

Çevrimiçi Kadın Topluluklarına Feminist Metodolojiye Dayalı Çevrimiçi Etnografi Yöntemi ile Bakmak*

Merve Genç**

Öz

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak toplumsallaşma biçimleri giderek çeşitlenmektedir. Her gün milyonlarca insan İnternet dolayımı ile etkileşime geçmekte, yeni *biraradalık* tarzları oluşmaktadır. Bu durum kaçınılmaz olarak sosyal bilimler alanında yeni araştırma metodlarının geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Özellikle kadın çalışmaları açısından bakıldığında yeni yaklaşımlara duyulan bu ihtiyaç daha da elzemdir. Sebebi ise yeni medya teknolojilerinin hem mevcut iktidar örüntülerini dönüştürme fırsatı sunması, hem yeni kadınlık deneyimlerine hem de mevcut kadınlık deneyimlerinin aktarılmasına imkân tanınmasıdır. Buna ek olarak kadınların yeni teknolojiler dolayımıyla görünürlüklerinin artması ve temsiliyet biçimlerinin dönüşüm geçirmesi de kadın çalışmaları açısından dikkate değer bir diğer husustur. Kadınlar artık kendilerine ait web siteleri, bloglar, vloglar ve sosyal medya hesapları üzerinden kendi temsillerini yaratabilmektedir. Bu mecralar yoluyla çevrimiçi topluluklar oluşturabilmektedirler. Dolayısıyla bu yeni toplumsallaşma tarzları kadın çalışmaları açısından yeni araştırma yöntemleri üzerine düşünülmesini gerekli kılar. Bu çalışmada ise çevrimiçi kadın topluluklarını çalışmak için elverişli bir yöntem olarak çevrimiçi etnografi yönteminin imkanları üzerine bir tartışma yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Topluluklar, Feminist Metodoloji, Çevrimiçi Etnografi.

Studying Online Female Communities via Online Ethnography Based on Feminist Methodology

Abstract

Depending upon the technological developments, forms of socialization are gradually diversifying. Every day millions of people interact through the Internet by creating new ways of coexistence. This inevitably requires the development of new research methods within social sciences. This need for new approaches is even more crucial and urgent in women's studies. The reason behind this is that new media technologies offer both the opportunity to transform existing power patterns and allow new experiences along with narration of already existing experiences of femininity. In addition, the increase in the visibility of women through new technologies and the transformation of their representation styles are other noteworthy issues to be considered in terms of women's studies. Today women can now create their own representations through their own websites, blogs, vlogs, and social media accounts. These channels enable them to create online communities. Therefore, these new socialization styles make it necessary to think about new research methods in terms of women's studies. With this perspective, in this study, a discussion was conducted on the possibilities of online ethnography as a convenient method to study online female communities.

Keywords: Online Communities, Feminist Methodology, Online Ethnography.

*Dr. Öğr. Üyesi | Nişantaşı Üni. Sanat ve Tasarım Fakültesi | mrv.genc1@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6662-8093 | DOI: 10.36484/liberal.834884
Liberal Düşünce Dergisi, Yıl: 26, Sayı: 101, Kış 2021, ss. 27-39.
Gönderim Tarihi: 2 Aralık 2020 | Kabul Tarihi: 15 Mart 2021

Giriş

Somersan, “Bir İktidar Türü Olarak Araştırma Üzerine Düşünceler” başlıklı makalesinde “araştırma bir iktidar işidir” diyerek bilimsel araştırmalarda araştıran- araştırılan ikiliğine dikkat çeker ve “dünyanın hangi yerinde madunların mağrurları incelediğine rastladınız?” (2009: 161) sorusunu sorar. Bu soru kaçınılmaz olarak feminist çalışmalarla meşgul olan tüm araştırmacılar açısından gerek epistemolojik gerek etik bağlamda üzerine düşünülme hak eder. Nitekim feminist çalışmalar için feminist metodolojinin varlığı tartışmalıdır. Kimine göre feminist çalışmalarda kullanılacak yöntemi geleneksel nitel araştırma yöntemlerinden ayırmak mümkün değil iken kimine göre geleneksel yöntemler araçsal aklın gölgesinde kaldığı için feminist bir metodoloji mecburidir. Dolayısıyla kadın çalışmaları açısından bu ikilem hararetle tartışmaları besler. Teknolojik gelişmelerin hızı ve buna bağlı olarak toplumsallaşma süreçlerinin her geçen gün daha fazla yeni medya teknolojileri dolaşımı ile gerçekleşmesi yeni araştırma sahalarının ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. İnternet üzerindeki yeni *biraradalık* tarzlarının en çarpıcı örneklerinden birini çevrimiçi topluluklar oluşturur. Bu topluluklar yoluyla bilgi paylaşımı, tartışma, duygudaşlık, tanışıklık ilişkilerinin gelişmesi imkanlar doğar. Çevrimiçi kadın toplulukları da bunların önemli örneklerinden birini teşkil eder. Bugün İnternet üzerinde sayısız kadın topluluğu bulunmaktadır. Bu topluluklar üzerinde kadınlar sağlık sorunlarından, hobiyeye, hamilelikten, cinsellik, kadın-erkek ilişkileri gibi konulara kadar pek çok konuda ortaklaşma fırsatı bulmaktadırlar.

Bu gibi kadın topluluklarını çalışmak için ise geleneksel nitel araştırma yöntemlerinden faydalanmak kadınlık deneyimine ışık tutmayı amaçlayan, bunu yaparken kadınların temsiliyet biçimlerini mevcut iktidar örüntülerinin ötesine geçerek anlamlandırmaya çalışan araştırmacılar için her zaman yeterli olmayabiliyor. Bu sebeple bu çalışmada yeni bir alan olarak beliren çevrimiçi kadın topluluklarına feminist metodolojiye dayandırılmış çevrimiçi etnografi yöntemi ile bakmanın olanakları değerlendirilecektir. Bunu yaparken feminist bir metodolojinin mümkünlüğü “a priori” olarak alınacak ve feminist metodolojiye dayalı (çevrimiçi) etnografinin olanakları ve sınırlılıkları konu edilecektir. Zira her iki yöntemin de iktidarın “öteki”si olarak konumlanan araştırma özneleriyle çalışıyor olması böylesi bir yöntemsel yaklaşımın mümkün olabileceği savını güçlendirmektedir.

*Bu makale 2019 yılında Hacettepe Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü’nde savunulan “Kadınlar Arası Bir Güçlenme Alanı olarak Güzellik: YouTube Güzellik Kanalları Örneği” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Çevrimiçi Topluluklar

Sanayi sonrası toplumların ekonomi-politik yapısı içerisinde yeni insan tipleri ile yeni dayanışma ve kolektivite biçimlerinin çıktığını söyleyen Rheingold “sanal mekanda var olan elektronik cemaatlerin çıkarların ortaklığı, paylaşılan ortak bilinç ve ortak grup deneyimi anlamını taşıdığı”nı söyleyerek İnternete öncelikli ve ayrıcalıklı bir rol atfetmiştir (Rheingold, 1993: 110’dan akt. Timisi, 2005: 94). Bu anlamda özellikle bloglar kişilere yazılarını ve videolarını paylaşmalarını ve çevrimiçi ağlar oluşturmalarını sağlayan bilgisayar dolayımı ile iletişimin bir türüdür ve benzer görüşteki insanları ve toplulukları bir araya getirme potansiyeline sahiptir. Böylelikle bloglar insanların İnternet üzerinde etkileşime geçmesini sağlayarak çevrimiçi toplulukların ortaya çıkmasını teşvik ederler.

Bloglar kadınların hem kendi temsillerini oluşturabilmesine imkan tanıyan medya metinleridir, hem de yeni bir *biraradalık* tarzı yaratarak kadınların çevrimiçi topluluklar oluşturmalarına imkan tanır. Bu anlamda kadınlar ve çevrimiçi topluluklar arasındaki ilişkiyi sorgulamak gerekli hale gelmektedir.

Bilindiği gibi cemaat (topluluk) kavramı, cemaatin üyelerinin ortak paylaşımlarına, genellikle de ortak bir kimlik duygusuna dayanan özel olarak oluşturulmuş bir toplumsal ilişkiler bütünü için kullanılmaktadır. Bu çerçevede “sanal topluluk” kavramı (virtual community), cemaat kavramı etrafında altı çizilen unsurlardan esinlenilerek tanımlanmaktadır. Kavramın isim babası *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerised World* (1994) adlı çalışmasıyla Howard Rheingold’dır (Subaşı, 2005: 111). Kesin bir tanımı olmamakla birlikte, sanal cemaatler “İnternet üzerinde yeterli sayıda insanın yeterli uzunlukta ortak konuları/ kamusal meseleleri yeterli insani duyguyla siber alanda kişisel ilişkiler ağı oluşturmak için tartıştıkları sosyal bir aradılıklar” olarak tanımlanabilir (Robbins, 1999: 143’den akt. Subaşı, 2005: 112).

Sanal cemaatler zaman, mekân ve fiziksel ya da maddesel bir koşuldaki bağımsız biçimde medya araç ve ortamlarına sahip kişilerin oluşturdukları birlikteliklerdir. Elektronik ortamlarda bilgisayar aracılı iletişim yardımıyla oluşurlar. Organik topluluklar ise zamana, mekâna ve doğal ortamlara bağlıdır çünkü bu cemaatler cemaat adı verilen “sosyal bir beden”i şekillendiren insan organizmalarının fiziksel temasına dayalıdır. Dolayısıyla temel olarak yüz yüze iletişime dayalıdır. Her topluluğun kendi özel yapısı ve faaliyetleri, sosyal bir örgütlenmesi, bir dili, etkileşim türü ve son olarak kendi kültürü ve kimliği vardır (Van Dijk, 2006: 166). Öte yandan organik cemaatlerden farklı olarak sanal cemaatler “zayıf” ortaklıklar teşkil etmektedir.

Örneğin İnternette bir grubu terk etmek basittir ve güçlükle fark edilebilir. Sanal cemaatler belli ilgi ve faaliyetlere sahip insanlardan oluşur. Böylece bunlara ilgi cemaatleri (toplulukları) de denmektedir (Van Dijk, 2006: 166).

Bir sanal mekânda diğerleriyle gevezelik yapıp tartışabilir, sorunlarımızı konuşabilir, duygusal bir destek sağlayabilir, entelektüel bir fikir alışverişi için bulunabilir, oyun oynayabilir, ticari bir alışveriş yapabilir, hatta âşık olabilir, arkadaşlar bulup arkadaşları kaybedebiliriz... Dünya üzerinde milyonlarca kişi hâlihazırda bir ya da birden fazla topluluğun elektronik üyesidir. Bu yerelliğin zaman ve mekân sınırlılığını ortadan kaldıran ve bireylerin seçtikleri bir topluluktur (Rheingold, 1993: 62'den akt. Timisi, 2005: 101).

“Verili fiziksel coğrafyaların zorunlu aidiyetlerinin yerine İnternet bireylerin kendilerinin seçtikleri topluluklara ilişkin gönüllü bağlarını yansıtır.” Böylelikle “birey bir topluluğa ait olmaktan çıkıp topluluğu kendisine ait kılar” (Timisi, 2005: 101). Özetle sanal cemaatler/ çevrimiçi topluluklar temel olarak ortak amaç ve fayda, etkileşim, kullanıcı türevli içerik, kesin sınırların varlığı ve ortak kültür çerçevesinde şekillenmektedir diyebiliriz (Rotman ve Preece, 2010: 319).

Feminist Yönteme Dair

Feminizm “gerçeğin” iktidar mekanizmaları tarafından inşa edilerek temsiliyet kazanmasına imkan tanıyan sosyal bilim anlayışını reddeder (Tüzel, 2009: 528). Dolayısıyla sosyal bilimleri “ırkçılık, heteroseksizm ve sınıf gibi her türlü üstünlük biçimini içeren ve kullanan sömürgeci mirası” ile yüzleşmeye çağırır (Christiansan-Ruffman, 1988'den akt. Tüzel, 2009: 528). Bu bakımdan, bazı itirazlara rağmen feminizm hem kendi içinde feminist bir yöntem geliştirmeyi, hem de sosyal bilimlere getirdiği güçlü eleştirilerle geleneksel araştırma yöntemlerini sorgulatmayı başarmıştır. En genel ifadeyle, feminist yöntemin en temel özelliğinin araştırma öznesini hiyerarşik, otoriter ve yönlendirici olmayan bir üslupla anlama çabası olduğunu söylemek mümkündür. Feminist yöntemin geleneksel nitel araştırma yöntemlerinden ayrıştığı nokta tam da burada belirir. Daha açık biçimde ifade etmek gerekirse, kadınların deneyimlerinden ve yaşam anlatılarından derlenecek bilgi için geleneksel yöntemlere başvurmak “objektiflik, etkinlik, araştırmacının araştırma öznesine belirli bir mesafede duruşu” gibi sebeplerle gerçekliğin derinlemesine kavranmasının önünde engel teşkil edebilmektedir. Bu sebeple kadın sorunlarını ve deneyimini konu alan çalışmalar için “empatiye, karşılıklı anlayışa, duygu, deneyim paylaşımına, etkileşim ve ilişki kurmaya” dayalı bir yaklaşım olan feminist yöntem (Reinharz, 1992'den akt. Kümbetoğlu, 2017: 53-54) ideal bir zemin oluşturur diyebiliriz. Kümbetoğlu (2017: 58) feminist yöntemin geleneksel, pozitif yöntemlere yönelttiği eleştirileri birkaç maddeyle özetler:

1. Cinsiyetçi ve elitist araştırma konularının seçimi ve araştırmalarda kadına merkezi önem vermemek,
2. Tarafgir bir araştırma planı, sadece erkek “deneklerin” seçimi veya kadınlara ilave unsurlar olarak yer vermek,
3. Araştırmacı ve araştırılan arasındaki sömürücü ilişkiye ve buna ilişkin tavra karşı farkındalık oluşturmak,
4. Nesnelliğin bir yanılısama olduğu ve bu noktada araştırmanın üreteceği bilginin kadınlar için yararına dikkat çekmek,
5. Nitel verinin, sayısal verinin kuru, suni yapısına alternatif olduğunu düşünmek,
6. Araştırma verilerinin aşırı genelleştirilmesine ve eksik, yetersiz yorumlamalara dikkat etmek,
7. Verilerin yetersiz dağılımının yarattığı sorunlara ve yetersiz yararlanmaya dikkat etmek.

Benzer şekilde, bilgi sosyolojisi alanında çalışan Dorothy Simth'e (1987) göre de geleneksel sosyal bilimlerin öznesi erkek, nesnesi ise kadınlar, siyahlar, yoksullar gibi ezilmişler gruplardır (İliç ve Yıldırım, 2018: 208). Dahası bilen özne konumundaki erkek araştırmacılar çalışmalarını kendi ihtiyaçları doğrultusunda belirlemekte ve kadın deneyimini geleneksel sosyoloji çalışmalarından dışlamaktadırlar (İliç ve Yıldırım, 2018: 208). Böylelikle 1980'lerden sonra başta sosyal bilimler olmak üzere bilim iyiden iyiye sorgulanmaya başlanmıştır (Kökalan Çımrın, 2018: 5626).

Kısa Bir Özet: Etnografi

Antropolojinin temel araştırma yöntemi olan etnografi en genel ifadeyle “bir toplumun, grubun veya halkın kültürünün derin ve yoğun bir şekilde incelenmesi” olarak tanımlanabilir (Altuntek, 2009: 204). Bir diğer ifadeyle, nitel bir araştırma yöntemi olan etnografi sosyal dünyanın kültürel ve simgesel yönlerinin betimlenmesi ve anlaşılmasının yolu olarak da açıklanabilir (Emerson, vd., 2015: 2). İlk olarak antropoloji çalışmalarında kullanılan etnografi yöntemi daha sonra İngiliz Kültürel Çalışmaları çerçevesinde medya alanında kullanılmaya başlanmıştır. İlk kez 1980 yılında David Morley tarafından televizyon izleyicileri doğal ev ortamlarında gözlemlenmiştir. Morley araştırmasında güncel olayları konu alan *Nationwide* isimli bir programın anlamına ilişkin bir alımlama çalışması yapmıştır. Çalışmada izleyici yorumlarının toplumsal kümelere göre nasıl farklılaştığı ve doğrudan bireylere yönelik böyle bir programın izleyicileri ne şekilde konumlandığı saptanmaya çalışılmıştır (Ergül, 2013: 21). Morley'in bu kapsamlı çalışmasından sonra

antropoloji disiplinin araştırma yöntemi olan etnografik çalışmalar medya alanında da giderek önem kazanmıştır. Medya çalışmalarında etnografi yönteminin “izleyici etnografisi, görsel etnografi, İnternet etnografisi, etnografik film, foto-etnografi” gibi farklı uygulama alanlarında kullanılmaya başlaması 1990’lı yıllara denk düşse de asıl olarak bu çalışmalar 2000’lerden itibaren hız kazanmıştır (Çaylı Rahte, 2018: 595). Ayrıca etnografi çalışmaları yalnızca geleneksel medyayla sınırlı kalmamış, teknolojinin gelişmesiyle yeni medya alanında da kendini göstermiştir. Bugün yeni medya alanında giderek yaygınlaşan çevrimiçi etnografi yöntemi çevrimiçi oyun topluluklarından sosyal paylaşım ağlarına kadar pek çok medya içeriğinin kültürel ve sosyal boyutlarının incelenmesi için kullanılmaktadır.

Sonuç olarak özetlemek gerekirse, 1980’lerden bu yana medya ve iletişim çalışmalarında düşününsel antropolojiye başvurulmasının “iletişim çalışmalarındaki mikro-anlatılara dayalı etnografik yöntemin ufkunu açıp makro sosyo-kültürel yapılanmanın gündelik yaşamdaki izlerini sürmek; bir yandan da araştırmacının da kuşatıldığı medya ortamının farkında olunmasını sağlamak gibi” zenginleştirici etkileri olmuştur (Türkoğlu, 2009: 286-287). Öte yandan etnografi çalışmaları medya alanıyla da sınırlı kalmamıştır. Bugün işletme, sosyoloji, siyaset bilimi ve hatta mimarlık gibi daha pek çok alanda uygulanmaya başlanmıştır.

Feminist Yöntem ve Etnografinin Birlikteliği

Antropoloji alanında çalışan kadın araştırmacılar diğer pek çok disiplinde olduğu gibi antropoloji alanında da kadınların ataerkil iktidar ilişkilerinin gölgesinde kalarak yeteri kadar temsil edilmediklerini vurgulamışlardır (Ünlü, 2019: 2). Gerçekten de etnografi ve feminist çalışmalar arasındaki ilişkiye bakıldığında 1970’lerden itibaren antropoloji çalışmalarında etnografik kayıtların düşününsel/eleştirel incelemesinde “kadın” konusuna yer verilmesine rağmen “kadın”ın temsil edilmiş şeklinde sorun olduğu görülür (H. Moore, 1988: 1; Morgen, 1993: 2’den akt. Altuntek, 2009: 151). Bu dönemde antropolojinin bir alt disiplini olarak gelişmeye başlayan feminist antropoloji geleneksel antropolojinin ilke ve yöntemlerini benimser. Dolayısıyla feminist antropoloji, etnografik araştırmalardaki temsillerin nesnel gerçeği yansıttığı varsayımında bulunur. Oysa 1980’lerden itibaren ve özellikle 1990’larda bu yaklaşım eleştirilir. Bu eleştiriler geleneksel antropolojinin önyargılı ve eril merkezli etnografik çalışmalarını benimseyen böyle bir feminist antropolojinin “kadın” temsili konusunda başarısız olacağı yönündedir (Altuntek, 2009: 155-156). Feminist araştırmalardaki yöntemsel sorunla ilişkili bu tartışmalar

“feminist araştırmanın başlıca ayırt edici özelliğinin sorunları kadın deneyimi açısından ele almak olduğundan, feminist çalışmalara özgü tanımlanmış bir araştırma yöntemi olup olmadığı” üzerinedir (Harding, 1995; Mies, 1995; Stanley ve Wise, 1995’den akt. Altuntek, 2009: 156). Örneğin Sandra Harding, “feminist araştırma projesinin, kaynağını, öncelikle herhangi sıradan bir ‘kadın deneyimi’nden değil, ama siyasal mücadele sürecinde ortaya çıkan kadın deneyimlerinden aldığını” ileri sürerek (1995: 41’den akt. Altuntek, 2009: 157) feminist araştırmaların yalnızca kadınların yaşam koşullarının araştırmasını değil aynı zamanda bu koşulların iyileştirilmesini üstlenecek dönüştürücü bir işlevi olması gerekliliğiyle feminist etnografinin mümkün olabileceğini savunur. Skeggs (2001: 426) ise bugün tek bir feminizm ve etnografiden bahsetmenin mümkün olmadığından yola çıkarak feminist etnografi olarak tanımlanabilecek pek çok güzergah, amaç ve inceleme biçimi olduğunu söyler. Ayrıca feminizm ve etnografinin birbirine uyumlu alanlar olmasını her ikisinin de bağlamı gözden kaçırmadan odağına deneyim, katılımcılar, tanımlar, anlamlar ve zaman zaman özneliği alarak iş görmesiyle açıklar (Skeggs, 2001: 426). Sonuç olarak “bu düşünümsel ve öz-düşünümsel yaklaşımların feminizm ve etnografyanın birlikteliğini sağlayıcı bir rol oynadığı söylenebilir (Skeggs, 2001: 434’den akt. Altuntek, 2009: 159).

Öte yandan, etnografinin düşünümsellik ve öz-düşünümsellik boyutu etnografik verinin geçerliliği ve güvenilirliği konusunu da gündeme getirir. Etnografik araştırmanın en temel ilkeleri olan “katılım” ve “gözlem” araştırmacı için bir gerilim yaratır çünkü esasen katılım ve gözlem birbirini dışlayan durumlardır. Benjamin Paul’a (akt. B. Tedlock 1991: 69) göre, paradoksal olarak “*katılım* incelenen toplumla duygusal bağlılığı ima ederken *gözlem* ayrılmayı (veya mesafeyi) gerektirmektedir. Bu durum bir yandan araştırma özneleriyle özdeş duygular geliştirmeye çabalamak ama aynı zamanda bilimsel nesneliliği korumaya çalışmak noktasında bir gerilim yaratmaktadır (Altuntek, 2009: 187).

Alanyazında “emik” ve “etik” yaklaşımlar arasında geçen bu gerilim birtakım ikilemleri beraberinde getirmektedir. “İnsan davranışının ‘idealist’ açıklanmasına, yani insan eyleminin nedenlerini aktörlerin inançları, değerleri, tanımlamaları ve ideolojilerinde bulan görüşlere zemin hazırlayan ‘emik’ yaklaşıma karşı insan eylemini onu çevreleyen ortamı yani gerçek dünyayı dikkate alarak açıklamaya çalışan ‘etik’ yaklaşım (Altuntek, 2009: 103) arasındaki denge araştırmacı için başlı başına bir zorluktur. Etnografyada amaç “‘öteki’ni anlamaktır, dolayısıyla etnografik paradigmlar ‘yerlinin bakış açısını’ sorunlaştırır” (Altuntek, 2009: 204). Ancak bununla birlikte etnografik verinin geçerliliği ve güvenilirliği belli bir mesafeden gözlem yapmayı gerekli kılar. Bu sebeple

çevrimiçi kadın topluluklarını konu alacak çalışmalarda kadınların anlam üretim süreçlerini kavrayabilmek için hem emik yaklaşımın benimsenmesi ama aynı zamanda araştırmacı olarak araştırma öznesi ile mesafenin korunarak anlatıların hangi söylemlerle ilişkilendiğini görmeye çalışan etik bir yaklaşımın kurulması gereklidir. Kısacası bu gibi çalışmalarda emik ve etik yaklaşımlar arasındaki hassas dengenin en üst düzeyde sağlanması mecburidir.

Etnografiden Çevrimiçi Etnografiye: Kapsam, Sınırlılıklar ve Etik Kaygılar

Yeni medya çalışmalarının kapsamı genişledikçe geleneksel araştırma yöntemleri yeni medya ortamlarına uygulanmaya başlandı. Bunlardan başlıcaları “İnternette veri toplanması, çevrimiçi görüşme, anket çalışması; web siteleri, bloglar, oyunlar ve diğer çevrimiçi metinler; veri toplama; yazılım, İnternet teknolojileri; ara yüzey araştırmaları; görsel metin analizi; devlet eliyle yapılan İnternet düzenlemeleri, medya endüstrisi” olarak sıralanabilir (Markham, 2010: 111–113’ten akt. Tunç, 2014: 178). Çevrimiçi etnografi de bu yöntemlerden biridir. İnternet etnografisi, dijital etnografi veya netnografi gibi farklı şekillerde de adlandırılan çevrimiçi etnografiyi en basit şekliyle “İnternet ortamlarında uygulanan etnografik çalışma ve araştırma yöntemi” olarak tanımlayabiliriz. Bir diğer ifadeyle çevrimiçi etnografiyi, kültürel antropoloji gelenek ve tekniklerini bilgisayar temelli iletişimler sayesinde ortaya çıkan topluluklara uyarlanan yeni bir nitel araştırma yöntemi olarak ele almak gerekir.

Çevrimiçi etnografi, etnografiden geliştirilmiş bir yöntem olduğundan dolayı ister istemez pek çok benzerlik gösterir. Yine de benzerliklerine rağmen çevrimiçi etnografi belirli açılardan etnografiden ayrılır. Ayrışma noktalarının temelinde ise çevrimiçi etnografinin araştırma sahasının İnternet olması yatar. Bu farklılıkların bir özetini sunan Kozinets (2010) çevrimiçi sosyal deneyimin yüz yüze sosyal deneyimden ciddi biçimde farklı olduğunu, bu sebeple etnografik olarak araştırma biçimlerinin de farklılık göstereceğini ortaya koyarak etnografik yaklaşımda en az 3 farklılık olduğunu söyler. Bunlardan ilki *giriş* yapmadır. Bir çevrimiçi kültüre veya topluluğa girmek *erişim, yaklaşım ve dahil edilme* ihtimali bakımından yüz yüze girişten farklıdır. Dolayısıyla “katılım” ve “gözlem” yüz yüze etkileşimde çevrimiçinde olduğundan daha farklı bir anlama gelebilir. İkinci olarak, bilgi toplama ve analiz etme yeni belli avantajların yanında bazı zorlukları da beraberinde getirir. Örneğin çevrimiçi etnografide “saha notları”nın “kayıtlanması” tamamıyla farklılaşır. Ayrıca verinin boyutu da farklı olabilir. Bu durum, ister istemez, halihazırda dijital olan veri için uygulanacak analitik araçlar ve tekniklerin değişkenlik

göstermesine sebep olur. Son olarak, kolaylıkla çevrimiçi ortama adapte edilen yüz yüze saha çalışmasında dikkate değer biçimde daha az etik prosedür olduğu söylenebilir. Kozinets, bu ciddi farklılıklardan dolayı etnografiden farklı bir adlandırmanın gerekli olduğunu savunur. Kendisi “netnografi”yi tercih eder ancak bu adlandırma illa netnografi olmak zorunda değildir diye de ekler (Kozinets, 2010: 5).

Nitekim bir süredir çevrimiçi topluluklara ve kültürlere uygulanan “etnografi” kavramı zaman içerisinde farklı araştırmacılar tarafından yaptıkları birbirinden farklı çalışmaları tanımlamak için kullanılmıştır. Örneğin Shelley Correll (1995) bülten pano sistemi çalışmasını bir etnografi çalışması olarak nitelendirmiştir. Kozinets’ göre Correll belki de ismini bu şekilde koruyarak kullanılan metodun değişmediğini ifade etmeye çalışmıştır. Annette Markham (1998) ve Nancy Baym (1999) da etnografi kavramını kullanmışlardır ancak daha sonraki çalışmalarında Markham ve Baym’ın (2008) daha genel bir kavram olarak “nitel araştırma”da karar kıldıkları görülür. Sonuç olarak etnografi esnek ve adapte edilebilir bir yaklaşım olduğundan başına dijital, çevrimiçi, ağ, İnternet veya web ön eklerini getirmek tamamen isteğe bağlıdır (Kozinets, 2010: 5).

Çevrimiçi etnografik araştırmalarda veriler İnternet dolayısıyla gözlem, derinlemesine görüşme, odak grup görüşmeleri, video analizleri gibi pek çok farklı teknik ile elde edilebilir. Her ne kadar etnografik çalışmalarda pek çok teknik kullanılsa da başlıcası katılımlı gözlem tekniğidir. Katılımlı gözlem bir araştırmacının araştırdığı ortamda varlığını açıkça ortaya koyduğu ve aktif katılım gösterdiği araştırma türüdür. Katılımsız gözlemde ise araştırmaya öznesi araştırmacının varlığından haberdar değildir (Ackland, 2013’ten akt. Alyanak, 2014: 137). Çevrimiçi etnografi yönteminin yaygın olarak kullanıldığı çevrimiçi toplulukların başında oyun toplulukları yer alır. Araştırmacılar oyun topluluklarına birer oyuncu olarak katılır ve bir yandan diğer oyuncuların oyun oynama pratiklerine eşlik ederken diğer yandan topluluğu gözlemleme fırsatı bulur. Bu tür araştırmalarda araştırmacının katılımı klasik etnografik araştırma yöntemlerinininkine paralellik gösterir. Fakat yeni medya teknolojileri çeşitlendikçe farklı çevrimiçi topluluklar da oluşmaktadır. Bunların başlıcası olarak YouTube Güzellik Topluluğu ele alınabilir. Örneğin böylesi bir çevrimiçi topluluğa katılım imkanı çevrimiçi oyun topluluklarına göre ciddi biçimde sınırlıdır. Araştırmacının böyle bir toplulukta sınırlı olan etkileşim imkanları arasında en belirgin olanı videoların altına *yorum yapmak*, videoları *beğenmek* (like) ya da *beğenmemek* (dislike) olarak sıralanabilir. Bu durum araştırmacı olarak araştırma özelinde “katılım”ın ne olduğunu sorgulamayı gerekli kılar. Dolayısıyla İnternet dolayımı ile oluşturulan toplulukların yapısı değiştiğinde

bu topluluklara katılım olanak ve imkanları da değişkenlik göstermektedir. boyd, bu durumu şöyle özetler: Erken İnternet kültürü ciddi ölçüde bir konu ya da etkinlik etrafında toplanan sosyal gruplara odaklanmıştır. Ancak bloglar ve sosyal paylaşım siteleri gibi daha güncel sosyal teknolojiler bu dinamiği değiştirmiştir. Daha güncel teknolojilerde “topluluk” (cemaat) bireylerin sosyal dünyalarını linkler ve ilgiler yoluyla inşa ettikleri egosantrik bir kavram olarak ele alınabilir (boyd, 2009: 27). İnternet araştırmalarının yapısı çok çeşitli, değişken ve dinamiktir. Bu sebeple güncel araştırmalara adapte edilen geleneksel araştırma yöntemlerinin söz konusu araştırmanın özgül yapısına göre yeniden tanımlanabilmesi esasen alanın gelişimine yönelik olarak epistemolojik bir sorundur ve üzerine tartışılması gereklidir.

Etnografi kendini bulunduğu toplumsal durumlara adapte eden en serbest araştırma yaklaşımlarından biridir. Ancak elbette bu etnografin yalnızca ve amaçsızca dolaşması ya da bilgi depolamak için bir ortamda öylece bulunması anlamına gelmez. Etnografi adapte edilebilen ama bununla birlikte amaca yönelik mahiyetini koruyan bir yöntemdir (Hine, 2009: 6).

Her araştırmanın olduğu gibi çevrimiçi etnografinin de kapsam ve yöntem açısından belirli sınırlılıkları vardır. İnternet çalışmalarında karşılaşılan başlıca sorunlardan biri içeriklerin depolanmasıyla ilgilidir. İnternet üzerinde yayımlanan içerikler kolaylıkla değiştirilebileceği ya da kaldırılabilceği için araştırmacı çalışmada yer verdiği içerikleri depolamalıdır. Ayrıca “Beaulieu’nün ifade ettiği gibi, yüz yüze etkileşimin ve saha çalışması gibi bir mekânının olmaması çevrimiçi etnografinin dezavantajı olarak görülür. Buna rağmen, Beaulieu etnografinin İnternet ortamında kullanılabilceğini, bunun mümkün olup olmadığıyla ilgili derinlemesine bir tartışmaya girmeden ‘a priori’ kabul eder” (Alyanak, 2014: 135).

Öte yandan yeni medya araç ve ortamlarının kendine özgü kültürü ile bireylere ve topluluklara özgü ilişki türleri göze alındığında bu İnternet dolayımı toplumsallaşma süreçlerinin insan eylemlerinin ve bu eylemlerin sonuçlarının etik çerçevede ele alınmasını zorunlu kılar (Binark ve Bayraktutan, 2013: 17)¹. Bu çerçevede dünyada ve Türkiye’de etik ilkelerle ilgili tartışmalar sürmektedir. Örneğin İnternet dolayımıyla kişiler üzerine yapılan araştırmaların etik ve yasal yönlerini ele alan Bilimin Gelişmesi için Amerikan Birliği (The American Association for the Advancement of Science) raporu

1 Çaylı Rahte’nin “Türkiye’de Medya Etnografisi Yapmak: Alanın Gelişimi ve Seyrine Eleştirel Bir Bakış” (2018) adlı makalesi etnografi çalışmalarının imkan ve kapsam bakımından geleneksel ve yeni medya çalışmalarına uygulanabilirliği konusunda titiz bir analiz ve tartışma sunar. Ayrıca Saka’nın “Türkiye’de Yeni Medya Etnografisi Yapmak” (2014) başlıklı makalesi Türkiye’de yeni medyanın yükselişine bağlı olarak ortaya çıkan etnografik olasılıkların kapsamlı bir analizini içerir.

İnternette neyin kamu neyin özel olduğuna dair bir sınır çizme arayışındayken, bazıları teknik olarak böyle bir tarifi mümkün olamayacağını iddia eder (Bassett ve O’Riordan, 2002: 243’den akt. Kozinets, 2010: 141).

Birleşik Devletler’deki etik kurulları yöneten Federal Düzenlemeler Kanununun 45. Başlığının 46. Bölümü *Kişilerin Korunması* (2009) başlığına göre insan özneleri araştırması bir başka insana bilgi toplama amacıyla müdahelenin veya bir insanla etkileşimin olduğu araştırmalara ya da bilginin bir araştırmacı tarafından kaydedilerek bir insanın doğrudan veya dolaylı olarak kimliğinin tespit edilebildiği araştırmalara denir. Bu açıdan netnografi (çevrimiçi etnografi) bu tür araştırmalara girer; ancak veriler herkesçe erişilebilen ortamlardan toplanmışsa anlık konuşmaların araştırmada kullanımı Federal Düzenlemeler Kanuna göre insan öznesi araştırmalarına girmez. Eğer araştırma kamuya açık mevcut belgelerin ve kayıtların toplanmasını ve analizini içeriyorsa bu araştırma istisna teşkil eder. Bu sebeple arşiv ve gözleme dayalı çevrimiçi etnografi araştırmalarının çoğu bu kategoriye girer (Kozinets, 2010: 141).

Yine 2012 yılında yayımlanan İnternet Araştırmaları Birliği ve Etik Karar Alma metnine göre İnternet araştırmalarının dinamik ve değişken yapısı araştırmacıların araştırmalarını yürütürken benimsedikleri yöntem ve tekniklere dair etik karar alma süreçlerini sürekli gözden geçirmelerini ve her bir çalışmayı kendi özgül yapısı içinde değerlendirmelerini gerekli kıldığını söyler (Markham ve Buchanan, 2015: 412). İnternet dolayısıyla çok çeşitli iletim ve etkileşim türünün söz konusu olması etik hususlar konusunda özenli ve hassas davranmayı gerektirir.

Sonuç

Teknolojinin gelişim ve yayılım hızı hesaba katıldığında insanların sosyalleşme pratiklerinin her geçen gün daha fazla yeni medya araç ve ortamları dolayısıyla gerçekleşmesi bu pratikleri analize tabi tutarken geleneksel yöntemlerin teknolojik gelişmeler bağlamında yeni araştırma ortamlarına adaptasyonunu gerektirmektedir. Çevrimiçi kadın toplulukları yeni sosyalleşme tarzlarının, görünürlük biçimlerinin ve temsiliyet imkanlarının olduğu ortamlardır. Pek çok yeni dinamiğin barındığı bu yeni ortamları incelemek için yeni araştırma yöntemleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bakımdan, sosyal bilimler alanında giderek popüler hale gelen etnografi yöntemi bilimsel metinlerin üretiminin her aşamasında mevcut iktidar örüntülerini dönüştürmeyi hedefleyen feminist çalışmalar için geleneksel araştırma yöntemlerine alternatif yöntemler geliştirilmesi bakımından son

derece önemlidir. Nitekim feminist bilim anlayışı bir toplumsal cinsiyet kategorisi olarak kadının ikincil konumda kalmasına karşı çıkararak görünür-lük kazanmasına çabalar. O'nun iktidar tarafından göz ardı edilen varlığını görmemizi sağlayan feminist bakışı geliştirir (Tüzel, 2009: 531). Bu sebeple egemenin karşısında "öteki" olarak konumlanan kadının varlığını ve O'nun kadınlık deneyimini görünür kılmaya çabalayan feminist yöntem farklılıklara ve ötekiliklere mercek tutan etnografi çalışmalarıyla bu anlamla örtüşür. Her iki araştırma yöntemi de geleneksel araştırma yöntemlerinin merkezi-yetçi, pozitivist, nesnel, tarafsız bilim anlayışını eleştirir.

Özetle başta "düşünümsellik" olmak üzere feminist yöntembilimin ve etnografi yönteminin ortaklaştıkları pek çok nokta olması feminist metodolojiye dayalı bir (çevrimiçi) etnografi yönteminin mümkünlüğü üzerine düşünmeyi gerektirir. Çevrimiçi kadın toplulukları ise bu tür araştırmalar için son derece elverişli bir araştırma sahası olarak belirmektedir.

Kaynakça

- Altuntek, Serpil (2009), *'Yerli'nin Bakışı Etnografya: Kuram ve Yöntem*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Alyanak, B., Zeynep (2014), "Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi", Mutlu Binark (Ed.) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, ss. 117-163.
- Baym, K., Nancy (1999), *Tune in, Log on: Soaps, Fandom, and Online Community*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Binark, Mutlu ve Bayraktutan, Günseli (2013), *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- boyd, danah (2009), A Response to Christine Hine, Annette N. Markham ve Nancy K. Baym (Ed.) *Internet Inquiry Conversations about Method*, Los Angeles: Sage, ss. 26-32.
- Correll, Shelley (1995), The Ethnography of An Electronic Bar: The Lesbian Café, *Journal of Contemporary Ethnography*, 24(3), ss. 270-298.
- Çaylı Rahte, Emek (2018), Türkiye'de Medya Etnografisi Yapmak: Alanın Gelişimi ve Seyrine Eleştirel Bir Bakış, *Mülkiye Dergisi*, 42 (4), ss. 593-637.
- Emerson, Robert, Fretz, I., Rachel ve Shaw, L., Linda (1995), *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ergül, Hakan (2013), *Sahanın Sesleri: İletişim Araştırmalarında Etnografik Yöntem*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Harding, Sandra (1987), "Is There a Feminist Method?", Sandra Harding (Ed.) *Feminism and Methodology*, Bloomington: Indiana University Press, ss. 1-14.
- Hine, Christine (2009), How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects?, Annette N. Markham ve Nancy K. Baym (Ed.) *Internet Inquiry Conversations about Method*, Los Angeles: Sage. 1-20.
- İliç, Deniz Tansel ve Yıldırım, Pınar (2018), Araçsal Akla ve Pozitivizme Karşı Çıkan Bir Fe-

- minist Metodoloji, *Folklor/Edebiyat*, 24, 96(4), ss. 201-210. DOI:10.22559/folklor306
- Kozinets, V., Robert (2010), *Netnography Doing Ethnographic Research Online*, London: Sage Publications.
- Kökalan Çımrın, Füsün (2018), Sosyal Bilimlerin Değişen Yüzü ve Kadın Araştırmaları, *International Social Science Journal*, 4(26), ss. 5620-5629.
- Kümbetoğlu, Belkıs (2017), *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Markham, Annette ve Buchanan, Elizabeth (2015), Etik Karar Alma ve İnternet Araştırmaları, *Folklor/Edebiyat*, 21 (83) 3, ss. 411-431.
- Markham, N., Annette (1998), *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*, Walnut Creek, CA: Altamira.
- Markham, N., Annette ve Baym K., Nancy (2008), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Thousand Oaks ve London: Sage.
- Morley, David (1992), *Television, Audiences, and Cultural Studies*, London ve NY: Routledge.
- Rotman, Dana ve Preece, Jenny (2010), The “WeTube” in YouTube- Creating an Online Community Through Video Sharing, *International Journal of Web Based Communities*, 6 (3).
- Saka, Erkan (2014), Türkiye’de Yeni Medya Etnografisi Yapmak. Ramazan Aras (Der.) Sınırları Aşmak. Konya: Çizgi Kitabevi, ss. 82-102.
- Skeggs, Beverley (2001), “Feminist Ethnography”, Paul Atkinson, Amanda Coffey, Sara Delamont, John Lofland ve Lyn Lofland (Ed.) *Handbook of Ethnography*, London: Sage Publication, ss. 426-442.
- Somersan, Semra (2009), “Bir İktidar Türü olarak Araştırma Üzerine Düşünceler”, Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (Ed.) *Méthodos: Kuram ve Yöntem Kenarından*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, ss. 161-170.
- Subaşı, Necdet (2005), “İnternet ve Sanal Cemaat Tartışmaları”, Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.) *İnternet, Toplum, Kültür*, Ankara: Epos Yayınları, 106-117.
- Tedlock, Barbara (1991), From Participant Observation to the Observation of the Participation: The Emergence of Narrative Ethnography, *Journal of Anthropological Research*, 47 (1), ss. 69-94.
- Timisi, Nilüfer (2005), “Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi”, Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.) *İnternet, Toplum, Kültür*, Ankara: Epos Yayınları, 89-105.
- Tunç, Selda (2014), “Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Özdüşünümsellik”, Mutlu Binark (Ed.) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, ss. 164-194.
- Türkoğlu, Nurçay (2009), “Medya ve İletişim Çalışmalarının İçerisi-Dışarı”, Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (Ed.) *Méthodos: Kuram ve Yöntem Kenarından*, ss. 281-294.
- Tüzel, B., Gökçe (2009), “Feminist Bir Doktora Tezi Yazmak”, Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (Ed.) *Méthodos: Kuram ve Yöntem Kenarından*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, ss. 527-549.
- Ünlü, Çiğdem Yasemin (2019), “Feminist Yöntemi Alan Deneyimleri(m) Üzerinden Tartışmak”, *Fe Dergi*, 11(1), 1-8.
- Van Dijk, A., G., Jan (2006), *Network Society Social Aspects of New Media*, London: Sage.