacının inşa ettiği özdüşünümselliğin, gerçeği olduğu şekliyle aktarıp aktarmadığını sorgulamaktan ziyade bu gerçeği nasıl kurguladığına bakmak gerektiğini belirtir: "Zihinde bu gerçekliği nasıl soyutladığı, nasıl kurguladığı, neleri dışlayıp neleri içerdiği, kendi 'ben'ini sorgulaması ve konusu ile arasında nasıl bir boşluk bıraktığının farkında olmasıdır. Araştırmacının kimliği de araştırma sırasında, etkileşim sürecinde yeniden yapılanmaktadır" (2005: 187). Bilen öznenin ayrıcalıklı konumunu hangi koşullar yaratmıştır? Özneyi bildiği için ayrı bir yerde konumlandırabilir miyiz? Özne neyi (neleri) bildiği için ayrıcalıklıdır? Başka hayatların kaydını tutmak, hiç bilmediğiniz, tanımadığınız insanlara ait verileri toplamak nasıl bir etkileşimdir? Kadın antropolog Jill Dubish, araştırma öznesiyle ilişkisine belli bir mesafeden bakarak kendini değerlendirir: "İnformantlarımızla (bilgi vericilerimizle) hemen hemen başka her şeyi yaparız. Yaşamlarını paylaşır, onlarla birlikte yer, ritüellerine katılır, ailelerinin parçası ve hatta yakın arkadaş bile oluruz. Ve kimileyin yaşam boyu süren dostluklar kurarız. Bununla beraber onları amaçlarımıza ulaşmak için kullanırız" (akt. Binark, 2005, 187). Pınar Selek, araştırmacının bilme ayrıcalığı ile ilgili sorular sorarak araştırmacının kendisi ile hesaplaşmasına yönelik bir kapı aralamaktadır. Selek'in soruları şunlardır (2009: 118): "Bu süreçte hayatlarına girilen, kayıtları tutulan, haklarında veriler toplanan insanlara ne oluyor? Onlarla nasıl bir ilişki kuruluyor? Onlar bu sürece nasıl katılıyor? Araştıranla araştırılan arasında nasıl bir ilişki gelişiyor? Araştırmadan iki taraf da nasıl etkileniyor?"

Özdüşünümsellik, araştırmacıya, araştırma sürecinde yeni yolların, bu yolların kesişme ya da tamamen farklılaşma süreçlerinin var olabileceğini göstermektedir. Görmek, sözcüklerden önce geliyorsa bilen özne gördükleriyle ne yapacaktır? (Berger, 2012). Her araştırma, yeni görme biçimleri yaratıp görülenleri sorgulamayı gerektirdiği gibi, "teorik önkabuller, a priori varsayımları" ve önyargıları da içine alarak genişlemektedir. Araştırmanın her

aşaması, özdüşünümsellik ile yeni görme biçimleri yaratmaktadır (Selek, 2009). Saha çalışmasında yeni görme biçimleri yaratmaya çalışan İlke Şanlıer Yüksel[2], fotoğraf makinesinin kendisinde yeni bir bakış açısı yarattığını söyler. Araştırma sürecindeki hesaplaşmasını "katılımcı fotoğraf" yoluyla aşmaya çalışır. Yüksel için "katılımcı fotoğraf (...) araştırma sürecinde katılımcılara fotoğraf çekmesi için gerekli araçlar sağlanarak kendi deneyimlerini ve gerçekliklerini belgeleme, araştırmacıyla birlikte çözümleme ve anlamlandırma yöntemi olarak nitelendirilebilir" (2013: 147). Birlikte anlama ve yorumlama deneyimi, katılımcıları edilgen bir konumdan çıkarıp ortak bir deneyim alanı yaratmıştır. Diğer yandan araştırmacı böylece, katılımcılarla arasındaki iktidar ilişkisinin değiştiğini savunmuştur. Richard Chalfen ve Michael Rich, "video günlükleri" projesinde[3] Boston Hastanesi'ndeki çalışmada astım hastalarına el kameraları vererek, günlük rutinlerini çekmelerini istemiştir. Bu projede Murthy'nin dikkatini çeken şey, sadece araştırmacının katılımcılarla ilgili bilgi üretmesi değil, katılımcıların kendilerini anlatma isteğinin de üzerinde durulması gerektiğidir. Bu projenin özdüşünümselliğin kurulması açısından farklı bir proje olduğunun altı çizilmektedir (2008: 843). Selek, sokak sanatçıları atölyesinde farklı dil, ifade ve kimlikleri bir araya getirmiştir. Amacı, farklı kimliklerin kendilerini ifade edip sohbetler geliştirebileceğini ve birbirlerinin hikâyelerini anlayabileceği bir zeminin kurulmasını sağlamaktır (2009: 121). Böylece, fotoğraf ve kamera gibi araçları kullanarak, gerek araştırmacı gerek katılımcıların iktidar/araştırmacı/katılımcı arasındaki ilişkileri sorguladıkları görülmektedir. Katılımcılarla birlikte gerçekleştirilen paylaşım ve üretim süreci, yaşamın içinde farklı anlam oluşturma pratiklerine kapı açabilir.

4.2. Araştırmacının İktidar Alanları

İnternet'in ortaya çıkışı mevcut araştırma yöntemleri ile ilgili bazı tartışmaları beraberinde getirmiştir. E-posta, web siteleri, cep telefonları aracılığıyla gerçekleşen iletişimin araştırılmasına

2. Bu proje için bakınız: http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&vtadi=TPRJ&ano=106576_a01831ee3d1de4212be97116ed147920.

3. Richard Chalfen ve Michael Rich, "Applying Visual Research: Patients Teaching Physicians about Asthma through Video Diaries", *Visual Anthropology Review*, 2004, Cilt 1, Sayı 20, s. 17-30.

yönelik ilgi artmış ancak bu durum mevcut araştırma yöntemlerinin teknoloji aracılığıyla kurulan etkileşimler için uygun olup olmadığıyla ilgili kaygıyı beraberinde getirmiştir. Mevcut araştırma yöntemlerinin yeni medya ortamlarına uyarlanması konusunda çeşitli soru işaretleri vardır. Bu soru işaretleri birtakım yeni etik kaygıları ortaya çıkarmıştır. Eski yöntemlerin yeni teknolojiye uyumu ile ilgili olarak önerilen ve sorunları aşmada yardımcı olabilecek şeyin özdüşünümsellik olduğunu savunan Christine Hine, "siber bilgi sosyolojisini", yeni tasarım ve yaklaşımlarla ilgili olanakları harekete geçirmek için özdüşünümselliğin gücünden yararlanmayı önermektedir. Ayrıca yazar, bazı risklerin olduğunu da savlar: "Yararlı kaynaklardan kendimizi uzak tutmak, etik çerçeveyi ihmal etmek..." (2005: 8). Üçüncü Bölüm'de açıklanan, kanser hastalarıyla yaptığı araştırmada Orgad,[4] özdüşünümselliğin, özellikle hassas konumda olan katılımcılar için önemli olduğunu ve çevrimiçinden çevrimdışına geçerken araştırmacının/katılımcının istekli olması gerektiğini belirtir (2005). Göğüs kanseriyle ilgili sitelerde aylarca pusucu konumunda bulunan Orgad, önce bu sitelerde konuşulanlara aşinalık kazanmıştır. Bu sitelerdeki söylemlere aşinalık kazanmak katılımcıların "incinebilir" pozisyonları için önem taşımaktadır. Orgad, kanser hastalarıyla ilgili yaptığı araştırmada kanser hastalarından onay almıştır. Rızanın alınması ve anonimlik araştırmada katılımcıların güvenini kazanmayı sağlamaktadır (2005: 64). Araştırmacının niyetini etik bir yaklaşımla ortaya koyması oldukça önemlidir. Araştırmacı çevrimiçi iletişimden ziyade çevrimdışı iletişimde daha az kontrollü olmalıdır çünkü çevrimdışı iletişimin aynı bilgiyi üretme ve önyargılarla hareket etme gibi tehlikeleri vardır. Aynı bilgileri üretmemek ya da fazla kontrollü davranarak katılımcının "hassas" konumunu daha da karmaşık hale getirmemek için araştırmacı özdüşünümselliğe başvurur (Orgad, 2005: 64). Orgad'a göre, araştırmacının "incinebilir" durumlar için araştırmasını sorgulaması gerekir. Böyle bir durumda katılımcının güvenini kazanmak, dikey olan iktidarın yapısını değiştirmek için araştırmacı çeşitli yollar deneyebilir: "araştırmacının niyetini gösteren akademik bir e-mail, etik ve niyet, katılımcının araştırma sunumunu okumasını sağlamak, çalışmanın yazılı kopyasını gön-

4. Shani Orgad (2005) *Storytelling Online*, http://www.lse.ac.uk/media@lse/study/pdf/Storytelling_Online_BookDetail.pdf, (09 Temmuz 2013).

dermek gibi..." (2005: 64). Bu sayede araştırmacı, katılımcının güvenini kazanmış olur. Etnograf araştırdığı kişilerle olan ilişkisi üzerine düşünürken "kim iktidar, kim edilgen konumdadır" gibi sorular da yanıtlanmalıdır. Araştırmacı kendini bu iki gruba hem katılımcı hem araştırmacı olarak dahil etmelidir (Kendall, 2004: 135).

Araştırmacının ikili düşünme becerisi, iktidar ile ilgili mekanizmaları anlamasına yardımcı olacaktır; çünkü akademik bilgi, eşitsiz güç ilişkilerine aktarılabilir (Hermes, 2009). Orgad, araştırmasını okutup katılımcının görüşlerini alarak, araştırmacının katılımcı üzerinde tam iktidar kurmasının önüne geçmeye çalışmıştır (2009). Araştırmacının ihtiyaç duyduğunun bir "meta" olarak "ötekinin sırları" olduğunu belirten Binark, herhangi bir araştırma için bu riskin her zaman olduğunu söyler: "Araştırmacı için 'ötekinin sırlarının' meta olması, araştırmacının çalıştığı konuyu tamamlamak için bu 'metaya' ihtiyaç duymasıdır. Araştırmacı, 'ötekinin' sırlarına ulaşırken kendi sırlarını açık etmeli midir? Araştırmacı kendi duruşunu, sırlarını, araştırmasını, ne kadar ve ne ölçüde katılımcılara açar ya da açabilir? Bu 'sırları' açmak iki taraf için yeni iktidar ilişkileri doğurur mu?" (2005: 183) Bu sorular araştırmacının araştırması sırasında ve sonrasında, raporunu oluştururken kendine sorması gereken sorulardır.

Wright Mills'e göre en az iki kişinin varlığı, potansiyel bir iktidar ilişkisi oluşması için yeterlidir. Michel Foucault, iktidar ile bilgi arasında aksiyomatik, karşılıklı bir ilişki olduğunu savunur: "...İktidar ve ekonomik gücün gündelik hayatta nasıl kullanıldığı bilinmiyorsa, kişinin ekonomi bilimini anlaması mümkün değildir. İktidarın kullanımı, sürekli olarak bilgi yaratır ve tersi; bilgi, iktidarın etkilerini ortaya çıkarır... İktidar, bilgisiz kullanılmaz, bilginin iktidar yaratmaması da mümkün değildir..." (1980'den akt. Somersan, 2009: 166). Mills, bilginin iktidarının yarattığı şiddetin "sıradan insanların" gündelik yaşamlarında açığa çıktığını savunur: "Sıradan insanların gücü, yaşadıkları gündelik hayatla sınırlıdır. Buna rağmen, ev, komşuluk ve iş ilişkilerinde genellikle anlayamadıkları ve yönetmedikleri bir şiddet onları sürükleyip götürür... Ama bu açıdan her kişi sıradan değildir. Bilgi ve iktidar araçları merkezileştiği için bazı kişiler, sözgelimi, diğerlerine yukarıdan bakıp, kararları ile sıradan insanların gündelik hayatlarını çok derinden etkiler "(1956'dan akt. Somersan, 2009: 166).

Görüldüğü üzere, Mills ve Foucault, iktidar ilişkilerinin gündelik ilişkilerden beslenerek merkezi gücü pekiştirdiğini söyler. Wacquant, "boks günlükleri" çalışmasında boks salonuna yazıldığında "mekân" ile ilgili ilk engeli aşmış olduğunu düşünür; fakat bu engeli, iktidar kurmak için değil, kendini ve konumunu sınama çabası içinde aştığını belirtmektedir. Boks salonundaki konumunu, siyah gettodaki toplumsal ilişkileri anlayabilmek üzerine oturtmaya çalıştığını belirtir (2012). Foucault, iktidar ilişkilerinin gündelik pratiklerde yeniden üretildiğini söylerken paralel bir şekilde Wacquant, gündelik boks antrenman rutini içinde iktidar biçimlerini sorgulamaktadır. Boks salonundaki ampirik gözlemleriyle gettoyu "oryantalist" bir şekilde sorgulamayı reddeder: "Toplumsal dışlanmanın ve iktisadi sömürünün bir aracı Amerikan kent paryalarının zorla tıkıldığı bir çeşit 'etnik ırksal hapishane' haline sokan iktidar ilişkilerini inceler" (2012: 12-13). Benzeri şekilde, Selek de, araştırma süreci aynı zamanda bir iktidar süreci yaratabileceğinden "araştırma özgürlüğünün" insan hakları etiği ile çelişmemesi gerektiğini savunmaktadır. İktidar yaratmamak için kişilerin iradesi yok sayılmamalı ve "araştırılan hakları" güvenceye alınmalıdır (2012: 71). Bireyin iç içe geçmiş yapılar ve iktidar ilişkileri içinde yer aldığını söyleyen Selek, "Toplumsal iktidar ilişkileri birbirlerinden farklı türlerde de olsa birbirlerine eklenir, iç içe geçip birbirine kıvrılır ve başka yerlere taşınıp yaygınlaşır. Birey bu eklemli bağ arasında şekillenir. Hem ezen hem de ezilen konumlarında kendini var eder" (2009: 121) demektedir. Birey hem iktidar mekanizmaları içinde "ezen ve ezilen" olarak ikili bir yapı içinde bulunup hem de ceza ve baskı gibi mevzilerle savaşmak zorunda kalmaktadır. Selek'in iktidar biçimleriyle ilgili vurguladığı bir diğer önemli husus da bilim ve iktidar ilişkisinin karşısında farklı ve yeni bir biçimde, para temelli oluşumların varlığıdır. Örneğin, üniversiteler, araştırma enstitüleri, yayın dünyası, özelleşen şirketlerle bütünleşen yapılar, bilginin tüketim nesneleri içinde kaybolmasına ve bilginin ayakları yere basmayan belirsiz bir işlev kazanmasına neden olmaktadır (2012: 71). Foucault da iktidarın neden bilgiye ihtiyaç duyduğunu şu sözlerle belirtmektedir:

> "İktidarın şöyle şöyle bir keşife, şu şu tip bir bilgiye ihtiyacı var demek yetmez; şunu mutlaka eklemek gerekir. İktidarın kullanımı yeni bilgi objelerinin kullanımına ve ortaya çıkmasına neden olur ve yeni enfor-

masyonun birikmesini sağlar. İktidar ve ekonomik gücün gündelik hayatta nasıl kullanıldığı bilinmiyorsa, kişinin ekonomi bilimini anlaması mümkün değildir. İktidarın kullanımı, sürekli olarak bilgi yaratır ve tersi; bilgi, iktidarın etkilerini ortaya çıkarır... İktidar, bilgisiz kullanılmaz, bilginin iktidar yaratmaması da mümkün değildir" (1980'den akt. Somersan, 2009: 166).

Zeynep Gambetti, neoliberalizmin ve muhafazakârlığın şekil verdiği yeni iktidar yapısının yarattığı bilgi-iktidar gereksinimi hakkında şu saptamayı yapmaktadır: "Piyasa ne istiyor? Piyasa sermaye birikimini sağlayacak veya buna elverişli zemini hazırlayacak bilgi istiyor. Bunun veri tabanını oluşturacak STK raporları, üniversiteler ve araştırmacılar istiyor. Bunun bekçiliğini yapacak polis ve vatandaşlar istiyor" (2012: 22). Gambetti, iktidar ve bilgi arasında ilişki kurarken bu yeni bilginin düşünümsellik ile örülmüş bir bilgi olmadığını belirtir; çünkü özdüşünümsel bir bilgi içinde "gerilimi" barındırır. Oysa iktidar içinde gerilimi barındıran bu bilgiden ziyade, amaca yönelik *think tank* bilgi üretiminin varlığını gerekli ve meşru saymaktadır. Bir araştırma belki sahadan çekilmeyi ve araştırmanın yapılamamasını gerekli kılabilirken, "Piyasa böyle bir seçim yapabilir mi?" şeklinde bir soruyu burada sormamız gerekmektedir. Gambetti, iktidar yapısının "piyasalaşma", "özelleşme" ve "metalaşma" ile birlikte düşünülmesi gereken bir iktidar yapısı olduğunu ve araştırmacının –makbul akademisyenin– yukarıdan aşağı emir komuta zinciriyle değil, artık "kendi inisiyatifiyle" davrandığını söylemektedir. Bu durum Gambetti'ye göre "neoliberal iktidarın" merkezden ziyade her bir kişiyi iktidar mekanizması haline getirdiğini ve iktidarın paylaşılabilen bir alana yayılmış olduğunu göstermektedir (2012). Devlet eksenli olmayan, farklı iktidar ilişkilerini anlamaya çalışmak önemlidir çünkü ifade özgürlüğünü ve araştırma özgürlüğünü anlamak bu iktidar biçimlerini anlamakla başlar.

Bu çalışmanın Sunuş bölümünde de vurgulandığı üzere, Somersan, araştırmacının araştırmasını gerçekleştirebilmesi için en az üç tür iktidara sahip olması gerektiğini belirtir: "1. Üniversiteler/kurumlar arasında göreli bir yapı içinde bulunmak (Ulusal ve uluslararası konumları ayrı değerlendirmek gereklidir.) 2. Araştırmacının kendi 'eşitleri' arasındaki sivrilen konumu; sosyal ve kültürel sermaye sahibi olması 3. Araştırmacının araştırma yapa-

cağı insanlar üzerindeki iktidarı" (2009: 164). Bu iktidar biçimlerinin yanı sıra araştırmacının, katılımcı deneyimlerini bilimsel bir yazıya aktarırken, *deneyimin* bilimsel bir şablon içine sokulmaya çalışılması, Somersan için iktidarı içeren bir diğer basamaktır. (2009). Somersan'ın bu değerlendirmesi, araştırmacının araştırılan üzerindeki iktidarını sorgulayan bir düşüncedir. Deneyim yazımının bilimsel bir şablonda konumlandırılışı araştırmacının araştırılan üzerindeki iktidarını görünür kılan kısımdır. Deneyimin yazıya nasıl aktarıldığı sorunu ile ilgili olarak Selek, araştırma sürecini, paylaşımları, bu paylaşımların nasıl kullanılacağı, aktarılacağı ve sonuçlanacağı üzerine araştırmacıya büyük bir sorumluluk yüklemektedir; çünkü araştırma süresince paylaşılan deneyimler, anlatılanlar araştırmacının kendisine "yabancılaşmasına" neden olur. Bu şekilde eğer araştırmacı, katılımcıyı anlamadığı bir tablonun içine sokmaya çalışırsa araştırılan kişi yapılan araştırmadan zarar görebilir. Bu yüzden Selek, kendisini de tablonun içinde gören bir bakışı yeğlemektedir. Selek'in araştırmacının neden sorumluluk alması gerektiği ile ilgili soruları şunlardır:

> "Neden bu araştırmayı yapıyorum? sorusu aynı zamanda, araştırmadan kim ne yarar sağlıyor? Benim temel sorumluluğum kime karşıdır? gibi soruların da yanıtlanmasını gerektirir. Bu da araştırmanın bütün sürecinde atılan adımları olduğu kadar, çıkan sonucun hangi alanda, nasıl ve kimlerle paylaşıldığıyla ilgilidir. Araştırma nerede bitmeli? Araştırma bittikten sonra ne olmalı?" (2009: 120)

Yeni medya çalışmalarında gördüğümüz, araştırma alanlarının değişikliğe uğradığı gerçeğidir. Farklı ortamlarda heterojen yapılar vardır. Bu "yeni" ortamlar araştırmacının merakını cezp ederken diğer taraftan ortamın çeşitliliği araştırmacının katılımcıyla ilişkisini farklılaştırır. Teknolojiyle biçimlenen farklı ortamların olması kültürel sınırları, sorulacak soruları etkiler. Araştırmacı "merak"ını sorgulamalı ve araştırmasının alacağı yeni modellere açık, "sınırsız" bir ortamda veri olarak elde ettiği bilgilerin kimleri, nasıl etkileyeceğini hesaba katmalıdır.

4.3. Yeni Medya Çalışmaları ve Etik

Sosyal bilimlerde kimlik araştırmaları konusunda iki yaklaşımdan biri "etik", diğeri ise "emik"tir. Etik yaklaşım, grubu dışarıdan

tanımlama eğilimindedir. Emik yaklaşım ise grubun öz tanımlaması ile yani grubun kendini nasıl tanımladığıyla ilgilenir (Süvari, 2005: 73). "Emik" ve "etik" kavramları dilbilim çalışmalarına dayanmaktadır. "Emik" yaklaşımda araştırmacı belli bir kültürü içeriden inceler, incelenen kültürün içinden iletişimi anlamaya çalışır. "Etik" yaklaşımda ise kültür önceden belirlenmiş niteliklerle, diğer kültürlerle karşılaştırılması yapılarak anlaşılmaya çalışılır. "Emik" yaklaşımda davranışlar sistemin, kültürün içinden araştırılır, yapı, araştırmacı tarafından ortaya çıkarılır. "Etik" yaklaşımda sistemin dışında durularak araştırma yapılır, birden çok kültür incelenir, karşılaştırılır (Kartarı, 2001'den akt. Sarı, 2004: 5). Bu bölümde, yeni medya çalışmaları içinde etik yaklaşımın araştırma yöntemiyle bağı kurulmaya çalışılmıştır. Araştırmacının araştırmasına katılan özneye soru sorma biçimi, oluşturduğu sorular nasıl bir iktidar yaratmaya çalıştığını gösteren işaretlerdir. Müge Tuzcuoğlu, asıl önemli ve etik olanın gerçeği göstermek olduğunun, bu gerçeğin ise dayattığımız gerçek olmadığının altını çizer; bilimsel olanın ilerici ve etik olduğunu dile getirir. Saha gerçeğinin dışında sorular sormanın, dayattığımız doğruların olmasının, bilim ve etik adına yapılan araştırmalar olmadığını belirten Tuzcuoğlu, araştırmada kullanılan soru formunda bir soruyu değiştirmenin ve bazı sorularla yönlendirmeye çalışmanın araştırma etiği ile bağdaşmayacağını, bunun siyaset ve iktidar ilişkileri içinde düşünülmesi gerektiğini savunmaktadır (2012: 90).

Yeni medya çalışmalarının kapsamı genişledikçe geleneksel araştırma yöntemleri yeni medya ortamlarına uygulanmaya başlamıştır. Örneğin, "İnternet'ten veri toplanması, çevrimiçi görüşme, anket çalışması; web siteleri, blog, oyunlar ya da diğer çevrimiçi metinler; veri toplama; yazılım, İnternet teknolojileri; arayüzey araştırmaları; görsel metin analizi; devlet eliyle yapılan İnternet düzenlemeleri, medya endüstrisi vb" (Markham, 2010: 111-113) konular ve araştırmalar yoğun olarak gerçekleşmektedir. "Siber uzam", teknolojik etkileşim ve kişilerarası iletişimin birleştirilmesiyle geliştirilen hayali bir uzamdır ama orada bulunmak mevcudiyet hissi verir. Mark Dery (1993) ve Allucquere Rosanne Stone'a göre (1995) İnternet ile etkileşime giren kişiler kurdukları bağlantının sosyal uzamda gerçekleştiğini düşünürler. Bilgisayar ağları iletişimi dolayımladıkları gibi, kişilerin gerçek uzam yerine siber uzamda birbirleriyle bağlantı kurmasını sağlar.

İnternet iletişimi için kullanılan metaforlar yüz yüze iletişim unsurlarından yola çıkmaktadır: "Başka odaya gitmek", "konuşmak" gibi sözcükler kişisel iletişim kalıplarının İnternet iletişimine aktarılmış halidir (akt. Barnes, 2004: 205). İnternet iletişimiyle fiziksel ve mekânsal olarak değişim geçiren sadece kullanıcılar değildir. Araştırmacılar da katılımcıdan kullanıcıya transfer edilen bu ortamdan etkilenirler.

İnternet incelemeleriyle birlikte araştırmacıların "ontolojik" varlığı da problematik hale gelmiştir. Bedensiz bir iletişim biçimi araştırma konusunu etkilediği gibi araştırmacıyı da etkiler. Çevrimiçi iletişim araştırmalarında temel etik sorunlar "çevrimiçi kimlik sorunu, çevrimiçi dil sorunu, çevrimiçi rıza ve güvenilirlik sorunudur..." (Binark, 2005: 190). Avrupa Konseyi Oviedo'da 1997'de "İnsan Hakları ile Biyoloji ve Tıbbın Uygulanmasında İnsan Olmanın Kutsallığı" sözleşmesini kabul etmiştir. Bu sözleşmenin 5. maddesinde sağlık alanındaki uygulamalarda bireyin özgür ve bilgilendirilmiş olarak rızasının alınmasının gerekli olduğunu yazmaktadır. Rafael Capuro ve Christoph Pingel, sözleşmeden hareketle bilgilendirilmiş rıza almanın gerekliliğini çevrimiçi iletişim araştırmalarına uygulamayı önermektedir. Capuro ve Pingel, etik kurallarda uzlaşıldığında dijital ve gerçek kimliklerin korunacağını, bu kimliklerin siyasi amaçla ya da çıkar amacıyla kullanılamayacağını, araştırmada önceliği "bedenli kimliğin" korunmasına ve saygı duyulmasına vermek gerektiğini belirtirler. Capuro ve Pingel'in evrensel etik kuralları değerlendirildiğinde araştırma konusuna duyarlı ve özdüşünümselliğe önem veren bir etik anlayış önerdikleri görülmektedir. Araştırmacıların kendi kültürlerinden kaynaklanan "cinsiyetçi, ırkçı" önyargılı tutumların farkında olmaları gerekmektedir. (2002'den akt. Binark, 2005: 189). Capuro ve Pingel, evrensel bir etik anlayışın, araştırmacı/katılımcı arasındaki etik sorunları görünür kılacağını düşünmektedir.

Binark, İnternet ortamı, oyun konsolları, I-pod, avuç içi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri gibi tüm dijital teknolojileri yeni medya başlığı altında toplayabileceğimizi belirtir (Binark, 2007: 22). Hızlı gelişen dijital teknolojiler "yeni" dediğiniz bir araştırmayı "eski" kılabilirken, bu hızlı değişim yeni medya alanında etik sorunları da beraberinde getirmektedir. AoIR (*Association of Internet Research*), bağımsız ve disiplinlerarası bilimsel araştırma konuları üzerine konferanslar düzenlemiş, geniş katı-

lımcı bir ağ oluşturmuştur. Dernek, etik komisyon çalışmalarıyla etik üzerine yeni sorular sorulması ve bu soruların her defasında yeniden düşünülmesi gerektiği üzerinde önemle durmaktadır (Buchanan, 2012: 2). Etik sorunlar üzerine çalışmaları bulunan bir oluşum olan AoIR (2012), dijital teknolojilerin çok hızlı gelişmesi, durağanlığı kaldıran bir yapı olması nedeniyle kendisini geleneksel çalışmaların karşısında konumlamıştır.

AoIR Etik Komisyonu'nun hazırladığı Etik Yönerge[5], İnternet araştırmalarının tek önemli yanlarının gündelik yaşamı teknolojiyle dönüştürmek olmadığını, aynı zamanda kültürleri de nasıl değiştirdiğini anlamamız için bu araştırmaları belli bağlamda değerlendirmemiz ve tartışmamız gerektiğini belirtmektedir. Elizabeth Buchanan, Avrupa Birliği Direktifleri ile Avrupa'da sıkı düzenlemelerin olduğunu, İnternet'te Web 2.0'a geçilmesiyle birlikte "özel alan" ve "kamusal alan" sorunu çerçevesinde "etik araştırmaların" kaygılarının kendini daha fazla belli ettiğini belirtmektedir (Buchanan, 2011: 83). Buchanan, erken dönem İnternet araştırma etiği çalışmalarında etik alanında bazı belirsizliklerin olduğunu ve bu belirsizliklerin bugün yeni soruların sorulmasına yardımcı olduğunu açıklar. Buchanan'a göre (2011), çevrimiçi çalışmalardaki *etik* sürekli tekrar tanımlanmalı, içeriği güncellenmelidir. Bu konuda araştırmacıların karşılaştığı pek çok zorluğun olduğunu belirtir. Selek, araştırma sürecinde öznelerin eğer "güven" duymuyorlarsa araştırmacıya karşı çok zıt bir yönde konumlanabileceklerini, araştırmacıyı "düşman" olarak görebileceklerini söylemiştir (2009: 117). Yeni medya araştırmalarında araştırma yaptığınız öznelerin araştırmacıya güven duyması, rızalarının alınması, metnin ve araştırmacının konumu için önemlidir. Danielle Lawson (2004), katılımcıların rızalarının alınmasının belli bir süreç gerektirdiğini belirtir:

> Katılımcıların isimlerinin anonimleştirilmesi ve katılımcının bilgilendirilerek araştırma analizinin yapılması,
> Katılımcı kimliğinin açık edilmemesi,
> Yayınlamadan önce katılımcıya araştırma metninin gösterilmesi (2004'ten akt. Buchanan, 2011: 97).

5. Annette Markham ve Elizabeth Buchanan (2012), "Ethical Decision- Making and Internet Research", http://www.aoir.org/reports/ethics2.pdf, (08 Temmuz 2013).

Çevrimiçi araştırmada araştırmacının katılımcılarla çalışmalarının sonuçlarını paylaşması, araştırmacı olarak konumunun değişmesine daha eşitlikçi bir yaklaşımdır ve katılımcılarıyla arasında yatay bir iletişim kurmasını sağlayacaktır. Yatay olmayan bir iletişim, araştırmacının "paparazzi" gibi etiketlenmesine yol açabilir (Chen vd, 2004: 171). AoIR'in etik yönerge metni etik yaklaşımın tepeden aşağı değil, aşağıdan yukarı şeklinde örülmesi ve bu doğrultuda bilgi üretilmesi gerektiğini söylemektedir (Markham ve Buchanan, 2012: 7). Annette Markham, araştırmada sadece etik yönerge ve ilkelere uymanın yetmeyeceğini, aynı zamanda kendi araştırma raporumuzda karşılaştığımız etik sorunları yazarak ve paylaşarak, bunun üzerine konuşarak etik araştırma sürecinin daha etkin kılınması gerektiğini söylemektedir (2010: 124) Araştırmacı neden etik davranmaz? Bu sorunun birden fazla yanıtı olabilir. Araştırmacının üzerinde durması ve düşünmesi gereken etikle ilgili bazı konular şunlardır: "Yazılı etik kurallar ve ilkeler belli belirsizdir. Etik araştırmayı tamamlamak uzun bir süreçtir. Etik davranış, araştırmacıların profesyonel eğitim aldıkları sırada ve kişisel olarak diğer araştırmacılarla kurduğu kişisel temasın sonuçlarıdır.." (Neuman, 2010: 190). Etik kuralların belli belirsiz olması araştırmacının etik konusunda yönsüz kalmasına yol açabilir; çünkü araştırmacının bu "ethos"a yüklediği anlam –sadece diğer araştırmacılarla düzenli bir etkileşim sürecinden geçerek elde ettiği etik davranış– tek ölçüt değildir, olmamalıdır (2010: 190).

Daha önce açıkladığımız üzere, AoIR (2012) Etik Komisyonu'nun hazırladığı Etik Yönerge, İnternet araştırmalarının gündelik hayatı sadece teknolojiyle dönüştüren bir yanı olmadığını, kültürleri nasıl değiştirdiğini anlamamız için İnternet araştırmalarını belli bağlamlarda değerlendirmemiz ve tartışmamız gerektiğini belirtir. AoIR'in (2012) Etik Yönergesi, araştırmacıların *etik* konusunda pusulasız kalmasının önüne geçmeyi hedeflemektedir ve araştırmacılarla bir araya gelerek yeni etik soruların oluşturulması ve araştırmacının kendi üzerine düşünmesine fırsat veren özdüşünümselliği hatırlatan bir yönergedir. AoIR (2012) etik komisyonun üyeleri, disiplinlerarası çalışmalar yapan kişilerden oluşmaktadır. AoIR'in (2012) "çoklu" disiplinlerarası yapısı, ortaya çıkacak etik yaklaşımların farklı açılardan tartışılmasını sağlamayı amaçlamaktadır (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12).

İnternetin hızlı, global yayılım ağı ile birlikte oyun konsollarına, yeni uygulamalar, mobil cihazlar, cep telefonlarına entegre, uyumlu hale getirilmesiyle İnternet araştırmalarındaki *etik* kavramında dönüşümler yaşanmıştır. İnternet araştırmalarında etik konuların tartışılması, etikle ilgili çalışma sayısını artırmıştır. Bu kaynak artışı, alanyazındaki kaynaklarla birlikte etik tartışmaların canlanmasına neden olmuştur. İnternet ortamı heterojen ve dinamik bir ortam olduğu için yönergenin en önemli özelliği statik olmamasıdır. Herhangi "ulusal" ya da "uluslararası" resmi açıklamalardan ziyade, farklı epistemolojik tartışmalara yön vermeye çalışmaktadır. Etik Yönerge (2012) İnternet'in bir şemsiye kavram olduğundan bahsetmektedir; çünkü İnternet, sayısız teknolojik araç, kapasite, kullanım ve sosyal alan içermektedir. Gelişen teknolojiler beraberinde etik değerlendirmelerin kendi içinde ortaya çıkacak yeni modellerini de göz önünde bulundurmayı gerektirir. İnternet yoluyla etkileşim ve bilginin farklı şekillerde transferi mümkündür. Araştırmacılar İnternet alanında belli bir konunun üzerinde yoğunlaşıp İnternet ortamının "sınırsızlığını" daraltarak çalışmalarını şekillendirebilir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Yönerge'de, İnternet araştırmalarında araştırmacıya yol gösteren temel ilkeler şunlardır: "İnternet yazarlarının, katılımcıların hassas bir topluluk olduğu ve araştırmacının yazarları ve katılımcıları koruması temel bir zorunluluktur. Etik kararlarda katılımcı öznelerin haklarının korunması gerekir" Etik Yönerge'de, katılımcı öznenin hakları araştırmadan daha ağır basmaktadır; çünkü etik kararlar müzakereci bir süreci gerektirir. Mümkün olduğunca çok kişiye ve araştırmacıya danışmak gerekmektedir. Bu karar alışlarda sadece bir disipline danışılması değil, disiplinlerarası çalışan araştırmacılara sorular sorulması gerekir. Etik karar alışlar zarar, hassasiyet, norm, değer, prensip, yarar, dürüstlük gibi konular içerdiği için araştırmanın her aşamasına çoklu yargılar nüfuz etmelidir. *Belirsizlik* araştırma sürecinin bir parçasıdır. Her araştırma süreci farklı etik konular içerir. Etik Yönerge'nin savunduğu şey, etik araştırma sürecinin esnek olması gerektiğidir. Bu esneklik katılımcıyı sadece bir veriye indirgemeyi önlerken, aynı zamanda, araştırma değişen teknolojilerle, değişik bağlamlar içinde sunulabilmektedir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12).

AoIR'e göre, İnternet araştırmalarında ortaya çıkan temel sorunlar ise, veri toplama ile ilgili katılımcılardan izin alınıp alınma-

ması, özel-kamusal ayrımı, veri oluşumu gibi sorunlardır. AoIR'in Etik Yönerge'de önerdiği, yukarıdan aşağı olan bir araştırma modelinin içinde barındırdığı gerilimi azaltmak için kurumlar ve bireyler araştırma sürecinde müzakere yoluna gitmeli ve çözülememiş çelişkilerle yüzleşmelidir. Erken dönem sağlık çalışmalarında biyomedikal konularla ilgili olarak "insan özne" etik tartışmaları gerilimli bir yapı oluşturuyordu. Biyomedikal olmayan konular içinse etkileşime girilmemiştir. Etik konulara ait alanlarda "insan özneye" ait konular gerilimi oluşturan bir yapı kurmaktadır; fakat İnternet araştırmaları "insan özne" konumunda, insana ait temel haklar ve konularla ilgili İnternet tabanlı "İnternet ekolojisinden" yararlanmamıştır. Etik Yönerge'nin çıkış noktası bu yüzden "insan özne" konumunda kimlik, zarar, mahremiyet, duyarlılık gibi konular olmuştur. Etik Yönerge'nin İnternet araştırmalarında "insan özne" ekseninde tartıştığı etik sorunlar ve bu tartışmadan doğan yeni sorular etik oluşumların geleceğini etkileyecektir. Aşağıda AoIR'in etik yönergesi kapsamında araştırmacıların tartışmalarına yol gösterecek konulara yer verilmiştir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Robert Ackland, sosyal bilimlerde "insan özne"ye ilişkin araştırmalarla ilgili üç temel tartışma olduğunu belirtir: onanmış rıza, kişilerin "özel" ve "kamusal" yönleri arasındaki ayrım ve katılımcıların anonimliği (2013: 43). Ackland ve diğer kuramcıların ifade ettiği tartışma konuları aşağıda yeni medya çalışmalarında etik ilkeler temelinde ele alınmaktadır·

• Özel/Kamusal Alan Ayrımı: AoIR'in (2012) metni özel/kamusal alan ayrımında ortaya çıkan etik soruları içine alan bir metindir. Özel/kamusal ayrımında kişisel ve kültürel tanımlar belirsizdir. İnsanlar kamusal alanda faaliyet gösterip gizliliğe dair beklentilerini sürdürebilirler. Araştırmacılar veri toplamak, akademik faaliyetlerde bulunmak niyetinde olabilir ama veri toplama işleminin günlük çevrimiçi pratiklerle ayrımı net değildir. İnternet araştırmalarında kamusal ve özel alanın sınırları net olarak çizilememektedir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Kullanıcılar eğer, özel/kamusal ayrımını karıştırıyorlarsa araştırmacı katılımcıların gizliliğini korumalıdır. Benzer şekilde İnternet'ten edinilen tüm bilgilerle ilgili atıfta bulunulmalıdır. İnternet'teki kamusal ve özel mesajlar, bilgi ve uzam arasındaki sınırların daha da bulandırılmasını sağlamıştır. İnternet araştırmacıları, İnternet kullanıcılarının, çevrimiçi iletişimdeki kamusal ya da özel sınırla-

rı karıştırabileceklerini unutmamalıdır (Barnes, 2004: 215). Araştırılan, kamusal bir ortam olsa da kişilerin onayı gerekmektedir. Kamusal alan herhangi birinin istediği şekilde kullanabileceği bir ortam gibi gözükse de durum her zaman için böyle değildir. Çevrimiçi araştırmada önemli olan kişilerin iletişimin kamusal ya da özel alanda oluşuyla ilgili algısıdır. Eğer kişiler paylaştıkları mesajların "kamusal" olduğunun farkında değilse, araştırmacı bu mesajları "özel" olarak kabul etmeli ve kullanmamalıdır. Kamusal alanlarda yazan bu kişilerin isimlerine atıfta bulunulmalı ve klasik atıfta bulunma kuralları elektronik mesajlar için de uygulanmalıdır (Barnes, 2004: 203-222).

İnternet üzerine araştırma yapan araştırmacılar inceledikleri metin ya da tartışma platformlarının kamuya açık olup olmadığı sorusu ile ilgilenmelidirler. Bu ortamlar kamuya ne kadar açıktır? BDİ (*Bilgisayar Dolayımlı İletişim*) için bazı ortamlar ve metin içerikleri sadece o grubun üyelerine açıktır. Grupların iç yapısını, oradaki ilişkileri izin almadan kayıtlamaya başlamak etik bir soruna işaret etmektedir. Binark'a göre, BDİ ortamının içindeki ilişkiler "metaya" indirgenmez. Oradaki ilişkilerin yapısını anlamak nasıl araştırmacının bir sorumluluğuysa, oradaki verileri korumak için ortamdan izin alınması ve isimlerin, hatta takma isimlerin bile değiştirilmesi, yine araştırmacının sorumluluğundadır. Ancak siteye erişim tüm kamuya açıksa burada toplanan verilerin çalışmaya olduğu gibi aktarılması etik bir sorun teşkil eder mi? Bu soruya tek bir yanıt verilememektedir (Binark, 2005: 183).

• Katılımcıların Anonimliği Durumu: Ackland, araştırma katılımcılarının anonimliği ile ilgili tartışmanın toplanan verilerin kamusal olarak erişilebilir olup olmaması ile bağlantılı olduğunu belirtir (2013: 46). Ackland, kamusal olarak mevcut bir veriyi değerlendiren araştırmacıların kişilerin anonimliğini hangi durumlarda sağlaması gerektiği ile ilgili olarak aşağıdaki noktaları belirtir (2013: 46):

> Bir kişi ya da gruba hoş olmayan bir etiket atfedildiğinde (terörist vb),
> Kişi ya da kurumu isimlendirmek bazı tercih edilmeyen durumlara yol açtığında (nefret sitelerinin listelerinde yer alma vb),
> Bir kişi diğer insanlardan ayrı tutulduğunda (bir Facebook katılımcısının derinlemesine analizi vb).

Ancak Google gibi arama motorlarının yaygın kullanımı göz önüne alındığında, Ackland, araştırma katılımcılarının anonimliğini sağlamanın –katılımcının ve araştırma ortamının adı belirtilmese bile– çok zor olduğu konusunda uyarır.

• Veri (Metin)/Kişiler Ayrımı: Kişi sadece bir avatardan (ya da takma addan) mı ibarettir? Dijital bilgi, kişinin bir uzantısı mıdır? Araştırma nesnesi herhangi bir şeyi içermeyen, kendisiyle bağlantı kurulamayan bir senaryoya sahipmiş gibi yapmak kişileri basite indirgemektir. Kişiyi tümüyle veri havuzunda yer alan ve araştırmacının veri havuzunda yer tutan bir araştırma nesnesine indirgeyebilir miyiz? Örneğin, veri havuzunuz çok sayıda tweetten oluşmaktadır ve bu kişilerin davranışlarıyla ilgili bilgi toplanmaktadır. Tweetler kişiden ayrı "şeyler" değil, araştırmanızı etkileyen öznelerdir. Veri setindeki anonimlik önemlidir çünkü her bir veri kişisel bilgi üretmektedir. Etik problemleri azaltmak için verileri, katılımcıları korumak gerekmektedir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Örneğin, Elizabeth Reid, bir destek grubunda yürütülen bir araştırmada yer almayı kabul eden katılımcıların grupta cinsellik ve şiddet içeriklerinden rahatsız olduğuna tanık olmuştur. Veriler, izin verilmiş olsa bile katılımcılarla ilgili pek çok kişisel veriyi içerdiği için Reid, bu verileri kullanmamıştır (1996: 144 akt. Barnes, 2004: 215-216).

• Aşağıdan Yukarıya Olan Hareketlilik Durumu: *A priori* determinist kalıplar araştırma etiği ile ilgili oluşturulacak yapılara zarar verebilir. Bu zarar "onanmış rıza"[6] ile azaltılabilir (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Ackland, bilgi üretimi ve paylaşımı ortamlarını web siteleri, haber grupları, blog ve mikroblogları sosyal ağ sitelerinden ayrı bir gruba dahil ederek onanmış rıza tartışmasına katkıda bulunur (2013: 44). Ackland'a göre, ilk gruptaki bilgilerin kamusal olarak yayınlandığını ve böylece araştırma için kullanılabileceğini gerekçelendirmek daha kolaydır. Ancak Ackland, bu durumlarda da bloglardaki ya da haber gruplarındaki iletilerin "telif hakkı" ile ilgili etik sorunla gündeme gelebildiğini

6. *Onanmış rıza (informed consent):* Kişilerin verilen bilgileri ve neye onay verdiklerini anladığından emin olmaktır. Corrine Glesne'ye göre onanmış rıza, "araştırmaya katılacakların, katılımının gönüllü olduğunu, araştırmanın bazı yönlerinden zarar görebilecekleri ile araştırmanın herhangi bir evresinde araştırmadan çekilebilecekleri konusunda bilgi verir" (2013: 228). Kişilerin araştırmaya gönüllü olarak katıldığından ve baskı altında hareket etmediğinden emin olunmalıdır (Barnes, 2004: 203-222).

belirtir. Ackland, iletilerin "akademik" amaçlarla kullanılmasının bu telif sorununu yaratmayacağını ileri sürer. Kamusal bir ortamda yazılmalarına rağmen, iletilerin "özel" algısı ile yazılmış olabileceği de bu tartışma ile ilgili olarak ihmal edilmemesi gereken bir noktadır. Yaptığı tüm uyarı ve hatırlatmalara karşın, Ackland'ın onanmış rızanın her durumda gerekli olduğunu düşünmediği görülmektedir. Bu gereklilik incelenen topluluğun yapısına göre ve incelenen ortamın kamusal ya da özel bir alan oluşuna göre değişmektedir.

İnternet araştırmalarının etik konularında öngörülen zarar ve riskleri tespit etmek kolay değildir. Örneğin, Amerika'da etik inceleme kurulları birçok bilim insanını gerekli kılabilmektedir çünkü kişiler ve gruplar tek değil, değişebilir niteliktedir. Katılımcıların durumları ve araştırmacının araştırma yönsemeleri de değişebilir. Sadece etik kurallarla bitmeyen, değişik sorumluluklar içeren başka zorluklarla yüzleşmek gerekebilir. Etik zorluklarla yüzleşmek için araştırmacıların soru üretmesi çok önemlidir. AoIR'in hazırladığı Etik Yönerge'de ürettiği, araştırmacının temel alabileceği bazı sorular aşağıda verilmektedir (Markham ve Buchanan, 2012):

1. Etiği nasıl tanımlayabiliriz?

Araştırma kimleri içerecek? Kullanıcıları mı, üyeleri mi tanımlayacak? Araştırma ne gibi parametreler içerecek (kültür, kişi, veri)? İnternet sağlayıcılarının bölgesel fark ve düzenlemeleri araştırmayı nasıl etkiler? Kullanıcının özel alanıyla ilgili etik beklentileri nelerdir? Söz konusu olan, kişisel bir katılım mı, yoksa topluluğun tümünün katılımı mıdır?

2. İçeriğe (değer/katılımcı/veri) nasıl erişiliyor?

Katılımcıların ve yazarın konumu içerikte nasıldır? Araştırmacının yazara/katılımcıya yaklaşımı nasıldır? Araştırmacının içerikteki konumu nasıldır? Eğer içerik kamuya açıksa içeriği yazar/üyeler/katılımcı bağlamında mı algılayacağız? "Algılanan kişisellik" ne gibi yararlar içerir? Kişisellik nosyonu daha fazla bilgi akışıyla ilgiliyse kamusal ya da özel verilerle ilgili daha dikkatli olunabilir mi?

3. Çalışma kimleri içeriyor?

Etik beklentiler topluluk/yazar/katılımcı için nelerdir, neleri kapsamaktadır? Araştırmacının etik duruşu nasıl olmalıdır? Araştırmacının etik duruşu, ülkesi/kültürü/etiğe bakışı önemli midir? Eğer araştırma verisi

tekrar kullanılacaksa bunun kişilere ya da topluluklara daha sonraki etkileri neler olabilir?

4. Çalışmanın "nesnesi" ile kastedilen nedir?

Veri ile ilgili etik beklentiler nelerdir? Etik sonuçlar nelere/kimlere gönderme yapmaktadır? Analiz nesnesi olan kişilerin ya da metnin ötesinde başka bazı parametrelerin altının çizilmesi gerekli midir (blogun *comment*leri de içermesi vb)? Araştırma için hangi yöntem kullanılacaktır (fotoğraf ve video ile ilgili etik sorumluluğun alınması)? Araştırma alanı ne kadar genişleyebilir (özel/kamusal analizler)? Toplanan verilerden ne gibi farklı sorular üretilebilir?

5. Veriler nasıl saklanıyor, toplanıyor ve tekrar sunuluyor?

Hassas içerikli veriler için hangi yöntem(ler) koruma sağlar? Veri toplama ve depolama sırasında, rapor üretiminde ne gibi beklenmeyen ihlaller olabilir? Eğer araştırmacı hassas verileri, herhangi bir şekilde kayıtlarsa ya da başkalarıyla paylaşırsa, bu zararın ne gibi sonuçları olabilir? Araştırmacı gerçekleştirdiği diğer araştırmalarında sakladığı verileri kullanırsa ya da kullanmak isterse potansiyel riskler neler olabilir? Verinin yeterli anonimliğinin sağlanması için gerekli adımlar nelerdir? Bilgilerin çalınmasının etik sonuçları neler olabilir? Bazı bilgilerin seçilirken bazılarının seçilmemesi neyi temsil eder? Gelecekte teknoloji (otomatik metin analizi/yüz tanıma özelliği gibi) kişisel bilgilerin depolanmasını olanaksız kılar mı? Kimlik bilgileri araştırmacıya gösterilecek midir?

6. Metin/kişiler/veri üzerinde nasıl çalışılır?

Doğrudan alıntı gerekirse bunun uzun erimdeki etik sonuçları neler olabilir? Alıntı yapıldığında örneğin "bloggerlara" zarar verilir mi? Yoksa daha az riskli bir yöntem mi kullanmak gerekir? Etik beklentilerin karşılanması hangi yöntemlerle olabilir (etnografi/anket/ söylem analizi)? Bir disiplinin gerektirdiği analiz, depolama ve rapor ihtiyaçlarla uyuşmazlık gösterirse bunun etik sonuçları neler olabilir?

7. Bulgular nasıl sunulmaktadır?

Kişisellik yeterince korunmakta mıdır (atölye, konferans ya da informel toplantılarda sunulan veriler)? Telif hakkı sınırlamaları olabilir mi? (Örneğin, bazı ülkelerde *screenshot* almak ya da resmi izin olmadan verileri web sitesinden çekmek yasaktır.)

8. Çalışmadaki potansiyel risk ve zararlar nelerdir?

Çevrimiçi iletişimde potansiyel riskler nelerdir? Araştırmacı ve araştırması için çalışmanın gelişmesi kadar risklerini de çalışma boyunca değerlendiriyor muyuz? "Hassasiyet" ve "zarar" çalışmada nasıl tarif

ediliyor? Riskler nasıl değerlendiriliyor (topluluk/yazar/katılımcı açısından)? Araştırmacı ve topluluk/yazar/katılımcı boyutunda zarar ve hassasiyet tanımında bir ikilik yaşanırsa zarar ve hassasiyet nasıl tanımlanacak? Araştırmacı ne gibi zararlar doğurabilir? Kariyer ve unvan için araştırmacı, katılımcıyı suçlu haline getirebilir mi ya da katılımcılarla özel ilişkilerin zararları neler olabilir? (Örneğin, çevrimiçi grubun kullanımının yasaklanması, blog vb aktivitelerden çekilme...) Bireyler, gizliliklerinin ihlal edilmesinden çeşitli boyutlarda zarar görebilirler, incinebilirler. Kim veya ne gibi şeyler araştırmacının ötesinde katılımcı için zarar oluşturabilir? Zarar riskini en aza çekme yolları nelerdir? Araştırma topluluk/yazar/katılımcı kadar araştırmacıyı da koruyor mu?

9. Çalışmanın potansiyel yararları nelerdir?

Çalışmadan kim yarar sağlayacak? Potansiyel katılımcılar mı? Araştırmanın amacı nedir? Çevrimiçi toplanan veriler, siteler, topluluklar "yasal" ve "değerli" midir?

10. Diğerlerinin otonomluğunu tanımak ve aynı değerde tutmak mümkün müdür?

Katılımcıların "onanmış rızası" gerekli midir? Araştırma süreçleri neleri içeriyor (dijital imza, sanal rıza, belgelendirilmiş rıza)? Çevrimiçi sistemde web sitesi yöneticilerinden izin alınacak mıdır? Süreç veya gereklilikler değiştirilebilir mi? "Onanmış rızanın" elde edilememesi ne gibi etik kaygılar doğurur? Etik Kurul rızayı gerekli görmediğinde, araştırmacı, özne/katılımcı yine de iznini alacak mıdır? Araştırmacı "onanmış rızayı" garanti ettiğinde katılımcılara doğru onama şeklini nasıl sağlayacaktır? Tali konularda etik izin almak zor olduğu için izin konusu devre dışı bırakılabilmektedir. Yaş, kimlik ve yetenekler bilinmediğinde ya da gizlendiğinde etik olarak nasıl bir zarardan söz edebiliriz? Gerekli durumlarda ebeveynlerden gerekli izin nasıl elde edilecektir? Özel izni ortaya çıkarabilecek riskler nelerdir? Aileler, araştırmacılar, çocuklar için riskler nelerdir?

AoIR'in (2012) Etik Yönergesi tamamlanmış ya da sona ermiş bir yönerge değildir. Bu etik yönerge, araştırmacılar için farkındalık oluştururken yeni etik soru ve yanıtlar ortaya çıkarmaktadır. Araştırmacılar için yeni içerikler, yeni teknoloji olanakları ile birlikte değerlendirilmektedir (Markham ve Buchanan, 2012). Etik sorunlar farklı araştırma ortam ve tekniklerine göre değerlendirilmektedir. Örneğin, çevrimiçi görüşmeler için gösterilecek etik hassasiyet, yüz yüze görüşmelerde olması gerekenden çok farklı değildir (Ackland, 2013: 33). Onanmış rızanın alınması, katılım

cının kimliğinin doğrulanması gibi konular çevrimiçi ortamlar için biraz daha güç olabilir. Hem çevrimiçi ortamlarda yapılan görüşmelerde hem de çevrimiçi e-posta görüşmelerinde araştırma katılımcılarının araştırmadan geri çekilmesi mümkündür.

Çevrimiçi araştırmalarda kullanılan farklı araçlara yönelik yöntemelikler geliştirilmektedir. Örneğin, Skype aracılığıyla yapılan derinlemesine görüşmeler için Wollongong Üniversitesi İnsan Hakları Etik Komitesi[7] bir yönetmelik belirlemiştir. Buna göre, araştırma kapsamında araştırma katılımcılarına onlarla telefon/Skype görüşmesinin yapılacağına dair yazılı bir açıklama sunulmalıdır. Araştırmalarda, telefon/Skype görüşmesinin araç olarak kullanılmasının gerekçesinin sunulması, Skype kullanıcılarına nasıl ulaşıldığının açıklanması, görüşülen Skype kullanıcısının seçilme gerekçesi, araştırmanın zamanı ve uzunluğu, soruların niteliği ve görüşmenin yapılması katılımcı tarafından istenmiyorsa buna ilişkin nasıl bir prosedür uygulandığı açıklanmalıdır.

4.4. Veriye Ulaşmak ve Etik Sorumluluk

Araştırma etiği ile ilgili uluslararası çok sayıda genel etik yönerge oluşturulmuştur. Bunlardan bazıları: *UN Declaration of Human Rights* (1948), *the Nuremberg Code* (1947), *the Declaration of Helsinki* (1964) ve *Belmont Report* (1979)'tur. Bu deklarasyonların temelinde, temel insan hakları, insan onuru, özerklik, veri koruma, güvenlik, maksimum yarar ve zararları minimize etmek gibi temel ortak haklardan söz edilmektedir. Bu haklar, "insan olmanın" temelindeki hak ve özgürlüklerden bazılarıdır (Markham ve Buchanan, 2012: 2-12). Buchanan, araştırmada etik süreçle ilgili olarak özellikle verileri korumanın üzerinde önemle durmaktadır. Amerika'da, biyomedikal alanda yapılan araştırmalarda insan haklarını korumak için 1974'te ulusal araştırma hareketi, bu haklara bir şekil vermeye çalışmıştır. Bu amaçla 1979'da *The Belmont Report* yayınlanmıştır. Araştırma öznesi ile ilgili etik konularda üç temel ilke ele alınmıştır: Dürüstlük, yarar ve haklar. Dürüstlük, izin alma süreciyle birlikte irdelenmiştir. Raporda, "özerkliği korumak', "zarar vermemek", "haklar", "hassasiyet" gibi konular üzerinde durulmaktadır. Örneğin, çocuklar, tutuklular, zihinsel

7. http://www.uow.edu.au/content/groups/public/@web/@raid/documents/doc/uow026090.pdf

hastalık sahibi olanlar veya hastalıklarla mücadele edenler, hamile kadınlar vb yukarıda sayılan prensiplerin uygulanmasını gerekli kılan "hassas" gruplardır. Fakat aynı zamanda üç temel ilke herkesi kapsayacak şekilde eşit olarak yayılması gerektiği için yetersiz bulunmuştur. Kanada'da 1970'li yıllarda *hak ve yarar* kavramları ortaya çıkmıştır. 1994'ten beri *Tri Council Policy Statement, Ethical Conduct for Research Involving Humans* yönergeleri mevcuttur. Avrupa Birliği'nin veri koruma ile ilgili direktifleri ise: *Direktif 95/46/EC, 199, Direktif 2006/24/EC,2006*. Norveç'te, Norveç araştırma kodları *NESH,2003*; İngiltere'de *National Research Ethic Service and the Research Ethics Framework of the Economic and Social Research Council (ESRC) General Guidelines*'dır. 1960'tan beri Avustralya araştırma etik programı, Ulusal Sağlık ve Medikal Araştırma Konseyi'nin altında, *Statement on Human Experimentation* ise sosyal politika içinde 1986'dan beri devam etmektedir *(NHRMC, 2007)*. Araştırma Etik Komitesi'nin Afrika ülkelerinde, örneğin Güney Afrika'daki (*RECS)* geçmişi, 1966 tarihine kadar uzanmaktadır. Afrika ülkeleri bu programı geliştirmek için çalışmaktadır. Hindistan'ın tıbbi etik bildirgesi, 1980'de yayınlanan *"Indian Council of Medical Research*"tür ve bu, 2000'li yıllarda güncellenmiştir. Bu araştırma yönergeleriyle araştırma etik ilkelerinin küresel düzeyde olgunlaştığı görülmektedir (Buchanan, 2011: 83-108).

Martin Rimm'in, 1995 yılında *Marketing Pornography on the Information Superhighway* adlı çalışması *The Georgetown Law* dergisinde yayımlanmıştır.[8] Buchanan, Martin Rimm'in araştırma raporunda verilerin yanlış yorumlanarak araştırma etiği ile ilgili ciddi sıkıntıların yaşandığını belirtmektedir.[9] Rimm'in çalışmasında araştırma etiği ile ilgili rıza, anonimlik, kişisellik, dürüstlük gibi konuların ihlali söz konusudur. Rimm, verileri yanlış değerlendirerek yanlış sonuçlara ulaşmıştır. Ayrıca katılımcıların bilgilerinin anonimliliği sağlanamamıştır. Malin Sveningsson, bilginin hassaslığına vurgu yaparak, bilgiyi paylaşırken dikkatli olmamız gerektiğini savunmaktadır. Araştırmacı, kişisel verilerin korunmasına nasıl dikkat edecektir? Buchanan, etik komisyonda

8. Martin Rimm, "Information Superhighway"de İnternet'te pornografik imaj ve görsel içerikli yayınları ve bunları paylaşan kişileri araştırmıştır. Çalışma hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: http://www.sics.se/~psm/kr9512-001.html
9. Ayrıntılı bilgi için bakınız: http://cu-digest.org/rimm/cmu.report

İnternet araştırmalarında uyulması gereken kuralların tartışılması gerektiğini belirtmektedir. Örneğin, katılımcı ile araştırmacının "özel" konuşmaları chat odasına taşınarak kişisellik korunabilir. Amy Bruckman, kişilerin hesaplarının "sayıya" ya da "evet/hayır" cevaplarına indirgenemeyeceğini söylemektedir (akt. Buchanan, 2011: 96); çünkü araştırma ve araştırmanın etik sorunları üzerine düşünmek bir süreç gerektirir.

Lawson, katılımcılarla daha aktif bir etkileşim halini tercih etmektedir. Kelimelerin sahipliği meselesi çevrimiçi araştırmalarda karmaşık bir konudur. Veri içinde, araştırmacıların not defterleri, kodlamaları, diğer veriler bulunmaktadır. Lawson, bu verilere "rızanın" nasıl dahil edileceği üzerine düşünmüştür. Katılımcı rızası sıkı parametrelerle örülü bir konu olduğundan, katılımcı öznenin çalışmada hangi bağlama oturtulduğunu, teoriyi ve verilerin nasıl kullanılacağını bilmesi gerekir. Verilerin tekrar kullanılması veya verilerin orijinal metinle yer değiştirmesi gibi riskli soruların sorulması niyet ve sahiplik kavramlarını ortaya çıkarmaktadır (akt. Buchanan, 2011: 97). Araştırmacının verilerin çoklu yapısındaki tereddüttü şunlardır: biri tarafından uzun süreli veri sahipliği, çalışmanın desteğinin azalması gibi konular ve öznenin rızası. (Buchanan, 2011: 83-108).

Storm A. King'in (1996) çevrimiçi özel gruplar için önerdiği uygulama süreci ise şöyledir: "Tüm başlık ve imzaların kaldırılması, bir insanın adına ya da takma ismine yapılan tüm atıfların kaldırılması, grubun adı veya türüne (e-posta vb) yapılan tüm atıfların kaldırılması, incelenen forumun yeri veya türü ile ilgili spesifik bir atıfta bulunmamak, orijinal verinin güvenli biçimde saklanması ve bulguları doğrulamak isteyen diğer saha araştırmacıları için erişilebilir kılınması" (1996'dan akt. Barnes, 2004: 214). Kişisel verilerin korunmasının başka bir boyutu, kişilerin kendileri hakkında oluşturulmuş olan verilere istedikleri zaman ulaşma haklarının sağlanması gerekliliğidir. Bunun için bir sınırlama getirilmemelidir. İnternet'te e-posta hizmeti ayrıca etik sorumluluk ve hukuksal düzenleme alanına girmektedir (Binark, 2005: 179). Buchanan ve diğer araştırmacılar, araştırmacıların etik kurulda veri ve etik ile ilgili tartışması gereken konuların video, ses kayıt, metin ve bunların sahiplik ilişkileri, çevrimiçi anket, gelecekteki etik tutumlar olduğunu belirtmektedir. Bu etik kategorilere aşağıda açıklık getirilmektedir (Buchanan, 2011: 83-108).

• Veri Sahipliği: Araştırmacının elindeki veriler, anketler, ses kayıtları, saha notlarıdır. Amerika'da bu notlar veya kayıtlar telif yasasıyla korunmaktadır. Uluslararası antlaşmalardan *WIPO (World Intellectuel Property Organization)* telif yasası, kişisel veri kanunu konusunda dünya çapında korunan yasalardandır. İnternet'te buluşma yerinin özelliğine göre sahipliğin yeni ifade şekilleri vardır (Buchanan, 2011: 83-108). Çevrimiçi araştırmalarda çevrimiçi anket, liste faaliyetleri, blog postları, sahipliğin farklı göstergeleridir. Bu veriler kamusal mıdır yoksa değil midir? İnternet ortamındaki tüm tartışmalar, eğer topluluğa özel olarak üye olunmamışsa, kamunun malıdır; fakat araştırmacı, metinlerin sahiplerinin kimler olduğu, metinler yoluyla dolaşıma sokulan bilgilerin nasıl bilgiler olduğu gibi soruları sormalıdır (Binark, 2005: 188). Verilerin güvenliği ve etik ile ilgili sorgulamalar, sayısallaşmayla ilgili yeni etik sorular üretilmelidir. Gündelik yaşamda bilgi ve enformasyon her yerdedir ve hızlı bir şekilde tüm süreçler sayısallaşmaktadır. Nesne, olgu, özne, olay gibi her şeyi içine alarak büyüyen bir sayısal depo oluşmaktadır. Söylenen şeylerin hızla bir koda dönüşebileceğini düşünürsek, söylediklerimizin sayısal karşılığı haberimiz olmadan bir raporda, resmi bir açıklamada, iki kişi arasındaki konuşmada raporlara konu edilebilir. Gündelik yaşam içinde kullandığımız bilgisayar, İnternet ve cep telefonu birçok verinin toplandığı yerlerdir. Örneğin, IP numarası, depolanabilen verilerdendir (Fidaner, 2012: 7-11).

• Veri Koruma: Avrupa'daki son tartışmalar, kişisel gizlilik ve IP adresleri üzerine yapılmaktadır. Araştırmacılar katılımcı olarak chat odalarını gözlemlerken bilgi daha az kontrol edilebilir hale gelmiştir ve araştırmacıya daha az güven duyulmaktadır. Araştırmacı ve cevap veren arasındaki sınır nerede başlayıp nerede biter? Bilgi gizliliği ihlalleri araştırmacının verilerini nasıl topladığına dair sorular içermektedir. "Elde edilen veriler nasıl kullanıyor?" Araştırmacı verilerden elde ettiği cevapları nasıl eşleştirmektedir? Araştırmacının yanlış kimliği, IP adresi kişisel verisinin web üzerindeki kullanımı nasıldır? Araştırmacının verilerini çevrimiçi ankette nasıl koruyacağı da temel bir sorudur. Yanıtlara ne derece güven duyulabileceği de ayrı bir sorudur. Spam, virüs gibi şeyler cevapların kalitesini düşürür mü? Etik kurulda tartışılması gereken diğer bir konu *transactio log analiz* gibi verileri insansız çeken sistem programlarının olmasıdır. IP adresleri ellerinde olan

Google ve Yandex buna örnek verilebilir. Data havuzu içindeki veriler, bireylerin tercih ve kullanım alışkanlıklarına göre sınıflandırılabilmektedir.

Kişisel veriler üzerinde sınıflama, kodlama, fişleme gibi çalışmalar yapmak verilerin ekonomik ve ticari değerinin mevcut sistem içinde değerli "meta" haline gelmesi "veri korumanın" önemini belirtmeyi gerekli kılmaktadır. EDRI (*European Digital Rights/ Avrupa Dijital Haklar Örgütü*) 20 farklı Avrupa ülkesinden 32 kişisel gizlilik ve insan hakları temalı kuruluşun üyesi olduğu bir birliktir.[10] EDRI, bir broşür[11] yayınlayarak veri koruma konusundaki hassasiyetini göstermeye çalışmıştır. Kişisel veriler, bireyle ilgili her türlü bilgiyi içine almaktadır. Kişinin adı, adresi, kredi kart numaraları, parmak izi, IP adresi sağlık raporları vb verilerdir. Bu veriler sadece ticari amaçla değil, tam bir gözetim altında tutulma işlemi için de kullanılabilir. Kişisel verilerin korumasında temel yöntem anonimleştirme ve rızadır; fakat sadece genel bilgilendirmenin hemen altında işaretlenmiş olarak bulunan "kabul ediyorum" butonu rıza alındığının göstergesi değildir. Rıza, özgür iradeyle, ayrıntılı bir bilgilendirme ile mümkündür (2012: 7-8).

4.5. Genel Değerlendirme

David Zimmer (2008), Web 2.0'da kullanıcı, üretici, tüketici, katılımcı, otorite, amatör, iş ve oyun, veri, ağ, gerçek, sanal arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır, demektedir (akt. Buchanan, 2011: 102). Web 2.0'da kültürel kimlik ve kimlik bilgileri İnternet teknolojisi kullanılarak paylaşılmaktadır. İnternet araştırmalarıyla ilgili soruların yukarıdan aşağı dikey bir hiyerarşiyle değil, topluluk içinden çıkması gerekmektedir. Yazar hem nesne hem özne, hem araştıran ve hem de araştırılan olduğu için yeni iletişim sistemleri içindeki yeri oldukça karmaşık hale gelmiştir. Etik normlar hiyerarşik gücü işaret ettiği için araştırma etiği de değişmek zorundadır. Charles Ess (2003) ve David Berry (2004), "açık kaynaklı etik", "açık etik" ve "katılımcı etik" modeli önermektedir (akt.

10. http://www.edri.org

11. Alternatif Bilişim Derneği tarafından bu broşür Türkçeleştirilmiştir: http://ekitap.alternatifbilisim.org/veri-korumaya-giris.html. Alternatif Bilişim Derneği, EDRI'nin üyesi olarak Türkiye'de kişisel verilerin korunması konusunda çalışmalar yapmaktadır: http://alternatifbilisim.org

Buchanan, 2011: 103). Binark ve Bayraktutan açık etik anlayışın konuyla ilgili tüm tarafları içermesi gerektiğine dikkat çekerler ve bu konuda Ward ve Wasserman'ı izleyerek şu soruları sorarlar: "...Ward ve Wasseram'ın (2010: 277) önerdikleri üç ölçüt soruyu sürekli yinelemek gerekmektedir: 1) Etiğin niyetlenilmiş kullanıcıları kimlerdir? 2) Etik söylemde ve kararlarda kim katılıyor? 3) Etiğin içeriğinin ne olacağına ve nasıl değiştirilebileceğine kim karar veriyor?" (Binark ve Bayraktutan, 2013: 157)

Yeni medya ortamları ve özellikle de İnternet, araştırmacılara kesintisiz bir bilgi akışı sağladığı gibi özel ve kamu kuruluşları için de veri elde edebileceği "ortak bir buluşma yerine" dönüşmüştür. Gelişen teknolojiler ile veri çekmek, diğer bir deyişle veri madenciliği, çeşitli programlarla daha kolay hale gelmiştir. Çevrimiçi ve çevrimdışı araştırma sürecinde araştırılan, sadece bir "veriye" indirgenemez. Katılımcıların temel haklarını, araştırma sürecinden doğabilecek zararları ve riskleri düşünmek araştırmacının sorumluluğundadır. Araştırmacının kendine ait sorumluluğu ise araştırma sürecini katılımcı bir paylaşım sürecine çevirebilmek, özdüşünümsel –kendine içkin– bakış açısı geliştirmektir. AoIR gibi kuruluşların hazırladığı etik yönergeler, araştırmacının ve araştırılanın haklarını gözeten dinamik oluşumlardır. Bu gibi oluşumlarla araştırma süreci, araştırmacı ve araştırılan için etik unsurlar göz ardı edilmeden bir öğrenme sürecine çevrilebilir. Kanımızca, yeni medya çalışmalarında araştırmacının konumu, araştırılanla kurulan ilişki ve araştırmanın etik boyutu üzerine yapılan tartışmalar hiç kuşkusuz iletişim bilimleri alanı başta olmak üzere sosyal ve beşeri bilimlerin tüm alanlarında da bu hususların tartışılmasına yönelik önemli bir referans oluşturmaktadır.

Kaynakça

Ackland, R. (2013). *Web Social Science: Concepts, Data and Tools for Social Scientists in the Digital Age.* London: Sage.

Akdoğan, I. (2012). *Digital-Political Fantasies in İstanbul: An Analysis of the Perceived Role of ICT in Changing Institutional Politics, Activism and Identity.* Helsinki: Helsinki Üniversitesi.Yayımlanmamış Doktora Tezi.

AoIR, (2012). *EthicalDecion-making and Internet Research.* http://aoir.org/reports/ethics2.pdf

Argan, M. ve Tokay-Argan, M. (2006). "Viral Pazarlama veya İnternet Üzerinde Ağızdan Ağıza Reklam: Kuramsal Bir Çerçeve." *Sosyal Bilimler Dergisi,* 2: 231-250. http://kisi. deu.edu.tr/ nihan.ozguven/makale.pdf(Erişim Tarihi: 21.07. 2013).

Arıkan, B. (2012). "Ağ Zekasını Günlük Hayatınıza Taşıyın."*Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi,* 42: 44-46.

Arslantaş-Toktaş, S., Binark, M., Dikmen,E.Ş., Fidaner, I.B., Küzeci, E. ve Özaygen, A. (2012). *Türkiye'de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Kartlarından Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi.* İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği. E kitap olarak: http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/turkiyede-dijital-gozetim.pdf

Aslan, B. (2007). "Web 2.0, Teknikleri ve Uygulamaları." *XII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri.* http://inet-tr.org.tr/inetconf12/bildiri/46.pdf (Erişim tarihi: 10.03.2012).

Aslan, M. G. (2013). "Yeni Medyanın 'Yeni'liği Üzerine." *I. Ulusal Yeni Medya Kongresi 7-8 Mayıs 2013.* Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Alternatif Bilişim Derneği. 102-110.

Atabek, Ü. (2001). "İnternet ve Sosyal Bilimlerde Metodoloji". *Amme İdaresi Dergisi.* Cilt:34, Sayı:1, 51-57

Atlas, M. (2001). *İstatistik II: Çözümlü Örnekler.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Aygül, E. (2013). *Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Aziz, A. (1994, 2003). *Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim.* Ankara: Turhan Kitabevi.

Babacan, M. E. (2012). *Sosyal Paylaşım Alanlarında Sosyal Sermaye.* Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Balcı, A. (2006). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler.* Ankara: Pegem.

Barnes, S. B. (2004). "Issues of Attribution and Identification in Online Social Research." *Online Social Research: Methods, issues and ethics.* M. D. Johns, S. S. Chen ve G.J. Hall (Der.). New York: Berg.203-222.

Bayraktutan Sütçü, G. (2008). "Araştırma Bize Ne Öğretir? Yönteme ve Araştırmacıya Eleştirel Bakabilmek." *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi,* 5(3): 45-57.

Bayraktutan, G., Binark, M., Telli Aydemir, A., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. (2013). *Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde Facebook ve Twitter'ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması.* Ankara: TÜBİTAK. Proje No:111k263. http://www.toplukatalog.gov.tr/index.php?_f=1&the_page=&cwid=2&keyword=Sosyal+Medya+Ortamlar%C4%B1n%C4%B1n+Siyasal+%C4%B0leti%C5%9Fim+Uygulamalar%C4%B1+A%C3%A7%C4%B1s%C4%B1ndan+%C4%B0ncelenmesi&tokat_search_field=1&order=0&command=Tara#alt

Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., Telli Aydemir, A. (2012). "Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi", *Selçuk İletişim Dergisi,*7(3) 5-29.

Bayraktutan-Sütçü, G. (2010). *Blog Ortamı ve Türkiye'de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği.* Ankara: Ankara Üniversitesi.Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Beaulieu, A. (2004). "Mediating Ethnography: Objectivity and the Making of Ethnographies of Internet." *Social Epistemology,* 18(2-3): 139-163.

Belz, F. M. ve Baumbach, W. (2010). "Netnography as a Method of LeadUser Identification." *Creativity and Innovation Management,* 19: 304-313.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research.* New York: Free Press.

Berger, A. A. (2000). *Media and Communication Researh Methods.* London: Sage Publications.

Best, S. J. ve Krueger, B. S. (2008). "Internet Survey Design." *Online Research Methods.*N. Fielding vd (Der.). London: Sage.

Binark, M. (2005). "İnternet'i ve/ya Bilgisayar Dolayımlı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları". *İnternet, Toplum, Kültür,* Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Der.). Ankara: Epos Yayınları. 177-190.

Binark, M. (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu." *Yeni Medya Çalışmaları.* Mutlu Binark (Der.). Ankara: Dipnot Yayınları. 21-44.

Binark, M. (2009). "Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmak". *Evrensel Kültür,* 216 (Aralık): 60-63.

Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2008). *Dijital Oyun Kültürü ve Türkiye'de Gençliğin İnternet Kafe Kullanım Pratikleri: Çevrim İçi ve Çevrim Dışı Kimlik Egzersizleri, Hareketsiz Toplumsallaşma ve Sanal Kariyer Yapma-Ankara'da Etnografik Alan Çalışması.* Ankara: TÜBİTAK. Proje No: 107K039. http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=3&vtadi=TPRJ&s_f=_5&detailed=1&keyword=101259

Bochénski, J. M. (2008). *Çağdaş Düşünme Yöntemleri.* (Çev. Talip Kabadayı-Mustafa Irmak). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

Bourdieu, P. (2013) *Bilimin Toplumsal Kullanımları-Bilimsel Alanın Klinik Sosyolojisi İçin.* Çev. Levent Ünsaldı. Ankara: Heretik Yayıncılık.

Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2012). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Notlar.* Çev. Nazlı Ökten. İstanbul: İletişim.

Buchanan, E. (2011). "Internet Research Ethics: Past, Present, and Future." *The Handbook of Internet Studies.* Mia Consalvo ve Charles Ess (Der.). Malden: Wiley&Blackwell, 83-108.

Burke, P. (2012). *Bilginin Toplumsal Tarihi II: Encyclopedie'den Wikipedia'ya.* Çev. Mete Tunçay. İstanbul: Tarih Vakfı.

Castells, M. (2013). *İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler.* İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Chen S. L., Hall, G. J. ve Johns, M. D. (2004). "Research Paparazzi in Cyberspace: The Voices of the Researched." *Online Social Research: Methods, Issues and Ethics.* M. D. Johns, S. L. Chen ve G. J. Hall (Der.). New York: Berg. 157-175.

Çaylı-Rahte, E. (2013). "Gündüz Kuşağı Televizyonunun Etnografik Analizi: Bir İntrospektif Çalışması." *Sahanın Sesleri.* Hakan Ergül (Der.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi. 17-50.

Çelik, B. (2013). "Teknoloji ile Kimlik Mücadelesi: Kürt Gençleri ve Cep Telefonu." *Sahanın Sesleri.* Hakan Ergül (Der.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi. 257-274.

Çelik, H. ve Ekşi, H. (2008). "Söylem Analizi." *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi,* 27: 99-117.

Çomu, T. (2012). *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: YouTube Örneği.* Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Dağtaş, B. (1999). "İngiliz Kültürel Çalışmaları'nda İdeoloji." *Kurgu Dergisi,* 16: 335-357.

Deller, R. (2011). "Twittering on: Audience Research and Participation Using Twitter." *Participations,*8 (1): 216-240.

Durna, T. ve Kubilay, Ç. (2010). "Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri." *Medyadan Söylemler.* Tezcan Durna (Der.). İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık, 47-84.

Dursun, Ç. (2014). *TV Haberlerinde İdeoloji.* Ankara: İmge Yayınları.

Erbaş, T. (2011). *Türkiye'de Tumblr Blog Ortamındaki Popüler Blogcuların Kullanım Pratikleri.* Ankara: Başkent Üniversitesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji.* Ankara: Erk.

Ergül, H., Gökalp, E. ve Cangöz, İ. (2009). *Yoksulların Günlük Yaşamında Medya: Eskişehir Bağlamında Bir Alan Araştırması.* Ankara: TÜBİTAK, Proje No: 107K400. http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?keyword=Yoksullar%FDn+G%FCnl%FCk+Ya%FEam%FDnda+Medya%3A+Eski%FEehir+Ba%F0lam%FDnda+Bir+Alan+Ara%FEt%FDrmas%FD&s_f=1&command=TARA&the_page=&the_ts=&vtadi=TPRJ&cwid=3#alt

Ergül, H., Gökalp, E. ve Cangöz, İ. (2012). *Medya Ne ki Her Şey Yalan.* İstanbul: İletişim.

Eriş, U. (2009). *Türkiye'de Kırıcı (Hacker) Kültürü.* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Evre, B. (2009). "Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi." *Medyada Gerçekliğin İnşası.* İsmet Parlak (Der.). Konya: Çizgi Kitabevi. 107-152.

Fidaner, I. B. (2012). "Önsöz." *Türkiye'de Dijital Gözetim.* Mutlu Binark (Der.). İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği. 7-13.

Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş.* Çev. Süleyman İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Foucault, M. (1987). *Marks'ta İdeoloji: Kapitalizmin Devrimci Eleştirisinin Bir Olanağı.* Çev. Turhan Ilgaz, İstanbul: Hil Yayınları.

George, A. L. (2003). "İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar." *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi.* Çev. M. Sadullah Çebi. Ankara: Alternatif. 9-47.

Geray, H. (2006, 2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş.* Ankara: Siyasal; Ankara: GenesisKitap.

Gitelman, L. (2006). *Always Already New: Media, History and the Data of Culture.* Cambridge MA: MIT Press.

Gitlin, T. (2008). "Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigma." *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar, Uzlaşmalar.* Sevilay Çelenk (Der.). Ankara: Deki. 19-66.

Golding, P., Murdock, G., Deacon D. ve Pickering M. (2007). *Research Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis.* New York: Oxford University Press.

Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

Göker, G. (2007). "İnternet'in Türkiye Kadın Hareketi Üzerindeki Etkisi: Kadın Kurultayı E-Grubu Örneği." *Yeni Medya Çalışmaları.* Mutlu Binark (Der.). Ankara: Dipnot. 205-247.

Gulbenkian Komisyonu. (2003). *Sosyal Bilimleri Açın: Sosyal Bilimlerin Yeniden Yapılanması Üzerine Rapor.* Çev. Şirin Tekeli. İstanbul: Metis Yayınları.

Hall, S. (1981). "Televizyon Söylemi: Düzgeleme ve Düzge Açımlama." Çev. Seçil Büker. *Kurgu,* 4: 323-331.

Hall, S. (2005). "Kodlama, Kodaçımlama." Çev. Şahinde Yavuz. *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma.* Şahinde-Yiğit Yavuz (Der.). Ankara: Vadi Yayınları. 85-98.

Hamzaoğlu, O. (2013). "Bilimsel Yöntem Taraflılık İçerir: Neden Tarafım?" *Kapitalizmin Kıskacında Doğa, Toplum ve Bilim- Onur Hamzaoğlu Olayı.* Cem Terzi, Emel Yuvayapar ve Erkin Başer (Haz.). İstanbul: Yordam Kitap, 57-67.

Hansen, A. (2003). "İçerik Çözümlemesi." *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi.* Çev. M. Sadullah Çebi. Ankara: Alternatif. 49-102.

Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R. ve Newbold, C. (1998). *Mass Communication Research Methods.* London: Macmillan.

Hargittai, E. (2010). "Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the 'Net Generation' " *Sociological Inquiry,* 80 (1): 92-113.

Harrison, T. M. ve Barthel, B. (2009). "Wielding New Media in Web 2.0: Ewloring the History of Engagement with the Collaborative Construction of Media Products." *New Media and Society*, 11(2): 155-178.

Herkner, W. (2003). "İçerik Çözümlemesi." *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi.* Çev. M. Sadullah Çebi. Ankara: Alternatif. 124-176.

Hermes, J. (2009). "Audience Studies 2.0. On the Theory, Politics and Method of Qualitative Audience Research." *Interactions*, 1(1): 111-127.

Hine, C. (2000). *Virtual Etnography.* London:Sage.

Hine, C. (2005). "Virtual Methods and the Sociology of Cyber-social-scientific Knowledge." *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet.* Christine Hine (Der.). New York: Berg. 1-13.

Hirzalla, F. ve van Zoonen, L. (2011). "Beyond the Online/Offline Divide: How Youth's Online and Offline Civic Activities Converge." *Social Science Computer Rewiev,* 29 (4): 481-498. London: Sage.

Hoijer, B. (2005). "İzleyicilerin Televizyon Programlarını Alımlayışı: Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirmeler." *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma.* Şahinde Yavuz (Der. ve Çev.). Ankara: Vadi Yayınları. 105-129.

Ito, M. vd (2009). *Living and Leaning with New Media: The Summary Findings from the Digital Youth Project*. Cambridge: MIT.

İlhan, V. (2011). "İnternet Haber Ağlarının Ağına Takılan Erkek(lik)", *Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil*. İlker Erdoğan (Der.). İstanbul: Kalkedon, 353-400.

İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnceoğlu, Y. G. ve Çomak, N. A. (2009). "Teun A. van Dijk." *Metin Çözümlemeleri*. Yasemin G. İnceoğlu ve Nebahat A. Çomak (Der.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 19-82.

Jenkins, H. (2002). "Interactive Audiences?: The 'Collective Intelligence' of Media Fans." *The New Media Book*. Dan Harries (Der.). London: British Film Institute.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York: New York University Press.

Jensen, K. B. (2005). "Nitel Bilim Olarak Beşeri Araştırmalar: Kitle İletişim Araştırmalarına Katkılar." Çev. Yiğit Yavuz. *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma.* Şahinde Yavuz (Der.). Ankara: Vadi Yayınları. 25-53.

Jensen, K. B. (2011). "New Media, Old Methods-Internet Methodologies and the Online/Offline Divide." *The Handbook of Internet Studies.* Mia Consalvo ve Charles Ess (Der.). Malden: Wiley-Blackwell. 43-58.

Jensen, K. B. ve Rosengren K. E. (2005). "İzleyicinin Peşindeki Beş Gelenek." *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma.* Çev. Şahinde-Yiğit Yavuz. Şahinde Yavuz (Der.). Ankara: Vadi Yayınları. 55-83.

Kendall, L. (2004). "Participants and Observers in Online Etnography: Five Stories About Identity." *Online Social Research:Methods, Issues and Ethics.* Mark D. Johns, Shing-Ling Sarina Chen ve G. Jon Hall (Der.). New York: Berg. 125-140.

Kivits, J. (2005). "Online Interviewing and the Research Relationship." *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Christine Hine (Der.). New York: Berg. 35-49.

Kozinets, R. V. (2002). "The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities." *Journal of Marketing Research,* (Şubat) 39: 61-72.

Kozinets, R. V. (2006). "Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising." *Journal of Advertising Research,* (Eylül) 279-288.

Kozinets, R. V. ve Kedizor, R. (2009). "I, Avatar Auto-Netnographic Research in Virtual Worlds." *Virtual Social Identity and Consumer Behavior.*

Natalie T. Wood ve Michael R. Solomon (Der.). New York: SGP Press. 1-19.

Kuş, E. (2007). *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri*. Ankara: Anı.

Laclau, E. (2000) "Politika ve Modernitenin Sınırları". *Postmodernist Burjuva Liberalizmi*. Çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Mavi Ada. 81-105.

Lang, K. (2005). "İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişmesi." *Kitle İletişim Kuramları*. Erol Mutlu (Der.). Ankara: Ütopya. 27-42.

Latour, B. ve Woolgar, S. (1979). *Laboratory Life: The Construction of Social Facts*. New Jersey: Princeton University Press.

Lazarsfeld, P. ve Rosenberg, M. (1955). *The Language of Social Research*. USA: The Free Press.

Lévy, P. (1994). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge: Perseus Books.

Lievrouw, L. A. ve Livingstone, S. (Der.) (2002). *Handbook of New Media*. London: Sage.

Machin, D. (2002). *Ethnographic Research for Media Studies*. Londra: Arnold.

Markham, A. (2011). "Internet Research." *Qualitative Research: Theory, Methods and Practices*. David Silverman (Der.). London: Sage. 111-128.

Mattelart, A. ve Mattelart, M. (2009). *İletişim Kuramları Tarihi*. İstanbul: İletişim

Mayring, P. (2011). *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş: Nitel Düşünce İçin Bir Rehber*. Çev. Adnan Gümüş, S. M. Durgun. Ankara: BilgeSu.

Meyer, M. (2001). "Between Theory, Method, and Politics: Positioning of the Approaches to CDA." *Methods of Critical Discourse Analysis*. Ruth Wodak ve Michael Meyer (Der.). London: Sage Publication. 14-31.

Mills, C. W. (2007). *Toplumbilimsel Düşün*. Çev. Ünsal Oskay. İstanbul: Der Yayınları.

Mitra, A. ve Cohen, E. (1999). "Analyzing the Web Directions and Challanges." *Doing Internet Research Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Steve Jones (Der.). California: Sage Publications. 179-201.

Murthy, D. (2008). "Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research." *Sociology*, 42(5): 837-855.

Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya.

Neuman, W. L. (2003, 2007). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.

Neuman, W. L. (2010, 2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. İstanbul: Yayınodası Yayıncılık.

Neyzi, L. ve Darıcı, H. (2013). *"Özgürüm ama Mecburiyet Var": Diyarbakırlı ve Muğlalı Gençler Anlatıyor*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Orgad, S. (2005). "From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationships with Research Informants." *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Christine Hine (Der.). New York: Berg. 51-65.

Özçetin, B. (2013). " 'Kullanım ve Doyumlar'dan İzlerkitle Sosyolojisine: Türkiye'de İzlerkitle Çalışmaları." *İletişim Araştırmaları*, 8 (2), 9-46.

Özer, Ö. (2009). *Eleştirel Haber Çözümlemeleri.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Papacharissi, Z. (2009). "The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn, ASmallWorld." *New Media and Society*, 11(1-2). 199-220.

Poynter, R. (2010). *The Handbook Of Online And Social Media Research.* United Kingdom: John Wiley & Sons.

Poynter, R. (2012). *İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı: Pazar Araştırmaları İçin Araçlar ve Teknikler*. Çev. Ümit Şensoy. İstanbul: Optimist Yayınları.

Punch, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

Purvis, T. ve Hunt, A. (2014). "Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji", MomentDergi. Çev. Simten Coşar. 1(1), 9-36.

Ribbens, W. ve Poels. Y (2009). *Researching Player Experiences Through the Use of Different Qualitative Methods, Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*. London: Conference Paper.

Sarı, E. (2004). "Kültürlerarası İletişim: Temeller, Kuramlar, Yaklaşımlar." *Folklor Edebiyat*, 9 (39): 1-31.

Selçuk, A. ve Şeker, M. (2012). *Danıştay Saldırısı Haberlerinde Söylem ve İdeoloji*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Selek, P. (2009). "Kenardakilerle Çalışmak." *Methodos: Kuram ve Yöntem Kenarından.* Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (Der.). İstanbul: Anahtar. 115-125.

Selek, P. (2012). "Pınar Selek ile Röportaj." *Somder*, Aralık, 69-72.

Selek, P. (2009). "Türkiye'de Özgürlüğü Ararken..." *Cinsiyetli Olmak*. Zeynek Direk (Der.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 118-130.

Siapera, E. (2012). *Understanding New Media.* London: Sage.

Sills, S. ve Song, C. (2002). "Innovations Survey Research: An Application of Web-Based Surveys." *Science Computer Rewiev,* 20 (1): 22-30. http://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/S_Sills_Innovations_2002.pdf

Somersan, S. (2009). "Bir İktidar Türü Olarak Araştırma Üzerine Düşünceler." *Methodos: Kuram ve Yöntem Kenarından.* Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (Der.). İstanbul: Anahtar. 161-170.

Soyseçkin, İ. (2006). *Identity and Communication in Cyberspace MUDs: Gender and Virtual Culture.* Ankara: ODTÜ. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Soyseçkin, İ. (2007). "Sanal Uzamda ve Mudlarda Eril-Dişil Kimliklerinin Yeniden İnşası." *Yeni Medya Çalışmaları.* Mutlu Binark (Der.). Ankara: Dipnot. 251-280.

Sözen, E. (1999). *Söylem, Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite.* İstanbul: Paradigma Yayınları.

Stempel III, Guido H. (2003). "İçerik Analizi." *İletişim Araştırmalarından İçerik Çözümlemesi*. Çev. M. Sadullah Çebi. Ankara: Alternatif. 189-213.

Süvari, C. Ç. (2005). "Etno Dinsel Bir Grup: Yezidiler." *Çok Kültürlülük Konferansı*. Ankara: Dipnot. 73-85.

Şimşek, B. (2013). "Hikaye Anlattıran, Hikayemi Anlatan, Kendi Hikayesini Yaratan Çember: Dijital Hikaye Anlatımı Atölyesinde Birbirine Karışan Sesler/im." *Sahanın Sesleri*. Hakan Ergül (Der.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi. 279-306.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım!"* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tudor, A. (2005)."Kültür, Kitle İletişimi ve Toplumsal Etken."*Kitle İletişim Kuramları*. Erol Mutlu (Der. ve Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi. 395-427.

Tuzcuoğlu, M. (2012). "Müge Tuzcuoğlu ile Röportaj." *Somder*, Aralık, 87-92.

Tütüncü, F. (2007). "Güzel Ahlaklı Biriyle Hayırlı Bir İzdivaç İçin: İslami Evlilik Siteleri, Dönüşen Mahremiyetler ve Kadın Öznelliği." *Yeni Medya Çalışmaları*. Mutlu Binark (Der.). Ankara: Dipnot. 281-305.

Uğur, A. (2013). "Cehennet Vaadi: Yeni Medya", *I. Ulusal Yeni Medya Kongresi 7-8 Mayıs 2013*. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Alternatif Bilişim Derneği. 11.

van Dijk, T. A. (2010). "Söylem ve İktidar." Çev. Pınar Uygun. *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Ayşe Çavdar ve Aylin B. Yıldırım (Haz.) . İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları. 9-44.

Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*. İstanbul: Kapital Kitap (MediaCat).

Vergeer, M. ve Hermans, L. (2008). "Analysing Online Political Discussions: Methodological Considerations." *Javnost–The Public*, 15(2): 37-56, http://javnost-thepublic.org/article/pdf/2008/2/3/ (Erişim tarihi: 05.10.2013).

Wacquant, L. (2012). *Ruh ve Beden: Acemi Bir Boksörün Defterleri*. Çev. Nazlı Ökten. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.

Wayne, M. (2009). *Marksizm ve Medya Araştırmaları - Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler*. Çev. Barış Cezar. İstanbul: Yordam Kitap.

Weare, C. ve Lin, W. Y. (2000). "Content Analysis of the World Wide Web." *Social Science Computer Review,* 18(3): 273-292.

Witmer, D. F., Colman, R. W. ve Katzman, S. L. (1999). "From Paper-and-Pencil to Screen-and-Keyboard." *Doing Internet Research Critical Issues and Methods for Examining the Net*. California: Sage Publications. 145-161.

Yüksel, İ. Ş. (2013). "İletişim Etnografisinde Katılımcı Fotoğraf: Kendine Bakan Saha." *Sahanın Sesleri*. Hakan Ergül (Der.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi. 141-155.

Yazarlar Hakkında

Ezgi Mert

Ankara'da doğdu. Anadolu Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü'nden ve ardından Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisansını Ankara Üniversitesi, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı'nda "Kamu Hizmeti Yayıncısının Kültürel Çeşitliliği Kavrayışı: 1980-2000 Arası TRT Örneği" adlı tezi ile tamamladı. Yüksek lisans eğitimi devam ederken Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi'nde araştırma görevliliğine atandı. Halen Ankara Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak doktora eğitimine devam etmektedir.

Günseli Bayraktutan

Lisans eğitimini Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde, yüksek lisans ve

doktora eğitimlerini Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda tamamladı. Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır. Yüksek lisans tez çalışmasıyla başlayarak yoğunluklu olarak yeni iletişim teknolojileri bağlamında akademik iletişim, siyasal iletişim, dijital oyun ve araştırma yöntemleri konularında çalışmıştır ve bu konularda çalışmaya devam etmektedir.

Mutlu Binark

1999 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "İletişim Bilimleri" alanında doktora derecesini, 2003 yılında UAK'dan "İletişim Bilimleri" doçenti unvanını aldı. Halen Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir. Çalışma alanlarını iletişim sosyolojisi, eleştirel medya okuryazarlığı ile yeni iletişim teknolojileri/yeni medya oluşturmaktadır. Halen yeni medyada nefret söylemi, yeni medyada etik ilkeler ile yeni medya okuryazarlığı üzerine çalışmalarına devam etmektedir. www.yenimedya.wordpress.com ve www.dijitaloyunkulturu.wordpress.com bloglarının yazarıdır.

Islam Halaiqa

Islam Halaiqa, 1985 yılında Filistin-El-Halil şehrinde doğdu. Lisans eğitimini 2008 Küdüs Üniversitesi Medya ve Televizyon Bölümü'nde tamamladı. Vatan Televizyonu'nda Savaş Muhabiri olarak çalıştı. Farklı radyolarda spiker olarak çalıştı ve İnternet ortamlarında yazarlık yaptı. Yüksek lisans eğitimini 2011 yılında Bizeit Üniversitesi'nde "Türkiye'nin Arap Dünyasına Yönelik Kullandığı Yeni Osmanlı Söylemi" adlı teziyle tamamladı. Halen, doktora eğitimine Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü RadyoTV Sinema Bölümü'nde devam etmektedir.

Selda Tunç

Selda Tunç, 1983 yılında İstanbul'da doğdu. Lisans eğitimini 2007 yılında Mimar Sinan Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde tamamladı. Yüksek lisans eğitimini 2009 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda "Televizyonda İzleyici Katılımı: Ekran Stüdyo Gerilimi" adlı teziyle tamamladı. Halen Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV Sinema Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam etmektedir.

Tuğrul Çomu

İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Radyo-TV. Yayıncılığı Programı'nda önlisans eğitiminden sonra Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun olmuştur. Ankara Üni-

versitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam eden ve Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışan Çomu, *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!* (2009, Kalkedon) adlı kitabı hazırlayan Kolektif Üretim isimli ekibin üyelerinden olup, *Yeni Medyada Nefret Söylemi* (2010, Kalkedon) adlı kitabı yayıma hazırlamıştır.

Zeynep Büker Alyanak

Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisans derecesini ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü'nden aldı. Halen Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon-Sinema Bölümü'nde doktora programına devam etmektedir. Nitel araştırmalar, sivil toplum, kırsal kalkınma, proje geliştirme-uygulama-izleme profesyonel ilgi alanları arasındadır.

Dizin

A

Ackland, Robert 34, 45, 46, 48, 97, 106, 107, 127, 143, 155, 156, 157, 190, 191, 192, 193, 195, 203

açık uçlu soru/yanıt 104, 115, 131, 116, 132

ağ haritalama 26, 39, 85, 87, 88, 91

ağlarla bağlantılandırılmış toplum 139

ağ mimarisi 36, 56

Akdoğan, Itır 136, 203

alımlama 51, 128, 129, 140

anahtar kelime 58, 63, 64, 80, 81, 104

analiz 20, 26, 32, 37, 41, 42, 47, 52, 53, 58, 62, 63, 65, 73, 76, 80, 84, 86, 87, 88, 107, 119, 120, 121, 133, 161, 194, 199

analiz şablonu 62, 63

anonim 36, 78

anonimlik 77, 180, 192, 197
AoIR – Association of Internet Researchers - İnternet Araştırmacıları Derneği 25, 101, 186, 187, 188, 189, 190, 193, 195, 201, 203
araştırma deseni 93, 94, 104, 119
araştırma nüfusu 105
arayüzey 36, 56, 63, 64, 65, 73, 84, 185
Arıkan, Burak 26, 85, 86, 203
Arslantaş-Toktaş, Selma 39, 203
Aslan, M. Gökhan 20, 25, 34, 204
Aygül, Eser 56, 62, 63, 64, 65, 204, 211

B

Babacan, Mehmet Emin 102, 104, 105, 114, 204
Baumbach, Wenke 79, 204
Bayraktutan, Günseli 11, 13, 25, 26, 27, 41, 45, 46, 47, 56, 63, 64, 65, 134, 152, 158, 159, 173, 178, 201, 204, 205, 213
Beaulieu, Anne 141, 143, 146, 204
Belmont Report 196
Belz, Frank Martin 79, 204
Berger, Arthur Asa 99, 178, 205
Best, Samuel J. 112, 205
betimleyici anket 99
bilgisayar dolayımlı iletişim 123, 140, 141, 142, 150, 153, 162, 166
Bınark, Mutlu 9, 10, 19, 20, 25, 28, 46, 76, 134, 140, 141, 150, 178, 181, 186, 191, 198, 199, 201, 203, 204, 205, 206, 207, 210, 211, 214
blog 65, 158, 159, 160, 161, 163, 185, 192, 195, 199
Bourdieu, Pierre 16, 17, 175, 176, 205
Buchanan, Elizabeth A. 101, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 205
Burke, Peter 13, 94, 95, 99, 124, 125, 126, 205

C-Ç

Cangöz, İncilay 132, 206
Castells, Manuel 32, 86, 136, 205
cep telefonu – mobil telefon 217
cinsiyet 55, 95, 99, 105, 130, 131, 134, 137, 159
Cohen, Elisia 21, 22, 23, 32, 37, 38, 39, 209
Çaylı-Rahte, Emek 205
Çelik, Burçe 48, 131, 206
çevrimiçi anket 76, 94, 97, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 106, 120, 121, 162, 198, 199
çevrimiçi ortam 77
Çomu, Tuğrul 3, 7, 10, 26, 27, 31, 33, 46, 56, 57, 58, 63, 64, 65, 204, 206, 211, 214, 215
çözümleyici anket 218

D

Darıcı, Haydar 165, 209
değişken 116, 119, 120
Deller, Ruth 162, 206
deney 24, 78, 127, 128, 143
deneyim 89, 137, 150, 168, 174, 175, 179
derinlemesine görüşme 129, 144, 159, 160, 163
derin veri analizi – *deep package inspection* – dpi 39
dijital hikâye 164, 165, 177
donanım 22, 47
Dursun, Çiler 65, 206

E

ekran görüntüsü 40
eleştirel paradigma 127, 173
emik 184
enformasyon 19, 24, 28, 53, 59, 73, 108, 199
e-posta görüşmeleri 124, 150, 153, 167
Erbaş, Tuğçe 160, 161, 206
Ergül, Hakan 132, 177, 205, 206, 211
Eriş, Ufuk 104, 109, 110, 206
etik 9, 10, 11, 25, 26, 29, 76, 77, 101, 110, 121, 125, 132, 143, 144, 148, 149, 150, 153, 165, 167, 172, 180, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 214
etiket 69, 191
etik yönerge 188, 195, 196
etki araştırmaları 128, 129
etkileşim 18, 20, 35, 36, 49, 50, 56, 57, 73, 90, 141, 147, 153, 157, 158, 162, 168, 173, 178, 185, 188, 189, 198
evren (araştırma evreni) 104, 106, 108

F

Facebook 11, 35, 42, 45, 46, 56, 57, 62, 63, 64, 65, 67, 73, 85, 102, 139, 153, 162, 191, 204, 210, 211, 215
feminist araştırma 173, 174
Fiske, John 22, 49, 206
fotoğraf 40, 41, 43, 54, 63, 159, 179, 194
Foucault, Michel 50, 181, 182, 206

G

George, Alexander L. 44, 206
Geray, Haluk 43, 52, 99, 106, 119, 206
Gitelman, Lisa 20, 207
Gitlin, Todd 97, 98, 207
gizlilik 36, 77, 100, 101, 199, 200
Golding, Peter 116, 207
Gökalp, Emre 132, 206
Gökçe, Orhan 43, 207
Göker, Gamze 155, 207
görüşme 78, 79, 98, 104, 110, 113, 120, 127, 129, 137, 139, 144, 150, 151, 152, 153, 154,

156, 159, 160, 163, 165, 175, 185
görüşmeci 113, 154
graph theory – çizgi kuramı 85
Gulbenkian Komisyonu 172, 174, 207
gündelik yaşam 26, 105

H

habitus 176, 177
Hall, Stuart 48, 49, 128, 129, 140, 204, 205, 207, 208
Hamzaoğlu, Onur 16, 207
haritalama 26, 39, 85, 86, 87, 88, 89, 91
hashtag 45, 47, 66, 67, 69, 71
Hermes, Joke 142, 145, 181, 207
Hine, Christine 141, 142, 144, 146, 167, 180, 207, 208, 209
hipermetin – hypertext 21, 31
Hirzalla, Fadi 107, 208
Hoijer, Brigitta 130, 208
Hunt, Alan 48, 49, 50, 210

İ

içerik analizi – çözümlemesi 45, 129, 133, 139
iktidar 16, 50, 51, 52, 55, 72, 86, 87, 171, 172, 179, 181, 182, 183, 184, 185
İlhan, Vahit 55, 208
İnal, Ayşe 52, 208
internet kafe 133, 134, 135
istatistik 109, 119, 120, 121, 175
izin 10, 36, 37, 45, 65, 81, 85, 86, 91, 116, 151, 172, 189, 191, 192, 194, 195, 196
izleyici 17, 129, 130, 134, 137, 140, 142, 161, 162, 168
izleyici etnografisi 134

J

Jenkins, Henry 23, 27, 208
Jensen, Klaus Bruhn 24, 25, 39, 44, 127, 128, 208

K

kamera 130, 179
kamusal alan 101, 187, 190
kamusal kültür 139
kapalı uçlu soru/yanıt 104, 105, 116
katılımcı gözlem 129, 132, 133, 141, 144, 161, 163
katılımcı kültür 133, 162
katılım – çevrimiçi katılım 33, 108, 125, 130, 138, 139, 140, 158, 193
katılımlı gözlem 24, 125, 126, 133, 134, 135, 140, 146, 150
katılımsız gözlem 144
kavram seti 27, 29, 80, 91, 92
kayıtlama 23, 26, 41, 42, 45, 46, 47, 84
Kendall, Lori 93, 146, 147, 148, 181, 208
kişiselleştirme 36
kitle iletişim araçları 127, 139, 171

Kivits, Joëlle 149, 150, 153, 154, 208
konferans yazılımları 155
Kozinets, Robert V. 73, 74, 75, 76, 77, 82, 208
Krueger, Brian S. 112, 205
kullanıcı türevli içerik 20, 58
kullanımlar ve doyumlar 128, 129
Kuş, Elif 95, 97, 113, 120, 209

L

Laclau, Ernesto 50, 209
Latour, Bruno ve Woolgar, Steve 126, 209
Lazarsfeld, Paul F. 96, 97, 98, 127, 209
Lévy, Pierre 23, 27, 209
link 69, 100

M

Machin, David 124, 125, 126, 128, 129, 209
mahremiyet 160, 190
Markham, Annette 185, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 195, 196, 209
Mattelart, Armand 98
Mattelart, Michele 98
medya ekolojisi 138
medya okuryazarlığı 1, 22, 23, 105, 136, 214
metin çözümlemesi 38, 42, 56, 91, 135, 155, 159, 161
metodoloji 15, 98
Mills, C. Wright 175, 181, 182, 209
mimari – ağ mimarisi 36
Mitra, Ananda 21, 22, 23, 32, 37, 38, 39, 209
Mouffe, Chantal 50
MUD - *multi-user dungeon* 75, 144, 146, 162, 163
multimedya biçemselliği 20, 33, 36, 43
Murthy, Dhiraj 143, 150, 153, 158, 163, 164, 179, 209

N

nesnelci bakış açısı 175
netnografi 26, 74, 76, 78, 79, 83
netnografik araştırma 76
Neuman, W. Lawrence 95, 96, 97, 100, 103, 105, 108, 109, 110, 114, 115, 119, 120, 124, 143, 173, 174, 188, 209
Neyzi, Leyla 165, 209
nicel araştırma - niceliksel araştırma 108, 132
nitel araştırma - niteliksel araştırma 84

O-Ö

odak grup 74, 76, 77, 124, 127, 135, 137, 139, 151, 152, 153, 156, 157, 158, 161
onanmış rıza 10, 101, 102, 190, 192
Orgad, Shani 148, 149, 167, 168, 180, 181, 209

oyun – dijital oyun 134, 135, 144, 152, 214
ölçek 96, 109, 117
ölçek-ölçekler 26, 117, 119, 120
örneklem (araştırma örneklemi) 26, 45, 66, 67, 73, 79, 98, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 131, 133, 169
örtülü gözlem 127
Özçetin, Burak 128, 129, 130, 210
özdüşünümsellik 10, 11, 167, 172, 174, 176, 178, 179, 180
özel alan 101, 187
Özer, Ömer 53, 54, 210
özne 20, 53, 87, 149, 174, 175, 178, 190, 195, 199, 200
öznelci bakış açısı 176

P

panel tekniği / çalışmaları / tekniği 98
Papacharissi, Zizi 35, 36, 56, 210
pazarlama 74, 81, 102, 156
Poels, Yorick 150, 151, 210
posta anketi 100, 106
Poynter, Ray 100, 111, 112, 115, 120, 156, 157, 158, 210
pozitivizm, pozitivist bakış açısı 103
profil 63, 139, 159, 161
Purvis, Trevor 48, 49, 50, 210
pusuculuk 76, 146

Q

QDA – qualitative data analysis 83, 84

R

Ribbens, Wannes 150, 151, 210

S-Ş

saha araştırması 127, 144
sanal 28, 36, 74, 78, 141, 144, 160, 161, 162, 167, 195, 200
Selek, Pınar 178, 179, 182, 184, 187, 210
Siapera, Eugenia 19, 210
siber uzam 22, 31, 76, 110, 141, 144, 163, 167, 185
Skype 155, 156, 196
Somersan, Semra 18, 181, 183, 184, 210
soru 12, 16, 17, 25, 26, 27, 38, 81, 98, 99, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 147, 152, 154, 160, 168, 172, 174, 180, 185, 193, 195
Soyseçkin, İdil 143, 144, 162, 163, 210
söylem 24, 26, 27, 32, 42, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 64, 65, 67, 70, 73, 82, 83, 104, 149, 172, 194
söylem analizi – çözümlemesi 24, 64, 104, 194
Sözen, Edibe 48, 210
Stempel III, Guido H. 44, 211

Şimşek, Burcu 164, 165, 177, 211

T

tarayıcı 42, 85
telefon anketi 106
televizyon 19, 32, 129, 130, 133, 145, 171
test 109, 173
The Declaration Of Helsinki 196
The Nuremberg Code 196
toplumsal paylaşım ağları 35
Tudor, Andrew 128, 211
tüketici 74, 77, 81, 96, 139, 162, 200
tweet 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 162
Twitter 42, 45, 46, 47, 56, 64, 65, 66, 67, 73, 85, 153, 161, 162, 167, 204, 206

U-Ü

Uğur, Aydın 28, 211
UN Declaration Of Human Rights 196
URL 24, 39, 41, 58, 66, 67
üretici 135, 162, 200

V

van Dijk, Teun A. 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 62, 63, 65, 73, 208, 211
van Zoonen, Liesbet 107, 144, 208
Varnalı, Kaan 79, 82, 211
veri koruma 101, 196, 197, 200
veri sahipliği 198
veri tabanı 46, 100, 183
veri toplama 108, 110, 113, 133, 137, 155, 163, 185, 189, 190
video 56, 57, 59, 75, 84, 111, 124, 139, 151, 152, 153, 163, 164, 165, 166, 167, 179, 194, 198
viral dağıtım 102

W

Wacquant, Loïc 174, 175, 176, 177, 182, 205, 211
Wayne, Mike 15, 211
web 1.0-0.2-0.3 24, 33, 34, 37, 38, 40, 42, 45, 55, 56, 65, 66, 67, 75, 77, 80, 82, 88, 100, 102, 106, 107, 113, 120, 145, 150, 156, 159, 165, 179, 185, 192, 194, 195, 196, 199
web-mapping 37
Witmer, Diane F. 24, 105, 110, 111, 211
www – dünya çapında ağ 23, 31, 46, 58, 59, 60, 66, 67, 68, 70, 71, 83, 136, 164, 165, 177, 180, 187, 196, 197, 200, 204, 214

Y

yakınlık 113, 140, 148, 150
yayılım 20, 33, 189
yazarsılokur 21, 23

yazılım 26, 33, 83, 84, 85, 86, 88, 100, 102, 113, 114, 119, 120, 135, 185
yerli 72, 135
YouTube 23, 56, 57, 58, 65, 69, 73, 85, 206
yöntem 9, 11, 14, 15, 16, 18, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 40, 41, 46, 74, 75, 78, 82, 87, 91, 93, 94, 97, 98, 99, 104, 106, 124, 125, 128, 132, 134, 135, 136, 137, 139, 144, 150, 151, 152, 158, 159, 160, 165, 166, 167, 168, 173, 194, 200, 204, 205, 207, 210
Yüksel, İlke Şanlıer 179, 211

Yeni medya ortamlarından İnternet ve çeşitli Web 2.0 uygulamaları günümüzde pek çok insanın her gün gezip keşfetmekte olduğu, çok farklı ve nitelikte enformasyona ulaşabildiği, küresel ölçekte kişiler arasında eşanlı veya eşansız etkileşimi olanaklı kılan ortamlardır. Bu ortamlarda iletişim pratiklerinin hızla gelişmesi, bu iletişimi sağlayan ortamların kültüre, kolektif üretimlere ve demokratik katılıma olumlu katkısı, endüstriyel ve akademik alanlarda çalışan pek çok araştırmacının her geçen gün daha çok ilgisini çekmektedir. Medya ve yeni medya çalışmaları alanından birçok araştırmacı, bugüne değin gerek İnternet kullanım pratikleri gerek İnternet dolayımlı iletişim biçimleri üzerine olsun çok sayıda araştırmayı gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın niyeti, Türkiye'de gerek akademi çatısı altında kurumsallaşan yeni medya bölümlerinde gerek iletişim bilimleri alanında ve/veya medya çalışmalarında yeni medya ortamları üzerine gerçekleştirilen nitelikli araştırmaların sayısının çoğalmasına; epistemolojik ve ontolojik tutarlığa sahip yeni medya araştırmalarına ve araştırma etiğine yöntembilimsel katkı sağlamaktır. Bir yeni medya çalışmasında araştırmacı, hangi yeni medya ortamı veya pratiği üzerine çalışıyorsa çalışsın, asıl olarak derdinin samimi olması ve kavramsal ve kuramsal yaklaşımını tutarlı bir şekilde çatması gerektiğini, "sahaya" çıkıldığı zaman aslında topluma ve bireye değdiğini unutmamalıdır. Aslında, yeni medya ortamları ve kullanım pratikleri üzerine çalışırken araştırmacı araştırma süreci içinde kendi derdi, soruları ve kavram seti, olay ve olgulara bakış açısıyla yüzleşme, sorgulama ve hesaplaşma içeren bir yolculuğa çıkmaktadır. Bu çalışma bundan ötürü bu yolculuğa farklı araştırma tekniklerini literatürdeki temel araştırmalardan örneklerle serimleyerek, araştırma etiği ve araştırmacı sorumluluğu hususlarında bir başvuru kaynağı olarak eşlik etmeyi amaçlamaktadır.



AYRINTI • SCHOL
ISBN: 978-975-
9 789755 3