



**BİR ALT KÜLTÜR OLARAK ÇEVİRİMİÇİ
CANLI YAYIN PLATFORMLARI**

Doktora Tezi

Umut GÜL

Eskişehir 2024

BİR ALT KÜLTÜR OLARAK ÇEVİRİMİÇİ CANLI YAYIN PLATFORMLARI

Umut GÜL

26722713370

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. D. Alper ALTUNAY

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Temmuz 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Umut Gül'ün "Bir Alt Kültür Olarak Çevrimiçi Canlı Yayın Platformları" başlıklı tezi 10 Temmuz 2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Sınav Yönetmeliğinin 37. Maddesi uyarınca, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı Sinema ve Televizyon Programı'nda, Doktora tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof. Dr. Davut Alper
ALTUNAY
Üye : Prof. Dr. Erol Nezih
ORHON
Üye : Prof. Dr. Tevfik Volkan
YÜZER
Üye : Doç. Dr. Gülin TEREK
ÜNAL
Üye : Doç. Dr. Özlem ÖZGÜR

Prof. Dr. Saime ÖNCE

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖZET

BİR ALT KÜLTÜR OLARAK ÇEVİRİMİÇİ CANLI YAYIN PLATFORMLARI

Umut GÜL

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Temmuz 2024

Danışman: Prof. Dr. D. Alper ALTUNAY

Bu araştırmada çevrimiçi canlı yayın platformları bir alt kültür olarak incelenmiş ve bu kültürün öğeleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın kuramsal temeli olarak Raymond Williams'ın kültür kuramı belirlenmiş, bu bağlamda çevrimiçi canlı yayın platformlarının kültürünü belirleyen, onu etkileyen ve ona kaynak olan teknolojik, toplumsal ve kültürel arka planı anlamak için literatür taraması yapılmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak canlı yayınlarla ilgili literatür incelenmiş, ardından çevrimiçi kültür; katılımcı kültür, gerçek sanallık kültürü ve sanal topluluklar kavramları bağlamında aktarılmıştır. Bir kültürel çalışma olarak tasarlanan bu araştırmanın yöntemi olarak netnografi seçilmiş ve dört yıl süren bir katılımcı gözlem gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın veri kaynağı olan katılımcı gözlem notlarına ek olarak, katılım sağlanan çevrimiçi canlı yayın kanallarının izleyici topluluklarından üyelerle görüşmeler yapılmıştır. Bu temel iki veri kaynağı tematik analize uygun biçimde kodlanmış ve analiz edilmiştir. Analiz edilen verilerden elde edilen bulgular yorumlanarak çevrimiçi canlı yayın topluluklarının sahip oldukları kültürün öğeleri ortaya çıkarılmış ve bu öğeler sonuç bölümünde açıklanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Canlı Yayın, Alt Kültür, Çevrimiçi Kültür, Sanal Topluluklar, Netnografi.

ABSTRACT

ONLINE LIVESTREAMING PLATFORMS AS A SUBCULTURE

Umut GÜL

Department of Cinema and Television

Anadolu University, Graduate School of Education, July 2024

Supervisor: Prof. Dr. D. Alper ALTUNAY

In this study, online livestreaming platforms are analyzed as a subculture and the elements of this culture are tried to be revealed. Raymond Williams' theory of culture was determined as the theoretical basis of the study, and in this context, a literature review was conducted to understand the technological, social, and cultural background that determines, influences, and creates the culture of online live streaming platforms. In this regard, firstly, the literature on livestreams was examined, and then online culture was presented in the context of the concepts of participatory culture, the culture of real virtuality and virtual communities. Netnography was chosen as the methodology of this research, which was designed as a cultural study, and participant observation was conducted for four years. In addition to the participant observation notes, which are the data source of the research, interviews were conducted with members of the audience communities of the online livestreaming channels participated in. These two main data sources were coded and analyzed in accordance with thematic analysis. The findings obtained from the analyzed data were interpreted and the elements of the culture of online livestreaming communities were revealed and these elements were explained in the conclusion section.

Keywords: Livestreaming, Subculture, Online Culture, Virtual Communities, Netnography.

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın tamamlanmasını maddi açıdan sağladıkları destekle mümkün kılan YÖK 100/2000 Doktora Burs Programı ve TÜBİTAK 2211 Yurtiçi Lisansüstü Burs Programı'na teşekkürlerimi sunarım. Bu uzun yolculukta yaptığımız akademik tartışmalar ve sohbetlerle önümde yeni ufuklar açılmasını sağlayan ve kendileri de doktoralarını tamamlamış olan sıra arkadaşlarım Araş. Gör. Dr. Emrah Cevher, Dr. Onurhan Demirkol ve Dr. Erman Bostan'a teşekkür ederim. Bunun yanında, tez izleme komitemde bulunan ve araştırma süresince bana yol gösteren, rehberlik eden değerli hocalarım Prof. Dr. D. Alper Altunay, Prof. Dr. E. Nezih Orhon ve Prof. Dr. T. Volkan Yüzer'e de ayrıca teşekkür ederim. Araştırmada gösterdikleri iş birliği için yayıncılar Mert Günhan ve Anıl Çelik'e de şükranlarımı sunarım.

Doktoram süresince benden desteklerini esirgemeyen ve başarıma olan inançlarını kaybetmeyen aileme de sabırları için minnettarım. Son olarak, tezimin en kritik aşamasında, mental olarak en zorlandığım dönemde yanımda olan ve beni tekrar ayağa kaldıran muhteşem insan, en yakın arkadaşım Sudekan'a sonsuz kere teşekkür ederim.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

.....

(İmza)

Umut GÜL

(Öğrencinin Adı Soyadı)

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
TABLolar DİZİNİ.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem	17
1.2. Amaç.....	17
1.3. Önem	18
1.4. Varsayımlar.....	18
1.5. Sınırlılıklar	19
2. CANLI YAYINLAR.....	20
2.1. Zaman Kavramı ve Medya	20
2.2. Canlı Yayınların Doğası.....	28
3. ÇEVİRİMİÇİ KÜLTÜR.....	38
3.1. Gerçek Sanallık Kültürü.....	42
3.2. Katılımcı Kültür.....	53
4. YÖNTEM.....	67
4.1. Araştırma Modeli.....	68
4.2. Veri Toplama Teknikleri	71
4.2.1. Araştırma soruları	73
4.3. Araştırmacının Rolü	74
4.4. Katılımcılar	76
4.5. Verilerin Analizi.....	77
4.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği.....	78
4.7. Etik Bildirim.....	80

5. BULGULAR VE YORUMLAR.....	81
5.1. Topluluğa Dahil Olma ve Katılım	82
5.1.1. Canlı yayınlar aracılığıyla insanların bir araya gelmesi	87
5.1.2. İzleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantı.....	90
5.2. İzleyici-Yayıncı Etkileşimi ve Bağları	92
5.2.1. İzleyici-yayıncı etkileşiminin önemi	94
5.2.2. İzleyici-yayıncı ilişkisinin gelişimi	96
5.2.3. İzleyici kitlesinin yayın içeriğine katkısı ve etkisi.....	98
5.3. İletişimin Karmaşıklığı ve Zorlukları	99
5.3.1. Zamanlama sorunları ve katılımın sınırları	100
5.3.2. İzleyici-yayıncı arasındaki iletişimde çeşitlilik ve karmaşıklık	102
5.4. Çevrimiçi Kültür ve “Meme”lerin Rolü.....	104
5.4.1. Çevrimiçi kültürün canlı yayınlara etkisi	105
5.4.2. Emojiler ve “meme”lerin yayın deneyimine katkısı.....	107
5.5. Ortak Dil.....	108
5.6. Topluluk Dayanışması	109
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	111
6.1. Sonuç	111
6.2. Öneriler	116
KAYNAKÇA.....	118

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Kuramsal Matris	73
Tablo 2. Veri Toplama Görüşmelerine İlişkin Bilgiler	77



1. GİRİŞ

Yeni iletişim teknolojileri, gelişim hızıyla paralel olarak geçtiğimiz yüzyılın sonlarından bu yana toplumsal, ekonomik ve kültürel değişimleri beraberinde getirmiştir. Özellikle internetin ortaya çıkışı ve dünya çapında erişilebilirliğinin giderek artmasıyla söz konusu değişimlerin kapsamı ve hızı da benzer oranda artmaktadır. Bu yeni iletişim teknolojileri ve özellikle internet, küresel çapta gerçekleşen değişimlerin önemli sac ayaklarından biri olmasının yanında günlük yaşam pratiklerini de enformasyona dayalı dijital sistemlere entegre hale getirmektedir. İnternet, ilk kez ortaya çıktığında ve “World Wide Web (www)” olarak dünya çapında bilgisayarlı iletişimi mümkün kıldığında, gerçeklikten bağımsız, “sanal” bir ortam olarak görülmüş olsa da günümüzde toplumsal, kültürel ve ekonomik etkilerinin yanında bireylerin gündelik yaşam pratiklerini dahi değiştiren bir iletişim teknolojisi konumuna gelmiştir.

Elektroniğe dayalı yeni iletişim teknolojileri eşsiz bir hafıza kapasitesine, enformasyonları birleştirme ve aktarma hızına sahiptir. Bu teknolojiler, elektronik metin, geri bildirim, karşılıklı etkileşim, iletişimin hem senkronize hem asenkronize gerçekleştirilebilmesi gibi konularda ciddi esneklik sunmaktadır. Dolayısıyla geleneksel iletişim teknolojilerinin imkânlarını genişletmesinin yanında iletişimin doğasını da değiştirir. Çevrimiçi iletişim metnin esnekliğiyle birleşince aynı anda her yerde olabilen bir uzam-zaman birliğini mümkün kılar. Bu yeni enformasyon teknolojileri sayesinde enformasyon tüm toplumsal yapıya yayılma imkânı bulmaktadır (Castells, 2008, s. 39).

Enformasyonun yayılımının hızlanması ve tüm toplumsal, kültürel, ekonomik yapılarda meydana gelen dijital dönüşüm, geleneksel iletişim teknolojilerine karşı izleyicinin görece pasif olan konumunu da dönüşüme uğratmıştır. Özellikle internet ile birlikte bireysel kullanıcı/izleyicinin, medya içeriği üretebilme ve yayabilme kapasitesinde büyük bir gelişim gerçekleşmiştir. Öyle ki günümüzde büyük medya kuruluşlarının üretimine karşı kullanıcının gücünün azımsanamayacak boyutlara geldiği görülmektedir. 21. yüzyılın başında Web 2.0 olarak adlandırılan sosyal medya platformlarının ortaya çıkışıyla yeni medya ortamındaki kullanıcı kontrolünün ve diğer kullanıcılarla kurulan iletişimin daha basit hale geldiğini söylemek mümkündür.

Yeni medya ortamındaki en önemli yapısal yeniliklerden biri, ağları ve enformasyon paylaşımının ve içerik kümelerinin yeni biçimlerini oluşturmaya olanak sağlayan sosyal ve müşterek olarak adlandırılacak medyanın patlamasıdır. Klasik örnekler olarak akla Wikipedia, Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal medya

platformları gelmektedir. Web 2.0 olarak adlandırılan dönüşüm, çevrimiçi etkinliğin daha katılımcı, etkileşime daha fazla olanak sağlayan ve esnek yapısını ifade etmektedir. Bu yapıyla internetin kullanım biçimi dönüşüme uğramış ve Web 2.0 internetin gelişim sürecinde nesilsel bir kayma olarak kabul edilmiştir. Web 2.0 öncesi internet; siteler üzerine kurulu, temelde görsel ve yazılı bir yayıncılık modeliydi ve radyo-televizyon yayıncılığından ve basılı yayıncılıktan internet ortamına az çok benzer biçimde uyarlanmış bir biçimiydi (Neuman, 2018, s. 261).

İnternetin gelişimi ve değişimi ise başlangıçta geleneksel medyadan uyarlanmış biçiminden itibaren kullanıcılarının eliyle gerçekleşmiştir. Kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda, dağınık bir yapıda olduğu söylenebilecek web sitelerinden, her kullanıcının kendi profilini oluşturarak bir araya geldiği sosyal medya platformlarına geçişin gerçekleştiği görülmektedir. İnternet, kullanıcı odaklı bir iletişim aracı olarak gelişim gösterirken, bu medya ortamının sağladığı toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimlerin de kullanıcıların etkisiyle ortaya çıktığı söylenebilir.

Castells'in belirttiği üzere teknolojinin, kullanıcıları tarafından benimsenip yeniden tanımlanırken yayılması, teknolojinin gücünü oldukça artırır. Yeni enformasyon teknolojileri kullanılan bir araç olmaktan çok geliştirilen bir süreçtir. Bu yeni ortamda, yani internette kullanıcılar, teknolojinin kontrolünü ele alabilmektedir. Bu sebeple toplumun kültürü ile üretim güçleri bu ortamda yakın bir konum almıştır. Buradan yola çıkarak Castells, tarihte ilk kez, insan aklının yalnızca üretim sürecinin belirleyici bir unsuru olmakla kalmadığını, doğrudan bir üretim gücü haline geldiğini söyler (2008, s. 41). “Bazılarının ürettiği ve çoğunun medyayı tükettiği bir dünyadan, üretilen kültürde herkesin daha aktif bir payının olduğu bir dünyaya doğru ilerliyoruz (Jenkins vd., 2009, s. 12)”.

İnternetle birlikte medyanın kullanıcı/izleyici için yalnızca tüketilen olmaktan çıkıp kullanıcı/izleyicinin de medya üretiminde etkin olduğu bir dünyaya geçiş yapıldığı görülmektedir. Tüketicinin üretim gücüne erişebilir olması, internetin geleneksel medyaya göre daha demokratik bir araç olduğu düşüncesini doğurmuştur. İnternet ile gelen medya üretim tekniklerinin özellikleri bu düşüncüyü besler niteliktedir.

Ağ toplumu kuramcılarından Van Dijk, internetin demokratik bir araç olduğu fikrinin, onun belirli özellikleri sayesinde ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Van Dijk'a göre internet, mevcut kitle iletişim araçlarının tek taraflı iletişiminden ayrılan interaktif bir araç; kullanıcılarının izleyici olmaktan çıkıp katılımcılara dönüşmesini sağlayan

aktif ve yaratıcı bir ortam; bireysel kullanıcıların kitle iletişim araçlarının merkezinde olup bitene etki edebilmelerini sağlayan doğrudan bir araç; prensipte herkes için eşit bir platform ve ürünlerin çevrimiçi olarak ortaklık yaratabilecekleri bir ağ aracı olma özelliklerine sahip olduğu için demokratiktir (2018, s. 156).

Gündelik yaşamın her alanına daha da fazla nüfuz etmeye başlayan internetin ve yeni iletişim teknolojilerinin demokratik gücünün, kullanıcıya sağladığı kontrolden geldiği söylenebilir. Geçtiğimiz yüzyılın sonlarından itibaren toplumsal, kültürel, ekonomik sistemlerin değişmesinde etkili olan dijital dönüşüm, enformasyonun giderek daha merkezi bir öneme sahip olmasına da neden olmaktadır. Enformasyon dijital ortamlarda saklanıp buradan yayılmaya başladıkça sosyal ilişkilerin de yayılan enformasyonun çevresinde örgütlenmeye daha meyilli hale geldiği görülebilmektedir. Bireysel kullanıcıların oluşturdukları mesajları ve enformasyonu yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla yayabildiği böyle bir ortamda kültürel ifadelerin ulaşılabilirliğinin arttığını söylemek mümkündür.

Castells'e göre, çoğul iletişim biçimlerinin dijitalleştiği, ağların olduğu yeni iletişim sisteminin temel özelliği bütün kültürel ifadeleri kapsaması ve aktarmasıdır. Bütünleşmiş bir sistem olarak multimedya iletişim sistemi, mesajların iletilmesini ve sosyalleşmesini sağlamaktadır. Bu sistemde yer almayan bütün mesajlar, bireysel tahayyüle ve giderek daha da marjinal hale gelen yüz yüze iletişim kuran alt kültürlerle indirgenmek durumunda kalır. Castells, yeni iletişim sisteminde kültürel ifadelerin aynılaşmadığını, aksine farklılıkları barındırdığını, çok biçimli ve çok yönlü olduğunu belirtir. Bu sayede bütün ifade biçimlerini kapsayan ve bütünleştirebilen bir sistem olduğunu söyler. Ancak sistemin bu sayede demokratik gibi görünse de sisteme dâhil olmak için onun mantığına ve diline hâkim olunması gerektiğini de eklemiştir. Belirli bir merkezde toplanmış multimedya yerine internet gibi çok merkezli ve yatay bir iletişim ağının gelişmesi, bu yüzden önemlidir (2008, s. 499-500).

Castells'in söylediği gibi çok merkezli ve yatay bir iletişim ağı olan internet ile medya içeriği birçok farklı kanaldan ve medya biçiminden tüketici/izleyiciye ulaşabilir. Yakınsama olarak adlandırılan, medyaların birbirleri içerisinde kaynaması ve yakınlaşması bir açıdan doğru gibi görünebilir. Geleneksel medya, basın ve yayın kuruluşları kendilerini internet aracılığıyla da izleyiciye sunma imkânına sahiptir. Ancak iletişimde geleneksel, egemen paradigmanın yaklaşımında olduğu gibi artık tek yönlü bir iletişim süreci yoktur; yeni medya teknolojileri izleyicinin geri dönüşünü ve

katılımını mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla yakınsamayla ifade edilen eski ve yeni medya biçimlerinin yaklaşması, ancak izleyicinin bakışı kadar gerçek olabilmektedir. Jenkins ise bu düşünceyi şöyle ifade etmektedir:

“Yakınlaşma, ne kadar sofistike hale gelirlse gelsinler, medya aygıtlarıyla gerçekleşmez. Yakınlaşma, bireysel tüketicilerin beyinlerinde ve onların diğerleriyle sosyal etkileşimiyle meydana gelir. Her birimiz medya akışından çıkardığımız ve günlük hayatlarımızı anlamlandırmamızı sağlayan kaynaklara dönüştürdüğümüz bilgi kırıntıları ve parçacıklarından kendi kişisel mitlerimizi yaratırız. Herhangi bir konuda, bir kimsenin aklında tutabileceğinden daha fazla bilgi olduğundan, tükettiğimiz medya hakkında aramızda konuşmamız için ilave bir teşvik vardır. Bu sohbet medya endüstrisi tarafından giderek daha fazla değer verilen bir fısıltı yaratır. Tüketim kolektif bir süreç haline gelmiştir ve ben Fransız siber kuramcı Pierre Levy tarafından bulunan bir tabir olan kolektif zekâyla bunu kastediyorum. Hiçbirimiz her şeyi bilemeyiz; her birimiz bir şeyler biliriz ve kaynaklarımızı toplayıp becerilerimizi birleştirirsek, parçaları bir araya getirebiliriz. Kolektif zekâ medya gücünün alternatif bir kaynağı olarak görülebilir. Yakınlaşma kültürü içerisinde günlük etkileşimlerimiz sayesinde bu gücü kullanmayı öğreniyoruz. An itibarıyla bu kolektif gücü çoğunlukla eğlence hayatımızın içinde kullanmaktayız, ancak yakın zamanda bu becerileri daha "ciddi" amaçlar için kullanıyor olacağız (2019, s. 20-21)”.

Medya gücünün alternatif kaynağı olarak kolektif zekâ, Jenkins’in de belirttiği gibi çoğunlukla kültürel ifadelerde kendini göstermektedir. Bu kültürel ifadeler ise internet aracılığıyla bireysel üretimlerden yayılıp dijital dolayımınla sosyalleşmeye yarayabilmektedir. Kısacası internetin günümüzde geldiği nokta ile sosyal ve kültürel paylaşım ve kolektif zekâ hem bireyler hem topluluklar yoluyla küresel çapta bir dağıtımın ortasında kendine yer bulabilir hale gelmiştir.

Öte yandan Castells’e göre bir bütün olarak değerlendirildiğinde, multimedyanın ilk aşamalarında dahi hâkim olan sosyal/kültürel şablon, kullanıcı/izleyicilerin parçalanmasına neden olan yaygın bir sosyal/kültürel farklılaşmadır. Küresel bir yayılım imkânına sahip olan günümüz multimedyası, kolektif olarak tüketime kapı açmasının yanında, mesajların gönderenlerin stratejilerine göre piyasalara ayrılmasıyla kalmaz, kullanıcılar tarafından interaktif kapasiteden faydalanılarak ilgi alanlarına göre filtrelenebilir. Ayrıca geleneksel medyada *prime time* olarak medyanın en çok tüketildiği vakitler günümüzde geçerliliğini yitirmeye yüz tutmuştur, yeni medya sisteminde *prime time* izleyicinin zamanıdır; izleyici istediği medyaya istediği vakitte ulaşma imkânına sahiptir (2008, s. 495). Özetle, yine Castells’in belirttiği üzere, “İletişim araçlarının küresel çapta birbirleriyle bağlantılı hale geldiği, programlar ve

mesajların küresel bir ağ içinde dolandığı şu günlerde, *küresel bir köyde değil, küresel çapta üretilip yerel olarak dağıtılan ısmarlama kulübelerde oturuyoruz* (2008, s. 457)”.

Kullanıcının üretim gücünü eline alabildiği ve tüketim tercihlerini yönetebildiği yeni medya ortamı, küresel bir ağ içinde işlemekte ve kültürel/sosyal ilişkilerin şekillendiği, gündelik yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmektedir. Teoride dünyanın bir ucundan öteki ucuna enformasyon alışverişi gerçekleştirebilmek mümkünken, pratikte küresel çapta görünen ağlar arasında yerel ağlarda kısıtlı kalınabilen bir iletişim ortamı söz konusudur. Zira bireysel olarak bağlı olunan ağların kapasitesi genişledikçe enformasyonun yayılımında da engellerin artacağı öngörülebilir. Ağlar birbirleriyle bağlanmaya yatkın görünmektedir ancak öte yandan bağlı olunan ağların sayısı arttıkça sosyalleşmenin kapasitesinin zayıflayacağı düşünülebilir.

Artık dünya çapında milyonlarca insan, giderek daha karmaşık ve bağlamsal olarak zenginleşen biçimlerde ağa bağlı dijital altyapılar aracılığıyla birbirine bağlı hale gelmektedir. Küresel köy kavramı hala güçlüdür, ancak bireysel sosyallik asla küresel ölçekte işlemeyecektir. Büyük sosyal ağlara her zaman daha küçük topluluklar ve bireysel ilişkiler aracılığıyla ulaşmak mümkün olacak ve erişim bunlar aracılığıyla inşa edilecektir. Ayrıca yeni sosyal mecralar, dijital ağların hiçbir zaman yalnızca sosyal olanı haritalandırmayacağını, ancak kaçınılmaz olarak bu ağların sosyal hale gelmelerini sağlayan kendi dinamiklerini geliştireceğini de göstermektedir. İnsanlar, bir yandan ortamlarının sınırlarını test ederken ve beklenmedik etkileşimlerin ve değişen bağlamların sonuçlarını yönetirken, bilgi sistemleriyle etkileşimleri de tekrar tekrar oyun ve deneylerle sınanır. Dijital sosyal yapılar, sosyal toplulukları tanımlayan sınırları bozar ancak buna eşlik eden bağlam ve performansın yeniden değerlendirilmesi sonsuz bir şekilde üretkenliğe kapı açar (boyd, 2007, s. 155).

Dijital ağlarda oluşan sosyal yapılar, internetin başlangıcından bu yana gösterdiği teknolojik gelişimin yanında ağdaki kullanıcıların oluşturduğu kültürle de bağlantılı biçimde gelişmiştir. Farklı fikirlerin ağlarda bir araya gelerek kolektif bir üretime dönüşmesine ön ayak olan ağ teknolojisinin, sosyal yapıların da oluşum biçimini belirlemede etkili olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan dijital sosyal yapıların ağa eklenmesi ve örgütlenmesinde ağın ticarileşmesinin etkisi de yadsınamaz. Kısacası dijital sosyal yapılar hem toplumsal hem ekonomik hem de kültürel etkilerle belirlenmekte ve genişlemektedir.

İnternetin, yani ağın ilk kullanıcılarının kültürü, onu iki zıt yönde şekillendirmişti. Bunlardan ilki, internet erişimini hobi olarak benimsemiş ve sanal âlemde zaman ve enerji harcayabilecek bir azınlıkla ağı sınırlama eğilimindeydi. Ancak bu eğilimden geriye, ağın ticarileşmesine güvensizlikle bakan ve bunun uğruna feda edilenin insan neslinin özgürlüğü olduğunu düşünenlerin öncü ruhu kalmıştır. Bu ruh, “yeni girişimci” akını karşısında geri çekilirken, bu karşı kültüre dayalı ruhtan arta kalan, iletişimin gayri resmiliği, kendi kendini yönetebilirliği ve katılımın gücüne olan inanç olmuştur. Ağ teknolojisiyle iletişimin çok kişilikli bir hal alması, bir ölçüde eski “ben kültürü” ve bireylerin cemaat hayali arasındaki gerilimin bir ifadesidir (Castells, 2008, s. 474).

Bir yandan bireysel olarak ağa katılım sağlanmasının, öte yandan da ağlara dâhil olarak sosyalleşme sürecinin yeni medya üretim sürecinde ve sosyal olarak medya tüketiminde temel mantık olduğunu söylemek mümkündür. Kullanıcıların, çevrimiçi gruplarla kendi doğal çevresinden ve bireysel zevklerinden, görüşlerinden yola çıkarak etkileşime girmesi ve bu gruplarda görünürliğe sahip olabilmesinin katılım eşiğinin, fiziksel olarak katılabileceği sosyal yapılardan düşük olduğu öngörülebilir. Kullanıcılar, medya tüketimine ve enformasyon paylaşımına, yeni ağ teknolojileriyle birlikte gündelik yaşamlarından olduğundan daha kolay ayak uydurabilmektedir. Geleneksel medya, etkileşim imkânını oldukça sınırlandırırken, yeni medyanın tüketiminde etkileşim ağlardaki sosyal yapılar yoluyla daha basit hale gelebilmektedir ve bu sayede kolektif bir tüketime kapı aralanır. “Bir kolektif zekâyı bir arada tutan şey, bilgiye sahip olmak -nispeten statiktir- değil, bilgi edinmenin sosyal sürecidir -dinamik ve katılımcıdır, devamlı grubun sosyal bağlarını test eder ve yeniden tasdik eder (Jenkins, 2019, s. 85)”.

Bilgi edinmeye, enformasyon paylaşımına ve sosyal bir süreç olarak medya tüketimine katılım eşiğinin ağ teknolojileri sayesinde düştüğü söylenebilir. Ağlarda bir araya gelen bireyler, ortak zevkleri, ortak görüşleri doğrultusunda paylaşımda ve etkileşimde bulunabilmektedir. “Sanal” âlemdeki sosyal süreçler, her ne kadar sanal olduğu, yani “gerçek” olmadığı için aslında sosyalleşmeyi engelleyen ve sosyal katılımı azaltan unsurlar olarak görülse de geleneksel medyanın tek yönlü iletişim sürecine göre, izleyiciyi/kullanıcıyı daha aktif hale getirdiğini savunmak mümkündür. Yeni medya, ağlardaki bu sosyal süreçler yoluyla daha bulaşıcı hale gelebilmektedir. “Bulaşıcı medya, hemen tüm arkadaşlarınızla paylaşmak istediğiniz medya türüdür. Bu, medyayı

tüketmekten zevk almanızı, aynı zamanda onu aktarmanın sosyal sürecinden de zevk almanızı gerektirir (Peretti, 2007, s. 159)’’.

Medya tüketmenin sosyal süreci, sanal topluluklar olarak Rheingold tarafından kavramsallaştırılan fenomenin temelinde yatan unsurlardan biridir. Ağ teknolojilerini kullanarak, ortak zevkler, değerler ve amaçlar doğrultusunda bir araya gelen bireyler sanal toplulukları oluştururlar. Sanal toplulukların çoğunlukla, gerçek topluluklar ve sosyal gruplardan daha kırılgan, bağları daha zayıf bir sosyalleşme biçiminin ifadesi olarak görüldüğü söylenebilir. Castells, Rheingold’un argümanı çerçevesinde sanal toplulukları, ortak bir çıkar ya da amaç doğrultusunda örgütlenen, kendi kendini tanımlayan interaktif, elektronik bir iletişim ağı olarak tanımlamaktadır. Ona göre bu topluluklar, konferanslar gibi görece resmileşmiş olabilirler ya da belli bir zaman aralığında mesaj göndermek ya da almak üzere ağa bağlanan toplumsal ağlarla kendiliğinden kurulabilmektedir (2008, s. 476).

Sanal toplulukları, üyelerinin birbirleriyle hangi temelde iletişim kurduğu ile tanımlamak mümkündür. Söz konusu iletişimin biçimi, ortak değerler, zevkler ve fikirlerle belirlenebileceği gibi, karışıklıklar ve tartışma ortamıyla da belirlenebilir. Dijital ağlarda bir araya gelmek, kullanıcıların bedenlerini ve kimliklerini geride bırakarak anonim bir şekilde gerçekleşebilir. Sanal toplulukların “sanallığı” da buradan gelmektedir. Bu toplulukların sanal olarak tanımlanmasının bir diğer sebebi de gerçek sosyal topluluklara göre kullanıcının istediği an iletişimi sonlandırabilmesi ve başka topluluklara kayabilme imkânının kolaylığı olarak görülebilir.

Sanal topluluklardaki insanlar, eğlenmek ve tartışmak, entelektüel söylemlerde bulunmak, ticaret yapmak, bilgi alışverişinde bulunmak, duygusal destek paylaşmak, planlar yapmak, beyin fırtınası yapmak, dedikodu yapmak, âşık olmak, arkadaş bulmak ve kaybetmek, oyun oynamak, flört etmek, sanat yaratımı ve daha birçok gündelik etkinlik için ekranlardaki kelimeleri kullanır. Sanal topluluklardaki insanlar, insanların gerçek hayatta yaptıkları hemen hemen her şeyi yaparlar, ama bu topluluklarda bedenler geride bırakılmıştır. Kimseyi öpemezsin ve kimse burnuna yumruk atamaz ama bu sınırlar içinde çok şey olabilir. Bilgisayarla bağlantılı kültürlerin zenginliği ve canlılığı, içine çekilen milyonlarca insan için çekicidir, hatta bağımlılık yapar. Tek, yekpare, çevrimiçi alt kültür diye bir şey yoktur; çevrimiçi dünya daha çok alt kültürlerden oluşan bir ekosisteme benzer, bazıları anlamsız, bazıları ciddi olabilir (Rheingold, 2000, s. 4).

Öte yandan ağ kullanıcılarının katılım biçimi ve ağdaki kimlik sunumları da sanal toplulukları fiziksel ve gerçek topluluklardan ayıran etkenler olarak gösterilebilir. Rheingold, siber uzayda birbirimizi göremediğimizi; kullanıcının, cinsiyet, yaş, ulusal köken ve fiziksel görünüm gibi özellikleri kamuya açıklamak istemedikçe görünür olmadığını söyler. Fiziksel engelleri yeni arkadaşlıklar kurmayı zorlaştıran insanlar, sanal toplulukların kendilerine her zaman muamele görmek istedikleri gibi davrandıklarını fark ederler; belirli bir görünüme ve yürüme ve konuşma tarzına sahip bedensel gemiler değil, düşünürler ve fikirlerin aktarıcıları ve duyguları olan bireyler olarak (2000, s. 27).

Sanal topluluklarda kullanıcıların ağdaki varlıklarının güvenilirliği, fiziksel var oluşlarından azade biçimde iletişime katılmalarının yanı sıra, kimliklerini görünür olmak istedikleri ölçüde yansıtma şansına sahip olmalarına bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Toplulukta yaptıkları paylaşımların ve enformasyon alışverişinin gücü ve güvenilirliği de buna paralel olarak belirlenmektedir. İnternetin, herkese açık küresel bir ağ teknolojisi olsa da bu ağda enformasyona ulaşmanın da koşulları vardır. Aranılan enformasyona özgü filtreleri aşmak ve ağ kültürüne uyum gösterebilme kapasitesi bu koşullara örnek olarak verilebilir.

Ağda yararlı bilgileri özgürce verebilirim ve bilgi taleplerim, aksi takdirde olması gerekenden daha hızlı, daha ayrıntılı olarak karşılanabilir. Bir sosyolog, algılanan yardımseverliğin, kişinin sosyal sermaye havuzunu artırdığını söyleyebilir. Toplulukların bilgi sermayesi ve kişinin kendi sosyal sermayesi aynı anda bilinmesi gereken bir şey söylenerek artırılabilir ve başkalarının tahmininde de kişi, sermayesinin miktarını grubun sosyal normlarını ihlal ederek azaltabilir. Yardım edilen kişi asla size yardım edecek durumda olmayabilir, ama topluluktaki başka biri olabilir. Bu nedenle *idle talk*'u (boş konuşmayı) ciddi bağlam ayarlarından ayırmak zordur. Sanal bir toplulukta boş konuşma, bağlam belirleyicidir. Boş konuşma, insanların ne tür bir kişi olduğunuzu, neden güvenilmeniz veya güvenilmemeniz gerektiğini, sizi ilgilendiren şeyleri öğrendikleri yerdir (Rheingold, 2000, s. 59).

Sanal toplulukların çevrimiçi ağlarda katılımı önceleyen topluluklar olduğunu söylemek mümkündür. Ağda, senkronize olsun asenkronize olsun katılım sağlamayan kullanıcı, toplulukta görünür olamaz ve topluluğun bir parçası olarak var olamaz. Bu sebeple kullanıcılar, katılım sağladıkları ölçüde sanal topluluklara üyedirler. Özellikle medya tüketimi temelindeki izleyici katılımının da ağ teknolojileri sayesinde

günümüzde daha kolaylaştığı söylenebilir. Öte yandan, günümüzdeki ağ tabanlı katılım kadar geniş kitlelere yayılan bir izleyici etkinliği söz konusu olmasa bile geleneksel medya tüketiminde de hayran kültürü çerçevesinde izleyici katılımı söz konusu olmuştur. Geleneksel medyada hayranların, günümüzün sanal topluluklarına benzer biçimde ağ teknolojisi öncesi hayran toplulukları oluşturdukları görülmektedir.

Geçmişten günümüze hayran kültürünün, sanal toplulukların oluşmasında ve gelişmesindeki katkısı yadsınamaz. Jenkins, gelişen bilgi kültürü çerçevesinde ele aldığı hayran kültürünü gönüllü, geçici ve taktiğe dayalı olarak tanımlamaktadır. Jenkins’e göre hayran toplulukları gönüllü oldukları için, insanlar duygusal ve entelektüel ihtiyaçlarını artık karşılamayan topluluklarda barınmazlar. Bu topluluklar geçicidir çünkü göreceli bir esneklikle kurulup dağılırlar. Taktiğe dayalı olduklarından, onları harekete geçiren görevlerin ötesinde orada kalmama eğilimindedirler. Hayran topluluklarının amaçları zamanla yeniden tanımlanabilir. Hayranlık bir yaşam tarzıdır, öte yandan hayranlar üyelikleri boyunca bir programdan diğerine geçiş yapabilirler. Dağılan hayran topluluklarının üyeleri, becerilerini uygulayabilecekleri yeni alanlar bulup yeni topluluklara katılabilirler (Jenkins, 2019, s. 89).

Hayran kültürü, günümüzün medya tüketiminin ve izleyici katılımının kökenini bulabileceğimiz bir kavram olarak gösterilebilir. Ağ teknolojilerinin sunduğu imkânlar sayesinde izleyici katılımı oldukça geniş kitlelere yayılan bir davranış pratiği haline gelmiştir. Sanal toplulukların oluşumunda ortak medya ürünlerine verilen izleyici tepkisinin etkisini görmek mümkündür. Bunun yanı sıra sanal topluluklar, ağ toplumunun bir gereği olarak elbette her türlü enformasyon paylaşımı temelinde bir araya gelmektedir. Bu toplulukların oluşumunu daha iyi anlayabilmek için Wellman’ın tanımını kullanmak doğru olabilir: “Topluluklar, sosyallik, destek, bilgi, aidiyet duygusu ve sosyal kimlik sağlayan kişiler arası bağların ağlarıdır (2001, s. 228)”. Hayranlık özelinde ise toplulukların bir araya gelmesinde çoğunlukla, izleyicilerin eserle/materyalle kurduğu bağ ve ilişkinin de rolü bulunmaktadır.

Popüler okumaların çeşitli bölümlerinde karşılaşıldığı gibi, yakınlık ve mesafe, izleme deneyiminin başlangıcında oluşturulan ve alım bağlamındaki veya anlatı bilgilerindeki değişikliklere duyarsız sabit “konumlar” değildir. Aksine, okuyucular ve metinler arasındaki bu ilişkiler sürekli olarak müzakere edilir ve izleyiciler materyale yönelik farklı tutumlar arasında akıcı bir şekilde hareket edebilir. Hayran kültürünün pek çok değerlendirmesinin önerdiği gibi, yakınlık ve sahiplenme duygusu, ironik bir

uzaklık duygusuyla oldukça rahat bir şekilde bir arada var olur. Aslında, hayranlar genellikle programı parçalara ayırma ve nasıl çalıştığını görme, nasıl yapıldığını ve neden böyle göründüğünü öğrenme arzusu gösterir (Jenkins, 2005, s. 65).

Hayran toplulukları, geleneksel medya tüketimi temelinde bir araya gelirken, eş zamanlı olmayan biçimde medyayı tüketir ve her hayran kendi anlamını tükettiği medyadan çıkarır. Bir hayran, toplulukla bir araya geldiğinde ise medya içeriği etkileşimli olarak müzakere edilir. Bu sürecin geleneksel medya döneminde hayranların esere duygusal ve entelektüel yatırımının yüksek seviyede olmasını gerektirdiği söylenebilir. Zira hayran topluluklarının enformasyon alışverişi ve etkileşim için eş zamanlı tüketim imkânı düşüktür ve her hayranın, eseri yalnızca izlemek dışında ekstra zaman ayırarak eserle ilgili entelektüel yatırım yapması da gerekmektedir. Öte yandan hayran topluluğuna katılım, topluluğun kıdemli üyelerinin çabalarıyla kolaylaşabilen bir süreç de olabilir.

Programları daha önce görmüş olanlar veya yazılı özetlere erişimi olanlar, yeni hayranların olayları anlamalarına veya karakter ilişkilerini belirlemelerine yardımcı olur. Bu durum, opera meraklılarının anlamadıkları dillerdeki performanslara hazırlanma şekillerini yansıtır, ancak hayran topluluğu, operaya gitmenin normlarının yasakladığı fiili sunum sırasında halka açık bir bilgi alışverişini teşvik eder. Hayranca yorumları bireyselden kolektif tepkilere kaydıran işte bu kamusal paylaşımdır. Ticari anlatılar ancak başkalarıyla paylaşılacak bir biçim aldığında kendi haline gelirken, yeniden okuma eylemi gibi yeniden anlatma eylemi de başlangıçta hayranın ilgisini çeken duygusal yakınlığı sürdürmeye yardımcı olur (Jenkins, 2005, s. 78). Bir bireyin hayran topluluğunun üyesine dönüşmesi genellikle bir hayran olarak okumanın "doğru yolunu" öğrenmeyi, topluluğun belirli yorumlama kurallarını nasıl kullanacağını ve kavrayacağını öğrenmeyi gerektirir (Jenkins, 2005, s. 91).

Medya tüketicileri olarak hayran toplulukları, internet öncesi dönemin sanal toplulukları olarak gösterilebilir. Zira topluluğun bir araya gelmesini sağlayan kültürel ürünler, “gerçek” olmayan, kurgusal ürünlerdir. Sanal topluluklar, yalnızca sanal ortamda bir araya geldikleri için değil, bir araya gelmelerine sebep olan unsur sanal olduğu için de bu şekilde adlandırılabilir. Sanal topluluklar üzerine çalışan ilk kuramcılardan olan Rheingold (2000) da hayran topluluklarını çalışmalarında konu edinmektedir. İnternet sonrası dönemde hayran toplulukları, iletişimin ve enformasyon

paylaşımının önündeki engellerin zayıflamasıyla daha etkin hale gelmiş ve hayran kültürü de daha geniş kitleler tarafından benimsenebilir olmuştur.

Hayran kültürü kuramcısı Jenkins, yeni medya teknolojileriyle hayran katılımcılığının arttığını süreç boyunca gözlemlemiştir. Jenkins'e göre, hayranlar daima yeni medya teknolojilerinin ilk uyarlayıcılarından olmuştur; kurgusal evrenlere olan düşkünlükleri kostümlerden fanzinlere ve yeni dönemde dijital medyaya kadar kültürel ürünlerin yeni formlarına ilham vermektedir. Jenkins, hayranları medya izleyicilerinin/tüketicilerinin en aktif kesimi olarak görür; yalnızca verilenle yetinmeyi reddederler ve tam katılımcı olma haklarında ısrarcıdır. Bu katılımcı kültür yeni değildir. Değişen, hayran kültürünün görünürlüğüdür. İnternet, büyük medya kuruluşlarının medya içerikleri için de olsa, amatör kültürel ürünler için de olsa yeni ve güçlü bir dağıtım kanalı olmuştur sadece. Hayran kültürünün görünürlüğü ise, amatörlerin onlarca yıldır zaten yapıyor oldukları ev yapımı filmlerinin, müziklerinin artık halka daha rahat açılıyor olması ile günümüzdeki seviyesine ulaşmıştır (2019, s. 200).

Jenkins'in belirttiği gibi, yeni medya çağında katılımcı kültürü, geçmişten günümüze hayran kültürünün bir uzantısı ya da devamı olarak görmek mümkündür. Hayranların ve hayran topluluklarının takip ettikleri televizyon programları, sinema filmleri vb. medya içerikleriyle kurdukları ilişkinin iki aşaması mevcuttur. Hayranlar ilk olarak izledikleri medya içeriğiyle ilişki kurar; kendi kod açılımıyla bir anlam ortaya çıkarır. Daha sonra ise hayran topluluğuna katılır ve diğer hayranlarla anlamlar müzakere edilir. Bu müzakerelerin çıktısı ise toplulukla ve içerikle bağları yüksek olan hayranların sanatsal yaratımları, hayran yapımı videolar, müzikler, klipler vb. olur. Hayranların katılım süreci, topluluğa dâhil olmayla başlayıp hayran çıktılarını ve bunların topluluk içerisinde paylaşılmasına kadar ilerleyen süreç olarak görülebilir.

Yeni medya çağında, çevrimiçi etkileşim imkânlarının artması sonucu hayran topluluklarındaki katılımcılığın yükseldiği söylenebilir. Jenkins'in katılımcı kültür tanımı, çoğunlukla hayran katılımını temel alır, öte yandan bu kültürdeki sanal topluluk özellikleri göz ardı edilemeyecek kadar baskındır. Jenkins vd. (2009, s. 6), katılımcı kültürü sahip olduğu beş temel özellik ile tanımlamaktadır:

1. Sanatsal ifade ve sivil katılımın önündeki nispeten düşük engeller
2. Yaratımları oluşturmak ve başkalarıyla paylaşmak için gösterilen güçlü destek

3. En deneyimli katılımcılar tarafından bilinenlerin acemilere aktarıldığı bir tür gayri resmi mentörlük
4. Katkıların önemli olduğuna inanan üyeler
5. Birbirleriyle bir dereceye kadar sosyal bağ hisseden üyeler (en azından başkalarının ne yarattıkları hakkındaki düşüncelerini önemseyen üyeler)

Web 2.0'dan bu yana sosyal medya platformlarının gelişimi, büyük oranda reklam ve pazarlamanın bu platformlara kayması, enformasyonun ve yayılımının yine büyük ölçüde sosyal medya odaklı hale gelmesi gibi çeşitli boyutlarıyla incelenebilir. Sosyal medya, kullanıcılara içerik ve reklam tercihlerini yönetme imkânı verebilirken, öte yandan enformasyonu paylaşmak için istedikleri grupları ve kitleleri hedeflemesini sağlayabilme potansiyelini artırmış görünmektedir. Bu durum da sosyal medyayla birlikte dijital ağların etkileşim özelliklerini belirlemekte ve sanal toplulukların oluşumunun ve katılımcılığın özelleşmesini mümkün kılmaktadır.

Sosyal medyada etkileşim kapasitesinin en yüksek olduğu platformlar olarak, son yıllarda kullanımı ve izlenme/tıklanma oranları gittikçe artan canlı yayın platformlarını örnek göstermek mümkündür. İlk olarak dijital oyunların canlı yayınlanmasına olanak sağlayan bir platform niteliğiyle kurulan Twitch, günümüzde “oyun yayıncılığı” dışında da birçok kategoride (sanat, spor, gezi, yeme-içme, müzik vb.) kullanıcıların canlı yayınlar yapabilmesini sağlayan bir uygulama olarak *livestreaming*'in (canlı yayıncılığın) en dikkat çeken örneği olarak kabul edilebilir. Bunun dışında sosyal medyanın en bilinen video paylaşım platformu olan Youtube, son yıllarda kullanıcılarına canlı yayın yapabilmelerine olanak sağlamasıyla ve bu konuda platforma getirdiği yeniliklerle Twitch'e rakip olarak gösterilebilir. Öte yandan çevrimiçi canlı yayın olanağı sağlayan diğer bazı sosyal medya platformları (Instagram, Twitter, Facebook vd.) ya da doğrudan canlı yayın platformu olarak hizmet veren başka ağlar (Kick gibi) da mevcuttur.

2020 yılının başında yapılan bir internet kullanım araştırmasına göre Twitch, Türkiye'deki 53 milyon internet kullanıcısının %24'ü tarafından takip edilen bir sosyal medya platformu olmuştur. Yalnızca canlı yayın odaklı bir platform olan Twitch'in, ülkemizde her dört internet kullanıcısının biri tarafından kullanılması, azımsanmayacak bir istatistiktir. Öte yandan bu araştırmaya göre, Türkiye'deki internet kullanıcılarının %90'ı Youtube, %76'sı da Facebook kullanmaktadır. Youtube ve Facebook'un yalnızca canlı yayın odaklı platformlar olmaması bunda büyük etkindir. Bu sosyal medya

“devlerinin” de canlı yayın sistemlerine sahip olması, Twitch’e dair istatistikle birlikte, ülkemizdeki canlı yayın platformlarına olan ilginin bir göstergesi olarak alınabilir (Bayrak, 2020).

Söz konusu canlı yayın platformlarının ortak özelliği, katılımcılığı, izleyicilerin içerik üreticilerine maddi destek vermek suretiyle de gerçekleştirebildikleri uygulamalar olmasıdır. Youtube’a video içeriği üreten kullanıcıların, reklamlar sayesinde maddi gelir elde etmesiyle giderek bir meslek haline gelen sosyal medyada içerik üreticiliği, canlı yayın platformlarında hem reklam geliri hem de izleyicilerin doğrudan maddi desteği sayesinde yayıncılığın da mesleğe dönüştüğü bir dünyanın kapılarını açmıştır. Bu platformlarda yayın yapan kullanıcılar bu sayede, düzenli olarak haftanın belirli günleri (kimi yayıncılar her gün) canlı yayınlar yaparak maddi gelir sağlamaktadır. İzleyiciler ise bu platformlarda, düzenli olarak takip ettikleri yayıncılara maddi destek sağlamak ve kanala özel çeşitli ayrıcalıklardan faydalanmak için ücretli aylık abonelik seçeneğiyle aylarca, hatta yıllara yayılan biçimde sadık izleyici toplulukları oluşturmaktadır. Canlı yayınların doğası gereği ve platformların arayüzleri sayesinde de yayınlara anlık olarak katılabilme, yazılı sohbet akışından yayıncı ve diğer izleyicilerle yine anlık olarak iletişim kurabilme imkânı sayesinde, düzenli olarak iletişim kurulan bir yayıncı ve izleyici topluluğunun sanal bir topluluğa dönüşme olasılığının yüksek olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

İzleyicilerin, sohbet ara yüzünü kullanarak sohbete katılımı, topluluğa özgü ve düzenli takipçilerin ortaklaştığı bir dilin ve kanala özgü emojilerin sıklıkla kullanılmasıyla büyük ölçüde sosyal bir süreçtir. İzleyiciler, sohbete sosyal olarak katılarak, yayın yapanların seçimlerini ve yayın içi araçların kullanımını etkileme yeteneğine sahiptir. Ek olarak, kullanıcı davranış kalıplarının taklit edilmesi muhtemel olduğundan, canlı yayın yapılan bir topluluğa katılım, yayın içindeki olumlu veya olumsuz davranışları da şekillendirmeye yardımcı olabilmektedir. Aktif katılımcıları olan topluluklar, üyeleri arasında değerli bağlantılar ve ittifaklar kurma potansiyeline sahiptir. Yayıncılar, çevrimdışı saatler boyunca izleyicilerle iletişim kurmak için Twitter ve Discord gibi harici araçları ve hizmetleri kullanarak izleyicilerin yapılacak yayına katılmalarını hatırlatırlar ve düzenli izleyiciyi elde tutmayı amaçlarlar. Bu harici araçların da yardımıyla yayıncılar, izleyici topluluklarının kalıcılığını sağlar. Bununla birlikte, izleyicilerin düzenli olarak birden çok yayında nasıl tutulduğu veya izlemeye

devam etmelerini hangi faktörlerin etkilediği hakkında çeşitli varsayımlarda bulunulabilse de bu konuda çok az veri mevcuttur (Flores-Saviaga vd., 2020, s. 3).

Sosyal medya çağında ve internet kültürü içerisinde söz konusu kullanım ve katılım oranları da dikkate alındığında son yıllarda dikkat çeken canlı yayın platformları etrafında oluşan, katılım ve etkileşim odaklı kültür sosyal medya araştırmaları açısından incelenmeye değer bir konudur. Canlı yayın platformları etrafında gelişen kültür, elbette tek, yekpare bir kültür olarak değil, çevrimiçi dünyanın parçalarından yalnızca biri olarak -bir alt kültür- olarak incelenmelidir. Bir alt kültür araştırması olarak şekillendirilecek bu araştırmanın kuramsal çerçevesi Raymond Williams'ın kültür kuramı olarak belirlenmiştir. Zira Williams, kuramını geliştirdiği Kültür ve Toplum (2017) adlı eserinde tek bir kültür fikrine karşı çıkarak alt kültürlerin ve alternatif kültürlerin önemine dikkat çeker ve insanın somut deneyiminin araştırılarak kültürel çalışmaların gerçekleştirilmesini önererek kuramının metodolojik çerçevesini çizer. Onun kuramında, kültüre yönelik genelleşici ifadeler reddedilir ve kültürün çok katmanlılığı ve tarihselliği vurgulanır. Hiçbir kültür, mevcut ekonomik, toplumsal ve tarihsel durumdan soyut değildir ve her kültür tarihsel süreçte değişir, dönüşür.

Williams, kültürün oluşumundaki çok katmanlı ve çoklu etkilere açık süreci vurgularken soyutlayıcı yaklaşımları reddetmiştir. Özellikle medya ve iletişim alanında teknolojik determinist yaklaşımları bu doğrultuda reddeder. Ona göre teknik, en kötü ihtimalle nötrdür. Tekniğe yönelik itirazların en geçerli olanı gayri şahsi olmasıdır. Bu türden itirazları ortaya koyarken dikkatli olunması gerektiğini belirtmektedir. Williams, televizyon seyrederek geçirilen bir akşamla, sohbetle geçen bir akşam arasında yapılan karşılaştırmaların anlamlı olmadığını söylemiştir. Söz konusu teknolojilerin kullanımı herhangi bir sosyal etkinlik biçiminin yerini almamıştır. Teknik, en kötü ihtimalle, yeni alternatifler ekleyerek belirli etkinliklere ayrılan zamanın üzerindeki vurgunun değişmesini sağlar. Öte yandan bu değişiklikler yalnızca tekniğe değil, ortak hayat koşullarının tamamına dayanmaktadır. Williams'ın düşüncesinde, teknolojik deterministler yeni iletişim araçlarının tek yönlü bir yapısı olduğunu öne sürerler ancak alımlama ve karşılığı (*response*) göz ardı etmektedirler. İletişimi tamamlayan alımlama ve karşılık, yalnızca kullanılan tekniklere değil başka etkenlere de bağlıdır (2017, s. 445-446).

Başka bir deyişle, teknolojik determinizmi (belirlenimcilik) reddetmemiz gerekirken, tüm biçimleriyle, onun yerine kararlı bir teknoloji kavramını ikame

etmemeye dikkat etmeliyiz. Teknolojik determinizm savunulamaz bir kavramdır çünkü gerçek sosyal, politik ve ekonomik niyetin, icadın rastgele özerkliğinin veya soyut bir insan özünün yerini alır. Ancak kararlı bir teknoloji kavramı, insan sürecinin tek taraflı, tek yönlü benzer versiyonuna sahiptir. Belirlenim gerçek bir sosyal süreçtir, ancak asla (bazı teolojik ve bazı Marksist versiyonlarda olduğu gibi) tamamen kontrol edici, tamamen öngörücü bir nedenler dizisi değildir. Aksine, gerçekliğin, içinde değişken sosyal uygulamaların derinden etkilendiği, ancak asla zorunlu olarak kontrol edilmediği sınırların belirlenmesi ve baskıların uygulanmasıdır. Belirlemeyi tek bir güç ya da o gücün bir soyutlaması olarak değil, gerçek belirleyici faktörlerin –gücün veya sermayenin dağılımı, sosyal ve fiziksel miras, gruplar arasındaki ölçek ve büyüklük ilişkileri- olan bir süreç olarak düşünmeliyiz (Williams, 2004, s. 133).

Williams’ın kuramı ve düşüncesine paralel olarak teknolojik determinizmi reddetmek, bir kültürü araştırırken, o kültürün etrafında şekillendiği teknolojinin tarihsel olarak değiştiği ve geliştiği koşulların dikkate alınmaması gerektiği anlamına gelmemektedir. Dijital dünyanın yeni bir parçası olan canlı yayın platformlarının konu edinileceği araştırmada, elbette canlı yayınların doğasının anlaşılması elzemdir. Bu doğrultuda elektronik iletişim araçlarının tarihiyle paralel olarak canlı yayın olgusunun gelişim çizgisi, doğası ve etrafında oluşan kültür göz ardı edilmemelidir. Elektronik iletişimde, bir yayının “canlı” oluşunun, zaman kavramıyla ve elektronik iletişimdeki “akış” ile ilgisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu noktada, zaman kavramıyla bağlantılı olarak da eşzamanlılık, canlı yayının temel getirisi olarak görülmektedir. Özellikle televizyon araştırmaları içinde canlı yayın olgusunun, televizyonu sinemadan ayıran, onun gerçek doğasını yansıtan unsur olarak ele alındığı görülebilir.

Feuer’in belirttiği üzere televizyon, karelerde olayları donduran filmin aksine, özünde (yani onu üreten teknolojinin özünde) akışkan bir süreçtir. Televizyondaki görüntünün ontolojisi; hareket, “canlılık” ve bir var olma sürecidir. Televizyonun sürekli kendisine göndermede bulunan söylemi olan “canlı” teriminin en basit anlamı bile, orada olma, gerçekte olduğu gibi olayı izleyiciye gösterme gibi çağrışımlarda yankılanmaktadır. Feuer’e göre canlı televizyon yayını (banttan canlı yayın çelişkisi dâhil edilmediğinde) gerçek anlamıyla canlıdır; televizyon yaşar, gerçektir ve ölü değildir. Televizyon meta söyleminde, gerçekliğini öne sürmeden canlılığını öne sürer ve bu söylemle tek bir sözcük olan “canlı” teriminden bu anlamları üretir. Bu sayede, üretilen anlamda kesinliğin olmaması bu sürece zarar vermez, aksine yardımcı olur

(1995, s. 76-79). Canlı yayınların izleyici için sunduğu deneyim, televizyonun kendisi için ürettiği “canlı” söyleminin içinde barındırdığı eşzamanlı olma özelliğiyle, olaya “tanıklık” etme deneyiminin yerini almaktadır. Bu yüzden televizyonun canlı oluşunun, eşzamanlılık iddiasının, izleyicinin gerçekte ilişkisine dokunduğu söylenebilir.

Elbette eşzamanlılık, elektronik iletişimin anındalığı veya neredeyse anındalığı yoluyla var olan bir olgu değildi. Her zaman ve her an sayısız olay dizisi, farkında olsak da olmasak da bizimkinden uzak yerlerde gerçekleşiyor. Ancak dünyanın çeşitli yönlerini uzaktaki bireylerin yakın mevcudiyetine getirebilecek cihazların geliştirilmesinden önce, olaylara uzaktan hemen erişilemiyordu. Olayların sınırları, gelişebilecekleri kesin yönler, yalnızca taslakta ve olaydan sonra bilinebilir, zaman gecikmesi bir yandan açılan durum ile ilgilenen kişi arasındaki uzamsal mesafe tarafından ve diğer yandan bunlar hakkında bilgi sağlamak için mevcut olan teknolojilerin türlerine göre belirleniyordu. Öte yandan anlık teknolojilerle, eşzamanlı olarak ancak başka bir yerde meydana gelen olaylar, ortaya çıktıkları gerçek zamanda deneyimlenecek şeyler olarak bireyin fenomenolojik “o anı” haline getirilebilir. Elektronik iletişimin neredeyse anlık olması -iletildiği anda uzay boyunca bilgi iletme yeteneği- dünyayı, kendi yakın çevremizdeki olaylarla tam olarak paralel olarak gerçekleşen görünüşte sonsuz bir paralel olaylar dizisi olarak aktif olarak deneyimlememize izin verir (Marriott, 2007, s. 32).

Canlı yayınlar yoluyla sağlanan eşzamanlılık, medyaya, aktarılan olaya bağımlı olma sınırlılığını da getirmektedir. Zira canlı olarak aktarılan olayın, başlangıcı belirli olsa bile ucu açıktır ve bitişi belirsizdir. Bu da medyaya, canlı yayınlar özelinde farklı estetik açılımlara gitmesi yolunda bir itki sağlamıştır. Zettl, bu olay bağımlılığının getirdiği estetik sonuçları şöyle sıralar: Televizyonda yayınlanan etkinlik -örneğin bir futbol şampiyonası oyunu- gerçek olay ile aynı "açık geleceğe" sahiptir. Bu, gerçek olayın sonucu tahmin edilebilir olsa bile, önceden belirlenmediği anlamına gelir. Gerçek hayatta olduğu gibi, beklenmedik her an ortaya çıkabilir. Bu tür olay bağımlılığı, izleyiciler olarak oluş sürecine katılmamızı sağlar; bizi olaya dâhil eder ve ölçeği ne kadar mütevazı olursa olsun dünyanın sürekli yaratılışına bir bakış atmamıza olanak sağlar. Zamana ve gerçek olaya yakınlığa bağlı olarak, canlı yayının televizyon izleyicileri, olağan heterojenliğinin bir kısmını kaybedebilir ve daha sıkı sıkıya bağlı bir sosyal toplam haline gelebilir. Belki de milyonlarca insan aynı canlı olayı televizyonda

izlediğinde, dünya siyasetinden çok gerçek bir küresel topluluk elde etmeye yaklaşabiliriz (2011, s. 245).

Zettl'ın belirttiği üzere canlı yayınlar, izleyicilerinin heterojenliğini kaybedip küresel bir topluluk haline gelmesinde etkili oluyorsa da bunu doğrudan teknolojinin gücü olarak anlamamak gerekir. Zira canlı yayınların, zamana ve yayınlanan gerçek olaya yakınlığa bağımlı oluşu, teknolojiyle birlikte kültürel durumun etkisinin göz ardı edilemeyeceğinin kanıtı olarak gösterilebilir. Dolayısıyla canlı yayın izleme deneyiminin, geleneksel medyadan günümüze, dijital çağa da benzer özelliklerle, etrafında bir kültürün şekillendiği ve izleyicisinin/katılımcısının kültürünü oluşturan unsurların etkisinin yadırganamayacağı bir süreç olduğu söylenebilir. Günümüzün dijital canlı yayın platformları, geleneksel medyanın canlı yayınlarının özelliklerine ek olarak anlık katılımcılığı sağlayan teknik kabiliyetiyle, canlı yayınların tarihsel gelişiminde son durağı olmuştur. Bu çalışmada kuramsal çerçeveyi oluşturacak olan Williams'ın kültür kuramı doğrultusunda, canlı yayın platformları ve katılımcılarının oluşturduğu alt kültür konu edinilecektir. Bu doğrultuda, insanın somut deneyimini araştırma amacı olan bir kültürel çalışma ile canlı yayın platformlarının etrafında şekillenen kültürün unsurları ortaya konmaya çalışılacaktır.

1.1. Problem

Ağ teknolojileri ve sosyal medyanın gelişimiyle son yıllarda artan kullanım ve katılım oranlarıyla dikkat çeken canlı yayın platformları olan Twitch ve Youtube'daki yayıncıların ve izleyicilerin oluşturdukları ortak alt kültür öğelerinin neler olduğu araştırmanın problemi olarak belirlenmiştir. Dijital kültür şemsiyesi altında gelişen bu kültürel formun evrenini ortaya koymak ve izleyici-araç iletişimi bağlamında nasıl bir yapı içinde kök saldıgını açıklamaya çalışmak, bu çalışmanın sorun olarak gördüğü konulardır. Sosyal medyanın gelişimi sürecinde nispeten yeni sayılabilecek bu platformların, anlık etkileşimi ve anlık olarak üretilen içeriği temel alan yapısıyla birlikte oluşturdukları alt kültürün özelliklerini gösterecek olması açısından araştırmaya değer bir konu olarak görülmüştür.

1.2. Amaç

Araştırmanın amacı, canlı yayın platformlarında kültürel üretim sürecinin nasıl gerçekleştiğini; bu platformların etkileşim kapasitesi göz önüne alındığında izleyici

katılımının ve izleyicilerin içeriklere etkisinin boyutunu ve biçimini ortaya koymak olacaktır. Aynı zamanda, bu platformlardaki alt kültürün öğeleri keşfedilirken, bu kültürü oluşturan ekonomik, toplumsal ve kültürel arka plan göz önüne alınarak Williams'ın kültür kuramında sözünü ettiği bütün bir yaşam tarzı içerisindeki yeri tespit edilmeye çalışılacaktır. Bu doğrultuda, araştırma sonucunda cevaplanması amaçlanan sorular şunlardır:

1. İzleyicilerin, diğer izleyicilerle etkileşimi nasıldır? Belirli yayıncıların düzenli izleyicileri arasında oluşan topluluk bağlarının nitelikleri nelerdir? İzleyiciler, bu topluluklara nasıl dâhil olur ve ne şekilde sosyal bağlar oluşturur?
2. Canlı yayın platformlarının izleyicileri, bu kültüre nasıl dâhil olur?
3. İzleyiciler ile yayıncılar arasındaki etkileşimin kültürel üretime katkısı nedir?
4. Canlı yayın platformlarında etrafında şekillenen kültür öğeleri nelerdir?
5. Bu kültür hangi şartlar altında ve nasıl oluşur?

1.3. Önem

Araştırmanın, canlı yayın platformlarının anlık doğası ve yapısı gereği kolektif bir kültürel üretim sürecine dönüşebilen izleme deneyimiyle birlikte, bir alt kültür olarak bu platformlardaki kültürel üretim sürecini keşfetmek açısından ve bu platformların kültürel yönüne dair kazandıracağı bakış açısı sebebiyle önemli olacağı öngörülmektedir. Canlı yayın platformları konusunda yapılan çeşitli araştırmalar olmasına karşın, genel çerçevede izleyici katılımı ve bu platformlarda bir araya gelen izleyici toplulukları konusundaki verilerin azlığı göz önüne alındığında, araştırmada elde edilecek verilerin literatüre sağlayacağı katkı da ayrıca önemlidir. Araştırma, özellikle katılımcı kültür konusundaki araştırmalara, sosyal medya canlı yayın platformları açısından bir bakış açısı kazandırmasının yanında, yapılacak benzer araştırmalar için de bir veri kaynağı olacaktır.

1.4. Varsayımlar

Araştırma sürecinde, katılımcı kültür ve sanal topluluk konularında literatüre giren çeşitli yargılar ve değerler “varsayımlar” olarak kabul edilmiştir. Özellikle sosyal medya kuramcıları ve araştırmacıları tarafından genel kabul görmüş bu yargılar, bu

araştırmanın temelini de oluşturacak dayanaklar olarak alınacaktır. Ayrıca canlı yayın platformlarına dair yapılan gözlemler de bu varsayımları belirlemede etkili olmuştur. Araştırmanın amacı doğrultusunda kabul edilen varsayımlar şunlardır:

1. Ağ teknolojileri ve sosyal medya sayesinde medya izleyicileri/tüketicileri daha “aktif” hale gelmişlerdir ve izleyicilerin katılımının önündeki engeller azalmıştır.
2. Katılımcı kültür, ağ teknolojileri sayesinde daha yaygın hale gelmiştir.
3. İzleyiciler, sosyal medya platformları sayesinde yalnızca “pasif” alıcılar olmaktan çıkmış, izledikleri/tükettikleri şeye tepki verebilen hatta kendi içeriğini üretip paylaşabilen kullanıcılara dönüşmüşlerdir.
4. Sosyal medya platformları bireylerin bir araya gelip topluluklar oluşturabilmesi açısından işlevsel bir araçtır.
5. Canlı yayın platformlarının izleyicileri, düzenli takip ettikleri yayınlar aracılığıyla sanal topluluklar oluşturmaya veya bu topluluklara dâhil olmaya yatkındır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırma, ücretli aylık abonelik modeline sahip iki canlı yayın hizmeti veren platformla –Twitch ve Youtube- sınırlandırılmıştır. Sosyal medyada, bu platformlar dışında da canlı yayın yapabilme olanağı sunan uygulamalar –örneğin Instagram- mevcut olmasına karşın, yayın yapan kişi ya da kişilerin maddi gelir sağlayabildiği ve bu sayede yayıncılığı meslek edinmenin mümkün olduğu hatta giderek yaygınlaştığı platformlar olarak Twitch ve Youtube araştırmaya dâhil edilmiştir. Ayrıca, yalnızca Türkiye’de ve Türkçe yayın yapan yayıncılar ve izleyicileri araştırmaya dâhil edilecektir.

2. CANLI YAYINLAR

2.1. Zaman Kavramı ve Medya

Zaman, insan bilincinin ve algısının temel unsurlarından biri olan ve tarih boyunca çokça düşünür ve bilim insanı tarafından anlaşılmaya ve anlamlandırılmaya çalışılmış bir kavramdır. Farklı disiplinlerin, zamanın insan algısındaki yeri ve/veya evren için ne ifade ettiğini anlamak için çaba gösterdiklerini söylemek mümkündür. Fizik bilimi rasyonel yöntemlere dayalı olarak zamanın evrendeki yerini konumlandırmaya çalışırken, felsefe de çoğunlukla insanın zamanı algılama biçimi ve toplumların zamanı örgütlemesi gibi konulara kafa yormuştur. Zamanın, insanın yaşam deneyimi içindeki konumunun yadırganamayacak kadar belirgin olduğu söylenebilir. Günlük alışkanlıklarımızdan sosyal etkileşimlerimize, kariyer planlarımızdan tarih algımıza kadar bilincimizle deneyimlediğimiz neredeyse her şeyde zamanın izini bulmak mümkündür. Fizik için evrenin temel boyutlarından biri, felsefe için bilincimizin temel taşlarından biri olarak görülmektedir.

Elias'ın belirttiği üzere zaman, bilinçten bağımsız (nesnel) var olan bir akışın kavramsal yansıması ya da bütün insanlara özgü her türlü somut deneyimden önce gelen bir yaşantı biçimi değildir. Zaman hakkında düşünülürken karşılaşılan temel zorluklar da bundan kaynaklanmaktadır. Elias'a göre, zamanı anlamlandırmadaki temel sorunların başında sınıflandırma aracı olarak kullanılan düşünsel kategorilere kolay kolay uymaması gelmektedir. Zaman sorunu, çoğunlukla fiziğin ya da metafiziğin konusu gibi görünmektedir. Bu yüzden de onu tartışırken doğru zemini bulmak güçleşmektedir. Zamanı sosyolojinin konusu olarak tanımlayıp karşısına fiziğin konusu olan “zamanı” çıkarmak da bu sorunu çözmeye yetmez. Diğer bir deyişle, sosyal ve doğal/fiziksel olarak bölünmüş bir dünya kavrayışından yani özne ve nesneye ayrılmış bir dünya kavrayışından hareketle zamanın anlaşılması mümkün değildir. Elias, zamanın anlaşılabilmesi için doğa ve insan gibi iki ayrı yerden değil, “doğanın içindeki insan” noktasından, yani bu tür bir insan anlayışından hareket edilmesi gerektiğini söyler. Bu türden bir yaklaşım, doğa bilimlerinin araştırma alanı olan “doğa” ile sosyal bilimlerin araştırma alanı olan “insanlar/toplumlar” biçiminde dünyayı iki farklı araştırma alanına bölen yaklaşımı aşip zamana dair daha bütünlüklü bir bakışın gelişmesini sağlayabilecektir (2018, s. 22-23).

Fiziksel evrende zamanın işleyişi ile insanın zaman algısı arasındaki bağ, insanın doğa ile kurduğu etkileşimde yatmaktadır. Organik canlılar olarak en temel ihtiyaçlarımız olan yeme, barınma, uyku vb. ihtiyaçlar fiziksel zamanın işleyişi içerisinde kendine “uygun” zamanlar bulmaktadır. Öte yandan toplumsal işleyiş için zamanın organize edilmesinin de tarih boyunca fiziksel zamanın işleyişi doğrultusunda şekillendiği söylenebilir. Göçebe yaşayan toplumların mevsimsel değişikliklere uygun olarak hareket etmesinden, tarım toplumlarının hasat zamanlarını yine mevsimsel değişimler doğrultusunda organize etmesine kadar, fiziksel zamanın (doğanın zamanının) toplumsal organizasyonda etkisini görmek mümkündür. Antik çağlardan bu yana ayın, güneşin ve yıldızların hareketlerine bakılarak oluşturulan takvimlerin ve yıl, ay, gün ölçütlerinin ortaya çıkışı, yine doğanın zamanının toplumsal zamanın örgütlenmesi için nasıl uyarlandığını açıklamaktadır. Aynı zamanda toplumsal örgütlenmelerin temel unsurlarının (ekonomi, din, devlet örgütlenmesi, kültür, teknolojik gelişmeler vd.) yüzyıllar boyunca zamanın belirlenmesi ve örgütlenmesi doğrultusunda şekil değiştirdiği, öte yandan “fiziksel” zamana dair anlayışın bilimin ilerlemesiyle değiştiği gibi, zamanı belirleme biçiminin de bu unsurların değişimlerinden etkilenecek günümüzün “küresel” zaman örgütlenmesine varan sürecin ortaya çıktığı da söylenebilir.

Toplumdaki günlük yaşam, fiziktekinden farklı bir görünüme sahiptir. Sosyal hayatta insan davranışına ve insan algısına uygun zaman ölçekleri kullanılmaktadır. “Bir varmış bir yokmuş”un efsanevi zamanlarından, hemen algılanabilen şimdiki zamana kadar uzanırlar ve buna göre on binlerce yıl veya bölünmüş saniyeler içinde gösterilebilirler. Sonsuz uzun veya sonsuz derecede kısa dönemler, insanın algılaya yetisine göre daha büyük veya daha küçük olarak deneyimlenir. Ancak toplumsal varoluşta zaman ölçümünün kesinliği rafine edilmiş ve zaman aralığı genişletilmiştir. Sadece geçmişin ve geleceğin fiziğin ölçümlerinin açtığı zaman dilimlerinin içinde uzamış olması değil, standartlaştırılmış bir zamanın uzamsal bir uzantısı olarak yavaş yavaş yeryüzünü içine alması da gerçekleşmiştir. Buna birçok şey katkıda bulunmuştur; artan ekonomik ve politik entegrasyon süreçleri ve malların, insanların ve bilgilerin daha hızlı ve daha geniş bir temelde taşınmasını sağlayan teknolojik olanaklar, aynı zamanda endüstriyel üretim tarzı ile başlayan yaşam biçimlerinin kademeli olarak hizalanması. Toplumsal hayatta zamanın standartlaştırılmasındaki ısrar, dünya çapında

bir eşzamanlılığa yaklaşımda, dünyanın farklı köşelerinde aynı anda meydana gelen olayların ve süreçlerin algılanmasında kendini gösterir (Nowotny, 1994, s. 17-18).

Toplumsal yaşamda zamanın standartlaştırılması ve dünya çapında eşzamanlılık yaklaşımı son yüzyıllarda gitgide birbirlerine daha bağlı hale gelen ve gittikçe küreselleşen dünyanın bir yansıması olarak görülebilir. Altunay'ın da belirttiği gibi, “Şimdinin sosyolojik yansımaları da aracılanmış iletişim süreçlerinde anı yaşama biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Kapitalizm ve modernliğin toplumsal hayatın örgütlenmesindeki etkisi, şimdiyi mutlaklaştırmaktadır (2023, s. 30-31)”. Öte yandan zamanın standartlaştırılmasının ve eşzamanlılık deneyimlerinin, insanın temel bilişsel kabiliyetlerinden biri olduğu söylenebilir. İnsan, zamanı “geçmiş-şimdi-gelecek” şeklinde lineer olarak deneyimlese de zihinsel kapasitesi sayesinde farklı zaman dilimlerini eşzamanlı olarak tahayyül etmeye de yatkındır. Zaman kavramına yaklaşım felsefede ve son yüzyıla kadar olmak üzere fizik biliminde de geçmiş-şimdi-gelecek çizgisi temel olarak alınmış ve zaman bu çizgisellikte anlaşılmaya çalışılmıştır. Ancak insanın zamanı deneyimlemesi çoğunlukla bir süreklilik arz eder ve her zaman ‘şimdide’dir. İnsanın zihinsel kabiliyeti sayesinde söz konusu üçlü lineer zaman çizgisini eşzamanlı olarak tahayyül edebilmesini ise Elias şöyle açıklamaktadır:

“Zaman ve zaman belirleme sorununun çözümünde kullanılabilecek anahtarlardan biri, insanların, olayların sürekli akışı içinde, "daha önce" ve "daha sonra" olanı "geçmişte" ve "ileride" olanı birlikte düşünüp göz önünde tutabilme biçimindeki özgül yeteneğidir. Bir arada, aynı zamanda olmayanı, aynı anda olup bitiyormuş gibi bir araya getirmek biçimindeki tasarlama ediminde bellek tayin edici bir rol oynar. İnsanların sentez yeteneğine böylesine önemli bir rol atfederken, özellikle işaret ettiğim şey, insanların, gerçeklikte şimdi ve burada olan şeyle, tasarımlarında birbirine bağlayabilme yeteneğidir. Kuşkusuz bu yetenek, insanın sentezleme yeteneğinin tezahürlerinden sadece *biridir*, ama bütün zaman belirleme biçimlerinin hepsinde tayin edici bir rol oynar. Daha iyi anlatabilmek için şöyle de söyleyebiliriz. Aynı anda daha önce saatin iki olduğunu ve daha sonra da altı olacağını düşünmeden, "şu anda saat dört" demenin hiçbir anlamı yoktur. "Daha önce" ve "daha sonra" gibi kavramlar, insanın aynı zamanda gerçekleşmeyen ve insanlarca da aynı anda gerçekleşiyormuş gibi yaşanıp algılanmayan olayları birlikte tasarlayabilme ve yaşayabilme yeteneğinin tezahürleridirler (2018, s. 110-111)”.

İnsanın, geçmiş ve geleceği şimdide düşünüp zamanı bütün olarak algılayabilmesini sağlayan zihinsel yetisi, Elias'ın belirttiği gibi bellekten ileri gelmektedir. Bellek, insan bilincinin temel belirleyicilerinden biridir. Russell da benzer olarak belleğe, zamanı, geçmiş ve geleceği algılayabilme yetisini kazandıran özellik

olarak bakar. Dünya, zihinden ayrı kaldığında geçmiş ve gelecek hiçbir gerçekliğe sahip olmayacaktır. Russell, geçmiş ve geleceği, onlarla ilişki arzusuyla gerçek hale getiren ve bu sayede gerçek süreyi ve gerçek zamanı yaratanın bellek olduğunu söyler. Geçmiş ile geleceğin söz konusu karışımını bellek sayesinde anlayabiliriz. Fizik bilimi için bu ikili birbirlerine karşı olduğu gibi uzamsal olarak da dışsaldırlar. Ancak Russell insanın, bellek ve sezgisi vasıtasıyla “şimdi” deneyiminin geçmiş ile gelecek arasında bir geçiş enstantanesi olduğunu fark ettiğini belirtir (1997, s. 162).

Fizik biliminde zaman, yoğunlukla uzayla ve hareketle ilişkili olarak algılanır ve irdelenir. Bellek ise felsefenin zaman kavramına ve insanın zaman algısına kattığı unsurlardan biridir. Sezgi ve zekâ gibi unsurlar da belleğin zaman algısına eşlik etmektedir. Bu bakış da yoğunlukla Bergson’un felsefesine dayanmaktadır. Onun zamanla ilgili düşüncesinde temel belirleyici kavram ise süredir. Ona göre geçmiş, şimdi ve gelecek “sürenin” akışında bir araya gelir birbirinin içine akar. Bergson felsefesinin ileri gelen özelliklerinden biri, çoğu yazardan farklı olarak zamanı ve uzayı birbirinden tamamen ayıran yaklaşımında yatmaktadır. Uzay maddenin karakteristiğidir ve akışın parçalara ayrılmış biçimidir. Bergson’a göre bu bakış uygulamada bir noktaya kadar yararlı olabilir ancak kuramda yanıltıcı hale gelmektedir. Zaman ise tersine yaşamın ve zihnin esaslı özelliğidir. Bergson, anlamaya çalıştığı “zamanı”, fizik biliminin “matematik zamanından” ayrı ele alır (akt. Russell, 1997, s. 158). Fiziğin zamanı uzayın bir biçimiyken, Bergson’un yaşamın özü olarak gördüğü zaman süredir:

“Uzayda bir nokta kavranabilir olmasına rağmen sürede bir nokta her türlü kavrayıştan kaçır zira sadece hafıza sahibi bir bilinç için süre vardır ve süre sadece şimdiden geçmişe bir mukayeseyle, söz gelimi bir an değil de bir süre işgal eden bir şeyle başlar. Başka bir deyişle uzamda bölünemez bir nokta kavranabilirken sürede sadece birçok an kavranabilir, tabii eğer anların olduğu varsayılırsa, zira eşsiz bir an hiçbir şey olmayacaktır (2019, s. 50)”.

Bergson’un geçmişten geleceğe akan anlardan oluşan bir süre olarak zaman algısının ancak on dokuzuncu yüzyılın sonlarında ortaya çıkmasının tesadüf olmadığı söylenebilir. Elias’ın *Zamanın Üzerine* (2018) çalışmasında yaptığı araştırmalarda gösterdiği üzere, insanın bir akışa tabi, süre boyunca ilerleyen ve geçmişten geleceğe akan zaman algısı her zaman güçlü değildi. Antik çağlardan günümüze, teknolojik ve toplumsal gelişmeler gereği bu algının güçlendiğini söylemek mümkündür. İlk çağların tarım toplumundaki insanın geçmiş ile gelecek algısının akışkanlığının son yüzyılların küresel toplumu kadar güçlü olmadığı söylenebilir. Zira yeni teknolojiler, yeni

ekonomik sistemler ve üretim araçları vd. gereği dünya çapında eşzamanlılığa olan ihtiyacın artması ve zamanın organizasyonunun gerekliliği bu süre algısının güçlenmesi sonucunu doğurmuştur. Kamusal zaman ile özel zaman ayrımının oluşması da bu sonucun getirilerinden biri olarak görülebilir.

Özellikle geçtiğimiz yüzyılın başında, daha önce gizli tutulan milyonlarca öznel zaman kamusal yaşamda patlayıcı bir şekilde ortaya çıkmıştır. Zira ekonomik entegrasyon süreçleri, eşzamanlılık yanılması yaratma yeteneğine sahip teknolojiler tarafından hazırlanmış ve mümkün kılınmıştır. Tıpkı 1750'den 1850'ye kadar olan dönemin, “modern zamanları” ve tarihin zamansallaşmasını oluşturduğu gibi, bu çağ da “uygun zamanın” oluşturulduğu çağıdır. Bu dönemde yeni algılarını, deneyimlerini ve duygularını ifade etmek, sanatsal ve bilimsel bir avangardın işiydi. Zamanın psikolojik kuramlarının algı, süre, bellek ve her zamansal algının bellekte geride bıraktığı izler sorunuyla yoğun bir şekilde ilgilenilmesi tesadüf değildi. Görelilik Kuramı’nın, bir avuç fizikçiden pek azı tarafından anlaşılmış olmasına rağmen, muazzam bir popüler bilimsel tepkiyle karşılaşması ve eşzamanlılık büyüünün, tam da olağanüstü olanı temsil ettiği için, buna dair tek kanıt tarihçilerin sözlü tarih geleneğinde buldukları şey olsa da en küçük köye kadar uzanması da aynı şekilde tesadüf değildi. Öznel olarak deneyimlenen ve ilk kez bilimsel olarak temellenen uygun zamanın ortaya çıkışı böylece kamu alanına girdi. Ancak, uygun zamanı sosyalleştirmek, kullanımını uygulamak ve o zamandan beri gündelik hayata zamansal damgasını vuran bir alışkanlık haline getirmek için daha bu yüzyılın ikinci yarısında yaratılmış olan daha ileri bir sosyal-örgütsel ve teknolojik altyapıya ihtiyacı vardı. Burada şimdi uygulansa ve deneyimleniyor olsa da geçiş süreci kolay olmamıştır. Uygun zamanın toplumsallaştırılmış versiyonu, artık kamusal yayılımı ve herkes tarafından edinilmesi, tıpkı kendinden önceki öznelleştirilmiş versiyonu gibi, eklemlenmesi bir azınlığa mahsus olduğu gibi günümüzde teknoloji aracılığıyla edinildiği için teknolojinin kendisinde zamansal değişikliklerin belirleyicilerini aramak makul görünmektedir. Telekomünikasyon medyasının toplumsal varoluşun tüm alanlarını yaygın şekilde işgal etmesiyle bağlantılı olarak çok sayıda korku ve öngörü ortaya çıkmıştır. Olası bir psikolojik izolasyonun tehlikeleri ve kişinin kendi hiper-bireyselleşmiş dünyasında sosyal bir kopuş konusunda uyarılarla günümüzde sıkça karşılaşılır. Ekran aracılığıyla aracılık edilen zamansal algılar, toplumsal ilişkilerin algılanmasında bile aşırı parçalanmaya yol açabilmektedir. Öte yandan eski nesil, bilgisayarlarla büyümüş olsa bile şimdiye kadar bilinmeyen bilişsel

yetiler geliştirdiklerini görmek de mümkündür. Diğer şeylerin yanı sıra, video ekranlarında aynı anda birkaç programı izleyebilir ve anlatı yapılarını kavrayabilirler; kuralları sürekli kapanıp yeniden açılmasını sağlayabilen kendi oyunlarını ve hız ile eşzamanlılığı birleştiren zamansal algı kalıplarını geliştirebilirler (Nowotny, 1994, s. 38-39).

Antik ağlardan Endüstri Devrimine ve sonrasında “eşzamanlı” toplumsal yapılanmaların oluşmasını sağlayan teknolojik yeniliklere kadar yaşanan değişimlerde olduğu gibi zamanın organizasyonunda geçtiğimiz yüzyılın başından günümüze de değişiklikler gözlemlenebilir. Günümüzdeki zaman algısının oluşmasını başlatan eşzamanlı teknolojilerin ortaya çıkışından bu yana yüz yılı aşkın bir süre geçmişse de bu sürecin sorunsuz aşılmadığını görmek mümkündür. Bu süreci başlatan teknolojik gelişmeler, birçok etkenden (ekonomik, kültürel, toplumsal vd.) ortaya çıkabildiği gibi, bu teknolojik gelişmeler yeni ekonomik, kültürel, toplumsal birçok değişimi tetiklemeyi de başarmıştır. Zaman algısı da bu değişimlerden nasibini almıştır. Zira bu değişimler eşzamanlılık ilkesinde temellenen buluşlarla doğrudan ilgilidir.

Bazı kültürel değişimler için yeni teknolojiler doğrudan esin kaynağı olmuşlardır.  rnek vermek gerekirse James Joyce sinemadan etkilenerek montaj tekniklerini *Ulysses* eserinde kelimelerle canlandırmaya çalışmıştır. Doğrudan modern teknolojilerden etkilenen fütürizm gibi sanat akımlara ortaya çıkmıştır. Elektronik iletişimin mümkün kıldığı eşzamanlılık deneyiminden etkilenen bazı şairlerin yazdığı “eşzamanlı” şiirde bu etkiyi doğrudan görmek mümkündür. Kimi değişimler ise doğrudan teknolojik değişimlerden değil, teknolojik değişimlerin çeşitli tür ve disiplinlerde oluşturduğu baskı ile yaşanmıştır. Resim sanatının uzama yaklaşımında zaman deneyimindeki değişimlerin etkisi kendini göstermiştir. Teknolojinin etkilediği gelişmeler ile ondan bağımsız olanlar arasındaki tematik benzerliklere bakıldığında, en geniş anlamıyla bir kültürel devrimin gerçekleşmekte olduğu göz ardı edilemez. Zira bu devrim, insan deneyiminin özsel yapılarını ve insanın kendini ifade ediş biçimini, sanatını barındırmaktadır (Kern, 2013, s. 43).

Eşzamanlılığı mümkün kılan teknolojilerin etkisiyle yaşanan değişimlerin, yalnızca yeni iletişim teknolojileri dolayısıyla kültürel temelde kalmadığını eklemek gerekir. Zira aynı dönemde ulaşım teknolojilerindeki ilerlemelerle toplumsal hareketlenmenin hızının artması, yeni şehir yapılanmaları gibi daha birçok değişim de beraberinde yaşanmıştır. Dolayısıyla bütün bu değişimlerin, yalnızca zaman algısının

güçlenmesinde değil, aynı zamanda zamanla bağlantılı olarak hareketle ve mekanla da ilgili olduğu söylenebilir. Sözü edilen eşzamanlılık deneyimi halihazırda, mekândan ayrı, sadece zamanla bağlantılı bir olgu olarak görülemez. Telefon ve telgrafla, tarihte daha önce olmadığı kadar uzak mesafeler arasında eşzamanlı iletişim mümkün olduğu gibi, radyo ile yazılı basının olmadığı kadar hızlı biçimde medyaya ulaşmanın mümkün olması, elbette hem mekân hem zaman deneyiminde köklü değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Sinema ile zamanda “dondurulmuş” karelerin yeniden oynatılabilmesi ile zamansallık deneyiminde ve insan ifadesinde, sanatında bambaşka bir kapı açılmıştır. Kısacası, bütün bu teknolojik gelişmeler ve beraberinde yaşanan toplumsal ve kültürel değişimlerin çoğunlukla zaman ve mekân deneyimlerinde temellendiğini söylemek mümkündür.

Medyanın zamansallık deneyimini nasıl şekillendirdiğine bakarken, özne-nesne ikiliğinden kaçınan yorumsamacı bir yaklaşım ve zamanın toplumsal eylemi nasıl yapılandırıldığını incelemek gerekmektedir. Sosyal teoride zaman çoğunlukla nesnel ve şeyleşmiş bir ürün olarak kavramlaştırılsa da insan eylemleri ve anlamlarıyla iç içe örülmektedir. Zaman ve onunla bağlantılı olarak mekân da toplumsal etkinliği barındıran boş kaplar değil, insan eylemini hem mümkün kılan hem sınırlayan unsurlardır ve toplumsal pratiklerden ayrı durmazlar (Stevenson, 2008, s. 211-212). Dolayısıyla medyanın sunduğu zamansallık deneyimi, toplumsal yapıyla ve etkinliklerle doğrudan ilişkilidir. Eşzamanlılık teknolojilerinin etkisiyle ortaya çıkan zamansal ve mekânsal deneyimlerdeki değişimlerin bir uzantısı olarak medya ve anlatım formlarında zaman ve mekân odaklı değişimleri gözlemlemek mümkündür.

Demir’in belirttiği üzere, en basit bir anlatım formu bile geniş ölçüde zamansal ilişkilerce belirlenir ve dolayısıyla öykünün de diğer anlatı formlarının da yapısı bir anlamda zamansal ilişkilerce kurulur. Bütün yeni iletişim ve medya teknolojilerinde olduğu gibi sinemanın da yaptığı budur. Zaman içinde geçen yaşamı anlatmak. Ancak sinema, sahip olduğu montaj teknikleri sayesinde bunu yaparken zamanın tekdüze gelişimini ve kesintisiz sürekliliğini yok sayabilme gücüne sahiptir. Film yönetmeni ve kurgucu zamanla özgürce oynayabilir. İnsanın yaşamda zamanı deneyimlemesinde mümkün olmayan yöntemlerle zamanı işleyebilir. Geçmiş, şimdi ve geleceği bir arada verebilir. İnsanın geçmişten geleceğe doğru akan şimdiki zaman deneyimini kırarak filmde sürekliliği ve gerçek zamanın yasalarını bozarak gerçek zamandan farklı, sezgi

ile hissedilebilen bir zaman yaratabilir (1994, s. 49-50). Jacobs, sinemanın zaman algısını nasıl oluşturduğu ve kullandığını şöyle açıklar:

“Filmlerde geçmiş, şimdi ve gelecek zaman sırası heterojen bir zaman için terk edilmiştir. Zaman çok boyutlu olarak düşünülmüş, bazı objektif metrik istemlere göre bölünen zamansal ölçütler burada birbirine karıştırılmış ve süreklilik kazandırılmıştır. (...) Zaman, insanın öznel iç yaşantılarında olduğu gibi dinamik ve özgür bir akış içinde yeni baştan biçimlenir. Önce ve sonra, tümüyle birbirinin içine karıştırılarak dokunur. Geçmiş, şu an içinde hemen olacak gibidir. Zaman, bilincin sürekli bir akışının parçası gibi, "zamanı belirsiz" özgür ve mantıklı bir bileşime sahiptir (1994, s. 40)”.

Sinemanın, bir anlatım formu olarak, eşzamanlılık teknolojileri içerisinde zaman algısını manipüle edebilme becerisine sahip ilk teknolojik atılım olduğu söylenebilir. Sinemanın elinde bulundurduğu kurgu teknikleri sayesinde zamanla oynayabilme yetisi, daha önce de belirtildiği üzere -James Joyce’un *Ulysses*’inde denediği anlatım tekniği gibi- diğer anlatım formlarını dahi etkilemeyi başarabilmiştir. Öte yandan ardından gelecek yeni iletişim teknolojilerine ve anlatım formlarına da yeni kapılar açtığı söylenebilir. Özellikle televizyonu, sinemanın kullandığı birçok tekniğe sahip olmasının yanında elektronik görüntünün gücü ve yayın imkanlarının sağladığı ulaşılabilirlik sayesinde medyada zamansallık algısını oldukça ileri taşıyan bir buluş olarak değerlendirmek mümkündür.

Televizyonun, elektronik görüntünün imkanlarıyla, sinemadan aldığı tekniklerle ve radyonun yayın kapasitesini bir araya getirmesiyle medyada zamanı kullanmanın ve eşzamanlılığın oldukça ileri bir biçimini oluşturma imkanına sahip olduğu söylenebilir. Bütün bunlar düşünüldüğünde, zaman kavramının sinemadan farklı olarak görüntü üzerinde başka bir boyutu ortaya çıkmaktadır; şimdiki zaman. Elektronik görüntü, sinemanın ve fotoğrafın aksine “şimdiyi” sunabilme kapasitesine sahiptir. Bunu gerçekleştirirken de izleyici farklı duygular uyandırır. İzleyici, ekranda izlediği yayın süresi ne olursa olsun, elektronik görüntünün ve kurgunun imkanlarıyla onu daha uzun ya da daha kısaymış gibi algılayabilir. Televizyon aynı zamanda, farklı mekanlarda aynı anda meydana gelen olayları bir ekrana sığdırabilme özelliğine de sahiptir. Elektronik görüntü, filmde olduğu gibi sürekli akış durumundadır ve kendi uzayını var eder. Buna ek olarak ise televizyonun asıl gücü, şimdiyi yansıtabilmesinde yatar; farklı mekanlardaki şimdileri ekranda birleştirerek izleyicinin algısında, mekânda yeni bir şimdiyi yapılandırabilir (Uğurlu, 2002, s. 25-26).

Radyoyla birlikte televizyonun, medyada eşzamanlılığı ve uzak mesafelere anlık olarak enformasyonu ulaştırma imkânı, canlı yayın kapasitesinde yatmaktadır. Öte yandan televizyonun, elektronik görüntüyü anlık olarak oluşturup aktarabilmesi sayesinde, radyodan farklı olarak mekân algısını da zaman algısıyla birlikte genişletebilme gücüne sahiptir. Canlı yayın ve canlı görüntünün, medya ve izleyici arasındaki eşzamanlılık ilişkisini doğrudan kurabilme özelliği sayesinde televizyonu, özellikle geçtiğimiz yüzyıl boyunca en önemli medya aracı konumuna getirdiği söylenebilir. Günümüzün yeni iletişim teknolojileriyle daha da artan eşzamanlı iletişim imkanlarının, televizyonun canlı yayın deneyimine borçlu olduğunu söylemek yanlış olmaz. Dolayısıyla özellikle televizyon canlı yayınlarının doğasını anlamak, yeni medya araçlarını ve araştırmamız gereği dijital medyadaki canlı yayınları anlamının ön koşulu olarak kabul edilebilir.

2.2. Canlı Yayınların Doğası

Canlı yayınları, eşzamanlılık teknolojilerinin ve küresel bir dünyayı mümkün kılan, toplumlar arası yakınlaşmaları sağlayan ve ekonomik iş birliklerini güçlendiren, kısacası zamansallık algısının standartlaşabilmesini ve “uzakların yakın edilebilmesini” sağlayan bütün dönüşümlerin doğal bir sonucu olarak okumak mümkündür. Canlı yayınların, bu dönüşümlerin bir sonucu olmasının yanında bir yandan da bu dönüşümleri bir adım daha ileri taşıdığı söylenebilir. Öte yandan elektronik eşzamanlılık teknolojilerinin mümkün kıldığı değişimlerin, zamanın temel işleyişinde yatmadığı da görülebilir. Zira değişen, zamanın kendisinin özü değil, zaman algılarımız ve ona dair deneyimlerimizdir.

Marriott benzer şekilde, bu tür yeniden yapılanmaların evrenin doğasında bir değişiklik meydana getirmediğini belirtir. Elektronik iletişim, mevcut olmayan katılımcıların birbirleriyle anında etkileşime girmesine izin verdiğinde ne katılımcılar arasındaki mesafe “gerçekten” daralır, ne de zaman yeniden döngüye girer ya da kendini yeniden yapılandırır. Daha ziyade zaman, mekân ve etkileşim kalıplarının dönüşümleri, dünya deneyimizdeki değişimlerdir ve yüz yüze etkileşimde bize sunulanlar dışındaki zamansal ve uzamsal perspektiflerden olaylarla karşılaşmamıza izin verir (2007, s. 6). Söz konusu teknolojiler öncesi de yüz yüze etkileşim dışında uzamsal perspektifimizin dışında iletişim kurma olanakları yok değildi. Ancak bahsedildiği üzere eşzamanlılık teknolojileri, zamansal perspektifi de neredeyse sonsuz

ölçüde daraltmış ve anlık ya da neredeyse anlık iletişimi mümkün kılarak “uzak” ile olan etkileşimde zaman bariyerini ortadan kaldırmıştır. Daha önce sözü edildiği üzere bu teknolojilerin ortaya çıkışı pek çok toplumsal, kültürel ya da ekonomik etkene bağlı olsa da iletişimde zaman bariyerini kaldırabilme yetisinin, toplumsal alanda pek çok dönüşüme de kapı araladığı söylenebilir.

Elektronik iletişimin uzak olanı yakınlaştırma -algısal alanımızın sınırlarının ötesinde olanı yakın çevremize getirme- kapasitesi birbiriyle ilişkili iki faktöre bağlıdır. Bunlardan ilki, iletim hızı ile ilgilidir. Elektronik iletişim biçimleri anlık veya “neredeyse” anlıktır. Biriyle telefonda konuştuğumuzda veya radyo dinlediğimizde veya günümüzden örnek verilecek olursa, bir internet sohbet odasına katıldığımızda (sunucu ve bant genişliği izin verirse) mesajı iletildiği anda alırız. Böylece dünyanın bazı elementleriyle etkileşime girdiğimiz anda o element de bizimle etkileşime girebilir. Bu anındalık, kullandığımız aygıtın iletişimsel bir olanağıdır, çünkü anlık uzaktan iletişim bizim için yalnızca, bunu sağlayan bir mekanizmayla bağlantı kurmayı seçersek mümkün olur. Bununla birlikte, dünya olduğu gibi olmasaydı ve biz onu olduğu gibi deneyimlemeseydik, makineler anlıklık sağlayamazdı. Anındalık –iletim ve alımın çakışması– sırasıyla eşzamanlılığa dayanır. Basitçe söylemek gerekirse, tüm yerellikler ve diğer tüm uzamlar aynı anda bir arada var olurlar (Marriott, 2007, s. 27).

Bu noktada, anındalığı ve her yerdeliği sağlayan eşzamanlılık teknolojilerinde, özellikle sinema öncesi sistemlerde iki yönlü iletişimin mümkün olduğunu eklemek gerekir (Armes, 1995, s. 27). Telgraf ve telefonda kullanıcılar hem alıcı hem de verici konumundadır. Ancak radyo ve televizyon kitle iletişim araçları olarak tek yönlü bir iletişime sahiptir. Öte yandan bu teknolojilerin sahip oldukları imkanlar sayesinde -anında çoklu sinyal iletimi gibi- birden çok alıcıya birden çok mesajı anlık olarak ulaştırabilirler. Özellikle televizyon, elektronik görüntünün sağladığı bir ayrıcalığa da sahiptir. Zira elektronik görüntü, alıcının ekranında anlık, diğer bir deyişle “canlı” olarak oluşturulan ışıktır. Bu açıdan bakıldığında “canlılığın” televizyonun doğasında olduğu söylenebilir. Feuer (1995)’in de televizyonun ontolojisinde “canlı” olduğuna dair fikri buna dayanmaktadır. Bunun dışında televizyonun, diğer eşzamanlılık teknolojilerini de enformasyon iletimi için kullanabilmesi, görüntüsünün canlı olmasının yanında iletiminin de canlı olmasını sağlayabildiği söylenebilir.

Televizyonun, çoğunlukla canlı yayınlarında faydalanma imkanına sahip olduğu diğer eşzamanlı teknolojilerden biri telefondur. Günümüzde enformasyon alışverişi için

en sık kullanıldığı rahatlıkla ifade edilebilen ve anında karşılıklı iletişim kurulabilmesine olanak tanıyan aracın telefon olduğunu söylemek yanlış olmaz. Geri bildirimi anında olan bu sistem, televizyon tarafından canlı yayıncılıkta kullanılmasıyla, alıcı için tek bir enformasyon kaynağını da çoklayabilme imkânı sunmaktadır. Bu da yayına büyük bir hareket ve ritim katar. Televizyon, tıpkı sinema gibi geri bildirimi olmayan bir sistem olsa da canlı telefon bağlantısı, canlı görüntülü bağlantılar sayesinde program yapımına yeni bir boyut ekleme imkanına sahiptir. Bu sayede, canlı olarak stüdyoda gerçekleştirilen programlarda mekân stüdyo ile sınırlı kalmamaktadır. Canlı yayınlar, izleyiciye birden fazla zamanı ve mekânı aynı anda taşıyabilme kapasitesine sahiptir (Uğurlu, 2002, s. 47).

Teknik olarak televizyon, birden fazla zamanı ve mekânı izleyiciye taşıyabilir ancak bu noktada dolaysızlık sorununun devreye girdiğini belirtmek gerekir. Dolaysızlık izleyicinin, ortamın ve iletişim aracının varlığını unutarak gösterilenle aynı ortamda olduğuna inanması olarak tanımlanmaktadır (Bolter & Grusin, 2000, s. 272-273). Enformasyonu ileten canlı yayın, o an gerçekleşen bir felaketi, haber değeri taşıyan önemli bir olayı vd. anında ekranımıza taşıyabilme imkanına sahiptir. Öte yandan, haber bültenlerinde sıklıkla görüldüğü üzere, o günün ya da haftanın enformasyonlarını kendi kurgularına tabi olarak sunabilirler. Yayın, stüdyodan canlı olarak verilebilir ancak ekrana gelen görüntüler, dünün ya da birkaç saat öncesinin görüntüleridir ve canlı değildir. Canlı telefon bağlantısıyla ya da görüntülü bağlantıyla olaya şahitlik eden tanıklar ekrana taşınabilir ya da daha önce yaşanmış olayın görüntüleri ekrana getirilebilir. Enformasyonun izleyiciye aktarıldığı yer ve aktaran kişiler “canlı” yayının parçası olsa da olay canlı değildir. Kısacası canlı yayınların, anlık bir doğaya sahip olsalar da dolaysızlık sorununa tabi olduklarını söylemek mümkündür.

Elektronik olarak aracılık edilen iletişimin, dünyada yaşananları bize her zaman ortaya çıktığı anda getirmesi şart değildir. Elektronik iletişimin anındalığı, yani bilginin iletildiği anda -aşağı yukarı- alıcıya varacak şekilde anında gönderebilme yeteneği ile dolaysızlık, yani dünyada yaşananlarla karşılaşmamızın şimdisinde yaşananları başka bir yere iletme potansiyeli arasında önemli bir ayrım yapılması gerekir. Anındalık, elektronik iletişim biçimlerinin zorunlu bir özelliği gibi görünebilir ancak dolaysızlık, iletilen malzemenin zamansal durumuna bağlıdır. Radyo dinlerken şu anda bizimle konuşan birini veya bir yerde bir konser salonunda canlı olarak çalınan müziği duyabiliriz. Bununla birlikte, daha önce kaydedilmiş bir sesi veya bir müzik parçasını

dinliyor olma ihtimalimiz de vardır. Her durumda, bu cihazların aracılığı ile çevremize giren olaylar ve/veya bilgiler, kaynak (bir radyo vericisi, bir sunucu) ve alıcının eşzamanlılığı nedeniyle bize anında veya neredeyse anında iletilecektir; ama sadece bazılarında (bütünüyle canlı yayın, dış kaynakların anlık olmadığı sürece kullanılmadığı durumlarda) bu anlık aktarım bize kendi şimdiki anımızda ortaya çıkan enformasyon/iletiyle doğrudan bir karşılaşma imkânı sunar (Marriott, 2007, s. 36).

Televizyonun ontolojik olarak canlı olduğu düşüncesi, çoğunlukla elektronik görüntünün teknik anlamda anlık olarak oluşturuluyor olmasından kaynaklansa da görüntünün gerçek anlamda canlı oluşunun, enformasyonun dolaysızlığına bağlı olduğu söylenebilir. Zira enformasyonu aktaranın stüdyodan canlı görüntüsüyle karşılaşmak ile enformasyonun görüntüsüyle canlı olarak karşılaşmak arasında fark vardır. Belki de canlı yayın için söylenmesi gereken, canlı yayının ya da genel olarak televizyonun canlılığının bir spektrum olduğudur. Bu spektrumun da dolaysızlığın derecesine bağlı olduğunu söylemek mümkündür. Bir taraftan da televizyonun canlılığından öte, zaman ve mekân algısını diğer enformasyon kaynaklarına ya da elektronik eşzamanlılık teknolojilerine göre daha içkin olarak değiştirebilme potansiyeline sahip olduğunu eklemek gerekir. Günümüzde ise yeni ağ teknolojileri, televizyonun bu potansiyelini de aşabilen araçlara sahiptir.

Marriott da benzer şekilde, önceden kaydedilmiş materyalden oluşan ve her türlü açıkça "canlı" kurumsal sestem tamamen arındırılmış bir programın bile, iletişim mekanizmalarından biri olarak, uzak yerler arasında anında bir karşılaşmaya izin veren etkileşimli bir devreyi içerme potansiyeline sahip olduğunu belirtir. Dolaysızlık, başka bir deyişle, örneğin yayın iletişiminin telefonun sağladığı bir olanak olduğu gibi, yalnızca televizyonun sağladığı bir şey değildir; dolaysızlık, televizyonun yaptığı işin merkezinde yer alır. Çünkü her an onun çıktısının potansiyel bir özelliğidir. 11 Eylül 2001 sabahı Amerikan televizyonunda yaşananları bir kez daha düşünün. Sabah 8.48'deki magazin programlarının o anda canlı bir stüdyo programı mı yoksa önceden kaydedilmiş bir program mı yayınladığının hiçbir önemi yoktu; hepsi, izleyicilerine, haber değeri düzeyi tüm zamanlama değerlendirmelerini geçersiz kılan bir olayla anında bir karşılaşma sunmak için anında harekete geçmişti. Bu olay, ortaya çıktığı anda izleyiciye sunulabilir, çünkü canlılık sürekli olarak yayın akışının temelini oluşturur, iletim ve alımın anındalığı onu sürekli bir olasılık kıldığı için her zaman bir seçenek olarak mevcuttur. Televizyonun, belirli bir günde, belirli bir yayın akışında, bu

potansiyeli fark edip etmemesi konunun dışındadır; dolaysızlık, ortamda sürekli, sonsuza dek ortaya çıkmanın eşğinde bir vaat olarak bulunur (2007, s. 57-58).

Televizyondaki canlılığın doğasının dolaysızlığa doğrudan bağlı olduğunu söylemek bu noktada yanlış sayılmaz. Dolaysızlığın azaldığı ya da olmadığı yayınların canlılığı ise yine tartışma konusu olabilir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi, her ne kadar mevcut yayın dolaylı bir enformasyon aktarıyor olsa bile potansiyel olarak her an dolaysız bir aktarımı sağlayabilme yetisi hep bulunmaktadır. Burada bahsedilen dolaysızlığı, ya da doğrudan aktarımı, bir iletişim aracının dolayımını dışlayan bir anlamda düşünmemek gerekir. Aracın dolayımı iletişim teknolojilerinde her zaman mevcuttur. Peki, dolaylı olduğu bilinen bir enformasyon aktarımı gerçekleştirilen bir canlı yayında izleyici ile eşzamanlılığı sağlayan nedir? Diğer bir deyişle izleyici “anlık” olarak canlı bir yayını izlediğini nasıl algılar ya da yayını anlık olarak nasıl deneyimler? Bu sorunun yanıtının çoğunlukla enformasyonu aktaran, izleyici ile olay arasında aracılık eden sunucu ya da yorumcuyla ilgili olduğu söylenebilir. Canlı yayının tamamıyla dolaysız olmadığı durumlarda, izleyicinin eşzamanlılık deneyimini algılamasında canlı yorum ya da performansın etkisi ön plana çıkmaktadır.

Televizyonda program sunucuları, filmlerdeki yıldızlar gibi bizi programa çekmektedirler. Yansıttıkları kişilikleriyle izleyiciye anlamlar aktarmaya ve programı bir bütün olarak -diğer tüm ileti ve anlamlarıyla- sunmaya çalışırlar. İzleyiciye açıklamalarda bulunurlar, ileti sahiplerini izleyiciye sunarlar ve programı yayın akışı doğrultunda ilerletirler. İzleyiciye doğrudan konuşma ayrıcalığına sahip olduklarından, tek yönlü bir iletişim de olsa program ile izleyici arasındaki bağı kuran ve izleyicinin eşzamanlılık algısını yapılandıranlar onlardır. Yayın akışını ilerletirken, canlı yayının potansiyel olarak sahip olduğu dolaysız enformasyon aktarımı imkânı gereği, yayının akışını değiştirmek zorunda kalabilirler. Akış dışı gelişen bu gibi durumlarda program gereği yeni bir öykü şekillendirmek ve yönetmenin komutlarını programa uydurmak çoğunlukla onların görevidir (Uğurlu, 2002, s. 48).

Canlı yayınların doğasının dolayımı sağlayan sunucular/yorumcular dışında sahip olduğu diğer özel unsurun canlı olay/durum olduğu söylenebilir. Canlılığı ve eşzamanlılık algısını güçlendiren dolaysızlığın çekirdeğini canlı olayın oluşturduğu gözden kaçmamalıdır. Canlı olay olduğu anda izleyiciyle ekran aracılığıyla buluşma imkanına sahiptir. Bu durumda televizyonun temel işlevinin ise izleyici için olayın bağlamını aktarmak olduğunu eklemek gerekir. İzleyici, eşzamanlı olarak fiziksel

uzamda yakınında olmayan bir olaya elektronik görüntü aracılığıyla ulaşsa da çoğunlukla yorumsuz, diğer bir deyişle bağlamsız olarak, saf haliyle olaya tanık olmaz. İzleyici için bağlamı oluşturan televizyondur. Öte yandan televizyonun bağlam oluşturma işlevinin diğer eşzamanlı iletişim teknolojilerinden de belirli farkları olduğunu eklemek gerekir.

Canlı yorum, kendisini ekranda gösterdiği gibi, büyük ölçüde televizyon olayıyla sınırlıdır. Radyo ve televizyon yorumları arasındaki farkın kısa bir değerlendirmesi, durumun neden böyle olduğunu açıklığa kavuşturmalıdır. Radyo yorumu, gelişen olaya görsel erişimi olmayan ve bu nedenle, dünyada ne olup bittiğine ve gerçeğe aracı vasıtasıyla ulaşmasını sağlamak amacıyla -iletim için hangi ortam sesi alt kümesi seçilmiş olursa olsun- konuşmaya bağımlı olan bir izleyici yararına üretilir. Buna karşılık canlı televizyon yorumu, olayın birlikte geliştiği (görüntüler, sesler ve grafikler biçiminde) mevcut bir dolayimler dizisine eşlik etmeye hizmet eder. Bu nedenle, canlı yorumun ana işlevi -araya girişler ve açıklamalarla- bu malzemeyi mevcut olmayan izleyici için bağlamsallaştırmak ve belirtmektir. Ama bunun da sıra dışı bir fenomenolojik sonucu vardır. Yorum, televizyonun olayla ilgili anlatımında sadece bir iplik görevine sahip değildir; gerçek zamanlı üretim, iletim ve alım sırasında televizyon olayının malzemesinin eşzamanlı olarak izlenmesi ve sergilenmesi temelinde üretilir. Kısacası yorum, televizyonun dünyayla ilgili aracılığına aracılık etmeye hizmet eder, böylece televizyon olayına, canlı yayındaki bir unsurun sürekli olarak yayının canlı akışındaki bir diğerinden beslendiği, karmaşık ve kendine referanslı bir yapı kazandırır. Canlı televizyon olayının kalbindeki bu olağanüstü karmaşıklığın, tekrarlar sırasında üretilen konuşma dikkate alındığında ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Canlı yayın bölümleri sırasında, dünyadaki olaylar ve televizyon olayının malzemesi aynı anda ortaya çıkmaktadır. Bir şey olur; sunucu neler olduğuna dair yorumları aktarır ve televizyon bunların ikisini de gerçek zamanlı olarak izleyiciye sunar. Olayın inşasındaki bu farklı anlar arasındaki ayrıntılı ilişkiler dizisi, kendilerini izleyiciye özellikle dikkat çekici sunmamaktadır. Canlı olayın farklı yönlerini yalnızca yeniden oynatma gibi kopukluk anlarında ayırmaya ve aralarındaki karmaşık ilişkileri düşünmeye başlayabiliriz. Yeniden oynatma teknolojisi aracılığıyla televizyon, kökten farklı türde bir anlatı inşa eder: Hem canlı hem de canlı olmayan, şimdiki ve geçmiş, referanslı ve kendine referanslı, potansiyel olarak sonsuz bir yineleme döngüsünde kendini tüketen

bir anlatı. Bu, canlı yayın konusunda, dünyaya ait şeylerin gerçek zamanlı dolayımına eşlik eden karmaşıklıklardan sadece biridir (Marriott, 2007, s. 87).

Canlı televizyon yayınının, her ne kadar izleyiciye “o anda” yaşananı belirli bir dolayım ile aktarsa da sonuç olarak izleyici için mekân/uzamı öyle ya da böyle daralttığı söylenebilir. Elbette bağlamı oluşturan televizyondur ancak izleyici için gerçek anlamda yakın uzamında olmayan dünyayı görmesini sağlayabilme işlevine sahiptir. Öte yandan uzamı daraltmanın televizyonun genel işlevlerinden biri olduğu, canlı yayına özel bir işlev olmadığı da söylenebilir. Ancak bu açıdan bakıldığında aynı işlevin sinema ya da radyo gibi televizyon öncesi teknolojiler için de geçerli olduğu görülebilir. Daha önce belirtildiği üzere televizyon canlı yayınının doğasında bulunan iki temel özelliğin - eşzamanlılık ve dolaysızlık potansiyeli- dışında izleyici için uzamı sınırlandırabilmesi işlevinin de beraberinde getirdiği çeşitli sonuçlar vardır.

Uzamın daralmasının bir yansıması, insan genişletilebilirliği denilen şeyin eşzamanlı genişlemesidir. Genişletilebilirlik, zaman-mekân yaklaşmasının doğal sonucudur: Seyahat süresinde veya iletişim zamanında yerler birbirine yaklaştıkça, bireyler ve yerler etkileşim alanlarını mutlak uzayın daha büyük ve daha geniş alanları üzerinde genişletir. Bu, elbette, yalnızca elektronik iletişim biçimleri için geçerli değildir. Okuduğumuz kitabın yazarının uzak söylemlerinin yakın çevremizdeki yerel alana nüfuz etmesine izin verir, çünkü aracılı iletişimin tüm çeşitleri, en azından potansiyel olarak bilgi iletme veya alma anlamında sınırlı bir mesafede ve onlara göre hareket etmemize izin verir, davranışımızın veya dünya görüşümüzün bazı yönlerini etkilerler. Bununla birlikte, anlık iletişim medyası, kendi kişisel zamanımızın şimdisinde uzayda kendimizi genişletmemize izin verir, böylece sözlerimiz, onları ürettiğimiz anda duyulma potansiyeline sahip olur. Küreselleşme çağında, insanın genişletilebilirliği saf ve basit sözlü mesajların değiş tokuşu ile sınırlı değildir. Küresel pazarlar, siber aktivizm, canlı televizyonun uzak yerlerdeki olayların dış hatlarına girmesine ve bu hatları şekillendirmesine izin veren uydu teknolojisi, elektronik iletişim biçimlerinin günlük varoluş dokusuna belirli bir zamanda, bir mesafeden somut bir şekilde nüfuz etmesinin örnekleridir (Marriott, 2007, s. 34).

Yaklaşık son kırk yılda televizyonun başını çektiği kitle iletişim araçlarının hâkim olduğu bir iletişim toplumundan, bilgisayar ve internetle başlayan ve günümüzdeki sosyal medyanın ağırlığını oluşturduğu ağ teknolojilerinin şekillendirdiği söylenebilecek bir enformasyona çağına girildiği görülebilir. Yeni ağ teknolojileriyle

birlikte zaman ve mekân algısının, televizyonun da başardığının ötesinde bir noktaya geldiği söylenebilir. Zira televizyonun doğasını oluşturan eşzamanlılık, dolaysızlık potansiyeli ve izleyici için uzamı daraltabilmesi özelliklerinin ötesinde yeni ağ teknolojileriyle, tek yönlülüğün aşıldığı ve kitle iletişiminin dahi karşılıklı bir iletişime dönüşebildiği bir aşamaya geçilmiştir. Ağ teknolojileri öncesi yıllarda kitle iletişimde, çeşitli dahi olsa merkezi bir medyanın enformasyon aktarımıyla sınırlı olduğu söylenebilecek izleyici, öncelikle internetin, ardından sosyal medyanın enformasyon döngüsüne dahil olmasıyla zaman ve mekânın sınırlarını daha düşük bariyerlerle aşabilir hale gelmiştir.

Klasik “yayın çağında”, radyo ve televizyonun merkezilikten ayrılma etkisi büyük ölçüde ulus-devletlerin yakın sınırları içindeydi. O zaman radyo ve televizyonu “İngiliz”, “Amerikan” veya “Fransız” ya da hangi ulusun medyasıysa o sınırlar içerisinde deneyimlemek doğal görünüyordu. Son 30 yılda telekomünikasyonda birbiriyle bağlantılı birçok cephede devam eden yenilik, çağdaş post-modern dünyada yaşama deneyimimizi gerçekten küresel olarak yarattı. Bu şaşırtıcı ayrışma, dünya çapındaki insan halkları için şu anda birlikte etkileşime girdiğimiz ve üzerinde çalıştığımız derin ve geniş kapsamlı siyasi, sosyal ve kültürel sonuçlarla, bugünün eşi benzeri olmayan dünya tarihsel yaşam koşullarını yarattı. Tarihte ilk kez, ortak insanlığımızla, onu olduğu gibi üreten ve herkesin -her zaman, her yerde- iletişime tabi deneyimsel erişimi içine getiren tele-teknolojiler kümesinin karşılıklı etkileşimi aracılığıyla, gerçek manasıyla gündelik tarihsel gerçeklik olarak karşı karşıyayız. Dünya-içinde-varlık şimdi, dolaysız, konumlanmış "benim-dünyam" değildir, tele-teknolojilerin tek tek ve birlikte her yerde, herkes için bir konuşma kadar yakın çevresine getirilmiş haldedir (Scannell, 2014, s. 102).

İçinde bulunduğumuz enformasyon çağında, kitle iletişim döneminde deneyimlenenin ötesinde bir zaman ve mekân sınırlarını aşabilme kapasitesine sahip olduğumuz söylenebilir. Ayrıca eşzamanlılık teknolojilerinin toplum hayatına girişinden yeni tele-teknolojilerin çağına kadar yaşanan zaman ve mekân algılarımızdaki temel dönüşümlerin dahi şu anda yaşanan zaman deneyimlerindeki değişimlerin yanında küçük birer adım olarak görünebileceğini eklemekte sakınca yoktur. Zira bu süreç boyunca kamusal alan özel alan ayrımlarındaki değişimlerin ötesinde, özel ve genel zaman, boş zaman gibi kavramların algılanışında dahi farklı yaklaşımları gözlemlemek mümkündür. Özellikle Web 2.0 sonrası sosyal medyanın giderek daha fazla toplumsal

katmanın günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmesiyle, özel alan ve özel zamanın sınırlarının gittikçe yok olmaya başladığı iddia edilebilir. Eşzamanlılık ise bu dönemde daha fazla enformasyon kaynağı ve daha fazla insanla doğrudan etkileşim kurabilme potansiyeli sayesinde yeni deneyimleri mümkün kılmış ve yeni anlamlar kazanmıştır.

Yeni eşzamanlılık hakkında sadece neşe ve sevinçle, olumlu bakış açılarıyla karşı karşıya olmadığımızı eklemek gerekir. Yeni bilgi teknolojilerinin toplumsal yansımaları, mülkiyet hakları ve kamu denetimi, ekonomik yoğunlaşma ve yurttaşların haklarında toplanan verilerin yetkisiz bağlantılara karşı korunması gibi soruları ateşleyen hararetli kamusal tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Bununla birlikte, her şeyden önce, sanayileşmiş ülkelerdeki işsizlik rakamları ve yeni teknolojinin “işleri yok etme” potansiyeli ile varsayılan nedensel bağlantı, olumlu düşüncelerin üzerine gölge düşürmeye devam etmektedir. Örneğin, devlet tekellerinin iletişim ve bilgi kurumları üzerindeki kısıtlaması ve ne tür bir altyapıya, fiyatlandırma politikasına, tüketici ve veri korumasına yatırım yapılması gerektiği soruları, incelikli bir şekilde çeşitlendirilmiş bir siyaset alanının sadece birkaç temel özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamuoyu tarafından tanınan bir eşzamanlılığın meşru bir parçası olarak başlangıçta kutlanan mahremiyet deneyimi, yeni temel haklar ve diğer koruyucu mevzuatta teknolojik olarak mümkün olanın fazlalığından sakınmak zorunda olan özel alanın kırılğanlığının gerçek kabuslarına dönüşmüştür. İlk radyo programlarından bu yana yeni başlayan boş zaman endüstrisi tarafından sabit alışkanlıkların günlük rutinine getirilen çeşitlilik, yerini bir “fazla amaç ve boş zaman” tarzına bırakmıştır. Çalışma süresinin azalmasına rağmen, şehir yerleşkeleri büyümeye ve işe yolculukların süreleri uzamaya devam etmekte, bununla birlikte her türlü hareketliliğin sosyal maliyetleri de artmaktadır. Mekanik ev aletleriyle kıyaslanamayacak şekilde daha iyi donatılmış olmalarına rağmen, kadınlar hala erkeklerden daha fazla ev işi yaparlar ve neredeyse sabit olan bir oranda daha az boş zamana sahiptirler. Çocukları okula veya boş zaman etkinliklerine götürmek, yetkililer ve diğer kamu kurumlarıyla uğraşmak gibi birçok günlük yaşam rutini arasında sürekli olarak zaman eksikliğinden muzdarip modern bireyin gereçleri haline gelen tüm bitmemiş şeyler, artık boş vakit hissini kabul etmemektedir. Buna rağmen eşzamanlılık herkesin kontrolü altındadır. Dikkat alanları bilimsel olarak araştırılmakta ve televizyonda reklamların verimli bir şekilde yapılandırılması için kullanılmaktadır. Ekrandan renkli bir şekilde art arda geçen şey,

bir eşzamanlılık parodisine dönüşmüştür: Gösterilen olaylar, bir medyum tarafından dramatik tasvir kurallarını takip etmektedir. Ayrıldıkları toplumsal gerçeklikle pek az ilgileri vardır. Kurgu olup olmadıkları ya da eşzamanlılık açısından görülmeleri, gözlemci için büyük ölçüde önemsiz hale gelmiş durumdadır (Nowotny, 1994, s. 29-30).

Ağ teknolojileri öncesinin izleyicisinin, enformasyon çağında izleyiciden ziyade katılımcıya dönüştüğü söylenebilir. Merkezi ve tek yönlü olan kitle iletişiminde, özellikle canlı yayınlar yoluyla bir eşzamanlılık deneyimine sahip olan izleyici için günümüzde, enformasyon kaynaklarının merkezilikten gittikçe uzaklaşması ve iki yönlü, hatta çok yönlü bir iletişime ulaşabilme potansiyelindeki artış sayesinde çok daha geniş kapsamlı ve farklı bir eşzamanlılık deneyimi söz konusudur. İzleyiciden öte katılımcı olabilen her bireyin, artık kendi eşzamanlılık deneyimini yönetebilme olanağına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Merkezi medyanın kontrolü günden güne azalırken, izleyici/katılımcı rolü aksine artış göstermektedir. Günümüzde canlı yayını bizzat katılımcı olarak bireyin kendisinin gerçekleştirebilecek kapasiteye gelmesiyle, televizyon çağında canlı yayınların doğası olan dolaysızlık potansiyelinin, *a priori* olarak var olduğu noktaya yaklaştığı iddia edilebilir. Öte yandan eşzamanlılık ve dolaysızlık kapasitesindeki bu artışın yanında katılımcının kendi anlatısını oluşturabilme imkanını da bu çıktıların bir sonucu olarak saymak mümkündür. Merkezi medya dışında dünyanın herhangi bir yerinde herhangi birinin canlı yayınına, anlatısına ulaşabilme imkânı ve artık tek yönlü olmak zorunda olmayan bu iletişim biçiminin, hem izleyici/katılımcı için hem de enformasyon sahibi/aktaran için canlı yayın kültüründe de bir değişimi beraberinde getirdiğini eklemek gerekir.

3. ÇEVİRİMİÇİ KÜLTÜR

Bir alt kültürü araştırmak, incelemek ve daha da önemlisi anlamak kolay bir süreç değildir. Çevrimiçi canlı yayınları, hem yayıncıları hem izleyicileri hem de katılımcılarıyla birlikte anlayabilmek için öncelikle “çevrimiçi kültür” olarak adlandıracağımız; internetin, ağların, dijital dünyanın kültürünü anlamak önem arz etmektedir. Çevrimiçi kültürü anlayabilmek için ise onu oluşturan teknolojik gelişmeleri, ekonomik ilişkileri, toplumsal yapıları ve bunların tarihsel olarak hangi aşamalardan geçerek günümüzdeki kültürü oluşturduklarının görülmesi gerekmektedir. Çalışmanın dayanaklarından biri olan Williams’ın kültüre bakışı da bu doğrultudadır. Williams, bir anlamlandırma sistemi olan kültürün anlaşılması için onu çevreleyen etkenlerin anlaşılmasının öneminden bahseder:

“Halen en genel ve her şeyin dahil olduğu koşullar altında bir toplumsal sistemi tartışma olanağımız vardır. Bütün insan eylemleri ve ilişkileri, yalnız anlamın işlevleri haline gelebileceği ve böylelikle bunlar kökten şekilde önemsizleştirilebileceği için, sistemi yalnız başına bir anlamlandırma sistemine indirgemek yanlış olacaktır. Ama pratiğin merkezi ögesi olan toplumsal sisteme ait anlamlandırma sistemlerini dışarıda bırakmak suretiyle bir toplumsal sistemi yararlı biçimde tartışabileceğimizi düşünmek de yanlıştır. Çünkü bir anlamlandırma sistemi her bir ekonomik sisteme, her bir siyasal sisteme, her bir üreme sistemine ve en genel şekliyle her bir toplumsal sisteme özeldir. Ayrıca pratikte, bir sistem olmasıyla, en açık şekliyle bir dil olarak, düşünme ya da bilinç sistemi olarak ya da zorlama bir seçenek terim kullanılacak olursa bir ideoloji olarak ve yeni sanat ve düşüncenin özel biçimde simgelenen çalışma alanlarının bütünü olarak kendi içinde ayrılabilir. Dahası bütün bunlar yalnızca kurumlar ve ürünler biçiminde ve dahi yalnızca sistemler biçiminde ortaya çıkmazlar ama zorunlu olarak etkin pratikleri ve bilinç durumlarını vücuda getirirler (1993, s. 207-208).”

Kültürü bütün bir yaşam pratikleri alanı olarak okumak mümkündür. İnsanın günlük yaşam pratiklerinin dahi bütün bir ekonomik ilişkiler ağı içerisinde şekillendiği söylenebilir. Toplumsal yapı, insanın ailesiyle, arkadaşlarıyla, çevresiyle etkileşim kurarken kullandığı dili etkiler. Örneğin iş arkadaşınızla kurduğunuz iletişim, ailenizle kurduğunuz iletişimden farklıdır. Aynı zamanda aynı statüde yer aldığınız iş arkadaşlarıyla kurduğunuz iletişim, üstünüzle kurduğunuzdan farklıdır. Bütün bunlar, kullanılan dile, tona ve hatta vücut diline dahi yansımaktadır. Her farklı etkileşimde, bağlamına göre kullanılan dilin, sözcüklerin ve anlamların farklı olması da söz konusudur. Buradan hareketle, kültürün hiçbir zaman kimse için “tek” olmadığı, gün içinde dahi farklı kültürel bağlamlar içerisinde yer aldığımız söylenebilir. “Kültür

üzerine düşünmek yalnızca ortak deneyim üzerine düşünmekle olur. [...] Deneyim, fiili bir durum içerisinde var olur ve yalnızca o durum içerisindeki güçlerin belirleyeceği yönlerde hareket eder (Williams, 2017, s. 301).”

Öte yandan bir dilde, bir sözcüğün anlamı dahi yıllar, yüzyıllar geçtikçe değişebilir. Zaman değiştikçe, toplumsal yapılar, ekonomik ilişkiler, teknolojik gelişmeler değiştikçe anlamlar ve anlamlandırma sistemleri de değişir. Örnek vermek gerekirse, Sanayi Devrimi öncesi “sanat”ın anlamıyla bugünkü anlamı aynı değildir. Günümüzde sanat olarak tanımlanan ve sanat ürünü olarak adlandırılan şeyle, üç yüzyıl öncesindeki birbirinden çok farklıdır. Zira üretim ilişkileri, teknoloji, toplumlar, kültürler değişmiştir. Benjamin’in sözünü ettiği sanat eserinin “aura”sının kaybolması, üretim tekniklerinin ve ilişkilerinin değişmesinin bir sonucudur. Dolayısıyla hem sanatın anlamı hem sanat eserinin doğası değişmiştir. Williams da kültür kuramını buna benzer şekilde “kültür”ün sözcük anlamı olarak ve pratikte iki yüzyıla yayılan bir şekilde geçirdiği değişimi inceleyerek ortaya koymuştur.

Williams’a göre “kültür”ün geçirdiği gelişim süreci belki de en çarpıcı olanıdır. Bugün kültür sözcüğünün anlamı konusundaki sorular, sanayi, demokrasi, sınıf gibi sözcüklerde yaşanan değişimlerin her birinin temsil ettiği ve sanattaki değişimlerin de bunlara sıkı sıkıya bağlı bir tepki oluşturduğu tarihsel değişimlerin gündeme getirdiği sorulardır. Williams, kültürün anlamındaki değişimi toplumsal, ekonomik ve siyasi hayatımızda yaşanan değişimlere yönelik tepkilerin canlı bir kaydı olarak görür ve bu sayede söz konusu alanlardaki değişimlerin incelenmesini sağlayacak özel bir harita görevi görebileceğini söyler (2017, s. 28). Bu sebeple kültürel bir araştırmanın, incelenen kültürün anlaşılmasını sağlamanın yanında toplumsal ve ekonomik okumalara da olanak sağladığı söylenebilir. Öte yandan bir grubu, bir alt kültürü araştırarak ortaya çıkan belirli ortaklıkları topluma dair genellemelere indirgemenin yanlışlığı da ortadadır. Bu konuda kültürel araştırmaların ince bir çizgi üzerinde yürüdüğü söylenebilir.

Bir sanat akımını, bir yazar grubunu ya da bir sanatsal dönemi belirli ortaklıklara sahip olmalarına dayanarak gruplandırma, sanat tarihi okumalarında sıkça karşılaşılan bir durumdur. Örneğin Victoria Çağı romancılarından bahsetmek ya da sinemada Fransız Yeni Dalgayı konu edinmek, söz konusu dönemde yazılan romanların ya da söz konusu akıma dahil olan yönetmenlerin çoğunlukla ortaklıklarıyla ele alınmasıdır. Bu, çok tekil bir anlamda dünyaya bakmanın belli bir yolunu, bir edebi yöntemi, belli bir dil

kullanımını anlatmaktır. Öte yandan pratikte bu ortaklıkları, bu genellemeleri bozmakla ilgileniyoruz ve bu çoğunlukla doğru bir yaklaşım zira dünyaya belli bir bakışı ortaya koymak için bir araya gelen bir sanatçılar bütünü arasındaki farkları bulmak çok kolay değildir. Ancak bu yaklaşım, ortak özelliklere sahip bir grubun, bir topluluğun bir izahını sunabilmek, toplumsal gruplar sorununa yeni bir bakıştır. Artık mesele bireylerin bir ortalama alma yoluyla bir gruba indirgenmesi değil, bir grubu bireysel farklarda ve bunlar aracılığıyla görmenin bir yoludur. Toplumsal incelemeler açısından, yalnızca soyut gruplarla ilgilenen bir sosyoloji ile yalnızca birbirinden ayrı bireyler ve eserlerle ilgilenen bir edebiyat eleştirisini bir araya getirmenin bir yolu da denebilir. Zira gerçek yaşamın bireysel ve toplumsal biçimlerinin iç içe geçişini bu şekilde, ortaklıklar arasında farkları görerek okumak daha mümkündür (Williams, 2013, s. 42).

Toplumsal grupları, kültürleri incelerken ortaklıklar arasında farkları görebilmek, o kültüre dair daha nüanslı ve daha kapsamlı bir bakışı da beraberinde getirecektir. Zira bir kültürü oluşturan ortak değerler, ortak dil, ortak anlamlandırma sistemiye, özellikle bir toplumsal grubun büyüklüğü nicelik olarak arttığında ortaklıkların yanında belirli yönlerde farklılaşmaların kendini gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu farklar göz ardı edildiğinde, kültürün değişebileceği, gelişebileceği potansiyel yollar da yüksek ihtimalle gözden kaçacaktır. Eklemek gerekir ki kültürler de insanlar ve toplumlar gibi zamanla değişir, gelişir, farklı yönlere gidebilir. Birçok sosyal yapı ve etkende olduğu gibi kültür de bir “sabit” değildir. Günlük yaşamda da en sık karşılaşılan olgulardan biri olan kuşak çatışması sorunu buna örnek gösterilebilir. Sözcüklerin yüzyıllar boyunca değişen anlam yelpazelerinin yanında, günlük yaşamda farklı bağlamlarda farklı anlamlara sahip olması dahi kültürün akışkanlığının ve değişkenliğinin kanıtı gibidir.

Belli bir ülkede, ortak dil içerisinde toplumsal farklılıkların, yaş farklılıklarının bilincinde olabiliriz ancak ritim, aksan, ton gibi çeşitlemelerle birlikte temelde en gündelik şeyler için aynı sözcükleri kullanırız. Öte yandan “Aynı dili konuşmuyoruz” denildiğinde kastedilen daha genel bir şeydir: farklı değerlere ve farklı türden değerlendirmelere sahip olmak ya da ilgilerin oluşumu ve dağılımlarının genellikle sezinleyerek farkına varılması. Diğer bir deyişle her grup kendi anadilini konuşmaktadır ancak güçlü duygular ve önemli fikirler söz konusu olduğunda kullanımlar değişir. Başat olan gruplar kendi kullanımlarını doğru olarak dayatmaya çalışsa da herhangi bir grup herhangi bir dilbilimsel ölçüte göre yanlış değildir. Belli sözcükler, tonlar ve aksanlar aracılığıyla anlamlar sunulur, sezilir, doğrulanır, değişir ve bu dilin gelişimi

için de önemli bir süreçtir. Kültürün anlamında olduğu gibi yüzyıllar süren yavaş anlam değişimleri olabildiği gibi, bu sürecin belli alanlarda ve kültürlerde, özellikle büyük toplumsal, siyasal ve ekonomik değişimlerin hızlı bir biçimde yaşandığı dönemlerde daha hızlı gerçekleşmesi de mümkündür (Williams, 2018, s. 17-18).

Çalışmada incelenecek olan çevrimiçi canlı yayınların alt kültürünün, içerisinde barındırdığı çeşitliliğin yanında ortak olan özellikleri, değerleri ve “konuştukları dili” keşfetmek için, daha önce sözü edilen şekilde bu alt kültür grubunun içerisinde bulunduğu çevrimiçi kültürün oluşum, gelişim ve değişim süreçlerini anlamak yararlı olacaktır. Zira çevrimiçi kültür, yeni elektronik iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşama girmesiyle oluşmuş, yayılması ve günümüzde neredeyse her gündelik aktivitesinin parçası olduğu noktaya gelmesiyle de değişmiştir. Öte yandan Castells (2008)’in adlandırdığı biçimiyle “enformasyon çağına” giriş, yalnızca söz konusu teknolojilerin hayatımıza girmesiyle değil, değişen ekonomik ilişkiler, toplumsal yapılar ve bu değişimlerin insanlar ve toplumlar arası iletişim ve ilişkiler ağında yarattığı etkilerle bir arada gerçekleşmiştir. Çevrimiçi kültür, çoğunlukla yeni dijital teknolojilerin ürünü olarak görüldüğü için bununla tanımlanmaktadır.

Van Dijk’ın aktardığı biçimiyle kültür, bir grup insan tarafından paylaşılan tutarlı değerler, beklentiler, ifadeler ve insan yapımı eserlerin bir seti olmasının yanında sürekli yapım halinde olduğu için hem yaratıcı bir süreç hem de ürün veya eser biçiminde ortaya çıkan bir sonuçtur. Bu tanımdan hareketle dijital kültür de yaratıcı bir süreç olmanın yanında dijital medya aracılığıyla yaratılan bir dizi ürün anlamına gelir. Ancak bu tanım, kültürü teknolojiyle karıştırma riskini taşır (Deuze, 2006). Bu tuzağa düşmemek için dijital kültürün sosyal bağlamına (süreç) ve dijital medyanın özelliklerinin imkân verdiği medya kullanımındaki değişikliklere (sonuç) odaklanmak gerekmektedir (Van Dijk, 2018, s. 293). Charlie Gere (2008) de dijital kültürün görüldüğü kadar yeni olmadığını ve gelişiminin yalnızca teknolojik ilerlemelerle belirlenmediğini söyler. Hatta Gere’e göre dijital teknolojiler dijital kültürün bir ürünüdür.

Dijital kültür, internet kültürü gibi farklı şekillerde de adlandırılan çevrimiçi kültürü, çoğunlukla teknoloji tarafından belirlenen, onunla oluşan ve tanımlanan bir olgu olarak görmek pekâlâ mümkündür. Ancak bu noktaya kadar da aktarıldığı üzere kültür; değerler, ifade biçimleri, dil ve insan yaşamını çevreleyen ve insan bilinci tarafından oluşturulan bir olgudur. Dolayısıyla teknolojinin bir kültürün oluşumunu

etkilemesi pekâlâ mümkünse de son tahlilde teknolojiyi ilerleten ve değiştirenin de insan olduğunu unutmamak gerekir. Castells'in belirttiği gibi makinelerimiz değil, zihnimiz kültürümüzü varoluşumuz temelinde işler. İnsanların kültürü yalnızca, insan zihninde var olur ve insan zihni tarafından var edilir. Bu nedenle, eğer zihnimiz kültürel ifadelerin tüm alanına erişecek, onları seçecek ve yeniden birleştirecek maddi yeteneğe sahipse; Castells'in sıklıkla çoklu medya için atıf yaptığı kavram olan bir hipermetnimiz vardır ve o hipermetin içimizdedir. Daha doğrusu, kültürel ifadenin birçok farklı alanına dağılmış olan hipermetnin tüm bileşenlerini zihnimizde yeniden birleştirmek ve anlamlandırmak içsel yeteneğimizdir. İnternet/dijital medya/çevrimiçi ortamlar tam olarak bunu yapmamızı sağlamaktadır (2001, s. 202).

Çevrimiçi kültürün, etrafında geliştiği ekonomik, toplumsal ve kültürel bağlamlar çoğunlukla internetin toplumsal yaşama dahil olmasıyla ortaya çıktığı söylenebilir. Öte yandan internetin toplumsal yaşama dahil olduğu yıllarda dünya genelinde ekonomik, toplumsal ve siyasal birçok değişimin halihazırda yaşanıyor olduğu da gözlenmektedir. Soğuk Savaş'ın sonuna gelindiği, liberal ekonomi paradigmasının değişip dönüştüğü, üretim ilişkilerinin farklılaştığı bir dönemde internet ve yeni dijital iletişim teknolojileri de toplum yaşamında kendine yer bulmuştur. Dolayısıyla çevrimiçi kültürü, internet kültürünü anlamak için ortaya çıktığı dönemden bu yana temel toplumsal, ekonomik ve kültürel değişimleri anlayabilmek gerekmektedir.

3.1. Gerçek Sanallık Kültürü

Yeni elektronik iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve toplumsal yaşama girişiyle birlikte çoğunlukla enformasyon çağı, bilgi çağı olarak adlandırılan yeni bir tarihsel sürece girildiği birçok kuramcı ve araştırmacının hemfikir olduğu bir husustur. Castells bu dönemi enformasyon çağı, yeni toplum biçimini de ağ toplumu olarak adlandıran önemli kuramcılardan biridir. Yeni medya kuramcılarının çoğu tarafından bu terminolojinin kabul görüp kullanıldığını görmek mümkündür. Peki nedir “ağ toplumu” ve “enformasyon çağı”? Hangi değişim ve dönüşümlerle bu yeni toplum paradigmasına geçiş yaşanmıştır?

Castells ağ toplumunu, “toplumsal yapısı mikroelektronığa dayalı, dijital olarak işlenen enformasyon ve iletişim teknolojilerinin harekete geçirdiği ağlar etrafında örgütlenmiş bir toplum” olarak tanımlamaktadır. “Toplumsal yapılardan kastım, kültürün kodladığı anlamlı iletişimle ifade edilen üretim, tüketim, üreme, deneyim ve

iktidar ilişkilerinde insanların örgütsel düzenlemeleridir (2016, s. 59).” Castells, oluşma sürecindeki yeni ekonomi, toplum ve kültürün giriftliğini analiz edip ağ toplumunu açıklarken başlangıç noktası olarak, bütün bir beşerî faaliyet alanına nüfuz ettiği için enformasyon teknolojisi devrimini aldığını belirtmektedir. Ancak bunun teknolojik belirlenimcilik gibi görülebileceğinin farkında olduğu için, bu tercihini açıklarken teknolojinin toplumu belirlemediğinin altını özellikle çizmiştir. Öte yandan tam tersini de ekler; toplum da teknolojik değişimin yönünü çizemez. Çünkü bilimsel keşif, teknolojik gelişim ve bu yeniliklerin toplumsal uygulanma süreçlerine bireysel yaratıcılık ve girişimcilik dahil birçok etken dahildir. Nihai sonuç ise karmaşık bir etkileşim sürecine dayalıdır. Teknoloji toplumu temsil eder, toplum da teknolojiyi kullanır. Teknolojik belirlenimcilikten kaçmak için teknolojiyi toptan yok saymak da yanlıştır çünkü toplum teknolojik aygıtlarına değinilmeden anlaşılamaz (2008, s. 5-6).

Yeni medya, yeni enformasyon teknolojileri öncesi, “kitle iletişim çağı” olarak adlandırılan dönemin egemen iletişim paradigmasının sıklıkla teknolojik belirlenimci yaklaşımlara sahip olduğu gözlenmektedir. Kitle iletişim çağında toplum çoğunlukla kitleler olarak adlandırılmış ve pasif olarak görülmüştür. Çünkü bu dönemde iletişim tek taraflıdır ve geri bildirim mekanizmaları sınırlıdır. Enformasyon çağına girilmesinin ardından yeni elektronik iletişim araçlarının sağladığı imkanlar ise çoğunlukla çok taraflı etkileşimi mümkün kılmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıktığı dönemde yaşanan toplumsal ve ekonomik dönüşümler ve üretim ilişkilerindeki farklılaşmalar yeni toplum için yeni tanımları beraberinde getirmiştir.

Harvey, yeni iletişim araçlarının ortaya çıktığı bu dönemdeki ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşümleri postmodernlik üzerinden değerlendirdiği çalışmasında ifade ettiği gibi sanayi ötesi (post-endüstriyel) bir dönem olarak adlandırılan bu dönemi çoğunlukla bir geçiş süreci olarak okumuştur. Bu süreçte teorik alanda yaşanan değişimleri ve yeni perspektiflerin ortaya çıkışını da bu postmodernlik okuması üzerinden gerçekleştirmiştir. Harvey bu alanda; ekonomi politikte, devlet işlerinin doğasında, kültürel pratiklerde, zaman-mekân boyutunda toplumsal ilişkilerin değerlendirilmesi bakımından önemli değişiklikler olduğunu söyler. Ona göre özellikle Williams, bu geçiş sürecindeki kültürel dönüşümlerin maddi temellerini ortaya çıkarmaya çalışması bakımından önemlidir (2019, s. 387-388). Bu geçiş sürecindeki kültürel dönüşümlerin, Williams’ın ifade ettiği biçimiyle “üretim aracı olarak iletişim araçlarındaki” dönüşümün yarattığı etkilerle doğrudan bağlantılı olduğunu söylemek

mümkündür. Söz konusu dönüşümün ağ toplumu kuramcılar tarafından çoğunlukla kitle iletişimi ve yeni medya ayrımıyla açıklandığı söylenebilir.

Ağ toplumu kuramcılarında biri olan Van Dijk, kitle iletişim çağının toplumu ve yeni iletişim teknolojileriyle değişen yeni topluma farklı tanımlar getirmektedir. Van Dijk, kitle toplumunu gruplar, örgütler ve topluluklardan (kitlelerden) oluşan altyapının toplumun her seviyesindeki örgütlenme biçimini belirlediği modern toplum türü olarak tanımlar. Bu toplumun temel birimleri bireyleri örgütleyen geniş kolektivitelerdir. Ağ toplumu ise, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki örgütlenme tarzını belirlediği bir toplum türü olarak tanımlanır. Bu bağlar giderek artan bir biçimde toplumun her birimini -bireyler, gruplar, örgütler- birbirine bağlamaktadır. Van Dijk enformasyon çağının toplumuna dair bir de “enformasyon toplumu” tanımı yapmıştır. Ona göre, bilim, rasyonalite ve düşünümSELLİĞE dayalı bir toplumsal örgütlenmenin olduğu; tarımsal ve endüstriyel sektörler de dahil tüm değer ve sektörlerin enformasyon üretimi ile tanımlandığı bir ekonomiye sahip; bilgi ve ileri eğitim gerektiren, işlevlerinin çoğunluğu veya tamamı bilgi işlem görevlerine dayanan bir emek piyasası olan ve kendi işaretleri, sembolleri, anlamları olan medya ile enformasyon ürünlerinin hakim olduğu bir kültürün yaratıldığı toplum türü “enformasyon toplumu” tanımına uymaktadır (2018, s. 42-43).

Enformasyon devriminin iletişim alanı için ifade ettiği, çoğunlukla etkileşim kapasitesinde görünen gelişmedir. Bu bakış da yine teknolojinin belirleyici olduğu bir iletişim sürecini ima eder görünmektedir. Belki de bu noktada gözden kaçan, yeni iletişim teknolojileriyle etkileşim kapasitesindeki artışın yanında yeni toplumsal örgütlenme biçimlerinin ve ekonomik ilişkilerin getirdiği etkileşimlilik, bağlantılı olma ihtiyacındaki artıştır. Zira yeni ekonomik örgütlenmeler, Castells’in kapsamlı çalışmasında (2008) da gösterdiği üzere küreselleşmenin, ağır sanayi yerine hizmet sektörü ağırlıklı ekonomilerin yükselişiyle daha enformasyona bağımlı hale gelmiştir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin etkileşim kapasitesini artırdığı doğruysa da etkileşimdeki artışın ekonomik, toplumsal ve kültürel olarak da belirlendiğini gözden kaçırmamak gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse, ekonomik ilişkiler gereği ve kültürel bir bağlamda “tüketici” olarak kullanılan tabirin günümüzde, küresel ağlarla bağlanan bir toplumsal yapıda “kullanıcı”ya dönüştüğünü gözlemlemek mümkündür.

Williams, geçmişte dahi, modern kapitalist toplumun sıradan üyesini ekonomi faaliyetlerinin ana kısmında tarif etmenin yolu olarak “tüketici”nin kullanılmasındaki

popülerliğin manidar olduğundan bahsetmektedir. Ona göre mesele, yalnızca basit bir düzeyde, tüketimin mallardan ve hizmetlerden sıradan bir şekilde yararlanmanın çok tuhaf bir tarifi olması değildir. Boğazdan ya da ocaktan türetilen bu metafor, nesnelerin kullanımıyla bile ancak kısmen ilintilidir. Kullanıcı yerine tüketici denmesi, enformasyon çağı öncesi kapitalist toplum biçiminde ve onun alttan alta beslediği düşünce biçimlerinde halkın çoğunluğunun tüketiciler olarak görülmesinden kaynaklanır. Zira “tüketiciler” sınai üretim sisteminin örgütlediği piyasadır; ürünlerin aktığı ve gözden kaybolduğu kanallardır. Böyle bir sistem, toplumsal iletişimin her alanında gayri şahsi biçimleri hedef alır. Bu sebeple, kitle iletişiminin, kararın hala azınlığın elinde olduğu, çoğunluğun kitleler olarak görüldüğü bir sistemin egemen iletişim biçimi olması doğaldır (2013, s. 218-219). Ancak toplumun yapısının ifade edilmesinin zorlaştığı, “kitlenin” tüketici olarak değil, kullanıcı olarak hedeflenmesini gerektirecek dönüşümlerin yaşanmasıyla; hem ekonomik sistemlerin hem de toplumsal yapıların yeniden sorgulandığı bir gelecekte kültürel ifade ve kullanım biçimleri de bu egemen örüntüden etkilenir ve dönüşür.

Görüldüğü üzere enformasyon çağında yaşanan değişimler, yalnız iletişim paradigmasında değil, yukarıda sözü edildiği gibi genel toplumsal paradigmada yaşanmıştır. Toplum, ekonomi ve bunların şekillendirdiği kültür değişirken yeni iletişim teknolojileri de bu değişimlerin önemli araçlarından olmuştur. Benzer bir durumun kitle iletişim teknolojilerinin toplum yaşamına girdiği dönemde de yaşandığı söylenebilir. Telgraf ve telefonun anlık karşılıklı iletişimi mümkün hale getirmesi iletişim paradigmasında yaşanan değişimleri vurgularken, aynı dönemde ulaşım teknolojilerinde yaşanan değişimin de anlık iletişimin önemini ve etkisini artırdığı ve daha kapalı ve nispeten küçük ulus devlet ekonomilerinin ticari ağlarını genişletmesine ve toplumlar arası bağların güçlenmesine katkıda bulunduğu görülebilir. İletişim teknolojilerinin, dış etkilerden bağımsız ekonomik değişimlerin ve gelişimlerin dışında, yoktan ortaya çıktığı söylenemez. Ancak ortaya çıktığı dönemlerde yaşanan değişimlerle karşılıklı olarak birbirini etkileyerek gelişmiş ve ilerlemiştir denilebilir.

Van Dijk, kitle iletişim çağının başlangıcı ile enformasyon çağının başlangıcı arasında yaptığı karşılaştırmayla, bu teknolojik gelişmelerin toplumsal, ekonomik ve kültürel yapılanmalarda yaşanan değişikliklere yaptıkları katkıyı açıklamaktadır. Onun açıkladığı üzere birinci iletişim devriminin inovasyonları, bürokratik işlevlerin, keskin görev bölümü ve hiyerarşilerin ortaya çıkmasına ve zaman senkronizasyonuna katkıda

bulunmuştur. Aynı zamanda malların ve insanların toplu taşınmasında katlanarak artan çoğalmayı karşılamak için ortaya yeni bir ulaşım ve iletişim altyapısı çıkmıştır. Tespiti zor olan yeni tüketici kitlesine ulaşmak ve bunu haritalandırmak için kitle iletişimi ve kitle araştırmalarının da başlamasına bu değişimler sebep olmuştur. İkinci iletişim devriminin inovasyonlarında ise esnek üretim ve dağıtım yöntemleri, piyasalar ve hiyerarşiler arası ağ tipi örgütlenmenin artışına katkıda bulunmuştur. Ayrıca bürokrasinin yerini “enformasi” almıştır. Bilgisayar ağları bazı ulaşım yöntemlerinin ve taşımacılığın yerini almış, lojistikte yeni gelişmeler ve daha iyi iletişim kapasitesine sahip yeni iletişim kanalları açılmıştır. Pazarlama birebir ilişkilere ve müşteri ilişkilerine odaklanmış, kitle yayıncılığı devam etse de interaktif grup yayıncılığında artış yaşanmıştır ve medya türleri çeşitlenmiş, çoğalmıştır (2018, s. 94-96).

Van Dijk’ın ikinci iletişim devrimi olarak adlandırdığı ve enformasyon çağına girişte yaşanan değişimleri Castells, internetin toplum yaşamına temelli girdiği yıllar olan 1980’ler ve 1990’lar yerine daha geriye tarihlemektedir. Yeni binyıl dönümüne girilirken yeni bir dünya şekillense de bu değişimin kökleri Castells’in belirttiği üzere 1960’ların sonu ve 1970’lerin ortalarında tarihsel olarak bir araya gelen üç “bağımsız” süreçte yatmaktadır. Bu süreçler, enformasyon teknolojisi devriminin başlangıcı; kapitalizmin de devletçiliğin de ekonomik krize girmesi ve peşinden yeniden yapılanmaları; üçüncü olarak ise liberteryanizm, insan hakları, feminizm, çevrecilik gibi kültürel ve toplumsal hareketlerin yeşermesidir. Castells’e göre bu süreçler arasındaki etkileşim ve yarattıkları tepkiler yeni egemen toplumsal yapıyı, yani ağ toplumunu; yeni enformasyonel ve küresel ekonomiyi ve yeni bir kültürü, yani gerçek sanallık kültürünü yaratmıştır. Bu yeni ekonomi, toplum ve kültüre içkin mantık, karşılıklı bağımlılık içindeki dünyada toplumsal eylemin ve kurumların temeline işlemiştir (2007, s. 486). Sözü edilen yeni ekonominin, yeni bir toplumsal örgütlenme biçimini gerektirdiği söylenebilir. Yeni üretim ilişkileri ve ekonomik düzen için gittikçe önemi artan enformasyon ve hız sebebiyle örgütlenme biçimlerinin ağ tipi örgütlenmeye dönüşmesine ve bu yönde toplumsal yapılanmaların da değişmesinde etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Zira eski türden hiyerarşik yapılanmaların, yeni küresel ve enformasyonel ekonomiyi altyapı olarak besleyemeyeceği düşünülebilir.

Castells, sözünü ettiği ağ tipi örgütlenmeyi ve nihai olarak ağ toplumunun oluşumunu, tarihsel bir eğilim olarak, enformasyon çağında baskın olan işlevler ve süreçlerin giderek ağlar etrafında örgütlenmesi olarak açıklamaktadır. Ona göre ağlar,

toplumların yeni sosyal morfolojini oluşturur ve ağlar oluşturma mantığının yayılmasıyla üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyiş ve sonuçlar ciddi biçimde değişmiştir. Yeni toplumsal örgütlenmelerin ağlar biçiminde olması başka zaman ve başka şartlarda gerçekleşse bile, yeni teknolojik paradigma sayesinde toplumsal yapının tamamına yayılması uzun sürmemiştir. Ağda yer almanın ya da almamanın, her ağın diğerleri karşısındaki dinamiklerinin, toplumda baskın olmanın ve değişimin başlıca kaynakları olması, yeni toplumsal yapılanmanın, yani ağ toplumunun belirleyiciliğini kanıtlar niteliktedir. Diğer bir deyişle ağ toplumu için, sosyal morfolojinin sosyal eyleme üstün olmasının damgasını vurduğu bu tür bir toplum yapısı denilebilir (2008, s. 621).

Toplum yapısının ağlar etrafında şekillendiği enformasyon çağında bu yapısal bütünün tüm sosyal örgütlenmelere, üretim ilişkilerine ve emek piyasasına, iletişim ve ulaşım altyapılarının temeline hâkim olduğunu gözlemlemek mümkündür. Böyle bir toplumsal yapıda, eski tip hiyerarşik ve bürokratik yapılara nazaran daha anlık ve hızlı iletişim ihtiyacı olacağı; ağlar içerisinde ve ağlar arasındaki iletişimin toplumu ve onun yapılarını, kurumlarını ayakta tutacak unsurun iletişim olacağı söylenebilir. Dolayısıyla iletişim süreçleri belki de tarih boyunca hiç olmadığı kadar daha önemli ve daha temel bir insan unsuru haline gelmiştir. Marksist ideolojide çoğunlukla üstyapının bir parçası olarak görülen iletişim araçları ve iletişim süreçleri, altyapı tarafından, yani üretim ilişkileri tarafından belirlenen ikincil bir toplumsal unsur olarak düşünülse de kitle iletişim çağında dahi iletişim araçlarının bizatihi üretim araçları olduğu düşüncesinin varlığının göz ardı edilmemesi gerekir.

Williams, sözü edilen düşüncenin, yani genel bir teorik mesele olarak iletişim araçlarının bizatihi üretim araçları olduğunu kabul etmenin yararlı olacağını söylemektedir. En basit fiziki dil biçimlerinden en gelişkin iletişim teknolojisine kadar tüm iletişim araçlarının her zaman toplumsal olarak üretildiğini ve yeniden üretildiği ekler. Ona göre bunlar yalnızca üretim biçimleri değil, üretim araçlarıdır zira iletişim ve onun maddi araçları insana ait tüm emek ve toplumsal örgütlenme biçimlerine içkindir. Dolayısıyla iletişim araçları hem üretici güçlerin hem toplumsal üretim ilişkilerinin vazgeçilmez öğelerini oluşturur. Ayrıca diğer üretim araçlarında olduğu gibi iletişim araçları da tarihsel gelişime doğrudan tabidir. Bunun sebebi iletişim araçlarının kendi özgül üretim tarihine sahip olması ve tarihsel olarak değişen iletişim araçlarının üretici güçlerin geneliyle ve onlar tarafından üretilen genel toplumsal ilişkilerle tarihsel açıdan

değişen ilişkilere sahip olmasıdır. Zira iletişim araçları, doğrudan üretim kapasitesinin ve teknik kapasitenin genel tarihsel süreçleriyle doğrudan ilişkilidir (2013, s. 66). Williams, iletişim araçlarının üretim araçları olduğuna dair teorik vurgusunu, iletişim araştırmalarında çoğunlukla odaklanılan teknik kapasitelerin ya da “kitlelere” yönelen “tüketim” perspektifinin ötesinde genel üretici güçlerin, toplumsal düzenlerin ve ilişkilerin gelişim tarihiyle birlikte incelenmesine kapı aralayabileceğini düşünerek yaptığını belirtmektedir (2013, s. 70).

Kitle iletişim çağında olduğu kadar tüm toplumsal örgütlenmelerin ve ilişkilerin ağlar etrafında şekillendiği bir toplumda, yani enformasyon çağında iletişim araçlarının üretim araçları olarak kabul edilmemesi mümkün görünmemektedir. Tek taraflı olan ve kitlelere yönelen bir iletişimden, bizzat kullanıcı üretimi iletişimin ve medyanın olduğu günümüzde bu kabul daha da güçlenmiştir. Küçük büyük fark etmeksizin her ağın ve ağların her üyesinin üretim aracı olabilecek potansiyele sahip iletişim araçlarının toplumsal yapının temeline yayıldığı artık inkâr edilemez. Bu açıdan bakıldığında hem ekonomik hem de toplumsal yapıların bu kadar ayrılmaz parçası haline gelen iletişim ve iletişim araçlarının kültürel bir dönüşümü beraberinde getireceğini öngörmek zor değildir. Hatta kültürel bir rekabet alanını açtığı da söylenebilir.

Castells kültürün rekabet alanı oluşunu, kültürlerin tarih boyunca insanların üretim, iktidar ve deneyim ilişkileriyle belirlenen ve değişen koşullarda uzamı ve zamanı paylaşımlarıyla, topluma kendi değerlerini dayatmak için birbirleriyle mücadele etmesiyle üretildiğini söyleyerek onaylamaktadır. Bu yüzden uzam-zamansal konfigürasyonlar, her kültürün anlamı açısından ve farklı yönlerde evrilmesi dolayısıyla kritik önemdedir. Ona göre enformasyon çağının paradigmasında, uzamların akışı ve zamanın mekanları aşarak “an”da çözülmesiyle gerçek sanallık kültürü doğmuştur. Castells, gerçek sanallık derken, bizzat gerçeğin sembollerinin sadece metafor olmadığı, aksine fiili deneyimi oluşturduğu “sahte” bir dünyada sanal bir imge düzenlemesine gömüldüğü sistemi kastettiğini söyler. Bu yeni kültür elektronik medyanın bir sonucu değildir. Ancak elektronik medya bu kültürde vazgeçilmez bir ifade aracı görevi görmektedir. Toplumdaki baskın işlevler ve değerler temasa ihtiyaç duyulmadan eşzamanlılık içinde, diğer bir deyişle herhangi bir yerel alanda cisimleşen deneyimlerden kaçan enformasyon akışlarında örgütlenir. Bütün zamanlardan ve uzamlardan bütün ifadeler aynı büyük metinde bir araya gelir ve gönderenlerin

çıkarlarına, alıcıların da halet-i ruhiyesine bağılı olarak herhangi bir zaman ve herhangi bir yerde iletebilir. Castells, sanallığın bu durumuna “zamansız zaman” ve “akışların uzamı” isimlerini vermiştir. Zaman artık tamamen göreceli bir hale gelmiştir, uzam ise sürekli akış halindedir. Davranışı şekillendiren, siyaseti ateşleyen ve kabuslarla hayalleri tetikleyen kategoriler bu zamansız ve mekânsız sembolik sistemler çerçevesi içinde inşa edilip canlandırılır. Castells’in enformasyon çağının bu toplumsal yapısını ağ toplumu olarak adlandırmasının sebebi uzamı ve zamanı aşan küresel akışlar içinde bir sanallık kültürü inşa eden üretim, iktidar ve deneyim ağlarından oluşuyor olmasıdır. Castells öte yandan şunu da ekler; henüz bütün kurumlar ve toplumun bütün boyutları bu sanallığın mantığına uymamaktadır zira sanayileşmiş toplumların sanayi öncesi birçok toplum biçimini barındırdığı da görülmüştür. Ağ toplumu ise yayılmacı gücü sayesinde neredeyse her toplumda kendini hissettirirken dinamik bir şekilde genişlemekte ve mevcut toplumsal biçimleri özümsemektedir (2007, s. 503-504).

Belki de ağ toplumunun bütün toplumsal biçimlere böyle hızlı bir şekilde yayılması, gerçekleşen dönüşümlerin de istikrarını etkilemektedir. Zira toplumsal dönüşümlerin, tarih boyunca ani yaşanmış gibi görünse de bütün ekonomik ve kültürel etkileriyle birlikte on yıllara hatta yüzyıllara yayılarak gerçekleştiği söylenebilir. Ancak enformasyona çağına kadar yaşanan dönüşümler, günümüzdeki kadar birbirine bağılı ve hızlı bir küresel dünyada yaşanmamıştır. Ağ toplumunun ise bu kadar hızlı ve bağlantılı bir dünya yarattığı bu çağda, gerilimlere ön ayak olması kaçınılmaz görünmektedir. Van Dijk da ağ toplumunun istikrarsız bir toplum türü olduğunu belirtmektedir. Ona göre bu durum bir paradoks yaratarak ağ toplumunun hem fazlasıyla bağılı hem de fazlasıyla bölünmüş olmasına neden olur. Ağ toplumunun yarattığı bu “bağlantılılık” durumu süreçlerin uçuculuğunu ve fikirlerin, duyguların ve davranışların bulaşarak yayılmasını artırmaktadır. Gittikçe büyüyen bu bağlantı ortamı bölünmeleri de büyütür, büyüyen bölünme ise daha fazla toplumsal gerilim üretir (2018, s. 291).

Enformasyonel paradigmada, daha önce de belirtildiği üzere “bağlantılılık”, iletişimin temel unsuru haline gelmiştir. Medya mesajları artık tek taraflı ya da en azından geri bildirimi zorlaştıran bir çerçevede iletilmez. Yanıt kapasitesinin oldukça genişlediği ve hatta doğrudan üretim aracı olarak iletişim aracının sıradan vatandaşın “cebine” girdiği bir çağda yaşamaktayız. Yalnızca medya mesajları değil, kullanıcı yanıtı da Castells’in yukarıda sözünü ettiği “aynı büyük metin” içinde bir araya gelir. Kullanıcılar ise yalnızca geri bildirim ya da yanıt değil, doğrudan medya mesajını kendi

üretebilmektedir. Çevrimiçi kültürün kaynağının bu bağlantılılık ve kullanıcı üretimi olduğu söylenebilir. Aynı sisteme dağılan küresel bir mesajlar ağı içerisinde olduğumuz düşünüldüğünde, Van Dijk'ın da dediği gibi hem fazlasıyla bağlantılı hem de bölünmüş hale gelmemiz kulağa daha anlamlı gelmektedir. Castells de bütün mesajların aynı sistemde iletilmesi ve bağlantılılığı şöyle açıklamaktadır:

“Her tür mesajın aynı sistem içinde iletilmesi, sistem interaktif ve seçici olsa bile (aslında tam da bu yüzden), bütün mesajların ortak bir bilişsel şablon çerçevesinde bütünleşmesini beraberinde getirir. Görsel-işitsel haberlere, eğitime ve gösterilere, farklı kaynaklardan da olsa aynı ortamda ulaşabilmek, kitlesel televizyonda yaşanmakta olan içeriğin bulanıklaşmasını bir adım daha ileriye taşır. (...) Kullanıcının bakış açısından ise (interaktif bir sistemde hem alıcı hem gönderici olarak), aynı iletişim ortamında çeşitli mesajların seçilmesi, birinden diğerine kolayca geçilmesi bilişsel ve duyuşsal katılımın farklı kaynakları arasındaki zihinsel mesafeyi azaltır. Mesele, iletişim aracının mesaj olup olmaması değildir: Mesaj mesajdır. Sembolik iletişim süreçlerinde birbirleriyle karışırken, mesaj olarak farklılıklarını koruduklarından, bu süreçte kuralları birbirine karıştır; farklı anlamların rasgele bir karmasının oluşturduğu çokyüzlü semantik bir bağlam ortaya çıkar. Son olarak, belki de *multi-medyanın en önemli yönü, kültürel ifadelerin büyük bölümünü, bütün farklılıklarını koruyarak kendi alanına hapsedmesidir*. Multi-medyanın ilerlemesi, görsel-işitsel medya ile yazılı basın, popüler kültür ile öğrenilen kültür, eğlence ile bilgilenme, eğitim ile kanaat arasındaki ayrımın, hatta farkın sona ermesine kadar varır. En kötüsünden en iyisine, en elitistinden en popülerine her kültürel ifade, iletişime hazır zihnin geçmiş, şimdi ve gelecekteki ifadelerini devasa, tarih dışı bir hipertext'te birleştiren bu dijital evrende bir araya gelir. Böylece yeni bir sembolik ortam oluştururlar. Sanallığı gerçekliğimiz haline getirirler (2008, s. 496-497)”.

Medya mesajlarının/içeriğinin dağıtımı ve kontrolü de enformasyon çağında dönüşüme uğramıştır. Geçmişte yalnızca büyük medya kuruluşlarının elinde olan üretim araçları olarak iletişim araçları, günümüzde kullanıcının da hizmetindedir. Fiziksel olarak dağıtılan medyadan, dijital dünyada ve sanallık kültürünün içerisinde zaman ve uzam kısıtlaması olmaksızın yayılan medya mesajlarına/içeriklerine sahip olduğumuz ve çevrimiçi kültürün halim olduğu yeni bir iletişim paradigmasına geçiş yaptığımız söylenebilir. Dolayısıyla iletişimin ekonomisinde de bir paradigma kayması görülmektedir. Öte yandan kültürel ürünlerin dağıtımı ve fikri mülkiyet konusunda henüz tam anlamıyla üzerinde anlaşılmış bir çevrimiçi konsensüsün bulunmadığını eklemek gerekir.

Fikri mülkiyet konusunun dijital çağda gelişmesi gerektiği bir gerçektir. Bu çağda, yeni teknolojiler üretim maliyetlerini azaltmış, hedef kitlelerin/grupların yazarlar

bulmasını ve yazarların eserlerini bu gruplara iletmesini kolaylaştırmıştır. Ayrıca ağlar, biraz yaratıcılıkla hedef kitlelerin yazarları/yaratıcıları tazmin edebilecek çeşitli yollar bulabilir. Bu tip bir senaryodaki potansiyel mağluplar, geçmişte olduğu gibi iletişim teknolojisinin kontrolünden kar sağlayan araçlardır. Ancak bu araçlar, günümüzde dijital dönüşümün kalıcı olduğunun farkında olan tecrübeli oyunculardır. Onlara aracı rollerini ve ağ tabanlı bir dünyada karlılıklarını tekrar yaratmak için, fikri mülkiyet yasasının geçmişte gelişen karmaşıklıklarının fırsatlar sunduğu görülmektedir. Dolayısıyla günümüzde, dijital haklar konusunda girişimcilerin yeni fikirlerinin ve yerleşik şirketlerin çıkarlarının çatıştığı bir fikri mülkiyet karmaşasının yaşanıyor olması şaşırtıcı değildir (Neuman, 2018, s. 281-282).

İletişim araçlarının üretim ilişkilerindeki konumunun kullanıcı lehine oldukça güçlendiği düşünüldüğünde, fikri mülkiyet çatışması her ne kadar devam etse de kullanıcının istediği kültürel ürüne ulaşma konusunda daha fazla imkana sahip olduğu söylenebilir. Aynı sistemde bir araya gelen bütün medya mesajları/içerikleri ve iletişim araçlarının üretim kapasitesindeki artış göz önüne alındığında, neredeyse sonsuz bir bolluk ve çeşitlilik sunduğunu söyleyebileceğimiz bir çevrimiçi dünyada yaşamaktayız. Kullanıcı açısından medyaya ulaşım imkânı artık “cebi” kadar yakındır ve söz konusu kültürel ürün çeşitliliği hesaba katıldığında kullanıcı için geçmişte olduğundan çok daha fazla tercih fırsatının olduğunu, çevrimiçi kültürün de bu tercih “bolluğu” etrafında şekillendiğini söylemek mümkündür. Ayrıca bu tercih imkânı aynı zamanda interaktif bir süreçtir, çünkü kullanıcı hem bu araçlarla kendi mesajını üretebilir hem de anında geri bildirim/besleme sağlayabilir.

Castells, söz konusu interaktif tercih fırsatıyla birlikte yayın kapasitesindeki ciddi genişlemenin, içerik anlamında gerçek bir tercih söz konusu değilse potansiyelini gerçekleştiremeyeceğini söyler. Ona göre, birbirinden “farklı ama aynı” 500 seks/şiddet filmine çevrimiçi ulaşabilir olmak, aktarım kapasitesindeki ciddi genişlemeyi haklı çıkarmaz. Küresel medya şirketleri için, Hollywood stüdyolarını, film şirketlerini ve televizyon belgesel arşivlerini satın almak zorunlu hale gelmiştir. Yeni sistemde içeriğin potansiyel çeşitliliğinden ötürü, “mesaj mesajdır” ve en fazla rekabet gücü potansiyelini sağlayansa bir ürünü farklılaştırma yetisidir. Dolayısıyla yeterli kaynaklara sahip olan büyük bir medya şirketi, multi-medya teknolojisine erişip herhangi bir piyasaya girebilir (2008, s. 491-492). Castells’in burada sözünü ettiği durumun örneğini günümüzde Netflix, Disney+, Amazon Prime Video gibi büyük çevrimiçi platformlarda

gözlemlemek mümkündür. Büyük medya şirketleri, kendi film/dizi/belgesel kütüphanelerini oluşturup çevrimiçi olarak dağıtmaya çoktan başlamıştır. Diğer bir deyişle, büyük medya şirketlerinin eski tip dağıtım modellerini çevrimiçi kültüre entegre edebildiği söylenebilir. Buna rağmen kullanıcının interaktif tercih kapasitesi tartışmalı olsa da halen güçlü olduğunu belirtmek gerekir. Belki de tercih kapasitesinden öte, kullanıcının elinde iletişim araçları halen üretim araçları olarak bulunur ve çevrimiçi kültür için önemli olanın bu olduğu söylenebilir.

Toffler (1980) tarafından ortaya atılan “prosumer” (üreten tüketici) kavramının günümüzde gerçek karşılığını bulduğu söylenebilir. Öte yandan günümüzün izleyicisinin artık tüketiciden çok kullanıcı olarak kabul edildiğini de eklemek gerekir. Fuchs’un belirttiği üzere kullanıcı tarafından oluşturulmuş içeriğin, sosyal ağ platformlarına ücretsiz erişimin ve çevrimiçi reklam ile kar sağlayan diğer ücretsiz erişim platformlarının artması ile birlikte internet ağı/çevrimiçi kültür, televizyon ve radyo gibi geleneksel medyadaki sermaye tarafından işe koşulan birikim stratejilerine yaklaşıyor gibi görünmektedir. Öte yandan ağda çevrimiçi olan her kullanıcı, reklam verenlere satılan birer seyirci metası haline gelmiştir. Geleneksel medya seyirci metası ile çevrimiçi seyirci metası arasındaki fark ise çevrimiçi seyircinin aynı zamanda içerik üreten kişiler olması, burada kullanıcı üretimi içeriklerin var oluşu ve kullanıcıların kalıcı bir şekilde yaratım aktivitesinde yer almasıdır. İnternet kullanıcısı geçmişin izleyicisine göre artık yalnızca tüketici değil, üretim sürecinin bir parçasıdır ve bu üretim sürecine dahil olmasa bile çoklu iletişim imkanına sahip olması sayesinde daha aktif olduğu bir gerçektir (2018, s. 72-73).

Günümüz internet kullanıcılarına “kullanıcı”dan ziyade katılımcı demek bile daha doğru olabilir. Zira yukarıda da belirtildiği gibi üretim sürecinin aktif parçası olmanın yanında, üretmese bile çoklu iletişim olanağı yoluyla yanıt verebilme, kimi durumlarda üretim sürecine bu yolla katkı sağlayabilme potansiyeli, internet kullanıcılarını katılımcı olarak görmenin kanıtları niteliğindedir. Öte yandan, içerik üretim sürecine katılımın da ötesinde, paylaşım yoluyla içeriğin yayılmasını (bir nevi dağıtımını) da sağlayabilir. Böyle düşünüldüğünde katılım, çevrimiçi kültür dendiğinde akla ilk gelen unsurlardan biri olmalıdır. Diğer bir deyişle, çevrimiçi kültür, bir yandan da katılımcı bir kültürdür.

3.2. Katılımcı Kültür

Katılımcı kültür, kökenleri elbette enformasyon çağı öncesinde bulunabilecek olan, çoğunlukla izleyici/kullanıcıların aldıkları medya mesajlarıyla aktif bir etkileşim içine girerek kendi yaratımları ya da mesajlarını ürettiği, diğer bir deyişle medya süreçlerine katılım sağladığı kültür olarak tanımlanabilir. Çevrimiçi kültür ise geçmişte etkileşimin sınırlı olmasına karşılık günümüzde buldukları etkileşim fırsatları sayesinde katılımın çok daha öne çıktığı bir kültür olagelmıştır. İnternetin “ilk çocuklarının”, buradaki etkileşim ağı içerisinde kendi yaratımlarını ve mesajlarını yayma imkanını sonuna kadar değerlendirdiği söylenebilir. Etkileşime girdikleri medya mesajları/içeriklerle ilgili yalnızca yanıt vermek değil, aynı zamanda bu içerikleri temel alan ve aynı zamanda hayran kurgusu da denilen kendi yaratımlarını yaymak için çevrimiçi ağları bir fırsat olarak görmüşlerdir. Buradan yola çıkarak, çevrimiçi kültürün doğrudan katılımcı bir kültür olarak ortaya çıktığı ve belki de katılımcı motivasyonları beslediği söylenebilir.

Jenkins’in söylediği üzere, iddia edildiği gibi eğer modern kitlesel iletişimin ortaya çıkışı 19. yüzyılda Amerika’da gelişen halk kültürü geleneğinin sonunu getirdiyse, medyada şu an yaşanan değişikliğin sıradan insanların kültürüne aktif katılım haklarını yeniden tasdik etmektedir. Folklorik desenlerin işlendiği eski halk kültürlerinde olduğu gibi, yeni “yöresel kültür” de genişleyen katılımı ve tabanın yaratıcılığını teşvik etmektedir. Tüketiciler, medyayı kendi üretimleri için kullanabildiklerinde olan budur. Bu bakış açısı katılımdan bahsetmenin yanlış bir yolu da olabilir tabii, zira halk kültürlerinde tüketici ve üretici arasındaki sınırlar bulanıktır. Jenkins’in kullanıcı açısından değil de medya tarafından bakarak yaklaşma kültürü adını verdiği bu yeni durumda rolleri ve etkileri farklı olsa bile herkes birer katılımcıdır (2019, s. 201).

Geçmişte kitle iletişim medyasıyla iletişimi tek taraflı olan izleyicinin de çeşitli hayran grupları ve toplulukları aracılığıyla katılım gösterdiği ya da en azından katılım potansiyelini ortaya koyan izleyicilerin olduğu bilinmektedir. Bu tür izleyiciler internet ile tanıştığında, medyaya katılım potansiyellerini sonuna kadar kullanacaklarını düşünmek yanlış olmaz. Bu izleyici grupları, daha önce, medyayla etkileşim imkanları çok daha kısıtlıyken dahi kendi yaratıcılıkları çerçevesinde katılım sağlamış hatta kendi medya içeriklerini üretebilmiş hayran topluluklarıdır. Öte yandan internetin, bu topluluklar olmasa bile genel izleyici kitlesi için dahi, katılım kapasitesi dışında da

etkiler yarattığı görülebilir. Zira tek yönlü bir iletişim kültürüne aşina toplumların çok yönlü iletişimle tanışmasının etkileri elbette katılımla sınırlı kalmayacaktır.

Castells, geleneksel iletişim araçları ve internete dayalı iletişim araçları arasındaki etkileşime dair bir araştırmaya dayanarak, çeşitli biçimlerde etkin internet kullanımının yarattığı üç etki olduğunu söyler. Bu etkiler; (a) internete dayalı iletişime ayrılan zamanın, internetle uyumsuz olan etkinliklere nazaran artması, (b) “prime time” mefhumunun “benim zamanım” mefhumu karşısındaki giderek çözülmesi, (c) birden fazla işi aynı anda yapabilmekle birlikte bunun genelleşmesi, çoklu iletişim imkanıyla birlikte iletişim kuran öznelere farklı kanallara sarf ettikleri dikkati birleştirebilme becerisi, internet ve kablosuz cihazlar etrafından bütünleşen iletişim pratiklerinin eş zamanlı hale gelmesidir (2016, s. 171).

İnternetin bu etkileri, görüldüğü üzere izleyici (ya da daha doğru tabiriyle kullanıcı veya katılımcı) için yeni becerileri de doğurmuştur. İnternet öncesi kitle iletişim çağında katılım için potansiyel gösteren izleyicilere günümüzde üretim aracı olarak iletişim araçlarına doğrudan ulaşabilme imkânı edinen genel izleyici kitlesi de katıldığında, katılım konusunda yeni becerilerin doğmasının kaçınılmaz olduğu ortadadır. Öte yandan, katılım olanaklarını kullanmaya yönelik bir baskı hissetmeyenler için dahi, bütün toplumsal, ekonomik ve kültürel sistemlerin bu ağlar etrafında şekillendiği bir sistemde, dijital beceriler geliştirmenin bir gereklilik haline geldiği söylenebilir. Van Dijk ağ toplumuna eklenen yeni kullanıcının geliştirdiği ya da geliştirmesi gereken dijital becerileri şöyle kategorize eder:

“Ortam ilişkili dijital beceriler:

Operasyonel beceriler: Dijital medyayı başarıyla kullanmak (“tuş bilgisi”).

Formel beceriler: Biçimsel yapılarda uzmanlaşmak -dosya ve menü yapıları, web tarama ve araştırma-.

İçerik ilişkili dijital beceriler:

Enformasyon becerileri: Dijital medya içeriğini doğru biçimde aranması, seçilmesi ve değerlendirilmesi.

İletişim becerileri: Dijital medyayı kullanarak, örneğin E-posta, sohbet ve SPS'lerde profil tasarlamak gibi karşılıklı anlamlı değiş tokuşta bulunabilmek.

İçerik yaratma becerileri: Kabul edilebilir yazılım, web sitesi, blog, tweet, post, profil, vs. ile katkıda bulunabilmek.

Stratejik beceriler: Dijital medyayı belirli kişisel veya profesyonel bir amaç için kullanabilmek (2018, s. 278).”

Katılım potansiyelini genişleten dijital becerilerin, enformasyon çağının insanı için ağlara eklenenebilmesi açısından önemli olduğu söylenebilir. Bütün medya mesajlarının ve yaratımların küresel bir ağda bir araya geldiği bu dönemde, her türlü katılımın çevrimiçi kültürü oluşturduğunu ve geliştirdiğini eklemek gerekir. Bu çevrimiçi kültürde katılımcı olmak, onu şekillendiren parçalardan biri olmaktır. Diğer bir deyişle bu kültürün referanslarını katılımcıların sağlamaktadır. Öte yandan çevrimiçi kültürün kültürel referansları ağda oluşturulsa da genel kültürden ve hala var olan geleneksel kültür endüstrisinden de bağımsız değildir. Yaratıcı biçimler dönüşürken, kültür endüstrisi de bu dönüşüme eklenmeye ve kendi referanslarını ağda oluşturmaya çalıştığı söylenebilir. Jenkins'in yakınsama kültürü adını verdiği olgu, kültür endüstrisi, geleneksel medya ya da çevrimiçi kültür olsun, bütün kültürel ifadelerin küresel ağda bir araya gelmesi olarak açıklanabilir.

Sözü edildiği üzere, kültür endüstrilerinin uzlaşmalarından daha önemli olan, ufukta görünen kültürel referanslar ve yaratıcı biçimlerdeki değişimlerdir. Yakınsama kültürü yalnızca endüstriyle ve teknolojiyle ilgili bir olgu değildir. Normlar, ortak kültür ve günlük yaşamın sanatı meselesidir. Profesyonel ticari medya, insanlara hayatın bir gerçeği haline gelen ortak bir kültür, güncelin olayların dili ve kültürel referansları getirmiştir. Modern iletişim dili için kaynak materyalin çoğunu bu ticari medyanın sağladığı söylenebilir. Öte yandan günümüzde yaşanan yakınsama ise bu yerleşik kültürün yıkılması anlamına gelmez, daha ziyade bu kültürel karışıma yeni bir dizi iletişimsel biçim ve ifade tarzının girmesini vurgulamaktadır. Bu yeni çevrimiçi kültür, geçmişte amatör, niş ya da piyasa dışı olarak sözü edilen kültürel toplulukların -hayran toplulukları buna bir örnektir- ticari medya ile daha etkin paylaşım yapıp etkileşime girebildiği ve eski kalite, profesyonellik ve hesap verebilirlik standartlarının bozulduğu bir alandır (Russell vd. , 2008, s. 72).

Günümüzün yakınsama kültürü, ticari medya ile katılımcı kültürü çevrimiçi ağlarda bir araya getirirken, daha önce de sözü edildiği gibi, henüz günümüzde olduğu kadar katılım olanağının olmadığı kitle iletişim çağında da hayran toplulukları bulunmaktaydı. Katılım eşiklerinin yüksek olmasının dahi hayran kültürünün gelişmesini engellediği söylenemez. Bir başka deyişle, günümüzün katılımcı kültürünün köklerinin internet çağı öncesinde hayran topluluklarında ve hayran kültüründe bulmak mümkündür. Çevrimiçi dünyanın ve yeni teknolojilerin getirdiği katılım olanaklarının, bu toplulukların daha hızlı büyümesi ve çeşitlenmesi için büyük bir fırsat olarak

görülebılır. Öte yandan geçmişte var olan hayran kültürü, belki de olanaklarının daha kısıtlı olması sebebiyle, halihazırda çok boyutlu ve çok biçimli üretim yöntemlerini barındırmaktadır. Katılımcı kültür ve hayran kültürü araştırmalarına henüz internetin yaygınlaşmadığı yıllarda başlamış olan Jenkins hayran kültürünün çok boyutluluğunu şöyle açıklamıştır: “Hayran kültürü, birçok katılım biçimini ve katılım düzeyini davet eden karmaşık, çok boyutlu bir olgudur. Böyle bir yaklaşım, aynı zamanda, bir yayının hemen alınmasından alternatif metinlerin ve alternatif sosyal kimliklerin inşasına doğru mantıksal bir ilerlemeyi izler (2005, s. 2).”

Geçmişin hayran kültürünün, günümüzün katılımcı kültüründe yaşamaya ve evrilmeye devam ettiği söylenebilir. Hayran kültürü çoğunlukla, izleyici yaratımı için harekete geçirici bir unsur olagelmıştır. Hayran topluluklarının, kültürel bağ kurdukları medya metinlerini kendi anlamlandırma süreçleriyle birlikte alternatif metinlere dönüştürdüğü görülmektedir. Dolayısıyla hayran kültürünün alternatif kültür olduğu söylenebilir. Öte yandan hayran kültürü içerisinde alternatif metinler oluşturma iştahı, yalnızca kültürel bağ kurulan medya metinleri sebebiyle değil, aynı zamanda hayran topluluklarında yer alma ve bu topluluklarla kurulan bağ ile de ilgilidir. Belki de günümüzün sanal topluluklarının köklerinin hayran topluluklarında bulunabileceği düşünülebilir.

Hayran kültürü, alternatif bir kültür inşa etmek için popüler kültür içindeki ütöpik boyutu bulma becerisine sahiptir. Hayran toplumu, üyelerini ticari eğlenceye çeken ihtiyaçlara, özellikle de üyelik, arkadaşlık ve topluluk arzusuna duyarlıdır. Hayranlar, toplumun geneli gibi geleneksel yaşam biçimlerinin parçalandığı, evliliklerin çoğunun boşanmayla sonuçlandığı, çoğu sosyal ilişkinin geçici ve yüzeysel olduğu ve maddi değerlerin genellikle duygusal ve sosyal ihtiyaçlar üzerinde egemen olduğu bir dünyada yaşarlar. Hayranlar genellikle işleri için fazla eğitimli, entelektüel becerilerine profesyonel yaşamları tarafından meydan okunmayan kişilerdir. Onlar, sözü edilen bu tatmin edici olmayan durumlara tepki gösterip yaratıcılığa ve farklılıkları kabul etmeye daha açık, ekonomik ilerlemeden ziyade insan refahıyla ilgilenen “sadece hafta sonları olan bir dünya” kurmaya çalışırlar (Jenkins, 2005, s. 288).

Hayran kültürünün sözü edilen “sadece hafta sonları olan dünyasının”, yeni iletişim araçlarının katılım kapasitesini sonuna kadar artırdığı ve eşzamanlılığın giderek ekonomik, toplumsal ve kültürel yapıların kaçınılmaz bir özelliği haline geldiği günümüzde giderek çözüldüğü, daha doğrusu artık hafta sonlarına sıkışmadığı ve her an

her yerde ulaşılabilir olduğu bir dünyaya dönüştüğü söylenebilir. Medya metinleri ise küresel ağlarda bir araya gelmeye ve etkilerini sürdürmeye devam etmektedir. Çevrimiçi dünyada medya metinleri, sosyal bağlam sağlayan unsurlar, kültürel referans noktaları haline gelmiştir. Ağlar içinde ve ağlar arasında diyalogu sağlayanın da birçok durumda bu kültürel referanslar olduğunu eklemek gerekir. Peretti'nin bulaşıcı medya olarak adlandırdığı medya metinleri de çoğunlukla bu kültürel referansları oluşturan medya olarak düşünülebilir.

Peretti'ye göre insanlar yalnızca sosyal bağlamı olan medyayı hatırlar -sohbete ilham vermedikçe, tartışmaya yol açmadıkça veya bizi bir arkadaşımıza anlatmaya sevk etmedikçe TV şovlarını, web sitelerini ve filmleri unuturuz. Bulaşıcı medya, bir arkadaş ağı aracılığıyla dağıtıldığı için doğası gereği sosyaldır ve bu aktarım genellikle diyalogu tetikler. Bu, bulaşıcı medyanın, yayın medyasının çoğundan daha büyük bir bilişsel etkiye sahip olduğu anlamına gelir (2007, s. 160). Bu bakış açısıyla hayran topluluklarını oluşturan medya metinlerinin de bulaşıcı medya olduğu söylenebilir. Zira hayran toplulukları için bilişsel bir etkiye sahiplerdir ve diyalogu tetikleyip yaratım motivasyonu sağlarlar. Hayranların alternatif kültürünün bulaşıcı medya temelinde gelişip evrildiğini düşünmek yanlış olmaz. Öte yandan bir topluluk oluştuktan sonra ve topluluk arasında sosyal bağlar geliştikçe, kaynak medya metnini aşan grup dinamiklerinin ortaya çıkacağı da öngörülebilir bir durumdur.

Söz konusu grupların ilgi alanlarını metinsel ve genel sınırların ötesinde birbirine bağlayan söylemsel bir mantık olarak medya “fandom”larına odaklanırsak; bazı hayranların yalnızca tek bir şov veya yıldızla bağlı kalırken, bazılarının tek bir diziyi daha geniş bir hayran topluluğuna giriş noktaları olarak kullandığı ve birçok program, film, kitap, çizgi roman ve diğer popüler materyallerden oluşan metinler arası bir ağa bağlandığı görülür. Hayranlar, bu daha geniş ağa yapılan referanslar ve karşılaştırmalar haricinde genellikle tek programları tartışmakta zorlanırlar. Ayrıca, “fandom” içinde uzun bir süre katılımda bulunan hayranlar, giriş noktası olarak kullandıkları tek bir diziyi olan bağlılıklarından başkalarına kayabilirler (Jenkins, 2005, s. 41).

Hayran topluluklarının dinamiklerinin çoğunluğu çevrimiçi dünyaya da taşınmış gibi görünüyor olsa bile elektronik çoklu iletişim araçlarının olanakları, söz konusu dinamikleri dönüştürme potansiyeline sahiptir. Günümüzün sanal topluluklarının, geçmişin hayran topluluklarına olan benzerlikleri düşünüldüğünde, enformasyon çağı öncesinden günümüze taşınan, yani halihazırda temelleri bulunan bir kültürün ve

böylece bir kültürel evrimin varlığından söz edilebilir. Daha önce belirtildiği gibi, enformasyon çağı yalnızca bir dizi iletişim teknolojisinin keşfiyle başlayan ve sınırlanan bir dönem değil, bu dönüşümlere eşlik eden ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimlerle de ilgilidir. Dolayısıyla bu değişimlerin de söz konusu teknolojilerin keşfinden önce temellerinin bulunduğu ve bu değişimler yaşanırken artan olanaklar çerçevesinde evrildiği söylenebilir. Hayran kültürü ve katılımcı kültür konusunda ise söz konusu grupların sosyal dinamikleri ve ilişkilerinde birtakım dönüşümler yaşanmıştır.

Sosyal ilişkilerin yapılandırılmasında internetin en önemli rolü, bireyciliğe dayalı yeni sosyallik modeline katkısıdır. Gerçekte, Wellman (2001'den aktaran Castells, 2001, s. 130)'ın yazdığı gibi, “karmaşık sosyal ağlar her zaman var olmuştur, ancak iletişimdeki son teknolojik gelişmeler, baskın bir sosyal organizasyon biçimi olarak ortaya çıkışlarını sağlamıştır”. İnsanlar sadece sosyal ağlarda değil, bilgisayarla iletişim kuran sosyal ağlarda giderek daha fazla örgütlenmektedir. Dolayısıyla, ağa bağlı bir bireycilik örüntüsü yaratan internet değildir. Ancak internetin gelişimi, sosyalliğin baskın biçimi olarak ağa bağlı bireyciliğin yayılması için uygun bir materyal destek sağlar (Castells, 2001, s. 130-131). İnternetin gelişimiyle birlikte yüz yüze ve “gerçek” iletişimin azaldığı, ağa bağlı olmanın, Castells'in tabiriyle sanal gerçeklik kültürüne dahil olmanın baskın hale gelmesinin gerçek sosyal etkileşimi ve ilişkileri etkilediği sıklıkla üzerinde tartışılan bir konu olagelmıştır. Sosyal ağlar her zaman var olmuştur, öte yandan baskın hale gelen yeni ve bilgisayar dolayimli sosyal ağların, gerçek sosyalliğin yerini aldığı gibi kaygılarla karşılaşmak mümkündür.

Dijk'in belirttiği üzere, bilgisayar dolayım iletişimin yüz yüze iletişimden daha aşağı olmadığı kanıtlanmıştır. Dijk, bilgisayar dolayimli iletişim araçları kullanıcılarının teknik kısıtlamaları, gerçek ve enformasyon zengini sosyal çevreler yaratarak telafi ettiğini söylemektedir. Diğer bir deyişle, yeni dijital sosyallik biçimleri eskinin doğrudan yerini almaz, aksine eskiyi de güçlendirir. Bilgisayar dolayimli iletişim kişisel hatta hiper-kişisel hale gelmektedir ve insanların yalnızca çevrimiçi değil, çevrimdışı sosyal ilişkiler kurmasına yardımcı olur. Önemli olan, bilgisayar dolayimli iletişimin ya da internet yoluyla sosyal ağlara katılmanın baskın hale geliyor olması değil, çevrimiçi ve çevrimdışı iletişimin başarılı bir şekilde bütünleştirilmesidir (2018, s. 373).

Baskın hale gelen çevrimiçi sosyalliğin, çevrimdışı iletişim üzerindeki etkisinin ötesinde, kendi referansları çevresinde bir sosyallik sağladığını eklemek gerekir.

Çevrimiçi dünyadaki sosyal etkileşimlerin çoğunlukla çevrimiçi katılımcıların ortaklaşa paylaştığı değerler, kültürel referanslarla ilerlediği, yayıldığı ve evrildiği gözlemlenebilir. Bir katılımcının çevrimiçi sosyal çevresi, çevrimdışı sosyal çevresine dair gerekli bilgiye çoğunlukla sahip değildir. Çevrimdışı sosyal çevre ile sosyal etkileşimleri çevrimiçine taşımak mümkündür ancak çevrimiçi çevreyi çevrimdışına taşımanın, internetin başlangıcından itibaren gelişen anonimlik kültürü dolayısıyla çoğunlukla istisna olarak kaldığını söylemek mümkündür. Öte yandan hayran topluluklarında olduğu gibi, çevrimiçi toplulukların da ortaklaştıkları kültürel referans çerçevesinde “gerçek” topluluklara evrildiği de görülmektedir.

Sanal gerçeklik sosyal etkileşim alanımızı genişlettikçe, çevrimiçi sohbetlerde yerel topluluklarımızın, çevrimdışı çevremizin içinden olan, çevrimiçi topluluğun katılımcıları tarafından tanınmayan kişilerden bahsetmek yerine medya yoluyla ortaklaşa paylaşılan kişilerden bahsetmek daha önemli hale gelmiştir. Öte yandan değerler ve etik kodlamalara da sahip olan çevrimiçi toplulukların çoğunlukla etik olarak belirsiz olan yayın ve medya tavırlarına yönelik ahlaki bir toplum tartışmasını teşvik ettiği görülmektedir. Çok kültürlü bir toplumda değerler konusundaki farklılıkları tartışmaya açmak, farklı sosyal grupların birbirlerinin dünyaya bakışı hakkında daha fazlasını öğrenebildikleri bir mekanizma haline gelebilir. Bu, yüz yüze topluluklarda sık rastlanmayan bir durumdur. Bu yüzden sanal olanlara uzanan “dedikoduda” gerçek bir değer mevcuttur (Jenkins, 2019, s. 127-128). Bu sebeple yüz yüze iletişimin ve “gerçek” toplulukların değişime ve topluluk dışı etkileşimlere daha kapalı olduğu söylenebilir. Yine de çevrimiçi iletişimin değiştirdiği sosyal etkileşim biçimlerinin benzer özellikler ve etkiler göstermeyeceğini de düşünmemek gerekir.

İnternetin yeni bir iletişim aracı olarak ortaya çıkışı, yeni sosyal etkileşim kalıplarının yükselişi hakkındaki çelişkili iddialarla ilişkilendirilmiştir. Bir yandan, esas olarak çevrimiçi iletişime dayalı sanal toplulukların oluşumu, topluluğun oluşumunda yerellik ve sosyallik arasındaki tarihsel bir ayrılma sürecinin doruk noktası olarak yorumlanmıştır: Yeni, seçici sosyal ilişki kalıpları, bölgesel olarak sınırlı insan etkileşimi biçimlerinin yerini almaktadır. Öte yandan internet eleştirmenleri ve bazı akademik araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalara dayanan medya raporları, internetin yayılmasının sosyal izolasyona, sosyal iletişimin ve aile hayatının bozulmasına yol açtığını, çünkü “yüzü olmayan” bireylerin gerçek mekanlardaki yüz yüze iletişimi terk ederken çevrimiçi dünyada rastgele sosyal etkileşimlere girdiğini

savunmaktadır. Dahası, sahte kimliklere ve rol yapmaya dayalı sosyal alışverişlere büyük bir ilgi gösterilmiştir. Bu nedenle internet, giderek sanal gerçekliğin hâkim olduğu bir kültürde gerçek dünyadan kaçarak, insanları kendi fantezilerini çevrimiçi yaşamaya teşvik etmekle suçlanmaktadır (Castells, 2001, s. 116).

Bütün bu suçlamalara rağmen, hayran toplulukları örneğinde olduğu gibi, bilgisayar dolayımı ile iletişimin sosyal etkileşim deneyimlerini genişlettiği, yeni tür sosyallik biçimlerini ortaya çıkardığı inkâr edilemez. Çeşitli kültürel etkileşimler konusunda standart düşüşü yaşanmışsa bile, “aktarım yollarının çoğalması ve etkili mecraların icat edilmesi, esas itibarıyla, uzun geçmişi olan belli merakları ve onları tatmin etme yollarını pekiştirip daha da belirginleştirmiştir (Williams, 2017, s. 453).” Hatta denilebilir ki geçmişte sosyal olarak icra edilmeyen ya da edilmesi gerekmeyen çeşitli insan faaliyetleri dahi çevrimiçi kültürle birlikte sosyalleşmiştir. İnternet denilen bu küresel ağda artık herkes sosyaldır, katılımcıdır zira herkes “çevrimiçidir”. Gündelik yaşama dair birçok faaliyet, birçok pratik, günümüzde çevrimiçi dünyaya endeksli hale gelmiş görünmektedir.

Artık faaliyetlerimizi benzeri görülmemiş bir düzeyde sosyalleştirebiliyoruz. Teknoloji sohbete kapı açıyor. Her nüans, her karakteristik, farklı şekillerde ve perspektiflerde incelenebilir ve temsil edilebilir durumdadır. Sınırsız bakış açıları radara girdiğinde “bilinen” kavramı karıştırılabilir. Kesinlik, çokluk tarafından gölgelenir. Dünyanın her yerinden benzer ilgi alanlarına sahip başkalarıyla sosyalleşiriz. Fiziksel olarak ne kadar uygunsuz olursa olsun, herkesin dijital olarak yansıtılmış bir arkadaşı, bir karşılığı vardır (Siemens, 2022, s. 77). Öte yandan bilgiye ulaşma biçimleri de değişmiştir. Çevrimiçi kültürde, kesin “bildiklerimiz”, yeni bakış açılarıyla karşılaştığımızda sarsılabilir ve bu sosyal bir süreçtir. Kısacası çevrimiçi kültürün, bilgiyi edinmenin de sosyal bir süreç haline geldiği bir kültür olduğu söylenebilir. Siemens’in söylediği üzere, bilgi fiziksel alanlarda var olmayı bıraktığında, varlıkları birden çok uzayda çoğaltabilir veya birbirine bağlayabiliriz. Bilgi, kâğıt tabanlı dergiler ve kitaplar gibi fiziksel varlıklarda değil, dijital olduğunda yeni bilgilerle kolayca birleştirilebilir veya yeniden karıştırılabilir. İki farklı kitaptan fikirleri bir araya getirmek, onları fiziksel olarak bir araya getirme çabasını gerektirir (iki kitabı da satın almak veya kütüphaneye gitmek gibi). Dijital bilgi sayesinde ise bu bağlantıları kurmak ve iki fikri bir araya getirmek çok daha kolaydır (2022, s. 73).

Bilgi edinme süreçlerinin bu şekilde dönüştüğü bir çağda, eğitim konusunda da yeni yaklaşımlar geliştirmenin artık gerekli, belki de zorunlu hale geldiği söylenebilir. Peretti'nin söylediği gibi, günümüzde çocuklar, daha sofistike bir bilgi kültürüne katkıda bulunmaya hazırlanmaktadırlar. Halihazırda okullarımız diğerlerinden bilgi edinmeye çalışmayı hala kopya çekmek olarak nitelendirir. Ancak yetişkin hayatlarımızda kendi kendimize işleyemeyeceğimiz bilgileri edinmek için giderek daha fazla diğerlerine tabi olmaktayız. İş yerlerimiz daha ortaklaşa çalışılan yerler haline gelirken siyasi sürecimiz daha merkezsizleşmiştir; giderek daha fazla kolektif zekaya dayalı bilgi kültürlerinde yaşamaktayız. Okullarımız çoğunlukla böyle bilgi topluluklarında yaşamının ve çalışmanın ne anlama geldiğini öğretmez, ama çevrimiçi kültür bunu yapıyor olabilir (Peretti, 2007, s. 196-197).

Söylendiği gibi enformasyon çağındaki ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşümler, gündelik yaşamların ve faaliyetlerin daha fazla çevrimiçi dünyada ya da en azından onunla bağlantılı hale geldikçe daha fazla görünür hale gelmektedir. Bu yeni çağa doğan ve bu kültürle yoğrulan çocukların ve gençlerin, bilgi edinme süreçlerinin ve sosyalleşme biçimlerinin geçmiş nesillere göre çok farklı olacağı söylenebilir. Hatta halihazırda bu çevrimiçi kültürle yetişmiş bir nesil mevcuttur ve bu gençliğin kültürünün dönüşmüş olduğunu şimdiden gözlemlemek mümkündür. Günümüzde bu genç neslin ve kültürel etkileşimlerinin sıklıkla birçok araştırmaya ve analize konu olduğu görülmektedir. Çevrimiçi kültürün yeni nesli, yeni bir gençlik kültürü, dijital bir gençlik kültürü doğurmuştur.

Van Dijk, dijital gençlik kültürünün çeşitli motifleri olduğu belirtmektedir. Ona göre, “dijital yerliler” genç yaşta hayatlarındaki her türlü amaç için yeni medyayı kullanmayı öğrenmiş ve alışmıştır, dijital dünya onların günlük hayatlarıyla tam entegrasyon sağlamıştır. Bu yeni medya çevresinde ağ bireyselleşmesinin bir yansıması olarak, sosyal bağlantılar ve ilişkiler oluşturma kontrolünü edinmişlerdir. Enformasyon ve iletişim yüklenmesi nedeniyle internette dikkat çekme çabaları gereği öz-sunumu bir öncelik haline getirirler. Anonim, bireyselleşen dünyada kendini ifşa etmek, anlamlı ve uzun süreli ilişkiler geliştirmek isteyen gençler, hatta yetişkinler için önemli hale gelmektedir. Kullanıcı tarafından içerik yaratabilme olanağı sayesinde gençler, bu dijital kültürde söz konusu motifleri üretirken diğerleriyle paylaşabilirler. Bu sebeple gençlerin, kültürel dönüşümün itici gücü haline geldiği söylenebilir. Katılımcı kültür, daha üstün ve içerikle ilgili -enformasyon, iletişim ve içerik üretme- bir dizi dijital

becerinin geliştirilmesini gerektirirken, çevrimiçi kültürün dijital yerlileri olan gençlerin bu konuda da başı çektiği görülebilir (2018, s. 312-313).

Katılımcı kültürün, izleyicinin (bu durumda katılımın) kültürel ürünlere ve ifadelere kendi sesini katarak ve daha da önemlisi doğrudan yaratım ile etkileşimi önceleyerek geliştiği ve evrildiği söylenebilir. Katılım, çeşitli alt kültür topluluklarına katılma ve bu topluluklarda sosyal bağlar kurmakla olabildiği gibi, maddi üretimlerle ilerleyen ve bunların yayılmasıyla genişleyen bir süreçtir. Katılımcı kültürün, geçmişte, kültürel metinlerin alternatif metinlere dönüştürüldüğü; hayran kurgularının, müzik kliplerinin, fanzinlerin üretilerek hayran toplulukları arasında yayıldığı bir kültürden, günümüzde çevrimiçi medya üretim biçimleriyle ve bunların toplumsal olarak tabana kadar yayıldığı bir çevrede, katılımın neredeyse sosyal var oluşu tasdiklediği bir kültüre doğru evrildiği gözlemlenebilir. Diğer bir deyişle, çevrimiçi faaliyetlerin katılımcı kültürü de daha ileri taşıdığı hatta katılımı bir sosyal gereklilik haline getirdiği söylenebilir.

Jenkins, 1992’de hayran kültürü ve hayran topluluklarına dair yaptığı çalışmada, medya “fandomu”nun, yirmi beş yıldan fazla bir süredir varlığını sürdüren ve gelişen ve o topluluğa kalıcı ilgi gösteren maddi eserler üreten kalıcı bir kültür olmanın her işaretini verdiği belirtmiştir. Ona göre, hayranlar ürettiklerini kitle kültüründen “kaçırdıkları” malzemelerden saklamaktadır ve bu malzemeler bazen onlar için de sınırlı bir ekonomik kâr kaynağı haline bile gelmiştir. O yıllarda bir yandan çok az hayran sanat eserlerinin satışından, fandomu birincil kişisel gelir kaynağı olarak görmeye yetecek kadar para kazanmaktayken, birçoğu en azından masraflarını karşılayacak ve hayran etkinliklerini finanse edecek kadar kazanmaktadır. Hatta bu maddi durum, hayran kültürünü, popüler bir gelir elde etme ve metinsel kaçak avlanma taktiklerini araştırmak için verimli bir alan haline getirmiştir. Yine de hayranların ürettiği maddi eserlerin, diğer okuma pratiklerinin ürettiği geçici anlamların yalnızca somut izleri olmadığı kabul edilmelidir. Bunları bu şekilde açıklamak, hayran kültür üretiminin yoksullaştırılmış bir anlatımını sunmaktır. Hayran kurguları, ister sanat, şarkı veya şeklinde video olsun; sosyal normlar, estetik kurallar, yorumlama protokolleri, teknolojik kaynaklar ve daha büyük hayran topluluğunun teknik yeterliliği ile şekillenir. Hayranlar, kitle kültüründen ödünç alınmış kalıntılara değil, medyanın sağladığı semiyotik hammaddelerden inşa edilmiş kendi kültürlerine de sahiptir (2005, s. 49-50).

Yeni katılım kültüründe, çevrimiçi topluluklara dahil olmanın ve sosyal ilişkiler kurmanın eskiye nazaran daha düşük eşiklerinin olduğu söylenebilir. Çevrimiçi olanaklar, katılımı ve yaratımı teşvik eder niteliktedir. Öte yandan internetin ilk yıllarından itibaren çevrimiçinin kültürü haline gelen anonimliğin, çevrimiçi topluluklara girişte ve sosyal ilişkiler kurmada farklı etkileri olduğunu eklemek gerekir. Yüz yüze iletişimin zorunlu olmadığı bu çevrimiçi dünyada kimliğin ifşası ve öz-sunum gibi kavramlar konusunda henüz tartışma aşamasında olduğu söylenebilir. Ayrıca internetin küresel boyuttaki genişliği, çok sayıda irili ufaklı çevrimiçi topluluğun varlığını mümkün kılmıştır. Böyle bir sosyal etkileşim ortamında, bir çevrimiçi topluluğa dahil olmanın, o topluluğun diline, kültürel referanslarına hâkim olmayı gerektirdiği gözlemlenebilir. Fakat zamanla, internetin kapalı olmayan ve isteyen herkesin dahil olabileceği türden açık, gözlemlenebilir dünyası sayesinde söz konusu toplulukların kültürel bağlamlarının anlaşılabilirdiği görülmektedir.*

İnsanlar öz-sunumlarının nasıl algılanacağını belirlemeye çalışıp istenen bir izlenim yaratmak için bir sunum geliştirirken, neyin uygun ve beklenen olduğunu değerlendirirler. Başka bir deyişle, insanlar sürekli olarak bağlama göre kendilerini ayarlamaktadır. Kimliğin performansı, sosyal bağlamların aktif yorumlanmasına dayanır. Bir bağlama aşinalık, bir kişinin o bağlamda gezinme -içeride neyin uygun ya da avantajlı olduğunu anlama- yeteneğini artırır ve böylece kişinin içeride sunmaya çalıştığı kişiyle ilgili seçimleri şekillendirir (boyd, 2002, s. 24). Bağlamlar statik arka planlar değildir, ancak bu süreç boyunca sürekli olarak gelişir (Duranti and Goodwin, 1992'den aktaran boyd, 2007, s. 141). Dijital olarak aracılık edilen performans farklı değildir, ancak yenilik ve daha dar etkileşim kanalı, bağlamı yorumlama kapasitemizi etkiler. Dahil olunmak istenen bağlama dair uzun süredir devam eden bir tarih ve bir dizi materyal ipucu olmadığı durumlarda, insanlar toplu olarak normları geliştirir ve performansları ve etkileşimleri yoluyla kökten bağlamsal çerçeveyi oluşturur (boyd, 2007, s. 141).

Çevrimiçi topluluklara dahil olmanın kültürel bağlamları ve referansları anlayabilmek için bu topluluklarla etkileşime girmek ve bu topluluklarda zaman harcamayı, kısacası bunun için bir çaba göstermeyi gerektirdiği söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında, geçmişteki teknolojik olanakların şimdiki kadar açık olmaması sebebiyle

* Katılımcı kültüre yönelik eleştiriler için bakınız: Fuchs, C., (2020). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*.(D. Saraçoğlu, İ. Kalaycı, Çev.) İstanbul: Notabene Yayınları.

olduğu gibi, çevrimiçi kültürde de bu sebepten bireyin önüne çıkan katılım eşiklerinin bulunduğu düşünülebilir. Öte yandan, çevrimiçi olsun ya da olmasın bir topluluğa dahil olmak, topluluğun diğer üyeleriyle kurulan bağın da sağladığı bir destekle katılımı ve üretimi daha da teşvik ettiği de görülmektedir. Bir alt kültüre dahil olmak, etkileşim yoluyla üretim tekniklerinin paylaşımını ve kolektif bir şekilde üretimi beraberinde getirmektedir. Enformasyon çağının teknolojisinin getirdiği ve katılım deneyimini genişleten ve yayan olanaklar yoluyla bu kolektif süreçlerin toplumsal olarak daha yaygın hale geldiği söylenebilir.

Jenkins, yakınlaşma kültürüyle farklı iletişim kanallarının -internet ve televizyonun ya da sinemanın- etkileşime girmesi ve karşılıklı olarak büyümeye başlamasıyla; çeşitli makinelere erişimi olan bireylerin medyayı birlikte tükettiklerini - ve ürettiklerini-, görüş ve bilgilerini bir araya getirdiklerini, ortak çıkarlarını desteklemek için harekete geçtiklerini ve önemli mesajlarla ilginç içeriklerin daha yaygın dolaşımını sağlayarak taban medyası olarak işlev gösterdiğini söylemektedir. Belki de bu sebeple, kişisel medyadan bahsetmek yerine, ister en yerel seviyede yüz yüze, ister internet üzerinden deneyimlensin, toplulukların üyeleri olarak yaşamlarımızın bir parçası haline gelen umumi medyadan bahsetmek daha doğrudur (2019, s. 366). Geçmişte tek kanallı ve tek yönlü bir iletişim sürecine hapsolmuş gibi görünen toplumun dahi çeşitli topluluklar aracılığıyla umumi bir medya üretimine dahil olabildiği düşünüldüğünde, günümüzün çok yönlü ve küresel bir ağda gelişen iletişim sürecinde kolektif olarak üretilen medyanın, katılımcı bir medyanın yükselişinin kaçınılmaz olduğu artık anlaşılabilir gelmektedir. Ticari medya ve büyük ticari oluşumların da bu yeni norma, kolektif olarak üretilen medyaya ve eskiden niş kabul edilene ilgisinin artması doğaldır ki birçok şirketin çevrimiçi teknolojiyi bu alanı değerlendirmek için harekete geçtiği halihazırda görülmektedir.

Dijital iletişimin özel ilgi gruplarını doğrudan birbirine bağlama becerisi ile Amazon gibi, az sayıdaki çok satan üründen değil, nispeten küçük tirajları olan niş ürünlerden daha fazla kazanan ve buradaki değeri fark eden dağıtımçıların gücü birleştiğinde, küçük üreticiler ve küçük izleyiciler birbirlerini daha kolay bulabilir hale gelmiştir. Yerel toplulukların samimi dinamikleri artık ulus ötesi çıkar ağlarına kadar uzanabilmektedir. Çağdaş ağlar, mekâna dayalı bağlılığa odaklanan yerel toplulukların aksine, ezoterik bilgi topluluklarına ve niş kültürel bağlara dayalı dernekleri desteklemektedir. Anime fandomları durumu bu açıdan özellikle önemlidir. İnternet ile

birlikte, Amazon, Netflix, RentAnime gibi ticari sitelerden yapılan dağıtımların yardımıyla Japon animasyonunun denizaşırı izleyicileri nicelik ve çeşitlilik açısından patlama yaşamıştır. Alternatif ve amatör müzik için mikro-fandomların yükselişinde, bloglarda ve daha birçok örneği verilebilecek kullanıcı üretimi ve değiş tokuşunda da benzer dinamikler iş başındadır (Russell vd., 2008, s. 46).

Görüldüğü üzere, ağdaki ticari ilişkiler de çevrimiçi kültürün etkisi altındadır. Çevrimiçi kültür yalnızca katılımcılar/kullanıcılar arasındaki iş birliğini değil, büyük ticari oluşumları da dönüştürmüş ve değiştirmiştir. İşbirliğinin yalnızca katılımcılar arasında değil, katılımcı ve dağıtımcı arasında da kurulduğu söylenebilir. Zira bu oluşumlar, katılımcıları birbiriyle buluşturacak, etkileşimi genişletecek ve artıracak altyapıyı sağlamaktadır. Görünüşte bir kazan-kazan durumu vardır ancak gözden kaçırılmaması gereken, bu durumun kurumsal kontrolü de beraberinde getirmesidir. Çevrimiçi kültür ve piyasa arasında halihazırda bu konuda çeşitli tartışmaların ve çekişmelerin olduğu görülmektedir.

Çevrimiçi ve dijital kültür sadece yeni iş birliği biçimleriyle veya kurumsal kontrolle ilgili değildir ancak bu özellikler merkezi niteliktedir. Aynı zamanda, geniş ve büyüyen bir medya, veri, hesaplama gücü ve iletişim olanakları rezervuarında bulunan bir kişi veya kültürel aktör olmanın ne anlama geldiğinin dönüşümü ile ilgilidir. Bu yönlerden iletişim, en bilinen ve öğrenmesi ile anlaması en kolay boyut olabilir. Buna karşılık, veri tabanlarının, ağ temsillerinin, filtreleme tekniklerinin ve diğer yeni ajans ve kontrol mimarilerinin gücünü anlamak için daha az araç ve modele sahibiz. Bu yeni kapasitelerin, ortak kültürlerimizi, onları anlayışımızı ve bunlar içinde hareket etme kapasitemizi nasıl dönüştürdüğüne dair daha fazla hesaba ihtiyacımız olduğu bir gerçektir (Karaganis, 2007, s. 15).

Çevrimiçi kültürün, dahil olan katılımcılar için ortak bir kültür, ortak bir anlayış ya da dili yarattığını söylemek mümkündür. Küresel düzeyde büyük bir ağın içerisinde elbette birbirinden çok farklı anlayışlar, fikirler gezinmektedir ve etki alanlarını çevrimiçi dünyada artırmaya çalışmaktadır. Öte yandan, çoğunlukla ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin oluşturduğu toplulukların, hayran topluluklarında olduğu gibi etki alanını genişletmekten ziyade paylaşım, katılım ve yaratım odaklı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu türden toplulukların, paylaşım ve yaratım isteğine sahip oldukları için çevrimiçi kültüre hâkim olmanın yanında kendi alt kültürlerini yarattıkları düşünülebilir. Çevrimiçi kültüre hâkimdirler zira bu kültürün kodlarıyla ve etkileşim

biçimleriyle üretimi ve paylaşımı gerçekleştirebilirler. Kendi alt kültürlerini ise çoğunlukla ortak ilgi alanları çerçevesinde oluşturdukları ortak dil ve kültürel referanslarla oluşturmaktadırlar. Bu türden çevrimiçi toplulukların kültürel ilgilerini ve bağlamlarını anlamanın, çevrimiçi ortamın sunduğu olanaklar yoluyla alt kültürlerin oluşumunu anlamak ve böylece çevrimiçi dünyanın yarattığı dönüşümü açıklamak için elimize bir harita vereceği söylenebilir. Kültür gruplarının analizi ise kolay bir süreç değildir.

Williams'ın belirttiği üzere, kültür gruplarının analizinde yöntemsel sorunlar bulunmaktadır. Ona göre, büyük toplumsal grupları analiz etmek için, büyük rakamların anlamlı istatistiksel analizlere olanak tanınması, genellikle örgütlü kurumların ve görece kodlanmış inançların varlığı gibi etkenler avantaj sağlamaktadır. Bu analizler de elbette basit değildir ancak en azından bu makul derecede çürütülemez gerçeklerle başlanabilir. Alt kültür grupları örneğinde ise bahse konu olan insan sayısı çoğunlukla istatistiksel analizler için azdır. İncelenen grubun işlemlerini sağlayan örgütlü kurumların varlığı kesin değildir. Örgütlü kurumu olmayan, grubu birleştiren ilkelerin yazıya dökülmediği durumlarda ortak pratikleri veya ayırt edilebilir değerleri olan bir gruptan söz edilebilir. Bunların analizi ise derinlikli bir araştırma sürecini gerektirir. Zira grubun formüle etmediği şeyler çeşitli formülasyonlara indirgenebilir ancak bunun basitleştirme, belki de yoksullaştırma gibi etkilerinin olması muhtemeldir. Williams'ın söylediği gibi, örgütlü ya da örgütsüz olsun, bu tür grupların kültürel ya da toplumsal anlamından şüphe edilemez. Grup, hareket ya da çeşitli çevreler tarihsel ya da toplumsal analize dahil olmaya değmeyecek kadar küçük, gelip geçici ya da marjinal görünmektedir. Bu grupların kültürlerini nasıl oluşturduğu, geliştirdiği, yani nasıl başardığı, belirsiz ilişkiler içinde oldukları büyük toplumlar hakkında çok şey anlatabilecek kapasiteye sahiptir (2013, s. 175-176).

Bu araştırmada, çevrimiçi kültür içerisinde yer alan alt kültürlerden biri olarak görülen çevrimiçi canlı yayın platformları ve onların toplulukları, kültürel bir nesne olarak analiz edilmeye çalışılacaktır. Williams'ın da söylediği üzere, bu tür kültür gruplarını araştırmak ve bu grupların kültürel dinamiklerini anlamak, ilişkileri karmaşık da olsa, bulundukları topluma dair çok şey anlatabilir. En azından çevrimiçi kültürün geneli ya da günümüzde evrildiği-gelecekte evrilebileceği noktalara dair fikir verebilir. Çevrimiçi canlı yayın platformlarının, çevrimiçi kültür içerisinde de nispeten yeni sayılabilecek bir geçmişe sahip olmalarından ötürü, ilgiyi ve araştırmayı hak ettiği

düşünülmüştür. Elbette canlı yayın platformlarına yönelik son yıllarda yapılan araştırmalar, ortaya konmuş çeşitli veriler mevcuttur. Bu verilere ek olarak, kültürel olarak bu platformları ve topluluklarını anlamanın konuya yeni bakış açıları getirebileceği de unutulmamalıdır.

4. YÖNTEM

Bu bölümde; belirlenen araştırma modeli, veri toplama teknikleri, araştırmacının rolü, katılımcılar açıklanmıştır. Oluşturulan araştırma tasarımı, bu başlıklar altında araştırmanın amacı ile uygunluğu açısından açıklanmaya çalışılmıştır. Bir alt kültürün araştırılması amacıyla yapılan çalışmanın bu niteliğine uygun olacak şekilde, araştırmanın yöntemi nitel araştırma yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırma modeli netnografi olarak belirlenirken, veri toplama teknikleri netnografiye uygun olacak biçimde katılımcı gözlem ve araştırılan topluluğun üyeleriyle yapılandırılmış görüşmeler olarak tasarlanmıştır. Görüşme yapılacak kişiler ise incelenecek olan iki çevrimiçi canlı yayın topluluğunun aktif katılımcılardan belirlenecek on üye olarak seçilmiştir.

Creswell, niteliksel yaklaşımı temelde üç araştırma tekniğine uygun olarak tanımlamıştır: Yapılandırmacı dünya görüşü, etnografik tasarım ve davranış gözlemi. Bu durumda araştırmacı, katılımcıların görüşlerinden bir fenomenin anlamını oluşturmaya çalışır. Bu, kültürü paylaşan bir grubu belirlemek ve zaman içinde ortak davranış kalıplarını (yani etnografi) nasıl geliştirdiğini incelemek anlamına gelir. Bu şekilde veri toplamının temel unsurlarından biri, katılımcıların faaliyetlere katılımları sırasındaki davranışlarını gözlemlemektir. (2014, s. 19). Öte yandan, nitel yaklaşımlar yenilikçi olmaya ve araştırmacı tarafından tasarlanmış çerçeveler içinde daha fazla çalışmaya izin verir (Creswell, 2014, s. 21).

Creswell'in de söylediğine uygun olarak, nitel yaklaşım etnografik temelli kültürel araştırma tasarımları için en uygun yaklaşım olarak görünmektedir. Ayrıca nitel yaklaşıma sahip araştırmalarda, görüşmelerle ve davranış gözlemleriyle elde edilen verilerin genellemeye uygun olmadığını eklemek gerekir. Zira nitel yaklaşıma sahip kültür araştırmaları, deneyimleri gözlenen ve sorulan bir kültürel topluluğun üyelerinden edinilecek verilerin, o kültürü anlamaya çalışmak ve özel olarak bu deneyimlerin neyi ifade ettiğini aktarabilmek için kullanıldığı türden araştırmalardır.

Niteliksel genelleme, nitel araştırmada sınırlı bir şekilde kullanılan bir terimdir, çünkü bu araştırma biçiminin amacı, bulguları incelenen kişiler dışındaki kişilere, sitelere veya yerlere genellemek değildir. Aslında, nitel araştırmanın değeri, belirli bir alan bağlamında geliştirilen belirli tanım ve temalarda yatmaktadır. Genellenebilirlikten ziyade özgüllük, iyi bir nitel araştırmanın ayırt edici özelliğidir (Creswell, 2014, s. 203-204). Araştırma, bir alt kùltür araştırması olarak hedeflendiği işin, etnografi temelli olarak tasarlanmış ve bu sebeple nitel yaklaşım araştırmanın yöntemi olarak belirlenmiştir.

4.1. Araştırma Modeli

Bir alt kùltür çalışması olması amaçlanan araştırmanın modeli netnografi olarak seçilmiştir. Etnografiye dayanan netnografi modelinde, etnografik araştırma çevrimiçi iletişim teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilir. Etnografik araştırma ise, araştırmacının bir sosyal fenomeni ayrıntılı ve nüanslı bir şekilde anlamasını ve ardından kùltürel niteliklerini yakalamasını ve aktarmasını sağlar. Kùltür üyelerinin yaşanmış deneyimlerinin yanı sıra gruplarının yapısının, nasıl çalıştığının ve diğer gruplarla nasıl karşılaştırıldığının temelli bir analizini sağlar. Sosyal uygulamalar dikkatle incelenir ve anlam sistemleri özenle açılır (Kozinets, 2010, s. 55). Araştırmanın amacı gereği, canlı yayın platformları etrafında şekillenen alt kùltürün öğelerinin ortaya çıkarılması ve bu alt kùltürün anlaşılması işin netnografi, çevrimiçi dünyaya yönelik birçok kùltürel araştırmada olduğu gibi en uygun yöntem olarak seçilmiştir.

Netnografi, çevrimiçi saha çalışmasına dayanan katılımcı ve gözleme dayalı araştırmadır. Kùltürel veya toplumsal bir fenomenin etnografik anlayışına ve temsiline ulaşmak işin bilgisayar aracılı iletişimi bir veri kaynağı olarak kullanır. Pratikte olduğu gibi, her etnografi, neredeyse doğal ve organik olarak bir katılımcı gözlem temelinden, röportajlar, tanımlayıcı istatistikler, arşivli veri toplama, genişletilmiş tarihsel vaka analizi, videografi, kolâjlar gibi teknikler, göstergebilimsel analiz gibi diğer unsurları da içerecek şekilde genişler ve bu nedenle, bir dizi başka teknik ile birlikte netnografi de bu teknikleri kullanır. Katılımcı ve gözlemsel yaklaşımların birleşimi etnografik girişimin merkezinde yer alır. Etnografya yapmak, bir kùltür veya topluluğun üyeleriyle sürükleyici, uzun süreli bir ilişki üstlenmek, ardından gerçeķlerini ayrıntılı, incelikli, tarihsel ve kùltürel açıdan temelli yorumlama ve katılımcılarına tanıdık ama dışarıdan

gelenlere yabancı bir sosyal dünyayı derinlemesine açıklama yoluyla anlama ve aktarma çabası anlamına gelir (Kozinets, 2010, s. 60).

Etnografik yöntemlerde, bir kültür araştırılırken, o kültürü etkileyen unsurların anlaşılması için öncelikle alakalı literatür taranmaktadır. Bu araştırmada da Williams'ın kuramı gereği çevrimiçi canlı yayın platformlarının kültürünü kavrayabilmek amacıyla, öncelikle canlı yayın kavramı ve tarihsel gelişimi ve konuya dair araştırmalar taranmıştır. Ardından çevrimiçi kültürün oluşumunun tarihsel, ekonomik ve toplumsal koşullarının anlaşılması amacıyla Castells'in ağ toplumu kuramı ve onun "enformasyon çağı" olarak adlandırdığı döneme geçiş ve bu süreçten günümüze yaşanan ekonomik ve toplumsal değişimler konu edinilmiştir. Literatür taramasında son olarak canlı yayınların çevrimiçi teknolojiler yoluyla sağladığı katılım imkanının, araştırılacak olan alt kültürün oluşmasındaki etkilerinin anlaşılabilmesi amacıyla katılımcı kültür kavramı ve sanal topluluklara dair çalışmalar taranmıştır.

Netnografi, dijital dönüşümün avantajlarına erişim sayesinde çoğunlukla karma (hem nitel hem nicel) araştırma yöntemlerine özgü veri toplama tekniklerine uygun bir yapıya sahip olsa da bu çalışma, araştırmanın amacına uygun olan ve ihtiyaç duyulan verilerin biçimi gereği nitel olarak tasarlanmıştır. Öte yandan kullanılacak veri toplama teknikleri ve verilerin analizi aşamasında nitel araştırmaya uygun bir tasarım izlenecektir. Bu çalışmada yapılacak netnografik araştırma da çevrimiçi canlı yayınlara ve bu yayınlarda bir araya gelen topluluklara ve kültürlerine yönelik genelleme içeren çıkarımları değil, araştırmanın merkezi unsuru olan katılımcı gözlemin getirdiği deneyimleri ve araştırılan özel topluluklardaki belirli üyelerin deneyimlerini anlamak ve aktarmak, bu deneyimlerden elde edilebilecek ön izlenimlerle alana ve gelecek araştırmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırmacının katkısına dair Kozinets, asıl alanın kavramsallaştırılması gerektiğinin altını çizer. Çalışılan şey çevrimiçi metinler değil, insanların, onlara teknolojik olarak aracılık eden çeşitli yollar ile olan etkileşimleridir. Etnograflar yalnızca cisimlerin hareketlerini ve havadaki titreşimleri incelemezler, eylemlerin ve sözlerin anlamlarını da incelerler (2010, s. 113). Araştırma, etnografik araştırmaların bu temel özelliğine uygun olacak biçimde nitel yaklaşımla tasarlanmıştır; bu doğrultuda nitel veri toplama teknikleri ile elde edilen veriler ve bunların yanında araştırmacının katılımcı gözlem yoluyla elde ettiği deneyimleri ve görüşleri nitel veri analizi teknikleriyle incelendiği bir araştırma yapılması planlanmıştır.

Dijital dönüşümle birlikte ortaya çıkan teknoloji dolayısıyla etkileşim kuran çevrimiçi toplulukların ve onların kültürlerinin araştırılmasının, netnografinin doğuşunu zorunlu hale getirdiği söylenebilir. Yüz yüze etnografi modelinin teknoloji dolayımı kültürle uyarlanması ve yeni bir model biçiminde adaptasyonu netnografi ile gerçekleşmiştir. İnternetin ortaya çıkışından itibaren çevrimiçi dünyadaki topluluklar ve kültür, “sanal topluluklar”, “siber kültür” gibi çeşitli biçimlerde kavramlaştırılmış, iletişim ve kültürel çalışmalar alanında oldukça ilgi gören bir araştırma konusu olagelmıştır.

Kozinets netnografinin, yüz yüze etnografiden adaptasyonu için dört kritik farkın öncelikle anlaşılması gerektiğini belirtmektedir. Bu adaptasyona rehberlik edecek bilgisayar aracılı iletişim ve çevrimiçi topluluklar hakkındaki literatürün yakından bir okuması ile bu dört farkı artık tam olarak anlamlandırabilmek mümkündür. Bu farkların birincisi ve belki de en bariz olanı değişimdir. Değiştirme basitçe, etkileşimin doğasının, içinde taşındığı teknolojik ortamın özgül doğası ve kuralları tarafından hem kısıtlanmış hem de özgürleştirilmiş olarak değiştirilmesi anlamına gelir. Çevrimiçi katılımın getirdiği teknolojik değişim, çevrimiçi etkileşimin kültürel dünyaları için yüz yüze etnografik prosedürlerin değiştirilmesi gerekliliğinin temel nedenidir. Sırada, özellikle çevrimiçi etkileşimin ilk yıllarında geçerli olan, ancak bugün hala anlamlı olan, geniş çapta analiz edilmiş bir fark olan anonimlik var. Ortam, mesajları ileteniyi görmeyi zorlaştırmaktadır. Anonimlik ve yakın kuzeni takma ad (isimler yerine takma adların kullanılması), netnografik yaklaşımı yüz yüze etnografi yaklaşımından zorunlu olarak farklı kılar. Pek çok çevrimiçi forumun herkesin katılımına açık olması, yenilenmiş tekniklerimizin barındırması gereken üçüncü önemli farktır. Çevrimiçi gruplardaki katılımcılar genellikle kendilerini ilgi alanlarına, zevklere veya önceden var olan taahhütlere göre sıralanmış çevrimiçi gruplamalara göre düzenleyerek kendi kendini bölümlere ayırabilir. Son olarak, çevrimiçi ortam tarafından kolaylaştırılan konuşmaların ve verilerin otomatik olarak arşivlenmesi vardır. İnternet alanında mevcut sosyal iletişimlerin anında arşivlenmesi, bunu etnografik araştırma yapmak için yüz yüze sosyal etkileşim bağlamından çok farklı bir bağlam haline getirir (2010, s. 68-72). Araştırmanın veri toplama ve veri analizi aşamalarında bu farklar göz önünde bulundurulacaktır.

4.2. Veri Toplama Teknikleri

Netnografi ile modellenmiş araştırmalarda veri toplama aygıtları genellikle arşivlenmiş medya içerikleri, tanımlayıcı istatistikler, görüşmeler, göstergebilimsel analiz için kullanılan görseller, videolar, çevrimiçi site verileridir. Ancak etnografide olduğu gibi netnografide de temel veri toplama aygıtı katılımcı gözlem ile elde edilen saha notlarıdır. Diğer teknikler ve aygıtların katılımcı gözlem notlarının tamamlayıcısıdır. Etnografik araştırmaların değerinin, özellikle katılım kısmında yattığını söylemek mümkündür. Zira katılım olmadan, salt gözlem ile bir kültürü anlamaya çalışmak ya da kültürel kodlar çıkarmanın betimsel analizden ya da içerik analizinden çok farkı olmadığı söylenebilir.

Belirli bir kelimenin geçtiği yerleri saymak veya 'iyi' veya 'harika' gibi terimlerle kaç kez değiştirildiğini not etmek basit bizi hedefimize ulaştırmayacaktır. Etnografik kavrayış olmadan, netnografi öncelikle bir kodlama alıştırması haline gelir. Netnografik rapor da düz ve iki boyutlu hale gelir. Kültürel verileri kodlamak, yaşamaktan, araştırmaktan, hüsrana uğramaktan ve utanmaktan ve bunlar üzerinde derinlemesine düşünmekten birçok yönden çok daha kolaydır. Ancak, kaliteli etnografi standartlarına ayak uydurabilen, derin anlayış ve kalın betimlemelerle dolu netnografiler yazmak istiyorsak, o zaman pusuya yatmak, verileri indirmek ve kenarda otururken analiz etmek kesinlikle seçenek değildir (Kozinets, 2010, s. 75).

Nitel araştırmaların doğasına uygun olarak, netnografik araştırmalarda nitel veriler toplanırken araştırma tasarımını esnetmek mümkündür. Netnografi bu tarz esnemeler için oldukça uygun bir modeldir zira kültürel bir gruba dahil olunup katılımın sağlandığı bu model, araştırma sırasında çeşitli güçlüklerle ya da hesapta olmayan verilerin ortaya çıkmasıyla karşılaşıldığında, veri toplama tekniklerinin çeşitliliğine de sahip olması sebebiyle mevcut duruma uyarlanıp güncellenebilecektir. Nitel araştırmalar aynı zamanda, yalnızca görsel ve metinsel verilerin analizi yoluyla yapıldığı modellerde olduğu gibi katılımı gerektirmeyebilir. Creswell'e göre sürecin diğer ucunda ise veri toplama, bir araştırma sitesini ziyaret etmeyi ve önceden belirlenmiş sorular olmadan bireylerin davranışlarını gözlemlemeyi veya bireyin bir konu hakkında, büyük ölçüde belirli sorular kullanmadan açıkça konuşmasına izin verilen bir görüşme yapmayı içerebilir. Yöntemlerin seçimi, amacın çalışmadan önce toplanacak bilgi türünü belirlemek mi yoksa projedeki katılımcılardan ortaya çıkmasına izin vermek mi olduğuna göre değişir (2014, s. 17). Bu araştırmada ise netnografiye

uygun biçimde katılımcı gözlem ile elde edilen verilerin merkezinde olduğu bir veri toplama süreci yürütülürken, diğer veri toplama aygıtlarının çoğunlukla katılımcılardan ortaya çıkacak biçimde tasarlanması amaçlanmıştır.

Kozinets, netnografik veri toplamanın temelde üç farklı veri türünün yakalanmasını içerdiğini söylemektedir. Bunların ilki arşiv verileridir: Araştırmacının çevrimiçi topluluk üyelerinin önceden var olan bilgisayar aracılı iletişimlerinden doğrudan kopyaladığı veriler, kendisinin doğrudan oluşturma veya yönlendirmeye dahil olmadığı veriler. İkincisi, araştırmacının kişisel ve toplumsal etkileşim yoluyla kültür üyeleriyle birlikte yarattığı verilerdir. Burada araştırmacının gönderileri ve yorumları ile e-posta ve sohbet veya anlık mesajlaşma görüşmeleri, netnografik verileri ortaya çıkarmak için yaygın prosedürler olacaktır. Üçüncüsü, alan notu verileridir; araştırmacının topluluk, üyeleri, etkileşimleri ve anlamları ile araştırmacının kendi katılımı ve üyelik duygusu hakkındaki kendi gözlemleriyle ilgili olarak kaydettiği alan notlarıdır. Veri toplama sürecinde, yansıtıcı veriler genellikle araştırmacının kendi amaçları için ayrılır ve toplulukla paylaşılmaz (2010, s. 98).

Katılımcı gözlem, araştırmada merkezi konumda olduğu için, söz konusu üç veri toplama tekniği içerisinde en dikkat edilmesi gerekenin katılımcı gözlem notları olduğu söylenebilir. Zira bu noktada, gözlem notları yalnızca araştırmacı tarafından oluşturulduğu için inanırılık ve güvenilirlik konusunda soru işaretlerini de uyandırması beklenir. Araştırmacının gözlem notlarının güvenilirliği konusunda dikkat etmesi gereken çeşitli prosedürler halihazırda mevcuttur. Bu saha notlarının taşınması gereken belki de en önemli özellik, yansıtıcı gözlem notları olmasıdır. Araştırmacı, araştırmadaki rolünü, araştırdığı topluluktaki üyelerle ve onlarla olan etkileşimini, topluluktaki edindiği/edineceği konumu notlarında ve analizlerinde net biçimde ortaya koymalıdır. Zira araştırmacının kendi konumunu yadsıyan türden bir netnografik araştırma metni inanılır ve güvenilir olmayacaktır.

Etkileşimlerin birçok netnografik gözlemi halihazırda otomatik olarak yazıya döküldüğü için, yansıtıcı alan-notları, netnografideki gözlemsel alan-notlarından çok daha belirgin hale gelir. Yansıtıcı alan notlarında netnograflar, çevrimiçi oldukları süre boyunca ve çevrimiçi deneyimleriyle ilgili olarak ortaya çıkan alt metinler, bahaneler, olumsuzluklar, koşullar ve kişisel duygularla ilgili kendi gözlemlerini kaydederler. Netnograf, bu yazılı yansımalar aracılığıyla, dışarıdan içeriye doğru yolculuğunu, dilleri, ritüelleri ve uygulamaları öğrenmesinin yanı sıra sosyal bir anlamlar ve kişilikler

ağına katılımını kaydeder. Bu saha notları genellikle çevrimiçi kültürün ne olduğu ve ne yaptığı hakkında önemli içgörüler sağlar. Belirli bir zamanda belirli bir kişi tarafından belirli bir grafiğin, fotoğrafın, mesajın veya gönderinin neden yapıldığını sorarken, buna veri analizinde başvurmak çok yararlıdır. Kültürel eylemlerin daha tipik bir kaydını veya tanımını sunmak yerine, netnografin kültürel eylemlerin ardındaki nedenleri deşifre etmesine yardımcı olurlar (Kozinets, 2010, s. 114). Kozinets'in belirttiği yansıtıcı alan-notları ve gözlem notları, arşivli veriler ve katılımcılardan elde edilecek verilerin yanında daha hassas bir unsur olduğu için, araştırmacının rolünün doğru anlaşılması netnografik araştırmalarda önem arz etmektedir.

4.2.1. Araştırma soruları

Araştırma için katılımcılarla yapılacak olan görüşmelerde sorulacak sorular, oluşturulan kuramsal matris çerçevesinde belirlenmiştir. Çalışmanın dayandırıldığı iki kuram olan Williams'ın kültür kuramı ve Castells'in ağ toplumu kuramı çerçevesinde kuramsal matris oluşturulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1. Kuramsal Matris

Bir Alt Kültür Olarak Çevrimiçi Canlı Yayınlar	Bağlantılılık (Akışlar uzamı)	Eşzamanlılık (Zamansız Zaman)
Çevrimiçi Kültür	Çevrimiçi canlı yayınlar, internet kültüründe bağlantıları artırarak kültürü zenginleştirir.	Çevrimiçi canlı yayınların anlık akışı, internet kültürü ile paraleldir.
Katılımcı Kültür	Bağlantıların çeşitliliği ve çokluğu çevrimiçi canlı yayınlarda kullanıcı katılımını teşvik eder.	Çevrimiçi canlı yayınların eşzamanlı oluşu, kullanıcı katılımını teşvik eder.
Sanal Topluluklar	Çevrimiçi canlı yayınlar bağlantı zenginliği sayesinde sanal toplulukların oluşmasına elverişlidir.	Çevrimiçi canlı yayınların toplulukları, yayınlardaki eşzamanlı iletişimin ötesinde zamansız topluluklardır.

Matrisin ağ toplumu kısmında; ağ toplumunda yaşanan kültürel değişimi açıklayan gerçek sanallık kültürünün iki temel unsuru olan akışlar uzamı ve zamansız zaman kavramları, bağlantılılık ve eşzamanlılık çerçevesinde kullanılmıştır. Kültür kuramı kısmında; Williams'ın kültürel çalışmalar için alt kültür vurgusunda belirttiğine uygun olarak, çevrimiçi canlı yayınların kültürünü etkileyen ve belirleyen çevrimiçi kültür, katılımcı kültür ve sanal topluluklar kavramları kullanılmıştır. Bu doğrultuda

2x3'lük bir matris çıkarılmış ve bu matrsten 6 temel araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir:

1. İnternet kültüründeki farklı kaynaklar arasında canlı yayınların konumu nedir?
2. İnternet kültürü, canlı yayınların anlık akışını nasıl etkiler?
3. Canlı yayınlarda kurduğunuz bağlantılar katılımınızı nasıl etkiler?
4. Canlı yayınların eşzamanlı oluşu katılımınızı nasıl etkiler?
5. Bir canlı yayın topluluğuna nasıl katılırsınız?
6. Canlı yayın topluluğuyla iletişiminiz nasıldır?

Ortaya çıkan bu görüşme soruları kullanılarak, görüşme için belirlenen kişilerle yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

4.3. Araştırmacının Rolü

Netnografik araştırmalarda, çevrimiçi topluluklar arasında çeşitli farklılıklar olmakla birlikte araştırmacının, araştırmayı amaçladığı çevrimiçi gruba ve kültüre katılım süreci oldukça uzun zaman yatırımı gerektirebilir. Etnografik araştırmalarda olduğu gibi netnografide de araştırmayı yürütenin katılım ve gözlemi aylar hatta yıllar alabilmektedir. Bu doğrultuda bu araştırmada da yıllara yayılan bir katılım sürecine girilmiştir. Yaklaşık bir yıl süren katılım öncesi gözlem aşamasının ardından, çevrimiçi canlı yayın topluluklarında, diğer katılımcılar ile görüşmelerin ve diğer veri toplama yöntemlerinin de devreye sokulacağı aşamaya kadar yaklaşık üç yıl süren bir katılım sağlanmıştır. Bu sayede araştırılacak topluluklara dair derin bir anlayış ve kültürel birliktelik araştırmacı ve topluluk üyeleri arasında oluşmuştur. Bu süreçte araştırmacı yalnızca topluluk üyeleriyle etkileşim değil, topluluğun kültürüne katkı da sağlanmış, ayrıca topluluğun kültüründen araştırmacının kendisi de günlük yaşam pratiklerine etki edecek biçimde etkilenmiştir. Zira düzenli olarak yayınlar takip edilmiş, kültüre adapte olunmuş ve topluluk üyeleriyle birebir ve toplu iletişimin de ötesinde birçok etkinlik yapılmıştır.

Kozinets, netnografik araştırmalarda araştırmacının genel olarak aktif katılım sağlaması gerektiğini ve diğer topluluk üyeleri tarafından görülebilir olması gerektiğini söylemektedir. Araştırmacı, tercihen topluma ve üyelerine katkı sağlayacaktır. Her netnografik araştırmacının her tür topluluk etkinliğine dahil olması gerekmez. Ancak her netnografik araştırmacının bazı topluluk faaliyetlerine dahil olması gerekir. Bir netnograf muhtemelen topluluğa liderlik etmek istemez ama görünmez de olmamalıdır.

Çevrimiçi ve ilgili çevrimdışı topluluklarda, mesajları düzenli olarak ve gerçek zamanlı olarak okumaktan (aramak ve otomatik olarak kodlanmak üzere toplu olarak indirmek yerine), bağlantıları takip etmeye, derecelendirmeye, diğer üyelere e-posta veya diğer bire bir iletişim yoluyla yanıt vermeye, kısa yorumlar sunmak, uzun yorumlar sunmak, topluluk etkinliklerine katılmak ve katkıda bulunmak, topluluğun bir organizatörü, uzmanı veya tanınmış sesi olmaya kadar uzanan bir yelpazede uğraş ve katılım biçimleri vardır (2010, s. 96).

Görüldüğü üzere böyle geniş bir yelpazede katılım biçimlerini barındıran netnografik araştırmada, katılımcı gözlemle başlayan ve bu gözlemlerden edinilen saha notları veri olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, veri toplama süreci ile veri analizinin birbiriyle iç içe olduğu söylenebilir. Zira araştırmacı, katılım süreci boyunca gerçekleşen olaylara, topluluk üyeleriyle etkileşimlerine göre “sahadaki” deneyimleriyle hareket ederek analizini yönlendirmeye başlayabilir. Netnografinin esnekliğinin de buradan kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Netnografide veri toplama, veri analizinden ayrı olarak gerçekleşmez, iç içedirler. Veriler arşivsel etkileşimlere ait olsa bile, veri toplama sırasında netnografin görevi, bu bilgileri bağlamı ortadan kaldıracak ve kültür üyelerini veya onların uygulamalarını genel, belirlenmemiş, evrenselleştirilmiş bir tarzda sunacak bir yolla toplamaktan ziyade, bu etkileşimlerde temsil edilen insanları, içine gömüldükleri çevrimiçi toplumsal ve kültürel bağlamdan anlamak için mücadele etmektir. Bir topluluğa katılma eylemi, daha sonraki veri analizinin doğasını değiştirir. Etnografi ve netnografiyi içerik analizi veya sosyal ağ analizi gibi tekniklerden tamamen farklı kılan da budur. Bir içerik analisti çevrimiçi toplulukların arşivlerini tarar, ancak kültürel bilgileri için onları derinlemesine okumaz, onlar üzerinde kafa yormaz ve onlardan bu toplulukta nasıl yaşayacağını ve kendisini bir topluluk üyesi olarak nasıl tanımlayacağını öğrenmeye çalışmaz. Bu netnografin görevidir (Kozinets, 2010, s. 95-96).

Çeşitli netnografi örneklerinde görüldüğü üzere, araştırmacının katılımcı gözlem sırasında aldığı alan notlarını yansıtıcı biçimde ortaya koyması elzemdir. Zira çevrimiçi de topluluklara girmek ve onların kültürlerini paylaşmak, yalnızca topluluklar üyelerini etkilemek değil, aynı zamanda topluluğun kültürünün de araştırmacıyı etkilemesi anlamına gelmektedir. Kozinets’in kendi yaptığı çevrimiçi kahve kültürü netnografisi için bunu yansıttığı görülmektedir. Kozinets, söz konusu kültüre dahil olmasının kendi günlük alışkanlıklarını, insan ilişkilerini, arkadaşları hatta ailesiyle olan ilişkilerini,

kısacası tüm sosyal deneyimini nasıl etkilediğini anlatır. Bu doğrultuda, araştırdığı topluluğun kendi deneyimi üzerindeki etkisinin de alan notlarının yansıtıcı olabilmesi için gerekli materyal olduğunu belirtir (2010, s. 115).

Bu çalışmada, Kozinets'in deneyimine benzer olarak araştırmacı, dahil olduğu çevrimiçi canlı yayın topluluklarında katılım sağladığı dört yıllık süreçte yalnızca onların kültürlerine uyum sağlamakla kalmamış; birçok üye ile birebir iletişim kurmuş, yeni arkadaşlar edinmiş, topluluk etkinliklerinde aktif rol almış, ortak ilgi alanlarına sahip üyelerle toplu sohbetlere katılmış ve hatta Kozinets'e benzer şekilde arkadaşlarıyla, sosyal çevresiyle olan ilişkileri ve tüm sosyal deneyimi değişmiştir. Araştırmanın inanırlığı ve güvenirliliği konusunda gözlemlerinin doğru aktarılması açısından bu katılım sürecinin araştırmacı üzerindeki etkisi de yansıtıcı biçimde veri analizi aşamasında katılımcı gözlem notlarında ortaya konulmuştur.

4.4. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları, araştırmacının dahil olduğu ve katılımcı gözlemde bulunduğu çevrimiçi canlı yayın kanallarının izleyicileri arasından belirlenecektir. Nitel araştırma yöntemi gereği yapılacak görüşmeler için belirlenecek olan katılımcıların belirli ön koşulları sağlamaları gerekmektedir. Kozinets'in netnografik araştırma için söylediği üzere, katılımcılar belirlenirken belirli sorulara araştırmacının verebileceği cevaplar doğrultusunda söz konusu ön koşullar belirlenecektir. Seçimler daraltılırken, çevrimiçi topluluk veya topluluklarla ilgili çalışmalara devam edilirken, bu sorulara göre en uygun katılımcılar belirlenecek ve görüşmeler bu doğrultuda gerçekleştirilecektir: “En katılımcı üyeler kimlerdir? Liderler kim gibi görünüyor? Mesaj gönderenlerin ve yorum yapanların özellikleri (demografik özellikler, ilgi alanları, görüşler, değerler) hakkında neler söylenebilir?” (Kozinets, 2010, s. 90).

Katılımcı gözlem sürecinde dahil olunan çevrimiçi canlı yayınlar ve toplulukları, Mert Günhan Youtube kanalı ve kanalın Wired isimli topluluğu, Bizarbaba takma adıyla Anıl Çelik'in Twitch kanalı ve Bizarkent isimli topluluğu olmuştur. Bu kanalların toplulukları içerisinde, yukarıda belirtilen sorulara göre en fazla katılımı ve katkıyı sağlayan katılımcılar arasından görüşmeciler seçilmiştir. Ön koşul olarak ise dahil olduğu topluluğun yayın kanalına bir sene ve üzeri süreyle ücretli katılım da sağlamış olması belirlenmiştir. Görüşmelere ilişkin bilgiler, görüşmecilerin canlı yayın

kanallarında kullandıkları takma adlar kullanılarak aşağıdaki tabloda verilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. *Veri Toplama Görüşmelerine İlişkin Bilgiler*

Takma ad	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi (Dk:Sn)
Lyimand	18 Aralık 2023	18:19
Ghusen	22 Aralık 2023	10:31
Alpercamus	23 Aralık 2023	24:04
Giganticyufka	24 Aralık 2023	15:08
Jelly	26 Aralık 2023	34:41
Skyberk666	26 Aralık 2023	05:14
Lakersbk	30 Aralık 2023	11:40
Spuk	21 Ocak 2024	08:12
Twinkletoes	23 Ocak 2024	11:28
Nedimbenoit	1 Mart 2024	08:89

4.5. Verilerin Analizi

Netnografiye dayalı olarak tasarlanan bu araştırmada veri kaynakları, katılımcı gözlem notları ve yapılan görüşmelerdir. Bu veri kaynaklarından elde edilen veri setlerinin analizi, tematik analize uygun biçimde gerçekleştirilmiştir. Tematik analiz, nitel verilerin veri seti içerisindeki önemli kavramları yakalayacak şekilde bölümlere ayrıldığı, kategorize edildiği, özetlendiği ve yeniden yapılandırıldığı bir analiz türüdür (Given, 2008, s. 867). Tematik analiz için araştırmada öncelikle elde edilen veri setleri tematik olarak kodlanmış ve bu kodların işaret ettiği kategoriler oluşturulmuştur. Hedeflenen analiz, belirlenen bu kodların ve kategorilerin yorumlanması yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Tematik kodlama, verileri genel düzeyde açıklayabilecek kategorilerin bulunması amacıyla gerçekleştirilir. Temaların bulunması için ise öncelikle verilerden elde edilen kodlar bir araya getirilir ve incelenir. Ardından kodlar arasındaki ortak yönler bulunarak kategoriler elde edilir. Ortaya çıkan kategoriler araştırmada açısından anlamlı genel olgular işaret ederler. Bu kategorilere ulaşmak için öncelikle kodların belirlenmesi ve kodlar arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların saptanması gerekmektedir zira verileri düzenlemek ve aralarında anlamlı ilişkiler kurmak mümkün olmayabilir.

Kategorizasyon, benzer kodların aralarında anlamlı ilişkiler kurulması sonucu oluşmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 254-255).

Tematik analiz ise öncelikle nitel bir veri setinde deneyim örüntülerinin araştırılmasını kolaylaştıran betimleyici bir stratejidir; tematik analizin ürünü, bu örüntülerin ve onları birleştiren kapsayıcı tasarımın bir açıklamasıdır (Given, 2008, s. 867). Tematik analizin özellikle veri setinin büyük olduğu araştırmalar için sistemli ve ayrıntılı biçimde gerçekleştirilebilmesi için bilgisayarlı analiz araçlarından faydalanılması, elde analize nazaran daha doğru sonuçları ortaya çıkaracaktır. Bilgisayarlı analiz için ise NVIVO programından yararlanılmıştır.

Katılımcılardan elde edilen görüşme ses kaydı verilerinin dökümü ve kodlanması araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş, ses kaydından metne dökülen veriler NVIVO programına aktarılmıştır. Görüşme verilerinin yanında, yaklaşık dört yıllık bir süreci kapsayan araştırmacının katılımcı gözlem notları da bu veri setine eklenmiş ve analize dahil edilmiştir. Tematik analize uygun biçimde, elde edilen veri setleri NVIVO aracılığıyla analiz edilmiş ve verilerdeki ortak temalar ve kodlar bu şekilde belirlenmiştir.

4.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Nitel araştırmaların geçerliliği ve güvenirliliği, araştırmanın inandırıcılığı için en önemli iki ölçüt olarak kabul edilmektedir. Yıldırım ve Şimşek'in ifade ettiği üzere, nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenirlilik araştırmacının araştırdığı olguyu olduğu gibi ve olabildiğince yansız biçimde gözlemesiyle bağlantılıdır. İç geçerlilik/güvenirlilik ve dış geçerlilik/güvenirlilik olarak bilimsel araştırmalara ölçüt olan iki kavramla açıklanmaktadır. Örneğin dış güvenirlilik, çoğunlukla araştırmanın genellenebilirliği ve sonuçların başka örneklerde de tekrar edebilirliğiyle açıklanan bir özelliktir. Oysa nitel araştırmaların temel ilkelerinden olan gerçeklerin bireylere ve içinde bulunulan ortama göre sürekli bir değişme içerisinde olduğu ve araştırmanın benzer gruplarda tekrarlanmasının aynı sonuçları doğurmayacağını kabulüne dayanmaktadır. İnsan davranışının karmaşık ve değişken, durağan olmayan bir özelliği olduğunun kabul edilerek nitel araştırmaya yaklaşılması gerekir. Sosyal olaylar ve durumlarla ilgili bir araştırmanın aynen tekrarı mümkün değildir. Bu açıdan bakıldığında dış güvenirlilik nitel araştırmanın temel ilkeleriyle çelişmektedir (2021, s. 285).

Bu araştırma, netnografi modeliyle tasarlandığı için araştırılan topluluk üyeleriyle yapılan görüşmeler dışında katılımcı gözlemle elde edilen verilere de dayanmaktadır. O nedenle araştırmacının rolü önceden açıklanmıştır. Bu verilerin geçerliliğini sağlayacak iç geçerlilik ölçütlerini araştırmacı şu sorulara yanıt vererek sağlar (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 283):

- Araştırma bulguları, verilerin elde edildiği ortam dikkate alındığında anlamlı mıdır ve bu ortama bağlı olarak tanımlanmış mıdır?

- Bulgular kendi içinde tutarlı ve anlamlı mıdır? Ortaya çıkan kavramlar anlamlı bir bütün oluşturuyor mu?

- Araştırmada elde edilen bulgular, farklı veri kaynakları, farklı veri toplama yöntemleri ve farklı analiz stratejileri kullanılarak teyit edilmiş midir? Farklı kaynaklara, yöntemlere ve stratejilere göre elde edilen bulgular anlamlı bir bütün oluşturuyor mu?

- Elde edilen bulgular, daha önce oluşturulan kavramsal çerçeve veya kuramla uyumlu mudur? Bu çerçeve veri toplamada rehber olmuş mudur?

- Bulguları teyit etmede kullanılan kurallar, stratejiler var mı? Bu stratejiler uygun bir biçimde kullanılmış mıdır?

- Açık olmayan olgular ya da olaylar belirlenmiş midir?

- Bulguları açıklama da alternatif yaklaşımlar kullanılmış mıdır?

- Bulgular araştırmaya katılan bireyler tarafından gerçekçi bulunmuş mudur?

Yıldırım ve Şimşek'e göre iç geçerliliğe ek olarak, her ne kadar dış geçerlilik çoğunlukla nicel araştırmalara uygulanan ölçütleri kapsasa da dış geçerlilik için cevaplanmasını önerdiği sorular ise şöyledir (2021, s. 284):

- Araştırma örnekleminin, ortamının ve süreçlerinin özellikleri başka örneklemlemlerle karşılaştırma tapabilecek düzeyde ayrıntılı olarak tanımlanmış mıdır?

- Araştırma raporu genelleme konusunda olası engelleri tartışıyor mu? Örneklemin, ortamın ve kavramsal çerçevenin seçimi ve bu öğelerin genelleme açısından ortaya çıkardığı sınırlayıcı etkenler tartışılıyor mu?

- Örneklem genellemeye izin verecek ölçüde çeşitlendirilmiş midir?

- Araştırma, olası genellemelere olanak verecek şekilde kapsamlı tanımlamalara yer veriyor mu?

- Okuyucu araştırma sonuçlarını kendi deneyimleriyle ilişkilendirebiliyor mu?

- Araştırma sonuçları, araştırma sorusu ile ilgili kuramlarla tutarlı mıdır?

- Araştırma, bulguların başka araştırmalarda test edilebilmesi için gerekli açılımları yapmış mıdır?

- Araştırma bulguları benzer ortamlarda kolaylıkla test edilebilir mi?

Bu araştırma kapsamında bu geçerlilik ölçütlerini sağlamak için alınan önlemler ise şunlardır:

- Araştırmanın bulguları, verilerin elde edildiği ortama bağımlı bir şekilde verilerin analizinden elde edilmiş ve verilerin elde edildiği ortam ve kaynakları açık bir şekilde tanımlanmıştır.

- Araştırma kapsamında elde edilen veriler ve verilerden elde edilen bulgular, araştırmanın kuramsal çerçevesiyle bağdaştırılmıştır.

- Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, araştırma kapsamında hem kuramsal çerçeve ile, hem de alanyazın ile ilişkilendirilmiştir.

- Araştırmaya dahil edilen katılımcıların kim oldukları ve neden tercih edildikleri yöntemde açıklanmıştır.

Ayrıca yine söz konusu ölçütler göz önünde bulundurularak geçerliliğin yanında araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için kullanılan yöntemler ise şöyle sıralanabilir:

- Araştırmacı, araştırma kapsamında atılan adımları ve bu adımlar esnasında kendi rolünü açıklamış, verilerin toplanması, incelenmesi ve yorumlanmasındaki rollerini ifade etmiştir.

- Araştırmada veri kaynağı olan bireyler, araştırmanın çeşitli bölümlerinde tanımlanmıştır.

- Araştırma kapsamında sosyal ortam sayılabilecek veri toplama süreci açıklanmıştır.

- Verilerin analizinde kullanılan kuramsal çerçeve, açık bir şekilde ifade edilmiştir.

- Veri toplama ve analiz yöntemleri açıklanmıştır.

- Elde edilen veriler, araştırma kapsamında veri bütünlüğünü bozmayacak şekilde sunulmaktadır.

4.7. Etik Bildirim

Araştırmanın yöntemi gereği yapılacak görüşmeler için Anadolu Üniversitesi Yayın Etiği Kurulu'na başvurulmuş ve gerekli onay alınmıştır. Kuruldan 31.10.2023 tarihinde alınan ve 630282 protokol numarasına sahip onayı gösteren karar belgesi ekler

bölümünde (Ek-1) yer almaktadır. Aynı zamanda görüşmecilere verilen görüşmeci katılım formu ile görüşme soruları da ekler kısmındadır (Ek-2 ve Ek-3).

5. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırma kapsamında çevrimiçi canlı yayın kültürünün öğelerini tespit etmek amacıyla Williams'ın kültürel çalışmalar için alt kültür vurgusuna dayanarak çevrimiçi kültür, katılımcı kültür, sanal topluluklar kavramları ve Castells'in Ağ Toplumu Kuramı'nda kültürel değişimi açıkladığı gerçek sanallık kültürü kavramı bağlamında bir kuramsal matris oluşturulmuştur. Bu matris çerçevesinde belirlenen araştırma soruları, araştırma modeli olan netnografi kapsamında katılımcı gözleme tabii tutulan iki çevrimiçi canlı yayın topluluğunun üyelerine sorulmuştur. Aynı zamanda netnografi araştırma modelinin temel veri toplama tekniği olan katılımcı gözlem bağlamında, yaklaşık dört sene süren katılım ve gözlemler sonucu saha notları çıkarılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde sahadan toplanan veriler ve yapılan görüşmelerin NVIVO 14 programı yardımıyla tematik analiz çerçevesinde incelenmesi sonucu elde edilen bulgulara ve yorumlara yer verilecektir.

Toplanan veriler tematik analize uygun olarak kodlanmış ve kategorize edilmiş, bu kodlamalar sonucunda 6 ana kategori belirlenmiştir. Bunlar;

- Topluluğa dahil olma ve katılım,
- İzleyici-yayınıcı etkileşimi ve bağları,
- İletişimin karmaşıklığı ve zorlukları,
- Çevrimiçi kültürün ve “meme”lerin* rolü,
- Ortak dil,
- Topluluk dayanışmasıdır.

Bu kategorilerden topluluğa dahil olma ve katılım, iletişim karmaşıklığı ve zorlukları, çevrimiçi kültürün ve “meme”lerin rolü kategorilerinde 2, izleyici-yayınıcı etkileşimi ve bağları kategorisinde ise 3 adet alt kod belirlenmiştir. Ortak dil kategorisinin alt kodu bulunmamaktadır. Topluluk dayanışması kategorisi yalnızca katılımcı gözlem sonucu elde edilen verilerle ortaya çıkmış olup herhangi bir alt koda sahip değildir. Elde edilen verilerin analizi ve yorumlanması bu 6 başlık altında yapılacaktır.

* Çoğunlukla çevrimiçi kültüre ait, sıklıkla tekrar eden davranış örüntülerini ve durumları anlatan; görsel, video, metin şeklinde yayılan ifade biçimleri.

5.1. Topluluğa Dahil Olma ve Katılım

Topluluğa dahil olma ve katılım, katılımcılarla yapılan görüşmelerde ve katılımcı gözlem notlarında en fazla referansa sahip kategori olmuştur. Katılımcı gözlem notları ve yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin tematik analize uygun olarak incelenmesi sonucu, bu ana kategoriye bağlı olarak 2 alt kod belirlenmiştir. Bunlar; canlı yayınlar aracılığıyla insanların bir araya gelmesi ve izleyiciler arasında etkileşim ve bağlantıdır.

Çevrimiçi canlı yayınlar aracılığıyla toplulukların oluşmasına ve katılıma dair veriler çoğunlukla “Canlı yayın topluluğuna nasıl katıldınız?” sorusuna verilen cevaplarda görülmektedir. Bunlara örnekler şu şekildedir:

Giganticyufka: Chat odaları aslında. Çoğunlukla Discord. Çünkü chat’te insanları görüyorsun, Discord’a da katılıyorsun. Aynı insanlar orada da var, benzer şeyi 7/24 devam ettiriyorlar. Yayın olmasa bile onları orada görüyorsun. O toplulukta olmak istiyorsun, onlarla beraber yaşamak istiyorsun, aynı kahveye gitmek istiyorsun. Yani bir gruplaşma, topluluklaşma oluyor.

Jelly: Çünkü orada bayağı insan da tanıdım yani, hala ara ara işte bana yazanlar oluyor. Yazışıyoruz, konuşuyoruz. Nispeten benim yaşıma yakın insanlarla da tanıştığım için benim burada kalmama yardımcı oldu. Benim ilgi alanlarımla ilgilenen, benim yaş grubumdaki insanlar, benim eğlendiğim şeylerle eğleniyorlar, benim beğendiğim şeyleri beğeniyorlar. Böyle olduğu için Wired’a girdim. Biraz oradan oraya atlamış gibi oldum ama işte internet böyle bir şey ya hani... Bizim sevdiğimiz şeyleri sevdiği için, aynı köklerden geldiğimiz için onu izliyoruz zaten.

Lakersbk: Wired kurulduğunda da Discord’da konuşulmaya başlandı. Evdeyken boş zamanımda yemek kanalına bakıyordum, orada bir şeyler yazıp çiziyordum. Yemekle ilgili ortak, güzel şeyler yazdık ettik. Onun dışında da genelde yayınla ilgili, yayıncılıkla ilgili, oyunlarla ilgili konuşuyorduk. Daha sonra sesli kanallar geldi. Sesli kanallarda gece toplanmaları vardı. Böyle kitleler halinde diyeyim. Gece toplanıyorduk, gelişine sohbet oluyordu, oyun oynanıyordu. Topluluğa katılımım öyle oldu yani; yazalım, çizelim, insanlarla bir şeyler paylaşalım tarzı.

Lyimand: Komünitenin bir bölümüyle, chat’e sürekli gelen insanlarla chat dışında da, yayın yokken de günümü geçirmeye başladım. Onlarla arkadaş oldum. Daha sonra oyunu bıraktıktan sonra bile orada kalmaya devam ettiğimiz için, bir arkadaş

grubu olarak chat'te bulunduk. Böyle topluluklarda genelde sana birileri güveniyorsa başkaları da daha az kötü gözle bakmaya başlıyor, daha az saldırgan olmaya başlıyor. Biraz öyle gerçekleşti diye düşünüyorum. Başka insanlarla iletişim kurduğum sürece hiçbir sorun yaşamadığım insanlar benimle konuşmaya devam ediyorlardı, yayıncı da chat'teki insanlar da.

Spuk: Discord'da "pixel place" diye bir etkinlik vardı. Orada paylaşım yapı yapı sunucuda bir bilinirliğim oldu.

Alpercamus: Artık bir şeyler izleyerek dahil olmaya çalışıyoruz, bir şeylerin parçası olmaya çalışıyoruz. Bende açıkçası böyle oluştu. Çok ilgini çekeceğine inandığım bir ortama dahil olduğumu hissettim. Dışarıda bir insanla tesadüfen tanışıp konuşup, aslında onun ne kadar da seninle ortak bir dünya görüşü olduğunu fark etmek gibi bir şey geliyor bana. O an, orada canlı yayın yapan biri var, bir topluluk var ve sana hitap ediyor (...) Ben Twitch platformunu 10 yıldan uzun süredir kullanıyorum aktif olarak ve ben bu kadar güzel, eğlenceli, bir yandan entelektüel konulara da değinen bir canlı yayın kanalına katılmamıştım daha önce. Çok az örnek vardı benim için. Beni böyle etkilemişti.

Ghusen: Şu an mesela örnek veriyorum 300 kişi izliyor, 10 kişi yazıyor ya hani, ben de o 300 kişinin içindeydim. Çok fazla katılmıyordum. İlk önce şeye baktım; bu yayıncı nasıl, chat'i nasıl, kalitesi nasıl bu durumun? Bir havayı korkmayalım girmeden önce diye düşünüyordum. Birkaç ay geçti, baktım artık benim sevdiğim oyunlar oynanmaya başladı, sevdiğim konular konuşulmaya başladı. Dedim yazayım. Yazdım ve oradan başladım. Yani benim ilgimi çeken şeyler beni tetikleyici bir etki gösterdi. O yüzden katıldım ve artık aktife döndüm kısacası.

Görüldüğü üzere görüşmecilerin topluluğa dahil olması, katılım göstermeleriyle doğrudan ilişkilidir. **Çevrimiçi canlı yayınların topluluklarına dahil olmak, sohbet akışına ve yayına katılım göstermekle gerçekleştiği gibi aynı zamanda yayın dışında da devam eden topluluk aktivitelerine ve sohbetlerine dahil olmakla gerçekleşmektedir. Katılım ve etkileşim arttıkça topluluk içerisinde tanınırlık da artmaktadır.** Söz konusu katılımı sağlayanın da çoğunlukla ortak ilgiler ve meraklar olduğu görülmektedir. Araştırma için gerçekleştirilen katılımcı gözlem sırasında alınan saha notlarının da bunu doğruladığı görülebilir. Bu saha notlarından bazı örnekler şu şekildedir:

“Moderatörleri ve aktif üyeleri etiketleyerek onların sohbetlerine dahil oldum. Bu sayede topluluk beni aralarına kabul etmeye başladı. Rol yapmıyorum, sohbetlere kendim olarak dahil oluyorum. Bu aktifliğim yayıncı tarafından da fark edildi ve artık adımla hitap ederek yazdıklarına yanıtlar vermeye başladı.”

“Kanalın Discord sunucusuna girdim ve belirli yazışma kanallarında -oyun, genel sohbet, art, dizi, film, edebiyat- sohbetlere dahil oldum. Özellikle oyun konusunda benzer zevklere sahip insanlarla daha sık iletişim kurmaya başladık. Yayın dışı sohbetlerimize Discord sunucusunda devam ediyoruz. Bu yazışmalı sohbetler bir noktada sesli sohbet açıp birlikte oyun oynamalara dönüştü. Sadece oyun değil, ekran paylaşımı yoluyla, birlikte videolar, filmler izlemeye başlandı. Bazı topluluk sakinlerine, benim aktif olarak oynadığım, kendilerinin de oynamaya başlamak istedikleri fakat hakkında fazla bilgi sahibi olmadıkları çok oyunculu çevrimiçi bir oyun için rehberlik ettim. Öte yandan bu sesli sohbetlerde birlikte izleyebileceğimiz filmler, diziler, videolar konusunda öneriler veriyor, birlikte kültürel tüketim için topluluk üyelerini teşvik ediyorum. Bu arada birlikte yapılan bu aktiviteler sayesinde benim alışkanlıklarım da değişmeye başladı. Normalde kendim izlemeyeceğim şeyleri onlarla birlikte izliyorum. Topluluğa katılmadan önce tüketmediğim içerikleri, onların ilgisini çekebilir diyerek keşfedip onlarla paylaşmaya başladım.”

“Wired’den tanıdığım insanlar da Bizarbaba’nın topluluğu olan Bizarkent’te aktif oldukları için bu kanala ve yayınlarına uyum sağlamam daha kolay oldu. Sohbet kuralları da Günhan’ın kanalıyla benzer olduğundan -cinsiyetçilik, ırkçılık gibi negatif paylaşımların ve mesajların yasak olması gibi- burası da aynı şekilde güvenli bir sohbet ortamı sunuyor benim için.”

Ortak ilgilerin ve merakların katılımı ve topluluğa dahil olmayı teşvik etmesine ek olarak **güvenli bir ortamda olduğunu hissetmenin ve topluluk üyelerini kendine benzer bulmanın da dahiliyeti güçlendirdiği görülmektedir. Benzerlik, hem akranlık olarak hem de ortak deneyimlere sahip olmak ile açıklanabilmektedir.** Buna örnek olarak görüşmecilerden bazı yorumlar şöyledir:

Giganticyufka: Bizarkent’te de görüyorum, benzerlerim, yaş grubum orada yani. Bir akranlık, bir anıdaşlık arıyorsun. Eminim mesela Bizarkentlilerin yüzde

sekseninin benzer şeyleri yaşadığına. Çok geniş bir yelpazesi var canlı yayınların. Küçük küçük topluluklar, ufak şeylerde birleşmişler; mesela beraber “3d print” yapıyorlar, birisi zımparalardan bahsediyor. Ufacık tutkalın bile “nerd”lüğü yapılabiliyor yani.

Jelly: Mesela Twitch chat’inde bilmediğin insanlar varsa,-“gerçek” sosyal bir ortam gibi- daha yabancı bir ortamda daha temkinli davranıyorsun, daha itidalli davranıyorsun; nispeten daha kibar, daha sınırları koruyan bir şekilde. Ama mesela seni tanıyan bir insan varsa daha rahatça şakalar yapabiliyorsun veya ortamı koklayabiliyorsan, daha önce kendini tanıtmışsan, onlar da seni tanımışsa veya çevreden tanıdığın insanlar, seni anlayabileceğini düşündüğün insanlar varsa çok daha rahat davranıyorsun. Mikro bir sosyo-çevre gibi düşünebiliriz. Çok tanıdığım insanların olduğu, daha sık iletişim kurduğum insanların olduğu bir ortamda çok daha rahat davranırım tabii ki.

Lyimand: Bu tür niş komünitelerde, Bizarkent komünitesinde çoğu insanın zaten orda olma sebebi genellikle gerçek hayatlarında çektikleri yalnızlıklar oluyor. Bir çoğumuz yalnızız ve bir noktadan sonra şeyi fark etmeye başlıyorsun; yalnız hissetmenin en azaldığı nokta yayınların olduğu zaman, insanlarla konuştuğun zaman. Yayın olmadığında komünitenin Discord’una girdiğin zaman, bir an önce yayın açılsın, o gün yayın olsun isteyen tek kişinin sen olmadığını fark ediyorsun. Başkaları da aynı şeyi istiyor.

Twinkletoes: Benim gibi diğer izleyicilerle de, belli bir komünitenin parçası olabiliyoruz. Ama bu bütünlük internetin diğer unsurlarında yok. Başka türlü içeriklerde bu yok. Canlı yayınlar o yüzden benim için daha önemli.

Alpercamus: Çok kısıtlı sayıda insan var çevremizde. Bizim gibi düşünen, düşünmeyen ya da bize alternatif düşünceler katabilen çok az şey var elimizde. Canlı yayın platformları da bana açıkçası kendimi iyi hissettiren, beni birçok konuda deşarj eden ya da tamamen farklı bir şey düşünüp tamamen farklı bir konuda bir edinim kazanmak istediğimde açıkçası sığındığım bir noktaya dönüştü bir yerden sonra.

Skyberk666: Sonuçta Youtube’da bir video izlemekten çok daha fazlasını hissettiriyor. Sanki gelmişsin de insanlarla iki laflayıp takılıyormuşsun gibi de hissettiriyor. Hem bir içerik tüketiyorsun hem de sosyalleşme durumu da var. Bir sosyal ortamın içine de girmiş oluyorsun aynı zamanda.

Çevrimiçi canlı yayın topluluğuna dahil olmanın ve katılım göstermenin benzer insanlarla bir araya gelme motivasyonu ile gerçekleşmesi, aynı zamanda bu yayınlar aracılığıyla sosyalleşmenin bir yöntemi olarak okunabilir. **Sosyalleşme ihtiyacını gidermesi açısından, canlı yayın topluluklarının çevrimiçi kültür içerisinde bir işlev sunduğu söylenebilir.** Yukarıdaki örneklerde de görüleceği gibi, kültürel paylaşım/alışveriş de ayrıca bu sosyalleşmenin bir işlevidir. Görüşmelerden kültürel paylaşım ile alakalı elde edilen diğer verilere ise şunlardır:

Giganticyufka: Ama Discord sunucusunda “dert” kanalı var mesela, orada insanların yazdıklarını görüp ara ara mesaj attığım oluyor tabii. Biz de geçtik o yollardan gibi... Onun dışında çocukken oyuncu kartları toplayıp birbirine gösterirsin ya, ona benzer olarak toplulukta bir arşivcilik durumu var. Videoları paylaşıp yayında birlikte izliyoruz. Algoritmanın normalde bana göstermeyeceği videoları bu toplulukta bulabiliyorum.

Jelly: Ben görüştüğüm, fikir alışverişini yaptığım birçok insanla Wired’den tanıştım. Wired merkezli minik topluluklarda, buradan ayrılan insanların kurduğu küçük Discord sunucularında bile, yani başka Discord sunucularına dağılmış ama yine gönül bağı, orijini burası olan insanlarla tanıştım. Çok daha sıkı alışverişlerim oldu, çok daha farklı kültürel alışverişlerim oldu. Daha farklı insanlarla tanıştım. Benim internet kültürümün tamamı bu köklere dayanıyor.

Lyimand: İnsanlarla arkadaş olduğum, sanal ortamda sürekli görerek, chat’te konuşarak arkadaş olup gerçek hayatta bulduğum insanlar var. Birlikte bu chat’lerden tanışıp, özellikle Bizarkent chat’inden tanışıp, Anıl’ın oynadığı oyun vasıtasıyla gidip, annem babamdan daha fazla zaman geçirerek birlikte oyun oynadığım insanlar var (...) Daha sonrasında bu komünitedeki insanlarla, yayın olmadığı zaman da, birlikte yayın izlemediğin zaman da birlikte yaptığınız ortak şeyleri bulmaya başlıyorsun. Az önce verdiğim oyun oynama örneği ya da toplanıp yayın yokken, yayıncı da ortalıkta yokken, birlikte bir şey izleme örneği veya aynı şehirde yaşadığım insanlarla çıkıp bir şeyler içme, buluşma, zaman geçirme örneği. Bu şekilde geliyor bence komünitedeki diğer insanlarla iletişim.

Ghusen: Mesela ben diyorum yayıncıya, “Bak, böyle bir konu var. Sen bundan bahsediyorsun ama şöyle bir şey de var bununla alakalı.” Ondan sonra o alakalı olan şeyden bahsedilmeye başlanıyor. Herkes o konudan bahsediyor. Daha böyle bir topluluk

hissi uyandırıyor. Sahte muhtemelen ama topluluk hissi uyandırıyor.

Kültürel paylaşımların dışında katılımı ve topluluğa dahiliyeti pekiştiren bir diğer unsur olarak yayınların canlı oluşuna dair bulgulara da ulaşılmıştır. Yayınlar canlı olduğu ve sürekli bir akış sunduğu için o “an” katılma isteği oluşturduğu görülmüştür. Anlık katılma güdüsüne dair görüşme yapılan katılımcılardan bazı yorumlar şunlardır:

Giganticyufka: Katılımı çok güzel etkiliyor. “Kaçırırsam gidecek” psikolojisi de yaratıyor anlık olması. Kaçırırsam gidecek psikolojisi daha değer kazandırıyor ya o anlık yapılan içeriğe, onun gibi. Bu, katılımı artırıyor aslında. “Bir yerde kayıtlı nasıl olsa, izlerim yine.” demektense, “Canlı yayın bu, bunu görmem lazım.” diyor insan.

Lyimand: Benim mesela videolara yorum yapmam sıfırken, yayınlarda bu olmuyor. O anlık tepki yüzünden, hem chat’in hem yayıncının -sadece yayıncının tepkisi de değil yani- daha olumlu etkiliyor katılmamı. Çünkü yorum attığım zaman çoğunlukla unutuyorum bile, daha uzun vadeli bir katılım olduğundan. Ama yayın öyle değil.

Twinkletoes: Benim gibi diğer izleyicilerle de, belli bir komünitenin parçası olabiliyoruz. Ama bu bütünlük internetin diğer unsurlarında yok. Başka türlü içeriklerde bu yok. Canlı yayınlar o yüzden benim için daha önemli.

Topluluğa dahil olma ve katılım kategorisi içerisinde belirlenen alt kodlar canlı yayınlar aracılığıyla insanların bir araya gelmesi ve izleyiciler arasında etkileşim ve bağlantı olmuştur. Bu alt kodların, buraya kadar yorumlanan, kategorinin genel çerçevesini yansıtan bulguları daha da ayrıntılandığı düşünülebilir.

5.1.1. Canlı yayınlar aracılığıyla insanların bir araya gelmesi

Araştırmada katılımcı gözlemde ve görüşmelerde elde edilen veriler ışığında çevrimiçi canlı yayınların, sosyalleşmek ve izleyicilerin özellikle kendilerine yakın buldukları insanlarla bir araya gelmesi için bir işlev sunduğu görülmüştür. Bu işlevin topluluğa dahil olma ve katılımı da güçlendirdiği söylenebilir. İnsanlarla bir araya gelme işlevine dair görüşmelerdeki bazı bulgular şunlardır:

Alpercamus: Benim bakış açım şu aslında; temelde evet, sosyalleşiyoruz, belli bir arkadaş çevremiz, ailemiz, belli bir ortamımız var içinde bulunduğumuz. Kendimize çizdiğimiz bir alan var ama bunun dışında bir de sanal bir gerçeklik alanımız varmış

gibi geliyor bana ve bu sanal gerçeklik alanını böyle canlı yayın platformlarıyla tamamlamaya çalışıyoruz. Yani hem dünyayı takip ediyor gibi hissediyoruz hem de kendimize kendimiz gibi düşünen insanların bulunduğu bir ortam yaratıyoruz gibi geliyor bana ya da o ortama dahil oluyoruz bir şekilde (...) Artık bir şeyler izleyerek dahil olmaya çalışıyoruz, bir şeylerin parçası olmaya çalışıyoruz. Bende açıkçası böyle oluştu. Çok ilgini çekeceğine inandığım bir ortama dahil olduğumu hissettim. Dışarıda bir insanla tesadüfen tanışıp konuşup, aslında onun ne kadar da seninle ortak bir dünya görüşü olduğunu fark etmek gibi bir şey geliyor bana. O an, orada canlı yayın yapan biri var, bir topluluk var ve sana hitap ediyor.

Giganticyufka: Bizarkent'te değil mesela ama başka topluluklarda oturup tanıştığım insanlar oldu. Hala arada toplanıp etkinliklere falan gidiyoruz. IT grubu genelde, meslektaşlarım.

Lyimand: Gerçek sosyalleşme değil kesinlikle ki bunun eksi yanları da var yayınlardaki yaşanan iletişimle alakalı. Çünkü insanlarda bir noktadan sonra gerçek bir sosyallikmiş gibi görmeye başlıyor bunu muhtemelen. Ama en basit tabirle siber kafe yani. Oraya gittiğim zaman belki gerçekten çay, kahve almıyorum ama beraber aynı içeriği tükettiğim insanlarla etkileşerek, sohbet ederek bir şeyler izliyorum.

Nedimbenoit: Yayınların canlı olması sosyalleşme duygusunu yükseltiyor. Daha çok sosyalleşiyormuşum gibi hissediyorum. Birkaç kere yayın tekrarı izlemeyi denedim ama o da gitmiyor yani, bilmiyorum. Başka birinin anısını izliyormuşum gibi hissediyorum ve o ilgimi çekmiyor.

Skyberk666: Daha çok bir komünitenin içinde olmak da insanın hoşuna gidebiliyor. Bir de karşıdan reaksiyon alabildiğin bir mecra.

Twinkletoes: Benim için en önemlisi galiba canlı yayın. Çünkü temasta bulunabiliyorum insanlarla.

Bu örneklerde öne çıkan özelliklerin, sanal topluluklar ve gerçek sanallık kültürü kavramlarına karşılık geldiği görülebilir. Canlı yayınlarda bir araya gelen insanların, bir sosyalleşmenin içerisinde olduklarını hissetmekle birlikte, sanal bir topluluğun ve sanal bir gerçekliğin içerisinde bulunduklarının farkında oldukları anlaşılabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında canlı yayın topluluklarının üyelerinin bu kanallarda gerçek sosyalleşmelerine bir alternatif olarak bu sanal ortamı deneyimledikleri söylenebilir. Canlı yayınlarda insanlarla bir araya gelerek gerçek sosyal ortamlara alternatif

oluşturma olgusu katılımcı gözlem sırasında da deneyimlenmiştir. şöyle ki:

“Gerçek hayattaki arkadaşlarımla görüşmelerim oldukça azalırken, günlerimin çoğunu Wired ve Bizarkent topluluklarında tanıştığım insanlarla bilgisayar dolayımıli iletişimle yaptığımız aktivitelere ayırmaya başladım. Tabii bunda Covid-19 pandemisinin bizi gerçek sosyal ortamlardan uzaklaştırmasının da etkisi var.”

Katılımcı gözlem sırasında ortaya çıkan pandeminin etkisi de ayrı bir unsur olarak canlı yayın kültürüne dair bu araştırmada kendisini göstermektedir. Pandemi sonrası yapılan çevrimiçi canlı yayın araştırmalarında da benzer şekilde pandeminin bu kültüre etkisi ortaya konulmuştur. Pandemiyle birlikte gerçek sosyal ortamlardan izole olmak zorunda kalan dünyanın dört bir yanında insan, dijital ortamlarda sosyalleşmeye yönelmek durumunda kalmış, çevrimiçi canlı yayınlar da bu sosyalleşme ihtiyacını gideren sanal ortamlardan biri olmuştur (Brewer, Ruberg, Cullen, & Persaud, 2023). Araştırmada çevrimiçi canlı yayınların insanlarla bir araya gelmenin bir aracısı olmasının pandemiyle bağlantısını gösteren, görüşmecilerden elde edilen bulgular ise şunlardır:

Spuk: Ben canlı yayın izlemeye pandemi döneminde başlamıştım. Zaten çoğu insan o dönem farklı farklı şeylere yönelmişti. Ben de o sırada canlı yayınlara yönelmiştim. Benim için daha çok, bir insanın açtığı yayınlar ve yaptığı içerikler, izleyiciler ve o yayıncı arasında bir sosyal ortam olarak bulunuyordu. O sosyal ortamlardan insanlarla bilgi alışverişi yapabilmek, etkinlikler yapabilmek falandı benim için.

Lyimand: Özellikle pandemiden sonra, pandemide evlere kapanmamız, okulların uzaktan eğitime geçmesinden itibaren. Biraz böyle sanal kafeler gibi. Özellikle bir de görece daha az izlenen ve belli kişilerin izlediği yayınları izlemeye başladığında da daha küçük bir kafeye gitmişsin ve oradaki tüm müşterileri tanıyormuşsun gibi, büyük yayınlar daha Starbucks gibiyken. Gidiyorsun ve herkes orada, kalabalık. Küçük yayınlar daha butik kafeye gitmişsin hissi veriyor.

Nedimbenoit: Ben Anıl'ı çalıştığım bir bardan tanıyorum, barmenlik yapıyordum pandemi öncesinde. Oranın sahibinin arkadaşlarından biriydi. Yayın yaptığını takip ederek biliyordum ama yayın izleme kültürüm yoktu. Çünkü ben şimdiye kadar hep

fiziksel işler yaptım. Dekor ressamlığı yaptım, ressamlık yaptım ya da barmenlik, az önce söylediğim gibi... 2 yıl önce ben evden “remote” çalışmaya başladığımda -biraz da mekanik bir iş yapıyorum, sürekli aynı şeyi yaptığım, beynimi az kullandığım bir iş yapıyorum.- Yani biraz sıkıcı bir iş yapıyorum. İzleyecek şeyler tükendikten sonra bir arayışa girdim ve o sırada Twitch’te Anıl karşıma çıktı. Baktım ve takıldım.

Pandeminin de etkisiyle artan çevrimiçi canlı yayın izleme alışkanlığıyla bu yayınlar, insanların bir araya geldiği alternatif bir sosyal ortam olma işlevini karşılamıştır. Topluluğa dahil olma ve katılımın bir diğer alt kodu olan izleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantı kodunu ortaya çıkaran bulgularla buna bir yorum getirilebilir.

5.1.2. İzleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantı

Topluluğa dahil olma ve katılımın teşvikinin nedenlerinden biri olarak tespit edilen izleyiciler arasındaki etkileşimin ve bağlantıların, çevrimiçi canlı yayın kültürünün değişmez bir parçası olduğu görülmüştür. Zira sadece yayıncıyla kurulacak bir iletişim topluluğa dahil olmanın önünde bir engel olarak sayılabilir. Yukarıda da elde edilen bulgularda görüldüğü üzere, canlı yayın topluluklarının üyeleri, dahil oldukları toplulukların kültürlerini yayın dışında da devam ettirdikleri etkileşim ile oluşturmaktadır. Hem yayınlarda hem de yayın dışında izleyicilerin kendi aralarındaki iletişim özellikle de kültürel paylaşımlar biçiminde gerçekleşmektedir. İzleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantılara dair görüşmelerden elde edilen bulgulara aşağıdaki ifadeler örnek olarak gösterilebilir:

Alpercamus: Çok fazla insanlarla da etkileşim halinde değilim ama biraz yandan da bir tanışıklık var. Düzenli olarak o yayınları takip ettiğimiz zaman, izlediğiniz zaman ister istemez bir şekilde birbirimize rast geliyoruz gibi oluyor. Değişik bir iş arkadaşlığı deneyimine dönüşüyor bir yerden sonra (...) O canlı yayın kanalıyla ilişkili Discord sunucularında oluşan bazı arkadaşlıklar, iletişimler oluyor. Bundan 3-4 sene önce benim katıldığım, canlı yayınlarını izlediğim bir kanal vardı. Zamanla yayınları bıraktı. Mesela orada çok güzel arkadaşlıklar edinmiştim. Bazılarıyla hala konuşuyorum. Yani o ortak deneyimi paylaşmanın kazandırdığı güzel bir dostluk oluşabiliyor bence.

Ghusen: Orada insanlarla sevdiğim konular üzerinden, ilgilendiğim şeyler

üzerinden konuştum ama kişisel şeyler genelde konuşmadım açıkçası. Çok fazla kişisel boyuta geçmeyi sevmiyorum, tabii herkes yapmıyor bunu da. Biraz, arada ufak da olsa bir mesafe her zaman daha iyi oluyor, internet ortamında ve internet kültürü için bence (...) Örneğin Discord'a girdim, birkaç kişiyle toplanmış oyun oynuyoruz diyelim. Hepimizin ilgi alanı o oyun. Hepimizin konuşacağı konular bunun etrafında dönüyor başta. Ondan sonra insanlar birbirini daha çok tanımaya başladıkça daha böyle fazla iletişime geçmeye başlıyor fakat az önce dediğim gibi hiç kişisel kısma gelmiyor. Bir anonim uzaklığı oluşuyor. Genelde, %90 insanlarda gördüğüm şey bu benim. İnternet olduğu için kimse birbirine o kadar da -iletişim kursa bile- yüzde yüz güvenmiyor.

Giganticyufka: Chat'te devamlı çeşitli insanlar oluyor, personalar oluyor. Kendine yakın görüyorsun bazen, katılıyorsun.

Lakersbk: Ben kişisel zemine indirmedim. Ben kişisel zeminden kastım burada tanıştığım insanlarla herhangi bir kişisel iletişime dönüştürmedim, daha çok anonim olarak var oldum. Burada tanıştığım insanlarla gerçekte, reelde buluşmadım. Onların gerçekte nasıl göründüklerini veyahut neler yaptıkları, gerçek isimleri nedir yani onu bile umursamadım. Çünkü böyle topluluklarda çok şey yazıp çiziyorsun söylüyorsun ve bazen anonim kalman güzel oluyor. O yüzden kişisel zemine indirmedim. Belli bir seviyede etkileşime girdim ama ileri taşımadım.

Skyberk666: Farklı muhabbetlerimiz olabiliyor, arada iletişim kurabiliyorum böylece. Açıkçası çok yakın olduğum biri var diyemem. Ama o insanlarla arada laflayabiliyorum Discord üzerinden. Birbirimize bir şeyler yollayabiliyoruz onlarla ya da yayıncının kendisiyle de olabilir.

Spuk: Beni seven insanlar da vardı, beni hiç sevmeyen insanlar da vardı. Tuhaftı. Bir ara Wired'da çok aktiftim, ama geçen sene mesela mesajlarımın hepsini silmiştim. Silmeden evvel benim sunucuda 120 bin kadar mesajım olduğunu görmüştüm. Gereksiz derecede aktiftim, o yüzden de bilinir bir karakterdim. Bir yandan da insanların seni tanınması biraz rahatsız etmiyor değil. Şu an eskisi gibi bilinmiyorum ama aktif olduğum dönemde biliniyordum ve seviliyordum sanırım. Şu an için soracak olursan Wired'dan çoğu insanla iletişime geçmiyorum artık. Birebir görüştüğüm insan da olmuştu aktif olduğum dönemde. O dönemde iletişime geçtiğim insanlarla artık iletişim kurmuyorum mesela, bir kişi var hala aktif konuştuğum, yakın olduğum. Onun dışında yok.

Jelly: Çünkü orada bayağı insan da tanıdım yani, hala ara ara işte senin gibi bana yazanlar oluyor. Yazışıyoruz, konuşuyoruz. Nispeten benim yaşıma yakın insanlarla da

tanıştığım için benim burada kalmama yardımcı oldu. Benim ilgi alanlarımla ilgilenen, benim yaş grubumdaki insanlar, benim eğlendiğim şeylerle eğleniyorlar, benim beğendiğim şeyleri beğeniyorlar. Böyle olduğu için Wired’a girdim. Biraz oradan oraya atlamış gibi oldum ama işte internet böyle bir şey ya hani... Bizim sevdiğimiz şeyleri sevdiği için, aynı köklerden geldiğimiz için onu izliyoruz zaten.

Bu örnek ifadelere bakıldığında, **izleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantının iki ayrı yönelimi olduğu görülmektedir. İlki kültürel paylaşımlar yoluyla etkileşim, ikincisi ise kurulan etkileşimin ve bağlantının sanal bir bağlantı olduğunun farkında olunarak kurulmasıdır.** Buradan kültürel paylaşımın ötesinde bir etkileşime geçmenin çevrimiçi canlı yayın toplulukları için zor ve nadir görülen bir durum olduğu sonucuna varılabilir. Bu da söz konusu toplulukların üyelerinin aralarında kurdukları bağlantının temel unsurun kültürel paylaşım olduğunu göstermektedir. Öte yandan, nadir de olsa kimi etkileşim ve bağlantıların gerçek bir sosyalleşmeyi sağlayabildiği örnekler de topluluğa dahil olma ve katılım kategorisinin ana bulgularında görülmüştür.

5.2. İzleyici-Yayıncı Etkileşimi ve Bağları

Görüşmelerden ve katılımcı gözlem notlarından elde edilen veriler ışığında oluşturulan ikinci kategori olan izleyici-yayıncı etkileşimi ve bağları, çevrimiçi canlı yayın topluluklarının kültürünün yayın bağlamında ne gibi unsurlara sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Yayıncı ile izleyicinin etkileşiminin canlı yayın kültürünü nasıl şekillendirdiği bu kategorinin ana konusudur. Bulgular arasında bu kategoriyi oluşturan 3 alt kod belirlenmiştir. Bunlar izleyici-yayıncı etkileşiminin önemi, izleyici-yayıncı etkileşiminin gelişimi/değişimi ve izleyici kitlesinin yayın içeriğine katkısıdır. Bu kategoriyi genel hatlarıyla oluşturan bulgular aşağıdaki gibidir:

Jelly: Twitch’te Youtube’da mesela nispeten etkileşiyorsun yayıncılarla ve yayının çehresini değiştirebiliyorsun, yayının içeriğine müdahale olabiliyorsun. O açıdan da daha keyifli. Mesela bir soru soruyorsun, bir konu konuşuluyor ve anlık bir cevap alıyorsun hatta bu cevap üzerine başka bir laf lafı açıyor konu konuyu açıyor şeklinde akış devam ediyor (...) Yayıncı seninle iletişime geçebiliyor olması tabii ki yayını çeken bir şey seni. Bu birazcık daha sosyo-psikolojik ihtiyaçlarının tezahürü yani, kendinin önemsendiğini hissetmek... Tabii ki daha etkileşimli bir yayını izlemek

daha keyifli olur benim için. Daha sıkı ve daha yoğun bir iletişim kurabiliyorsam, daha kolay bağ da kurabilirim.

Spuk: Gerçekten de canlı yayında chat’e katılmak kesinlikle yayımla beraber olması gereken bir şey. Çünkü bu ikisi birlikte yürüyor. Yayını açan yayıncı olsa da aslında sen de yayına katılıyorsun öylece.

Bu örneklerde görüldüğü üzere, **yayın içeriğine katkı sunmak, yayının gidişatını etkilemek çevrimiçi canlı yayın kültürünün öğelerinden biridir.** Geleneksel canlı yayınlarda kısıtlı olan etkileşim imkanının çevrimiçi canlı yayınların temel özelliklerinden biri olması, izleyici-yayıncı arasındaki bağları güçlendirdiği gibi yayın içeriğine etki edebilme imkânı da katılımı güçlendiren bir unsurdur. İzleyici-yayıncı etkileşimi ve bağlarına dair katılımcı gözlemden elde edilen bulgular ise şu şekildedir:

“Chat akışında aktif olmaya, yayının gidişatına göre yayıncıyla, içerikle ilgili yorumlarla başladım (...) Bu aktifliğim yayıncı tarafından da fark edilmişti ve artık adımla hitap ederek yazdıklarımaya yanıtlar vermeye başlamıştı.”

“Artık Wired topluluğunda yayıncının da bizzat tanıdığı ve bazı ortak kültürel konularda danıştığı bir konuma geldim. Sonunda Günhan’ın oynadığı çevrimiçi çok oyunculu oyunu oynamaya başladım ve birlikte yayın dışı da sesli sohbetler eşliğinde oynamaya başladık. Kendisi sürekli yayın yaptığı ve içerik çeşitliliği bol olan bir yayıncı olduğu için oyunu devamlı oynamaya devam edemedi. Ancak oyun içerisinde kurduğu topluluğun da devamlılığını sağlamak istediği için, topluluğun sorumluluğunu bana bıraktı. Artık Discord’daki söz konusu oyunun kanalı olsun, oyun içi olsun topluluğa katılmak isteyenler ve oyunla ilgili rehberliğe ihtiyaç duyan Wired üyeleri ve izleyicilere rehberlik etmeye başladım. Bugüne kadar da hala bu sorumluluğumu sürdürüyorum. Günhan da oyunla ilgili gelişmeleri, topluluğun durumunu belirli aralıklarla benimle konuşmaya devam ediyor.”

Sadece topluluk içerisinde değil, yayıncıyla yayının sohbet akışında sürekli aktif iletişimde olmanın ve yüksek katılım göstermenin, yayıncıyla izleyici arasındaki bağı güçlendirdiği görülmektedir. Öyle ki, **içeriğe doğrudan etki edebilecek konuma gelmek de bu aktif ve sürekli etkileşim sayesinde mümkün olabilmektedir.** Ayrıca

izleyici-yayıncı etkileşiminin, yayıncıların topluluk sunucularına da taşınabildiği ve aralarındaki bağın yayın dışı aktivitelerle güçlendiği gözlemlenmiştir.

5.2.1. İzleyici-yayıncı etkileşiminin önemi

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre izleyici-yayıncı etkileşiminin, izleyicinin yayıncıyla ve toplulukla olan bağını güçlendirdiği görülmüştür. İzleyici, yayıncıyla etkileşime girebildiği ölçüde kendini topluluğun bir parçası olarak hissetmekte ve katılım motivasyonu artmaktadır. Ayrıca topluluk içerisinde bilinen, tanınan bir katılımcı olmanın ön şartlarından birinin izleyicinin yayıncıyla kurduğu etkileşim olduğu söylenebilir. İzleyici-yayıncı etkileşiminin önemine dair görüşmelerdeki bulgular şunlardır:

Alpercamus: O an konuşulan konular hakkında fikir beyan ederek ya da konuşulan konular hakkında bir deneyim paylaşarak katılabilmek o yayına daha çok bağ kurmamı sağlıyor. Canlı yayın platformlarını takip edebilmenin en büyük güzelliği de bu sanırım ya da insanların canlı yayın topluluklarına zamanla daha çok katılma isteği duymasının en büyük sebebi o an, orada olan duruma bir şekilde dahil olabilmeleri. Televizyon kültüründe bu yokken canlı yayın platformları bir anda bunu ortaya çıkardı. Aynı anda birçok kullanıcı, izleyici o an, orada süregelen yayına katılarak bir şekilde etkileşim kurabiliyor. Bu da haliyle orada bağ kurmayı güçlendiriyor ya da o yayını daha sık izlemeyi düzenli hale getiriyor diyebilirim.

Ghusen: Normal videolar şey gibi oluyor işte, sen çok pasif kalıyorsun. Pasif izleyici konumundasın. Kaynakla çok fazla iletişimin olmuyor. Ama bu canlı yayınlarda pasif değilsin, aktif bir izleyiciye dönüşüyorsun. Yayın gidişatını falan değiştirebiliyorsun. Mesela bir durum oluyor, yayıncı bir konuyla alakalı chat'e soruyor, işte şu diyorum ondan sonra yayın akışı ona göre değişiyor. Yardım edebiliyorsun kısacası.

Giganticyufka: Mesela o anki durum, seni oturduğun yerden kaldırıp, o pencereye götürüp yorum yapmanı sağlıyor. Yayıncının tavrı, söylediği bir şey sende cevap verme isteği yaratıyor. Bir nevi pazarcı çığırtkanlığı gibi, yayıncının yayına çağırma durumu oluyor, katılımı sağlayacak bir şeyler yapıyorlar.

Lakersbk: Geçmişten örneklersek, televizyon izlerken yine aynı anda bir şeyleri izliyorsun ama o televizyondaki kişiler, şahıslar senin seviyene hiçbir zaman

inemezken, hiçbir zaman seninle bir bağ kuramazken, canlı yayında bu olmuyor.

Twinkletoes: Can Sungur’un “Ateş Meclisi” isimli bir yayın içeriğinden de Günhan’ın yayınlarını öğrendim. Bir gün açık yayınına denk gelince açtım köşeye nasıl bir yayıncıymış diye ve çok garip bir insan gibi geldi bana. Can Sungur daha önce tanıdığım insanlara biraz benziyordu, belli stereotip insanlar olur oyun camiasında. Günhan çok garip gelmişti bana, farklı gelmişti. Herhalde biraz da kendimle özdeşleştirdim.

Görüldüğü üzere çevrimiçi canlı yayınların en belirleyici özelliği olan, yayın içeriğine anlık olarak etki edebilme imkânı ve yayıncıyla yine anlık olarak doğrudan etkileşime girebilmek, bu kültürün temel unsurlarından biridir. Bu durum hem katılımı artırmakta hem de izleyicinin yayıncıyla bağını ve hem içeriğin hem de topluluğun bir parçası olma hissiyatını güçlendirmektedir. Öte yandan izleyici-yayıncı bağını oluşturan unsurun yayıncının tavrı, kişiliği ve izleyiciyle etkileşiminin biçimi olduğu söylenebilir. İzleyici-yayıncı etkileşiminin önemi dair katılımcı gözlemde notlarından çıkarılan bazı bulgular ise şöyledir:

“Yayınlarda yaşanan bazı anlar, topluluğun sohbetlerini belirli süreler boyunca şekillendiriyor. Bu yüzden yayınları daha dikkatli izliyorum. Topluluğun çok aktif olan bazı üyeleri var, neredeyse sürekli chat’in akışına ayak uyduruyorlar, şakalar yapıyorlar ve bazen bu şakalar yayının gidişatını etkileyecek kadar ilgi çekiyor.”

“Bizarbaba’nın yayınları çoğunlukla Youtube’da az izlenen ve bilinen, ilginç, saçma, komik videoların birlikte izlendiği ve birlikte eğlenildiği yayınlar. Bu birlikte izleme türünden içerik yalnızca yayıncının değil, topluluk üyelerinin de birlikte bulunduğu ve paylaştığı videolarla oluşturuluyor.”

Buradan yola çıkarak izleyici-yayıncı etkileşiminde önemli olan bir diğer unsurun yayınlarda yaşanan bazı “an”ların bu etkileşimleri şekillendirmesi olduğu söylenebilir. **Yayın “canlı” olduğu için, bazı anlar hem yayıncı hem de izleyici için önemli hale gelebilmekte ve hem yayın içeriğini hem de topluluğun kültürünü şekillendirmektedir. Bunu ise topluluk kültürü içerisinde, “anlık” ortak deneyim paylaşımı olarak adlandırmak mümkündür.**

5.2.2. İzleyici-yayıncı ilişkisinin gelişimi

İzleyici-yayıncı ilişkisinin zamanla nasıl geliştiğine dair bulgulara, katılımcı gözlem sürecinde saha notlarından çıkarılan şöyle bir özetle başlamak doğru olacaktır:

“Yaklaşık 1 sene boyunca yayınlarını denk geldikçe izledim, chat’e katılım sağlamadım ve abone olmadım. Bir televizyonun ev içerisinde izlenmese dahi gürültü kaynağı olması için açık bırakılması gibi, yayınlarını başka işlerimi hallederken açık bırakıyordum. Yayında yükselen bir an yaşandığını duyduğumda, ne olduğuna bakıyordum, gülüyordum. Oyunlar, filmler, edebi eserler konusundaki fikirlerini kendime yakın buluyordum. O yüzden bu tür kültürel ürünlerle ilgili sohbetlerini dinlemek hoşuma gitmeye başlamıştı.

2020’de pandemiyle birlikte yayınların izlenmeleri Twitch’te genel olarak arttı ve ben de pandemiden dolayı sürekli evde olmam sebebiyle yayınları daha sıkı takip etmeye başladım. Neredeyse her gün açtığı yayınları izliyordum baştan sona. Yaklaşık 8 saat süren yayınları aralıksız izliyordum. Böyle olunca chat akışına da dahil olmaya başladım. Tabii öncesinde chat’in sohbetlerine ayak uydurabilmek için bir süre gözlemlemiştim. Yayınlarda yaşanan bazı anlar, izleyici/katılımcı topluluğunun sohbetlerini belirli süreler boyunca şekillendiriyordu. Bu yüzden yayınları daha dikkatli izliyordum mesela. Topluluğun çok aktif olan bazı üyeleri vardı, neredeyse sürekli chat’in akışına ayak uyduruyorlar, şakalar yapıyorlar ve bazen bu şakalar yayının gidişatını etkileyecek kadar ilgi çekiyordu. Chat’in akışını kontrol eden, yayıncı tarafından belirlenen sohbet kurallarına uyulduğunu takip eden kanal moderatörlerini de bu aktif üyelerle birlikte yakından gözlemledim, sohbetlerine ayak uydurabilmek için. Chat akışında aktif olmaya, yayının gidişatına göre yayıncıyla, içerikle ilgili yorumlarla başladım. Bunun dışında da moderatörleri ve aktif üyeleri etiketleyerek onların sohbetlerine dahil oluyordum. Bu sayede topluluk beni de aralarına kabul etmeye başladılar. Rol yapmıyordum, sohbetlere kendim olarak dahil oluyordum. Bu aktifliğim yayıncı tarafından da fark edilmişti ve artık adımla hitap ederek yazdıklarına yanıtlar vermeye başlamıştı.

Wired topluluğunda edindiğim arkadaşlarla birlikte çevrimiçi aktivitelere bir yandan devam ediyordum. Hem Günhan’ın hem de Bizarbaba’nın yayınları prime time denilen saatlerde başlayıp gece oldukça geç saatlere kadar sürdüğü için ve bu yayınları izlemek, chat’e katılım sağlamak günlük yaşamımın bir parçası ve rutini haline

geldiğinden uyku düzenim değişti.

Bir nevi boykot olarak platformlarını değiştiren yayıncılardan topluluğuna dahil olduğum Günhan ve Bizarbaba canlı yayınlarını Youtube'a taşıdılar. Bizarbaba kısa sürede Twitch'e dönmek durumunda kaldı zira yayınlarında çoğunlukla Youtube videoları izlediğimiz için platformun telif kurallarına takılıyordu. Günhan ise Youtube'da tutunmayı başardı. Topluluğunun belli bir kısmını kaybetmiş olsa da uzun yıllardır topluluğun parçası olan bir kısım izleyici toplulukta kalmaya devam etti ve ayrıca Youtube'da yeni bir izleyici kitlesi edinmeyi de başardı. Ancak ben de toplulukta yakın olduğum birçok izleyicinin eskisi kadar aktif olmaması sebebiyle artık her yayınını izlememeye başladım. Günhan'ın yayınlarını izleme sıklığı epey azaldı. Hala topluluğun bir parçası olsam da yayına katıldığımda chat'te çoğunlukla eski yayınlardaki anlar ve anıları konu edinmeye başladım. Topluluk yavaş yavaş değişmeye başladı ve topluluğun bu yeni çehresine ayak uydurmakta zorlandım. Topluluğa dahil olmamı sağlayan üyelerin azalması, benim de ilgimi azalttı."

Hem Mert Günhan hem de Anıl Çelik'in yayınlarında ve topluluklarında gerçekleştirilen katılımcı gözlem sonucu elde edilen bulgulara görüldüğü gibi izleyici-yayıncı ilişkisi, zaman içerisinde değişmiştir. Pandemi sürecinde daha yoğun olan katılım süreci, pandemi yasaklarının kalkmasıyla eski yoğunluğunu yitirmiş, aynı zamanda katılım sürecinin yaklaşık ikinci yılındaki platform değişikliğiyle özellikle Wired topluluğunda büyük bir değişim yaşanmıştır. Topluluğun bazı eski üyelerinin eskisi gibi katılım göstermemesi ve yeni bir izleyici kitlesinin topluluğa dahil olmasıyla, izleyici-yayıncı ilişkisi belirli biçimlerde devam etse de sekteye uğramıştır. Buradan yola çıkarak izleyici-yayıncı ilişkisinin yalnızca bu iletişimin iki tarafına değil, topluluğun yaşadığı değişime bağlı olarak büyük ölçüde değiştiği söylenebilir. Diğer bir deyişle **izleyici-yayıncı ilişkisi, çoğunlukla topluluğun değişimine bağlı olarak dönüşür.**

Taylor'un da geçtiğimiz yıl yayınlanan Canlı Yayın Kültürü (2023) adlı, çevrimiçi canlı yayınlara dair araştırmaların derlendiği eserin önsözünde belirttiği üzere, canlı yayınların kültürü genellikle kültürde yerleşik kristalleşmiş parçalar halinde olsa da her zaman dönüşüp şekil değiştiren bir yapıdır. Canlı yayın platformları asla sabit bir yer, eser veya uygulama seti değildir. Onları anlamak sürekli dikkat gerektirir.

Dolayısıyla **sürekli değişim ve akışın, canlı yayın kültürünün temel**

öğelerinden biri olduğu söylenebilir. Bu akışkanlık ve değişim, izleyici-yayıncı ilişkisine de yansımaktadır. İzleyici-yayıncı ilişkisinin gelişimi/değişimine dair görüşmelerden elde edilen bulgular da benzer sonuçlar vermiştir. Bu bölümde son olarak bu bulgulara yer vermek uygun olacaktır:

Ghusen: İlk önce şeye baktım; bu yayıncı nasıl, chat'i nasıl, kalitesi nasıl bu durumun? Bir havayı korkmayalım girmeden önce diye düşünüyordum. Birkaç ay geçti, baktım artık benim sevdiğim oyunlar oynanmaya başladı, sevdiğim konular konuşulmaya başladı. Dedim yazayım. Yazdım ve oradan başladım. Yani benim ilgimi çeken şeyler beni tetikleyici bir etki gösterdi.

Lyimand: Ben Anıl'ı başka bir yayının chat'inde gördüm. Başka bu yayından tanışıp sohbet ettiğim bir insan yayın yapıyor diye gelmeye başladım Bizarkent'e. Yayınları kafamı dağıttı ve çok eğlendirdi. İlk geldiğim zaman chat'te de aktif değildim. Yavaş yavaş chat'te aktif olmaya başladım. Gene bu komüniteyle, Anıl'la beraber oyun oynadıktan komüniteyle iyice kaynaştım.

Spuk: Günhan ile birkaç chat etkileşimim de olmuştu. Wired'a ben geldiğimde zaten bir insan grubu vardı ama onlar belirli bir süre sonra gitmişti ve yerini biz almıştık. Öyle başladı benim için. Bir ara Telegram kanalı vardı, orada bulunmuştum bir süre de. Sonra oradan da ilgimi çekip Wired'a geri dönmüştüm. Şu an ise başlangıçtaki durumun aynısını ben yaşıyorum. Ben ve benimle birlikte gelen insan grubu şu an Wired'da yok, başka bir insan grubu Wired'da var.

5.2.3. İzleyici kitlesinin yayın içeriğine katkısı ve etkisi

İzleyicilerin yayın içeriğine katkısı, çoğunlukla yayıncıyla olan etkileşim aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu yüzden de izleyici-yayıncı etkileşimi ve bağları kategorisinin bir alt kodu olarak belirlenmiştir. Bu kodu yansıtan görüşme bulguları ise aşağıdaki gibidir:

Jelly: Canlı yayında bir konu konuşuluyor veya benim aklıma bir soru geliyor, ben kuralları içerisinde soruyorum. Soruma ani ve hızlı bir şekilde cevap alabiliyorum ve dediğim gibi bunları dallanıp budaklandırabiliyorum da.

Twinkletoes: Bir de sosyal medyaya bir şeyler katan insanlara direkt olarak etki edebiliyorum en azından (...) Bir meme var hani, "I was there" diye. "O yaşandığında ben oradaydım." demek insana iyi geliyor. Bir vlog'u izlediğinde ya da daha önceden

çekilmiş bir videoyu izlediğinde, bu sana senin anınmış gibi gelmiyor. Ama sen oradayken, canlı yayında orada bulunduğun zaman senin de bir anınmış gibi, sen de bir parçasıymışsın gibi hissediyorsun. Sen sadece iki bin insandan biri olsan bile... Çünkü kelebek etkisi gibi, belki ufak etkilerin olabilir yayının akışına.

İzleyici-yayıncı etkileşiminin unsurlarından birinin, izleyicilerin doğrudan ve anlık olarak yayıncıyla etkileşime girebilmesi sayesinde yayın içeriğini etkilemesi olduğu bu bulgulara görülmektedir. Kalabalık bir izleyici kitlesi dahi olsa, yayın içeriğine küçük de olsa bir etkide bulunmak, izleyicilerin katılım motivasyonunu güçlendirmektedir. Bu katılımı ise yayının sohbet akışından doğrudan yayıncı ile etkileşim kurarak gerçekleştirebilmektedirler. İzleyici olarak yayın içeriğine etki etmeye dair katılımcı gözlem notlarındaki bulgulara örnek ise şöyle verilebilir:

“Topluluk içerisinde ve yayınlardaki katılım sürecim, çok oyunculu çevrimiçi oyunlar konusundaki tecrübem ve bilgimden haberdar olduğundan, Günhan’ın halihazırda oynadığı bu tür bir oyunda oluşturmak istediği oyun içi topluluğun bir parçası olmamı istemesiyle devam etti. Bu aşamada ben kendi oynadığım oyunu bırakmışım ama bu tür oyunlarla alakalı belirli içerikleri, videoları yayıncıyla paylaşp, yayınında birlikte izlememizi sağladım. Söz konusu içeriğe yayın anında ben rehberlik ettim.”

Bu örnekte görüldüğü üzere, toplulukta bilinen ve aktif bir katılımcı olmak, yayın içeriğine yalnızca yayın sırasında değil yayın dışı vakitlerde, yayıncı içeriğini planlarken de dahil olabilmeyi sağlamaktadır. Ancak bu gibi durumlar, oldukça aktif ve sürekli bir katılım sürecini de gerektirir. Kısacası **izleyicinin yayın içeriğine etkisi ve katkısı, katılımının yoğun olduğu durumlar için geçerlidir** denilebilir.

5.3. İletişimin Karmaşıklığı ve Zorlukları

Araştırmanın veri kaynakları olan görüşmeler ve katılımcı gözlem notlarından elde edilen üçüncü kategori iletişimin karmaşıklığı ve zorlukları olmuştur. Bu kategoriyi oluşturan bulgulara öne çıkan bazı verilerden ise iki alt kod belirlenmiştir. Bunlardan ilki zamanlama sorunları ve katılımın sınırları, ikincisi izleyici-yayıncı arasındaki iletişimde çeşitlilik ve karmaşıklıktır. Bu ana kategoriye dair görüşmelerden elde edilen bulgular şunlardır:

Jelly: Mesela şu an değil ama daha erken yaşlarımnda canlı yayın tükettirirken fark ettim. Bir şey yazıyorsun örneğin; cevap verilmediği zaman insan, “Adam beni önemsemiyor mu?” diye düşünüyor. Halbuki yayıncı için 5 satırdan 2-3 kelimeden ibaret bir şeydin yani, duygusal bir bağın yok. En azından karşıdaki yayıncının seninle bir bağı yok. Ama sen onunla bir bağ kurduğun zaman, orada karşılıklı konuşmaya döndürmeye çalıştığın zamanlar oluyor.

Nedimbenoit: Kimi ultra büyük yayıncılar var, chat’in kendi arasında interaksyon yok ya da yayıncı tarafından görölmen imkânsız. Ama Bizarkent’te, Anıl’ın Twitch sayfasının altında da bir uyarı var: “Kendi aranızda bir şey konuşuyorsanız çok uzatmayın, yayıncı olarak ben her mesajı okumak zorundayım.” Böyle bir sorumluluğu var Anıl’ın kendine yüklediği.

Twinkletoes: Günhan gibi yayıncılarda chat kötü olunca, -benim standartlarıma uymayınca, soğuk hissedince, uygun gelmeyince- kafamda kurduğum çizgiler var cinsiyetçilik, ırkçılık gibi, chat o çizgileri geçince çok dahil olamıyorum. İstesem de dahil olamıyorum. Bir de en önemlisi, zamanla chat’e kendini adapte etmek. Aradan birkaç ay geçerse, gelmezsen yayınlara, chat’le konuşmazsan ister istemez herkes sana soğuk geliyor. Tanımadığın insanlar yeni yeni gelmeye başlıyor. O yüzden chat’teki insanlar kadar senin aktifliğin de önemli. Süreklilik gerekiyor.

Bu bulguları yorumlamak gerekirse, **iletişimin karmaşıklığı ve zorluklarının temel nedenlerinin yayıncıyla kurulan iletişimin izleyici kalabalığı sebebiyle zorlaşması, topluluğun sohbetinin anlık olarak kişinin ilgisine uymaması ve hem topluluk içerisinde hem de yayınlarda sürekli bir katılım sağlamadıkça topluluktan uzaklaşmak olduğu söylenebilir.** Bunun dışında izleyici-yayıncı ilişisinin gelişimi alt kodunda sözü edilen, topluluğun üyelerinin zamanla değişmesinin de izleyicide yayınlara katılımı azalttığı ve toplulukla iletişimi zorlaştırdığı görölmektedir.

5.3.1. Zamanlama sorunları ve katılımın sınırları

Çevrimiçi canlı yayınlara katılımı sınırlayan unsurların, yapılan görüşmelerde sıklıkla dile getirildiği görölmüştür. Bunların başında da zamanlama sorunları gelmektedir. Yayınlar “canlı” olduğu için, bu alt kültürün “anlık” durumlar ve tepkiler

etrafında şekillendiği söylenebilir. Öte yandan bu zorlukları hafifletecek unsurlar da mevcuttur. Halihazırda diğer kategorilerde bahsedilen canlı yayın kültürünün öğeleri bu durumları açıklamaktadır. Zamanlama sorunları ve katılımın sınırlarına dair görüşmelerden çıkarılan bulgulara şu ifadeler örnek verilebilir:

Alpercamus: İnternette, sosyal medyada artık her şey anlık. O an, o oluşa dahil olabiliyorsan bir şeyleri yakalayabiliyorsun. Dahil olamadığın zaman daha sonradan şahit olsan bile biraz dışında kalmış gibi hissediyorsun. Çünkü anlık akışın içerisinde o kadar çok şey var ki ister istemez birçoğuna dahil olamıyorsun ya da aynı anda takip edemiyorsun.

Lyimand: Birçok komüniteye katılımın çok zor olduğunu düşünüyorum hatta bazen gerçek hayatta bir komüniteye dahil olmaktan daha zor bence. En hafif tabiriyle idealist takıntılarla yeni gelen herkese düşmanca tavır var. Chat’e ilk mesajın nasıl yazılıyorsa yazılsın. “Selam” ve “Merhaba”dan sonra yazdığın ne olursa olsun, sana ikinci sınıf biriymişsin gibi bakılması söz konusu. Bunu her ne kadar yayıncılar önlemeye çalışsa da belli insanların sürekli var olduğu komünitelerde bu oluşuyor. Bu nasıl bir refleksle oluşuyor? Yerine başkasının gelmesinden korkmak mı, sayı arttığı zaman değerim azalır korkusu mu bilmiyorum. O yüzden bence internetteki birçok komüniteye dahil olmak gerçek hayattaki komünitelere dahil olmaktan daha zor. Ama katılmayı biraz daha gerçek hayattan belki de daha uzun zamana bıraktığın zaman, düzenli olarak gidip yavaş yavaş aktifleşmeye başladığın zaman komünitede, o şekilde alabiliyorlar seni aralarına.

Skyberk666: Esas en sevmediğim kısmı, tekrarlanmayacak olan bir an olması o anki yayının. Youtube’daki gibi açıp istediğin zaman seyredemiyorsun. Böyle olmasını çok sevmiyorum. Anlık bir etkinlik gibi hissettiriyor biraz.

Spuk: Hatta şu anda yayınları eskisi gibi izleyememe sebeplerinden birisi bu zaten. Şu an chat’i güncel olarak yakalayamıyorum. Orada yeni oluyorsun, ortama ayak uyduramıyorsun. Uydurmaya çalışsan baya bir zamanın gidecek ve şu an işim olan bir insan olarak bunu yapamam artık (...) Eskiden çok işim olmadığı için katılabiliyordum. Ama şimdi işim gücüm olabiliyor veya izlemek istemediğim bile oluyor o an. Modum olmayabiliyor. Yayının açılma saatini sen seçemediğin için o an orada olmak zorundasın. Ama senin bir işin olabilir o sırada ve katılamayabilirsin. Ben bunu çok yaşadım belirli bir dönemde sürekli olarak ki bu zaten beni yayın izlemekten uzaklaştırdı mesela.

Twinkletoes: Normalde Discord kullanmıyordum. Günhan'ın sunucusu olduğunu öğrendim, chat'tekilerin yayından sonra da orada konuştuğunu öğrendim ve uygulamayı bu sunucuya katılmak için indirdim. Gene de çok aktif olmadım. 2 sene sanırım çok aktif olduğum bir dönem oldu. Son dönemde de yine çok dahil olmuyorum. Yine aynı sebepten tabii, oranın da chat'teki gibi kendine ait bir topluluğu var. Orada olup hiç yayınlara gelmeyen insanlar var. Orada da bulunmak, insanları tanımak lazım. Zaman ayırmak lazım yani. Artık çok fazla zamanım olmadığı için, orada da chat'te olduğu gibi çok aktif değilim (...) Şöyle bir şey de var; bazen anlık olduğu için katılamıyorum. Sonradan izlemek zorunda kalıyorum. Çok sevdiğim bir şey değil. Biraz da o yüzden boş zamanın olması lazım yayınlara gelmek için.

Zamanlama sorunları ve katılımın sınırları başlığıyla kodlanan bu bulgular göz önüne alındığında katılımı sınırlayan temel ögenin yayınların anlık olması olduğu görülebilir. Bir izleyici kendi kontrolünde olmayan yayın saatlerinde vakti olmadığından yayınları izleyememektedir. Kaçırılan yayınlar ise canlı yayın kültürünün sürekli değişen doğası gereği izleyiciyi kültürden koparabilmektedir. Zira kişi, kaçırdığı yayın sonrası toplulukla tekrar etkileşime girdiğinde ya da yayınlara katıldığında, o yayında yaşanan bazı anlık olayları da kaçırdığı için tekrar uyum sağlamakta zorlanabilmektedir. Tek bir yayını izleyememek elbette bu kadar etkili değildir ancak yayınlar için fazla boş zamana sahip olmayan izleyicilerin bu durumu sürekli yaşadığı öngörülebilir. Buradan, **çevrimiçi canlı yayın kültürünün sürekli takip, izleme ve katılım gerektirdiği sonucuna varmak mümkündür. Ayrıca bu bulgulara göre süreklilik, yalnızca yayınların düzenli takibini değil, toplulukla iletişimin sürekliliğini de gerektirmektedir. Kısacası süreklilik, bu kültürün bir parçası olmanın temel öğelerinden biridir.**

Katılımın sınırlarından bir diğerinin, sürekliliğin sonucu olarak oluşan topluluk bağlarının güçlenmesiyle, topluluğa ve yayınlara katılacak yeni kişilere kapalı hale gelmesi olduğu görülmektedir. Görüşmelerden yalnızca bir tanesinde buna dair bulguya rastlansa da dikkate alınması gereken bir sınırlama olduğu söylenebilir.

5.3.2. İzleyici-yayıncı arasındaki iletişimde çeşitlilik ve karmaşıklık

İzleyici ile yayıncı arasında kurulan iletişim, çok çeşitli biçimler alabilmektedir. Bunu etkileyen unsurlar arasında izleyici sayısı, ortak ya da farklı kültürel deneyimler,

yayıncının yayın yapma biçimi ve topluluktaki deneyim çeşitliliği dikkati çekmektedir. Bu koda yönelik görüşmelerden çıkarılan bulgular şunlardır:

Ghusen: Yayın akarken yan tarafta chat’te konuşmalar dönüyor. O konuşmalarda mesela benim düşündüğüm gibi düşünen insanlar oluyor. Bazen biri yazıyor mesela ben diyorum evet böyle düşünüyorum falan... Olumlu yönde etkiliyor genelde fakat olumsuz yönde etkiledikleri oluyor. Mesela çok alakasız bir şey yazıyor, ben sinirleniyorum. Diyorum “Ne oluyor, ne alaka?”. Yayıncının da akışını bozuyor.

Jelly: Çünkü internet kültürü içerisinde dahi, internet içerisinde yetişmiş insanlar içerisinde dahi canlı yayın kültürünü alamamış, kabul edememiş veya uyum sağlayamamış bir kitle var. Mesela benim evime internet 2000 yılında girdi, 2000’den beri internet kullanıyorum. Her türlü yaştan insan internetle beraber yetişti ama mesela o zamanlar ekşi sözlük kullanan insanların hayatlarında canlı yayın kültürü çok yer etmeyecektir: Çünkü canlı yayın kültürü; internete daha genç yaşlarında girmiş, tabiri caizse internetle beraber büyümüş benim ve benden küçük insanları cezbedebilecek bir ortam. Buna çok anlam veremeyen insanlar oluyor.

Lyimand: Ama bu kemikleşmiş komünitelerin hepsi için zamanla gerçekleşecek bir şey. Ama bahsettiğim yine Bizarkent gibi daha görece niş ve belli sayıları aşmayan komüniteler için. Çok daha büyük komüniteler için bence tam anlamıyla katılmak diye bir şey zaten yok. Milyonlarca kişinin hayranı olduğu bir rockstar grubunun fanbase’ine girmek gibi bir şey o.

Nedimbenoit: Az kişinin izlediği yerde interaksyon daha yüksek olduğu için daha uzun süre takip edebiliyorum. Çok kalabalık bir yayın olsaydı, yayıncı orada bir şey yapıyor ve biz onu sadece izliyor olurduk. Yavaş yavaş televizyona dönüşüyor izleyici sayısı arttıkça, o yüzden küçük yayıncılar daha eğlenceli.

Twinkletoes: Çoğu zaman yayıncıdan daha önemli chat benim için. Can Sungur’u mesela çok severim ama chat’iyle çok muhabbetim yok ya da Can Sungur’un chat’iyle çok muhabbeti yok. Çok diyaloga girmez chat’iyle. O yüzden kendimi dahil edemiyorum gibi hissediyorum yayına.

Bulgulara bakıldığında, yayıncının “chat” ile olan iletişim biçiminin kanaldan kanala farklılık gösterdiği ve izleyicisiyle çok yoğun etkileşime girmeyen yayıncılar için izleyicilerin topluluğa dahil olmakta zorluk çektiği görülmektedir. Yayıncının

izleyicisiyle iletişimini etkileyen bir diğer öge izleyici sayısıdır. **Çok izleyicisi olan kanallarda yayıncıyla izleyicinin iletişimi zorlaşmaktadır.** İzleyicisiyle yoğun iletişim kurmayan ya da kalabalık izleyici kitlesi sebebiyle kurmakta zorlanan yayıncıların topluluklarının da bundan negatif etkileneceğini söylemek mümkündür. Bunun dışında izleyicisiyle iletişim kurma biçimi olumsuz olan yayıncının topluluğuna dahil olmak da zorlaşır. Tam tersi bir örnekte de olumsuz bir katılım sergileyen izleyici, yayıncının içeriğini ve yayının akışını da olumsuz etkilemektedir. **İzleyici-yayıncı iletişiminde bir diğer karmaşıklık ise kültürel anlamda bir ortaklığa sahip olunamaması olarak göze çarpar.** Görüşme bulgularında bahsi geçen bu duruma, katılımcı gözlemde de rastlanmıştır:

“Günhan’ın özellikle Japon kültürel ürünlerine olan ilgisi -anime ve manga-bende karşılık bulmuyor maalesef. Bu konuları yayında konuşmaya başladığında anlamadığım için yayını kapatıyorum artık, konuya dahil olamadığım için.”

“Canlı yayın izlemek günlük yaşamımın bu denli önemli bir parçası haline geldiği için gerçek yaşamdaki arkadaşlarımla da bu kanalların yayınlarını ve içeriklerini paylaşmaya başladım. Ancak hiçbir arkadaşım yayınları anlamıyor, bu kültür onlara çok yabancı geliyor.”

Katılımcı gözlemde kültürel farklılıkların izleyici-yayıncı iletişimini sekteye uğrattığı görülmüştür. İzleyicilerin, yayıncı ile kültürel ve/veya deneyimsel bir ortaklık hissedememesinin, çevrimiçi yayınlara ve topluluklarına dahil olmasının/katılmasının zor olduğu söylenebilir. Ayrıca topluluğun zaman içerisinde oluşturduğu kendi alt kültürüne yabancı olmak da bu topluluklara dahil olmanın önündeki zorluklardan biri olarak dikkat çekmektedir.

5.4. Çevrimiçi Kültür ve “Meme”lerin Rolü

Çevrimiçi canlı yayınlar, bir alt kültür olarak her topluluğun kendine özgün kültürüne sahip olsa da çoğunlukla çevrimiçi kültürden beslenmektedir. Çevrimiçi kültürden ödünç aldıkları öğeleri, kendi kültürleriyle yeniden yorumladıkları söylenebilir. Görüşmelerden elde edilen bulgularda çevrimiçi kültürün ve internet memelerinin rolü ana kategorilerden biri olarak belirlenmiştir. Bu kategori içerisinde ise 2 alt kod tespit edilmiştir. Bunlar; çevrimiçi kültürün canlı yayınlara etkisi, ortak

internet mizahının paylaşılması ve etkileşimdir. Bu kategori için kodlanan görüşme bulgularından bir örnek şöyledir:

Twinkletoes: Yine de aramızda bilgisayar ya da telefon üzerinden bir bağ olduğundan, yüz yüze olduğu kadar bir bağ kuramıyoruz ki birbirimize karşı şaka yapalım. O yüzden memeleri ya da internetteki kültürel öğeleri kullanarak aramızda bir sohbet oluşturmak zorundayız. O yüzden önemli olduğunu düşünüyorum.

Bu örnekten anlaşılacağı üzere, çevrimiçi kültürün öğeleri canlı yayınlardaki sohbetleri ve etkileşimleri beslemekte, canlı yayınlardaki etkileşim bilgisayar dolaylı bir iletişim biçimi olduğu için izleyiciler çevrimiçi kültürün öğelerini ödünç almaktadır.

5.4.1. Çevrimiçi kültürün canlı yayınlara etkisi

Çevrimiçi kültür, canlı yayın topluluğuna dahil olan izleyicilerin çoğunlukla beslendiği kültür olduğu için, bu kültürden öğelerin canlı yayınlara da taşınması olağan görünmektedir. İzleyiciler, çevrimiçi kültürden aldıkları öğeleri yayınlara taşırken, yayıncılar da bu kültürel öğelere kendi yorumlarını katarak onu çeşitlendirmektedir. Böylece çevrimiçi canlı yayın toplulukları kendi alt kültürlerini çevrimiçi kültürden beslenerek oluşturmaktadırlar. Çevrimiçi kültürün canlı yayınlara etkisi kodunu oluşturan görüşme bulguları aşağıdaki gibidir:

Alpercamus: Bence her canlı yayın kanalı kendi kültürünü yansıtıyor ve temelde var olan internet kültürünü daha çeşitli hale getiriyor.

Ghusen: Burada aslında yayıncı, aracı konumunda ve internet kültürünün bir kapı bekçisi gibi oluyor. İyi şeyleri bize aktarırken kötü şeyleri, mesela toksik şeyleri yayından ve izleyicisinden uzak tutmaya çalışıyor (...) İnternet kültürünün iyi kısımları da var. Bunlar genellikle yayıncıya içerik çıkartıyor. Ama internetin kültürü çok hızlı değişiyor. Geçen haftaki şey bayatlamış olabiliyor.

Giganticyufka: İnternet kültürünün tam oluşması böyle bir şeydir ya aslında. Biz internet kültürünün bir parçasını oluşturuyoruz. Bu kültürü birlikte deneyimlemek kültürel bir çoğaltım, bir devinim yaratıyor. Mikro kültür mü denir? Mikro kültürlerimizi yaratıp katalogluyoruz, kaydediyoruz, grupluyoruz. Bu “bizardır” diyoruz mesela.

Lakersbk: İnternetteki diğer kültürlerle karşılaştığında, bana göre bir harmoni içindeler. Birbirinden ayrılmayan, hep birbirini besleyen bir harmoni içindeler. Türkiye'deki canlı yayınları konuşuyorsak eğer, tamamıyla birbirini besliyorlar. Mesela bir haber oluyor, bir şey oluyor; o izlediğin içeriği direkt etkilediği için artık çok yan yanalar. O yüzden takip edebilmek için o diğer kaynakları da bilmen de gerekiyor ya da canlı yayın sana öğretiyor.

Lyimand: İnternet kültürü canlı yayınların anlık akışını bence tamamıyla belirliyor. Gerçekte gündem olmayıp internette gündem olan bir şey de canlı yayında, o an izlemiyor olsak bile, özellikle Bizarkent kitlesinin büyük bölümü hayatının önemli bir bölümünü internette geçirdiği için, öyle ya da böyle konuşuluyor. Yayında hiç konuşulmamış bir konu hakkında şaka yapıldığında, internette olmuş, yayınları düzenli olarak takip eden insanların büyük çoğunluğu, yayında konuşmasak dahi, yayını izlemesek dahi onu biliyor, şakayı anlıyor ya da bir yerden duymuş oluyor. Buna Anıl dahil, yayını yapan insan da dahil. O yüzden yayınların akışını komple belirliyor bence internet kültürü. Şekillendiriyor hatta yayınların akışını.

Nedimbenoit: İnternet kültürü olmasaydı canlı yayınlar nasıl olurdu? Canlı yayının diğer yayınlardan farkı, bir yandan da chat'i okuyup oradan diğer izleyicilerle de interaksyon halinde bulunmak. Bence internet kültürü olmasaydı, hiçbirimiz bu kadar cesur olamazdık. Anonim bu kadar insanın birbiriyle geyik yapabilmesi, bir şeyler paylaşabilmesi, birbirlerinin şakalarına gülmeleri... Okumaya bile tenezzül etmezdik büyük ihtimalle internet kültürü olmasaydı.

Bulgularda görüleceği gibi, **çevrimiçi kültür canlı yayın topluluklarının ödünç alarak yayınlara taşıdıkları ve canlı yayın akışında izleyicilerin ve yayıncının birlikte yeniden yorumlamalarıyla kendi alt kültürlerini oluşturdukları bir ana kültür kaynağıdır. Çevrimiçi kültürde var olmanın ya da ona hâkim olmanın, canlı yayın topluluklarına dahil olmayı ve izleme deneyimini kolaylaştırdığı görülebilir. Çevrimiçi kültürden beslenmeyen bir canlı yayın alt kültürü pek mümkün görünmemektedir.** Kimi bulgularda söylendiği gibi, yayıncılar çevrimiçi kültürün bir katalizörü gibi işlev görmekte, çevrimiçi kültürden beslenen bir alt kültürü topluluğuyla birlikte oluşturmaktadır. Çevrimiçi kültürün canlı yayınlara etkisine dair bir diğer bulguda görüşme yapılan bir katılımcı şunları söylemiştir:

Lakersbk: Günhan'ın ilk yayın açtığı zamanlar sanırım 2018 senesiydi. Ben Günhan'ı Merlinin Kazanı'ndan biliyordum. Daha sonra yayın açmaya başladığında gördüm, “Merlinin Kazanı'ndaki abi, oturayım izleyeyim.” diyerek ilk yayınına girdim. Oradan itibaren bir kültürün parçası olmaya başladım.

Katılımcının bu şekilde ifade ettiği gibi, canlı yayın kanalını keşfetmek ve topluluğa dahil olmak da çevrimiçi kültür aracılığıyla gerçekleşebilen bir durumdur. Çevrimiçi dünyada, canlı yayınlar dışındaki içerikler ve kanallar aracılığıyla bir canlı yayın kanalından haberdar olmak ve topluluğuna dahil olmak mümkün görünmektedir.

5.4.2. Emojiler ve “meme”lerin yayın deneyimine katkısı

Çevrimiçi kültürün bir parçası olan emojiler ve çeşitli memelerin yayın deneyiminde izleyiciler için ne ifade ettiği ve yayınlara nasıl katkıda bulunduğu dair bulgular şu şekildedir:

Alpercamus: Mesela biz, internetin alt katmanlarında kalan içerikleri bir şekilde bulup, onları izleyip, görüp aslında hem sosyolojik çıkarımlarda bulunuyoruz kendi içimizde hem de aslında gülüp eğleniyoruz temelde. Bu şekilde kültürel bir etkileşim oluyor. Hem internet kültürü hem de canlı yayın toplulukları arasında.

Spuk: İnternet kültüründen bence çok besleniyor. En basiti zaten chatlerde akan emojilerin çoğu memelerden geliyor veya memeleri besliyor onlar. Birbirlerini destekliyorlar gibi.

Twinkletoes: “Inside joke”ların, kendi komünitenin içerisinde üretilen şakaların çoğu zaten oralardan (çevrimiçi kültürden) geliyor.

Katılımcıların bu ifadelerine bakıldığında internetteki pek çok içeriğin, canlı yayın akışında ve topluluk deneyiminde önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. **Toplulukların kendi oluşturdukları alt kültürler, başka çevrimiçi unsurların canlı yayın akışı içerisinde çeşitlenmesi ve dönüştürülmesiyle oluşmaktadır.** Çevrimiçi kültürden ödünç alınan öğeler, toplulukla birlikte yayıncının yarattığı ortak deneyim aracılığıyla çevrimiçi canlı yayın topluluklarının bir alt kültür oluşturmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla canlı yayın deneyiminin, ortak bir alt kültürün oluşumunda işlevsel bir konuma sahip olduğu söylenebilir.

5.5. Ortak Dil

Çevrimiçi canlı yayınların oluşturduğu alt kültür, topluluğun zamanla kendi aralarında geliştirdikleri ortak bir dili, ortak anlayışı beraberinde getirmektedir. Örneğin topluluğun aktif ve daimî üyelerinin anladığı ortak şakalar, benzer bir mizahi anlayış, alt kültür olarak çevrimiçi canlı yayınların anlaşılmasında önem arz etmektedir. Çevrimiçi kültür ve memelerin rolü kategorisindeki bulgulara da bahsedildiği gibi, çevrimiçi kültürden ödünç alınan öğelerin yayın akışında topluluk ve yayıncı tarafından yeniden inşasıyla oluşan alt kültür, topluluğun kurduğu ortak dili de büyük ölçüde açıklamaktadır. Örneğin Bizarbaba kanalının ismi, yayıncı ve topluluk tarafından yayınlarda birlikte izlenen “garip” videoların yayın sohbetlerinde adlandırılma biçimiyle İngilizce “bizarre” kelimesinin Türkçe’de ifade edilmesine çevrilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Kanalin isminin değişimi, topluluğun ortak dilinin bir tezahürü olmuştur. Çevrimiçi canlı yayın topluluklarının ortak diliyle görüşmecilerden alınan yanıtlarda şu bulgulara rastlanmaktadır:

Giganticyufka: Mikro kültür mü denir? Mikro kültürlerimizi yaratıp katalogluyoruz, kaydediyoruz, grupluyoruz. Bu “bizardır” diyoruz mesela.

Spuk: Mesela bir şaka yaptığın zaman nasıl birinin alınmayacağını bilirsin, orada da aynı şekilde yani.

Lakersbk: Bir kültürün parçası olmaya başladım. Hani “inside joke” derler ya, işte onları algılamaya falan... Her gün belli bir toplulukla bir şeyler izlemeye başlıyorsun.

Twinkletoes: Oralardan (çevrimiçi kültürden) gelmesi de zamanla insanların bir arada bulunarak ürettiği şakalar oluyor.

Katılımcıların ifade ettiği üzere, topluluğun ortak dili, insanların canlı yayınlarda ve hatta yayın dışı Discord sunucularında vd. düzenli olarak bir arada bulunarak oluşturduğu ve geliştirdiği görülmektedir. Aynı zamanda böyle bir ortak dilin ve anlayışın geliştirilmesi, topluluk üyelerinin kendilerine ait bir alt kültür sahibi olduklarını düşünmelerine sebep olmaktadır. Diğer bir deyişle **ortak dil, topluluğa dahil olma hissini güçlendirir. Ayrıca bu ortak dil sayesinde topluluk üyelerinin birbirleriyle bağları da kuvvetlenmektedir.**

5.6. Topluluk Dayanışması

Topluluk dayanışması kategorisinin bulgularının tamamı katılımcı gözleme dayanmaktadır. Zira katılımcı gözlem sürecinde yaşanan 6 Şubat 2023 tarihli Kahramanmaraş merkezli depremler sebebiyle, takip edilen çevrimiçi canlı yayın kanallarının yayın akışında ve topluluk tepkilerinde normale nazaran farklı dinamikler göze çarpmıştır. Bütün ülkeye yayılan büyük bir toplumsal dayanışmanın görüldüğü deprem sonrası günlerde, çevrimiçi canlı yayınlara da bu dayanışmanın yansıdığı ve bu platformların farklı işlevlerini ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Bu yüzden söz konusu süreçteki katılımcı gözlemden elde edilen bulguların araştırmaya dahil edilmesi gerekli görülmüştür. Bu bölümde deprem sonrası günlere ait gözlem notlarının tamamını bulgu olarak vermek yerine notlardan bir özete yer verilip, topluluk dayanışmasına dair yorumlamalar yapılacaktır. Katılımcı gözlem notlarının söz konusu sürece dair özeti aşağıda verilmiştir:

“6 Şubat 2023’te Kahramanmaraş merkezli büyük deprem sonrası, Bizarbaba kanalının yaklaşık 20 saat süren canlı yayınında bölgeden gelen haberleri birlikte takip ettik. Topluluk olarak biz ne yapabiliriz diye düşünüldü. Sosyal medyada bölgeyle ilgili yayılan çeşitli dezenformasyonlara karşı bir raporlama kanalını Discord sunucusunda açtık ve hep birlikte dezenformasyona karşı bir raporlama işine giriştik. Bir yandan da yardım toplamak için organizasyonlar yapıldı topluluk içerisinde. Deprem bölgesinde ikamet ettiğini bildiğimiz topluluk üyelerine hep birlikte ulaşmaya çalıştık. Günhan da Youtube kanalında bir canlı yayın açarak resmi kanallar yoluyla bölgeye ulaşacak bağışlar topladı, orada da aktif biçimde bağış kampanyası için elimizden geleni yaptık. Ayrıca bu yayın devam ederken Wired topluluğunun Discord sunucusunda bir kanal açılarak topluluk içerisinde bölgeye yardıma gidebilecek arama kurtarma eğitimi olan kişiler için araç bulunması koordine edildi. Başka bir Twitch yayınında deprem bölgesinde ihtiyaç duyulan vinç gibi araçların oraya ulaşması için aktif izleyicilerle birlikte araç sahipleri ve araç operatörlerini bir araya getirecek ve onları bölgeye taşıyacak tır sahiplerinin bilgileri sosyal medyadaki duyurulardan toplanarak birbirlerine ulaşması için organize bir çabaya girişildiğini gördüm. Canlı yayının anlık iletişim kapasitesi sayesinde birçok araç bu yayıncı ve topluluğunun çabalarıyla bölgeye doğru yola çıktı.

Yayınların canlı olması, sürekli bir bilgi akışını sağlıyor. Bu sayede topluluklar içerisinde hızlıca çözüme gidecek yollar bulunabiliyor. Deprem sonrası dayanışması için bu canlı yayınlar gerçekten işlevsel bir yöntem sundu.”

Bütün ülkeyi yasa boğan bu büyük felaket sonrası, ülkenin dört bir yanında halihazırda birçok yoldan çok geniş çaplı bir toplumsal dayanışma ağının kurulduğu günlerde çevrimiçi canlı yayın toplulukları da platformun ve dahil oldukları medyumun kapasitesini sonuna kadar kullanmıştır. Çevrimiçi canlı yayınlar, anlık iletişimin bu şekilde dayanışma gerektiren durumlarda ne kadar önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda sağladığı bu anlık iletişim imkanıyla, organizasyonel kapasitesinin ne kadar güçlü olduğu da görülmüştür. Yüzlerce hatta binlerce insanın, bir topluluk olarak koordine bir biçimde hareket etmesini ve organize olabildiğini kolaylaştırmıştır. Bütün bunların ışığında, **çevrimiçi canlı yayınların topluluk dayanışmasını hatta daha genel anlamda toplumsal dayanışmayı güçlendirme ve organize etme potansiyeline sahip olduğunu söylemek mümkündür.**

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgulardan varılan sonuçlar ve gelecek çalışmalar için öneriler yer almaktadır.

6.1. Sonuç

Araştırmada çevrimiçi canlı yayın platformları bir alt kültür olarak incelenmiş ve bu alt kültürün öğelerinin neler olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Raymond Williams'ın kültür kavramına bakışı ve alt kültür anlayışı araştırmanın kuramsal temeli olarak belirlenmiş ve çevrimiçi canlı yayınların kültürünü etkileyen temel unsurlar alanyazında ele alınmıştır. Bu çerçevede çevrimiçi kültür, katılımcı kültür, sanal topluluklar ve gerçek sanallık kültürü kavramları temel alınarak bir kuramsal matris oluşturulmuştur. Araştırma modeli olarak belirlenen netnografi yöntemi gereği yaklaşık dört yıl süren, Twitch ve Youtube'da canlı yayın yapan iki kanalın topluluğunda bir katılımcı gözlem gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra, oluşturulan kuramsal matristen yola çıkılarak araştırma soruları belirlenmiş ve gözlemlenen canlı yayın topluluklarının üyeleriyle bu sorular ışığında görüşmeler yapılmıştır. Ardından, katılımcı gözlemde elde edilen bulgular ve görüşmeler tematik analiz yoluyla incelenmiş ve yorumlanmıştır. Bu incelemeler sonrası ulaşılan sonuçlar ve çevrimiçi canlı yayın kültürünün öğeleri ise şöyledir:

- Çevrimiçi canlı yayınların topluluklarına dahil olmak, sohbet akışına ve yayına katılım göstermekle gerçekleştiği gibi aynı zamanda yayın dışında da devam eden topluluk aktivitelerine ve sohbetlerine dahil olmakla gerçekleşmektedir.
- Katılım ve etkileşim arttıkça topluluk içerisinde tanınırlık da artmaktadır. Söz konusu katılımı sağlayanın da çoğunlukla ortak ilgiler ve meraklar olduğu görülmüştür.
- Güvenli bir ortamda olduğunu hissetmenin ve topluluk üyelerini kendine benzer bulmanın dahiliyeti güçlendirdiği görülmüştür. Benzerlik, hem akrallık olarak hem de ortak deneyimlere sahip olmak ile açıklanabilmektedir.
- Canlı yayın toplulukları, çevrimiçi kültürde sosyalleşme ihtiyacını gideren bir işleve sahiptir.
- Pandeminin de etkisiyle artan çevrimiçi canlı yayın izleme alışkanlığıyla bu yayınlar, insanların bir araya geldiği alternatif bir sosyal ortam olma işlevini karşılamıştır.

- İzleyiciler arasındaki etkileşim ve bağlantının iki ayrı yönelimi olduğu görülmüştür. İlki kültürel paylaşımlar yoluyla etkileşim, ikincisi ise kurulan etkileşimin ve bağlantının sanal bir bağlantı olduğunun farkında olunarak kurulmasıdır.
- Yayın içeriğine katkı sunmak, yayının gidişatını etkilemek çevrimiçi canlı yayın kültürünün öğelerinden biridir. İçeriğe doğrudan etki edebilecek konuma gelmek ise aktif ve sürekli etkileşim sayesinde mümkün olabilmektedir.
- İzleyicinin yayın içeriğine etkisi ve katkısı, katılımının yoğun olduğu durumlar için geçerlidir.
- İzleyici, yayıncıyla etkileşime girebildiği ölçüde kendini topluluğun bir parçası olarak hissetmekte ve katılım motivasyonu artmaktadır.
- Yayın “canlı” olduğu için, bazı anlar hem yayıncı hem de izleyici için önemli hale gelmekte ve hem yayın içeriğini hem de topluluğun kültürünü şekillendirmektedir. Bunu topluluk kültürü içerisinde, anlık ortak deneyim paylaşımı olarak adlandırmak mümkündür.
- Sürekli değişim ve akış, canlı yayın kültürünün temel öğelerinden biridir. Bu akışkanlık ve değişim, izleyici-yayıncı ilişkisine de yansımaktadır.
- Çevrimiçi canlı yayın kültürü sürekli takip, izleme ve katılım gerektirmektedir. Süreklilik yalnızca yayınların düzenli takibini değil, toplulukla iletişimin sürekliliğini de gerektirir.
- Çok izleyicisi olan kanallarda yayıncıyla izleyicinin iletişimi zorlaşmaktadır.
- Yayıncı ile kültürel olarak bir ortaklığın hissedilememesi izleyici-yayıncı iletişimini zorlaştırır.
- Çevrimiçi canlı yayınların alt kültürünün beslendiği ana kaynak çevrimiçi kültür/internet kültürüdür.
- Toplulukların kendi oluşturdukları alt kültürler, başka çevrimiçi öğelerin canlı yayın akışı içerisinde çeşitlenmesi ve dönüştürülmesiyle oluşmaktadır.
- Toplulukların oluşturdukları ortak dil, topluluğa dahil olma hissini güçlendirir. Bu ortak dil sayesinde topluluk üyelerinin birbirleriyle bağları da kuvvetlenmektedir.
- Çevrimiçi canlı yayınlar topluluk dayanışmasını hatta daha genel anlamda toplumsal dayanışmayı güçlendirme ve organize etme potansiyeline sahiptir.

Araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçlara bakıldığında çevrimiçi canlı yayınların topluluklarının bir üyesi olmak aktif ve sürekli katılımı gerektirmektedir. Bu katılım yalnızca canlı yayınlarda gerçekleşmez, aynı zamanda bu toplulukların canlı yayınlar haricinde bir araya geldiği sunucularda topluluk üyeleriyle ve yayıncıyla iletişim kurmakla da gerçekleşmektedir. Bu açıdan bakıldığında çevrimiçi canlı yayın kültürü, katılımcı kültürün ifadesini bulduğu yeni medya ortamlarından birisidir. Hayran kültürünün bir uzantısı ve devamı sayılabilecek olan katılımcı kültürde, ortak zevkler ve kültürel tüketimler aracılığıyla bir araya gelen topluluklar söz konusuysen çevrimiçi canlı yayın topluluklarında bu durumun birlikte ve eşzamanlı bir tüketim imkânı sunduğu görülmüştür.

Çevrimiçi canlı yayın kültüründe katılımcılığın işlevlerinden biri, topluluk içerisinde tanınırlığı sağlamasıdır. Bu sayede topluluk ile bağların kuvvetlendiği ve katılımın daha da arttığı görülmüştür. Öte yandan katılımın sıklığı ve sürekliliği da bu bağları ve topluluk içerisinde kalabilmeyi etkileyen bir faktördür. Katılımda süreklilik araştırmanın bulgularında özellikle öne çıkan bir unsur olmuştur. Canlı yayınlarda katılım ve canlı yayınlar dışında toplulukla iletişim sürekli olmadığında hem tanınırlık azalmakta -zira topluluğa sürekli yeni üyeler katılırken kimi üyeler de zamanla ayrıldıkları için- hem de topluluğun kültüründen uzaklaşmaktadır.

Katılım kültürünün çevrimiçi canlı yayın kültüründe bir başka tezahürü ise katılımın canlı yayınların içeriğini etkilemesi ve katılım gösteren izleyicinin yayının gidişatını yönlendirebilmesidir. Katılımcı kültürde diğer medya içerikleri ve metinleri topluluklar için kendi metinlerini oluşturup paylaşmak için bir aracı olurken, çevrimiçi canlı yayınlarda bu katılım doğrudan topluluğu bir araya getiren içeriği şekillendirme imkânı doğurmaktadır. Çevrimiçi canlı yayın kültürü bu yönüyle katılımın biçimlerini ve etkilerini daha ileri taşır. Diğer bir deyişle kültürel üretimin kolektif bir formda ve akış içerisinde gerçekleşmesini mümkün kılar. Williams'ın iletişim araçlarının üretim araçları olduğu fikri göz önüne alındığında, çevrimiçi canlı yayınların bu haliyle bir üretim aracı olduğu ve bu platformlarda kolektif bir kültürel üretimin gerçekleştiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Öte yandan bu üretim, daha önce de belirtildiği gibi sürekli ve aktif bir katılım ön koşuluna bağlıdır.

Çevrimiçi canlı yayın topluluklarına dahil olmak ve bu toplulukların bir araya gelmesi, katılımcı kültürde çoğunlukla görüldüğü üzere ortak bir kültürel paylaşım aracılığıyla gerçekleşebildiği gibi, benzerlikler ve akranlık yoluyla kurulan bağlar ile de

gerçekleşmektedir. Topluluk üyelerinin, kültürel paylaşım ile bir çevrimiçi canlı yayın kanalını keşfederken topluluğa dahil olması ve canlı yayınları takibe başlaması çoğunlukla yayıncıda ve diğer topluluk üyeleriyle ortak deneyimlere sahip olmaları ve akranlık bağı hissetmeleriyle mümkün olmaktadır. Burada ortak deneyimden kasıt, çoğunlukla benzer hayat deneyimlerine sahip olmaktır. Benzer hayat deneyimine sahip olmanın, ekonomik ve sınıfsal bir yakınlığı hissetmeyi beraberinde getirdiği söylenebilir. Ekonomik koşulların benzerliğinin, çoğunlukla bir topluluğu bir arada tutacak bir unsur olduğunu düşünmek mümkündür.

Çevrimiçi canlı yayınların, çevrimiçi dünyada insanların bir araya geldiği bir sosyal ortam olma işlevi mevcuttur. Böyle bir topluluğa dahil olmak, üyeler için benzer hayat deneyimine sahip insanlarla bir araya gelerek sohbet etme, zaman geçirme ve kültürel paylaşımlarda bulunmalarını sağlamıştır. Yayınların bu işlevinin özellikle COVID-19 pandemisi sırasında kendini gösterdiği görülmüştür. Pandemi döneminde yüz yüze iletişim kuramayan insanlar için çevrimiçi dünyada iletişim kurup birlikte vakit geçirebileceği sosyal ortamı sağlamıştır. Çevrimiçi canlı yayınların izlenme oranlarının pandemi döneminde önemli ölçüde artması bunu kanıtlar niteliktedir.

Sosyal ortam sağlama işlevini, sanal topluluklar kavramıyla ilişkilendirmek mümkündür. Zira bulgulara görüldüğü üzere bu topluluklara dahil olan üyelerin çoğunluğu, sürekli ve aktif bir katılım gösterecekleri dahi kurdukları iletişimin sanal ve dolaylı bir iletişim olduğunun farkındadır. Bu farkındalık çevrimiçi kültürün önemli bir ögesi olan anonimliğin bu topluluklarda halen baskın olmasıyla kendini göstermektedir. Gerçek ve yüz yüze iletişime geçilen örnekler mevcut olmakla birlikte, çevrimiçi canlı yayın kültüründe topluluk bağlarının çoğunlukla sanal bağlar olduğu görülmüştür.

Çevrimiçi canlı yayın topluluklarını sanal topluluklar olarak adlandıracaksak, bu toplulukların üyelerini sanal da olsa “bağlayan” temel ögenin yayıncı olduğunu eklemek gerekir. Yayıncıyla kurulan iletişimin karşılıklı ve eşzamanlı olması, katılımın sürekli olduğu durumlarda topluluk arasında üyenin tanınırlığını artırmakta ve bu sayede toplulukla olan bağları da güçlendirmektedir. Topluluklardan kopuşların da çoğunlukla yayıncıyla kurulan iletişimin zamanla azalması ve toplulukla olan bağın zayıflamasıyla gerçekleştiği görülmüştür. Yayıncıyla kurulan iletişim devam ettiği sürece topluluk olan iletişimin de sürdüğü sonucuna varmak mümkündür.

Topluluklarda kurulan sanal bağlantılar canlı yayınların, bahsedildiği üzere sosyal bir ortam sağlama işlevinin yanında kültürel paylaşım işleviyle de ortaya çıkmaktadır. Canlı yayınlarda gerçekleştirilen kültürel paylaşımlar, ortak yayın deneyimini yaratırken çoğunlukla çevrimiçi kültürden beslenmektedir. Çevrimiçi kültür yayın içeriklerinin ana kaynağıdır. Canlı yayın kültürü ise çevrimiçi kültürden beslenerek topluluğun anlık olarak verdiği tepkilerle ilerleyen bir yayın gidişatı ve yayıncının da yönlendirmesi sonucu oluşan bir alt kültürdür. Diğer bir deyişle canlı yayın kültürü çevrimiçi kültürün öğelerinin anlık akış içerisinde çeşitlenmesi ve dönüşmesiyle oluşur.

Anlık akış içerisinde filizlenen canlı yayın kültürünün Castells'in gerçek sanallık kültürü adını verdiği, eşzamanlılık ve bağlantılılık kavramlarıyla doğrudan ilgili olduğu sonucuna varılabilir. Anlık akışta yapılan kolektif bir kültürel üretim biçimi olarak çevrimiçi canlı yayınlar, eşzamanlı olarak bağlantı kuran bir topluluğun, bir insan grubunun bir araya geldiği sanal bir ortamdır. Çevrimiçi canlı yayın teknolojisi, farklı uzamlardan bağlantıya geçen insanların eşzamanlı olarak ortak bir deneyim oluşturmaya olanak tanır. Sanal yollarla oluşturulan bu ortak deneyimin, yayın "akışı" içerisinde o topluluğun gerçekliği olduğu söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında çevrimiçi canlı yayın kültürü, gerçek sanallık kültürünü temsil eden güçlü örneklerden biridir.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç, Williams'ın alt kültürler için öne çıkardığı temel özelliklerden biri olan ortak dilin çevrimiçi canlı yayın platformlarında da görülmesidir. Bu alt kültüre ve topluluklara dahil olmanın ön koşullarından biri çevrimiçi kültüre olan aşinalık ve çevrimiçi kültürün diline hakimiyettir. Canlı yayın topluluklarının üyeleri bu ön koşula sahip oldukları takdirde topluluğa dahil olup anlık ortak deneyim paylaşımıyla oluşan yeni alt kültüre uyum sağlayabilmektedir. Akış içerisinde gelişen alt kültür, doğrudan topluluk üyelerinin katılımıyla oluştuğu için topluluğun bir ortak dil ve anlayış geliştirmesi de kaçınılmazdır. Oluşan bu ortak dil, topluluk üyelerinin bağlarını da güçlendirmektedir.

Özellikle katılımcı gözlem bulgularından ulaşılan araştırmanın bir diğer sonucu, çevrimiçi canlı yayınların bir topluluk dayanışması işlevi sunmasıdır. Araştırma katılımcı gözlem aşamasındayken gerçekleşen Kahramanmaraş merkezli 6 Şubat 2023 depremleri sonrası, Türkiye geneline yayılan büyük toplumsal dayanışmanın çevrimiçi canlı yayınlarda da kendini göstermesi bu sonuca ulaşılmasını sağlamıştır. Söz konusu toplumsal dayanışmanın bir uzantısı olarak çevrimiçi canlı yayın kanalları, deprem bölgesine yardım için birçok organizasyon düzenlemiş, her bir yayın topluluğu kendi

imkanları dahilinde farklı farklı yöntemlerle toplumsal dayanışmanın bir parçası olmuştur. Canlı yayın teknolojisi eşzamanlı ve toplu bir iletişimi mümkün kıldığı için, organizasyonel açıdan oldukça efektif bir araç olduğunu da bu süreçte göstermiştir.

Canlı yayınların, çevrimiçi bir topluluğun ortak bir amaç için, bir arada ve oldukça koordine bir şekilde hareket etmesini sağlayan bir araç olduğu sonucuna varılmıştır. Çevrimiçi canlı yayınlar Williams'ın ifade ettiği şekliyle toplumsal ve tarihsel koşullardan etkilenmiştir ve söz konusu süreçte teknolojik olanaklarını işlevsel bir şekilde kullanarak kendini dönüştürmüş ve yeniden üretmiştir. Çevrimiçi canlı yayın kültürü; toplumsal, tarihsel ve teknolojik koşulların gerektirdiği biçimde değişen, sürekli kendini yeniden üretebilen bir alt kültürdür.

6.2. Öneriler

Bu araştırma, özellikle kültürel çalışmalara odaklanmak isteyen iletişim alanındaki araştırmacılar için bir rehber niteliği taşıyabilecek türden bir araştırma olarak değerlendirilebilir. Araştırmacılar benzer şekilde etnografi temelli yöntemler kullanarak özellikle yeni iletişim teknolojilerine yönelik araştırmalar tasarlayabilir. Daha kapsamlı ve geniş çaplı araştırmalar için projeler tasarlanabilir. Bu çalışmanın katılımcı gözlem sürecinin yaklaşık dört yıl sürdüğü göz önüne alındığında, araştırma grupları oluşturularak tasarlanacak projelerle bu süreler kısaltılarak daha verimli bir araştırma yürütülebilir. Öte yandan araştırmanın kapsamının, tek araştırmacının katılımcı gözlemi gerçekleştirebilmesi için kısıtlı kaldığı görülmüştür. Çevrimiçi canlı yayınlara yönelik yapılacak çalışmalarda, özellikle izleyici sayıları on binleri bulan büyük yayıncı gruplarını ve topluluklarını incelemek için araştırma grupları oluşturularak tasarlanacak projelere ihtiyaç duyulduğu görülmüştür.

Bu araştırma, kültürel bir çalışma olarak tasarlanmış ve yürütülmüştür. Ulaşılan sonuçlar çevrimiçi canlı yayınların özellikle kültürel, teknolojik ve tarihsel boyutlarda nasıl geliştiği, değiştiği ve dönüştüğüne dair bir bakış açısı sunsa da konunun ekonomik boyutuna yönelik bulguların, araştırmanın sınırlılıklarından dolayı eksik kaldığı söylenebilir. Bu açıdan, çevrimiçi canlı yayınlara yönelik hem yayıncı hem de izleyici ve topluluklar açısından bu kültürü etkileyen ekonomik etmenlere yönelik yapılacak çalışmalar için bu araştırmanın ön ayak olabileceğini de eklemek gerekir. Bunun için doğrudan nicel ya da çeşitli karma yöntemlerin kullanılacağı araştırmaların yapılması bu araştırmayı inceleyecek olan araştırmacılar için yapılabilecek önerilerden birisidir.

Son olarak, araştırmanın sonucunda ulaşılan, çevrimiçi canlı yayınların toplumsal dayanışmaya teknolojinin ve kültürünün gereği olarak uyum sağlayabilen kapasitesi göz önüne alınırsa, özellikle sivil toplum kuruluşlarının hatta belki devlet kurumlarının ihtiyaç durumunda kullanabilecekleri kültürel bir araç olduğu düşünülebilir. Çevrimiçi canlı yayınların organizasyonel ihtiyaçları karşılayabilecek bir araç olduğu, anlık koordinasyon gerektiren durumlara hızlı yanıt verebildiği ve ihtiyaç halinde dayanışma örgütleyebildiği göz önünde bulundurulduğunda sivil toplum kuruluşları, okullar, üniversiteler, devlet kurumları, yardım dernekleri gibi birçok kurumun bir dayanışma kültürü inşa etmesine yardımcı olabileceği söylenebilir.



KAYNAKÇA

- Altunay, A. (2023). *Medya ve Zaman -Resim, Fotoğraf, Film, Video-*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Arnes, R. (1995). Toplumsal Düzen. L. Kılıç içinde, *Video Sanatı: Eleştirel Bir Bakış* (H. Uğurlu, Çev., s. 17-32). İstanbul: Hil Yayın.
- Bayrak, H. (2020, Ocak 03). *Dijilopedi - İstatistik*. Aralık 12, 2020 tarihinde Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> adresinden alındı
- Bergson, H. (2019). *Metafizik Dersleri: Uzay-Zaman-Madde*. (B. G. Beşiktaşlıyan, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- boyd, d. (2002, Eylül). Faceted Id/entity: Managing Representation in a Digital World. Massachusetts Institute of Technology.
- boyd, d. (2007). None of This Is Real: Identity and Participation in Friendster. J. Karaganis içinde, *Structures of Participation in Digital Culture* (s. 132-157). New York: Social Science Research Council.
- Brewer, J., Ruberg, B., Cullen, A. L., & Persaud, C. J. (2023). *Real Life in Real Time: Livestreaming Culture*. Cambridge: The MIT Press.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2007). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Üçüncü Cilt Binyılın Sonu*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1 Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2016). *İletişim Gücü*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. California: SAGE Publications.
- Demir, Y. (1994). Filmsel Zamanın Yaratılmasında Filmsel Araçların Zamanı Etkilemedeki Rolü. Y. Demir içinde, *Filmde Zaman ve Mekan* (s. 47-69). Eskişehir: Turkuaz Yayınları.
- Deuze, M. (2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. *The Information Society*, 63-75.
- Dijk, J. V. (2018). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Elias, N. (2018). *Zaman Üzerine*. (V. Atayman, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Feuer, J. (1995). Canlı Yayın Kavramı: İdeoloji Olarak Ontoloji. L. Kılıç içinde, *Video Sanatı: Eleştirel Bir Bakış* (E. N. Orhon, Çev., s. 76-87). İstanbul: Hil Yayın.
- Fuchs, C. (2018). Google Kapitalizmi. F. Aydoğan içinde, *Yeni Medya Kuramları* (Ç. Çavuşoğlu, Çev., s. 71-83). İstanbul: Der Yayınları.
- Gere, C. (2008). *Digital Culture*. London: Reaktion Books.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Harvey, D. (2019). *Postmodernliğin Durumu*. (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Jacobs, L. (1994). Zaman ve Mekanın Anlatımı. Y. Demir içinde, *Filmde Zaman ve Mekan* (Y. Demir, Çev., s. 35-46). Eskişehir: Turkuaz Yayınları.
- Jenkins, H. (2005). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2019). *Cesur Yeni Medya*. (N. Yeğengil, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Karaganis, J. (2007). *Structures of Participation in Digital Culture*. New York: Social Science Research Council.

- Kern, S. (2013). *Zaman ve Uzam Kültürü 1880-1918*. (A. Selman, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Marriott, S. (2007). *Live Television: Time, Space and the Broadcast Event*. London: Sage Publications.
- Neuman, W. R. (2018). *Dijital Fark: Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı*. (G. Metin, Çev.) İstanbul: The Kitap Yayınları.
- Nowotny, H. (1994). *Time: The Modern and Postmodern Exprience*. Cambridge: Polity Press.
- Peretti, J. (2007). Notes on Contagious Media. J. Karaganis içinde, *Structures of Participation in Digital Culture* (s. 159-163). New York: Social Science Research Council.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: MIT Press.
- Russell, B. (1997). *Batı Felsefesi Tarihi III- Yeniçağ*. (M. Sencer, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Scannell, P. (2014). *Television and the meaning of live*. Cambridge: Polity Press.
- Siemens, G. (2022, Mayıs 22). *Knowing Knowledge*. Knowing Knowledge Web Sitesi: <https://www.knowingknowledge.com> adresinden alındı
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. (G. Orhon, & B. E. Aksoy, Çev.) Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Taylor, T. L. (2023). Foreword: Broadcasting Our Lives, Broadcasting Ourselves. J. Brewer, B. Ruberg, A. L. Cullen, & C. J. Persaud içinde, *Real Life in Real Time: Livestreaming Culture* (s. ix-xv). Cambridge: The MIT Press.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Uğurlu, H. (2002). *Canlı Yayınlanan Televizyon Programlarında Zaman Olgusu*. Anadolu Üniversitesi.

- Van Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*(25), 227-252.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (S. Aydın, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Williams, R. (2004). *Television: Technology and Cultural Form*. London: Routledge Classics.
- Williams, R. (2013). *Kültür ve Materyalizm*. (F. B. Aydar, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Williams, R. (2017). *Kültür ve Toplum 1780-1950*. (U. Kocabaşoğlu, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Williams, R. (2018). *Anahtar Sözcükler*. (S. Kılıç, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zettl, H. (2011). *Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.

EKLER

EK-1. Görüşmeci Katılım Formu

Görüşmeci:

Tarih:

Görüşmenin yapıldığı yer:

Değerli katılımcı,

Ben, Umut Gül; Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde doktora öğrencisiyim. Sizinle yapacağım bu görüşme, “Bir Alt Kültür Olarak Çevrimiçi Canlı Yayınlar” isimli doktora tez çalışmam kapsamında yapılmaktadır. Sorulara vereceğiniz cevaplarda sizin bilgi düzeyiniz ölçülmeyecek, tez çalışmasının amacı kapsamında genel sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır. Bununla birlikte, verdiğiniz bilgiler ve kişisel bilgileriniz hiçbir şekilde bir başkasıyla ya da kurumla paylaşılmayacak, çalışma tamamlandıktan sonra silinecektir. Zaman kaybını önlemek ve kontrollü çalışmak amacıyla izninizle görüşmemizin ses kaydını alacağım. Bu ses kaydı da çalışmanın bitimiyle birlikte silinecek, başka hiçbir amaçla kullanılamayacaktır. Görüşmenin yaklaşık olarak 20 dakika süreceğini tahmin ediyorum. Araştırmaya sağlayacağınız çok önemli katkı ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Umut GÜL

Doktora Öğrencisi

Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. D. Alper ALTUNAY

Tez Danışmanı

Anadolu Üniversitesi

EK-2. Görüşme Soruları

1. İnternetteki farklı kaynaklar arasında canlı yayınların konumu sizin için nedir?
2. İnternet kültürü, canlı yayınların anlık akışını sizin için nasıl etkiler?
3. Canlı yayınlarda kurduğunuz bağlantılar katılımınızı nasıl etkiler?
4. Canlı yayınların eş zamanlı oluşu katılımınızı nasıl etkiler?
5. Bir canlı yayın topluluğuna nasıl katılırsınız?
6. Canlı yayın topluluğuyla iletişiminiz nasıldır?





ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Bir Alt Kültür Olarak Çevrimiçi Canlı Yayın Platformları
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Davut Alper ALTUNAY
TEZ YAZARI:	Umut GÜL
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
Prof. Dr. Saime ÖNCE (Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (Başkan Yardımcısı -İkt. ve İdari Bil. Fak.)	Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ (Edebiyat Fak.)
Prof. Dr. Yıldız UZUNER (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (İletişim Bil. Fak.)
Prof. Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Kamil ÇEKEROL (Açıköğretim Fak.)