



Tülin Gümüş

Öğretim Görevlisi, Polis Akademisi/Güvenlik Bilimleri Enstitüsü/Uluslararası Güvenlik Anabilim Dalı, Ankara/Türkiye

Lecturer, Turkish National Police Academy/Institute of Security Sciences/Department of International Security, Ankara/Turkiye



eposta: gumus24tulin@gmail.com



<https://orcid.org/0000-0002-5931-2637> - RorID: <https://ror.org/03p6h3k49>

Atf/Citation: Gümüş, T. 2023. Sanal-Dijital Kültür Ortamında Yerel İmgesi: Youtube Örnekleme. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11 (37), 298-313. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1402050>

Makale Bilgisi / Article Information

Yayın Türü / Publication Type:	Araştırma Makalesi/Research Article
Geliş Tarihi /Received:	14.08.2023
Kabul Tarihi/Accepted:	02.11.2023
Yayın Tarihi/Published:	20.12.2023

SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR ORTAMINDA YEREL İMGESİ: YOUTUBE ÖRNEKLEMİ¹

Özet

Teknolojik gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan yenilikler toplumsal, siyasi ve ekonomik hayatı etkilediği gibi folklorun da inceleme alanını etkilemiştir. Kültür biliminin yaşam bilimine dönüşmeye başlaması ile birlikte folklorun inceleme alanı köyden kente, kentten ise sanal-dijital kültür ortamına taşınmıştır. Sanal-dijital kültür bağlamı farklılık ve özgünlük kaynağı olarak kabul edilen kültürel bellekten, kültürel bellekte var olan imgelerden beslenmektedir. Toplumun değer yargıları ile üretilen yine toplumun aktarım araçlarını kullanarak geleceğe taşınan imgeler değişime ve dönüşüme açıktır. İmge çözümlemeleri ile birlikte yaşayan kültürel kodlar anlam kazanmıştır. Bu çalışmada sanal-dijital kültür ortamındaki yerel imgesi ve bu imgenin oluşmasına etki eden aktörler olarak yerel ve postmodern yerel ele alınacaktır. Yerel imgesi YouTube örnekleme üzerinden çözümlenerek yaşayan kültür içerisindeki yerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel, İmge, Postmodern Yerel, Tersine Göç, Sanal Kültür Bağlamı, YouTube

LOCAL IMAGE IN VIRTUAL-DIGITAL CULTURAL ENVIRONMENT: THE EXAMPLE OF YOUTUBE

¹ Bu çalışma 2000-2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri adlı tezden üretilmiştir.





Abstract

The innovations that emerged in parallel with the technological developments have affected the social, political and economic life as well as the field of study of folklore. With the transformation of the science of culture into the science of life, the field of study of folklore has been moved from the village to the city, and from the city to the virtual-digital culture environment. The context of virtual-digital culture is fed by cultural memory, which is accepted as a source of difference and originality, and the images that exist in cultural memory. The images produced with the value judgments of the society and transferred to the future by using the transmission tools of the society are open to change and transformation. The images produced with the value judgments of the society and transferred to the future by using the transmission tools of the society are open to change and transformation. Cultural codes living together with image analysis have gained meaning. In this study, the local image in the virtual-digital culture environment and the actors that affect the formation of this image, local and postmodern local, will be discussed. It is aimed to reveal the place in the living culture by analyzing the local image through the YouTube sample.

Keywords: Local, Image, Postmodern Local, Reverse Migration, Virtual Culture Context, YouTube

Giriş

Teknolojik alanda meydana gelen değişimler/ilerlemeler sosyal, kültürel, ekonomi başta olmak üzere hayatın birçok alanını etkilemektedir. Değişen dünya düzenine paralel olarak folklor çalışmaları da farklı yaklaşımlarla yenilenmiştir. Guiseppe Cocchiara'ya göre (2017) Amerika'nın keşfi ile birlikte Avrupa düşünce tarihinde soylu vahşi algısı oluşmaya başlamış (tanıma, yüceltme, idealleştirme) halk kültürü, törenler, gelenekler, inançlar vd. önemli bir hale gelmiştir. Avrupa'da halk kültürüne Amerika'nın bulunuşuyla başlayan bu ilginin altında, çeşitli nedenlerle Amerika'ya giden din adamları, gezginler, sanatçılar ve maceraperestler, Yeni Dünya'da gördüklerini yazarak büyük bir kitaplık oluşturmaları yatmaktadır (Çobanoğlu, 2019: 27). Folklor ürünlerini geçmişin kalıntıları olarak görmek yerine gelenek ile yaratıcılığın karışımı, çağdaş koşullara uygun işlevsel olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Başlangıçta metin merkezli bir yaklaşımla ele alınan folklor çalışmalarına 20. yüzyıla gelindiğinde metin ile birlikte bağlamın da önemli olduğu kabul edilmiş ve bağlam merkezli folklor çalışmaları yapılmaya başlamıştır.

Bu durum teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal ortamın da folklorun inceleme alanına dâhil edilmesini halk bilgisinin yeni yaratım mekânı olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Dördüncü sanayi devriminin bir sonucu olan internet, sağladığı imkânlarla ikinci bir sözlü kültür çağını oluşturduğu kabul edilmektedir. Bunun bir sonucu olarak folklor araştırmaları köyden kente, kentten ise sanal-dijital kültür ortamına taşınmıştır. İnternet





aracılığıyla ortaya çıkan sanal-dijital kültür bağlamında folklor kendine yeni yaratım imkânları bulmuştur. Sanal-dijital kültür bağlamında yapılan folklor çalışmaları “digital folklor, e-folklore, sanal folklor, ağ folkloru, netlore, internetlore, internet folkloru, netrografi” gibi terimlerle adlandırılmaktadırlar.

Gülüm’e göre (2018) folklor, eyleyicilerinin zihinde taşınan, belirli bir mekânsal organizasyon özelinde, çoğunlukla tanımlı bir sosyalite çerçevesinde, icat edilen çeşitli iletişimsel stratejiler aracılığıyla ve tekrarlanabilen, varyantlaşabilen kültürel pratikler dolayımında icra edilen müşterek gelenek bilgisidir. Bu tanıma göre sanal ortamın mekansallık, sosyalite, etkileşimsellik, geleneksellik, icracılık parametlerine sahip olduğu ve sanal etkileşim ortamlarında kullanıcılar tarafından meydana getirilen toplulukların folklorik grupların tüm niteliklerini üzerinde taşıdıkları kabul edilmiştir. Çobanoğlu’na göre (2019: 355) yeni ve kendine has tür ve şekillere sahip olan internet folkloru sözlü ve yazılı kültür ortamlarında üretilen geleneksel folklorun tür ve şekillerini bünyesine dâhil etmiştir. Aynı zamanda geleneksel ortamda unutulmuş tür ve şekillerin yeniden canlanmasını da sağlamıştır. Dördüncü sanayi devriminin bir sonucu olan internet ile ilgili yapılan araştırmalarda sorgulanan temel sorular kültür/gelenek üzerindeki etkisi noktasında toplanmaktadır. Başlangıçta “kentte kültür var mıdır?” sorusu günümüzde “İnternette kültür var mıdır?” formuna dönüşmüş ve genellikle internetin kültürü olumsuz olarak etkilediği vurgulanmıştır. Halbuki internet, sınırları belirsiz bir kütüphane, arşiv, mağaza, toplantı, tartışma, oyun ve sohbet salonu, galeri müze ve kitabevidir. Ayrıca kültürün bütün geleneklerini sanallaştıran ve kendi başına bir kültür oluşturan dinamiklerdir. Kendinden önceki iletişim araçlarını (gazete, radyo, telefon, faks, televizyon) da içinde barındıran internet, yaşamdaki zaman ve mekân sınırlarının yok edildiği, geçmiş, bugün ve geleceğin birleştirildiği sanal bir dünya yaratmıştır (Özdemir, 2015: 388). Kendinden önceki yazılı ve sözlü kültür ortamından beslenerek ortaya çıkan internet aracılığıyla halkbilimi, dijital dönüşüm geçirerek “yaratıcılık ekseninde” kendi bağlamlarını meydana getirmiştir (Özdemir, 2012: 405). Başlangıçta folklor ürünlerini geçmişin kalıntıları olarak değerlendirme söz konusuysen günümüzde folklor ürünleri çağdaş koşullara uygun işlevsel, gelenek ile yaratıcılığın karışımı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır.

Bu çalışmada sanal-dijital kültür bağlamında örneklem olarak YouTube ele alınmıştır. YouTube’deki yerel ve gelenek kültürü imgeleri ve bu imgeleri oluşturan aktörler belgesel tarama yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

1. Bağlam: Sanal-Dijital Kültür Bağlamı

Sanayi Devrimleri, teknolojik, bilimsel gelişmelerle birlikte dünya düzeninde yaşanan değişiklikler folklor çalışmalarını da etkilemiştir. Dundes’in (2022) “halk, aralarında en az bir müşterek faktör bulunan, kendine uygun geleneklere sahip insan grubudur” tanımı, Dorson’un (1970) “Is There a Folk in the City” (Şehirde Halk Var mı?) çalışması ile folklorun





inceleme alanını köyden kente taşınmıştır. Bu durum teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal-dijital kültür bağlamının da folklorun inceleme alanına dâhil edilmesini sağlamıştır. Sanal-dijital kültür ortamı halk bilgisinin yeni yaratım mekânı olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

Kendinden önceki sözlü ve yazılı-basılı kültür ortamından beslenen sanal bağlam yeni bir kültür ve yaşam alanı hâline gelip bilimsel çalışmaların konusu olmuştur. “Doğal olarak, önceki kültür bağlamları gibi sanal kültür de insanlığın var olan ve yaşayan kültürel birikiminden yararlanılarak oluşturulmuştur. Her kültürel bağlam gibi sanal kültürde de alıntılanan ya da aktarılan kültürel birikim çeşitli değişikliklere uğramıştır. “Kültür, iletişimdir ya da iletişim kültürüdür” kabulü de hatırlandığında, her yeni iletişim türü, biçimi, sistemi, teknolojisi, aracı devraldığı birikimi kendi sistemine uygun, kendine özgü hale getirmekte, diğer bir deyişle dönüştürmektedir” (Özdemir, 2017: 271). Günümüzde sanal-dijital kültür ortamı herhangi bir sınırlama getirilmeden yaşayan geleneksel ve kültürel mirasın sergilendiği, aktarıldığı, tanıtıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece geleneksel yapıda kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel bellek dijital belleğe dönüşmeye başlamıştır. Kültürün bu dönüşümü yeni endüstri alanlarının yaratılması ile yaygınlaşmıştır. Kültürel bellekte var olan imgelerin yaratıcılık ve özgünlük kaynağı olmasında ve yaygınlaşmasında etkisi olmuştur. Sanal-dijital kültür bağlamı, kendinden önceki yazılı-basılı ve sözlü bağlamlarda var olan imgelerin aktarıldığı, yeniden yaratıldığı bir alan hâline gelmiştir.

2. İmge

Görmenin, sözcüklerden/konuşmadan önce geldiğini söyleyen J. Berger’e göre imge yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan –birkaç dakika ya da birkaç yüzyıl için- kopmuş ve saklanmış bir görünüm ya da görünümler düzenidir (1995: 9-10). Sosyo-ekonomik hayat tezahürlerinin değişmesiyle birlikte gerçeklerin görselliğe dolayısıyla zihinsel imgelere yerini bıraktığı bir dönem yaşanmaktadır. Bu dönemde, sembolik ilişkilerin hâkim olduğu, gerçek ilişkilerin tartışıldığı yok olmaya başladığı bunun yerini simülasyonların aldığı savunulur (Doluel, 2019:57).

Peter Burke’e göre ise imgeler tarihin tanıklarındır. İmgeler tıpkı metinler ve sözlü ifadeler gibi önemli bir tarihsel kanıt türüdür ve imgeler görgü tanıklığı eylemini kayıt altına alırlar (Burke, 2009: 13-14). Ait olduğu toplumun kültürünü yansıtan imgeler yapısında kültürü oluşturan dinamikleri de bulundurmaktadır. Görsel imgelerde daha belirgin olan bu durum imgelerin toplumların kolektif belleğinden beslenerek üretildiğini ve yine toplumun sahip olduğu araçlarla aktarıldığını göstermesi bakımından önemlidir. Yapılan imge çözümlemesi aracılığıyla kültürü oluşturan dinamikleri ortaya çıkması mümkündür.

Kültür biliminin yaşam bilimine dönüşmesinin sonucu olarak inceleme alanı da genişlemiştir/farklılaşmıştır. Söz konusu farklılaşmaya paralel olarak kültürel imge





araştırmaları ele alınan konulardan birisi hâline gelmiştir. 21. asrın ilk çeyreğinde kültürün ekonomik ve endüstriyel boyutu ön plana çıkmıştır. Günümüzde kültür ekonomisi ve endüstrisi, yüksek kârların elde edildiği ve çok yönlü olumlu sonuçlar doğuran moda yatırım alanları olarak kabul edilmekte, istihdam ve milli gelir içindeki payı hızla büyümektedir.(...) Kültür ekonomisini oluşturan yayıncılık, müzik, görsel ve gösterim sanatları, tasarım, eğlence, turizm, kültür turizmi gibi sektörlerin ortak özelliği ise yaratıcılık temelinde var olmaları ve gelişmeleridir. Yaratıcılık ise belirli bir belleğe, birikime dayanarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık, farklı ve özgün olmak demektir. Kültürel bellek de yaratıcılık için gerekli olan verileri, altyapıyı içerir (Özdemir, 2012: 105-107). Kültür endüstrileri tarafından farklı ve özgün olmak için kullanılan kültürel bellekteki imgelerden birisi de yerele aittir.

Yerelin yaşayış tarzı görsel-işitsel bir imge olarak YouTube’da yerel ve postmodern yereller tarafından oluşturulmuştur. Yerelin yaşayış tarzı geçmişten günümüze nostaljik bakış açısıyla değerlendirilmiş ve değerlendirilmeye devam etmektedir. Yerel ve yerele ait olan ne varsa doğal, değerli, önemli kabul edilmiştir.

Yerelin yaşayış tarzı her zaman kent ile kıyaslanmıştır. Kentte var olan karmaşanın, hızın, trafiğin, gürültünün, deprem tehlikesinin, mesai zorunluluğunun, pahalılığın yerel hayatta olmadığını aksine yerel hayatın insanı özgürleştirdiği kabul edilmektedir. Kültür endüstrisi araçları da yerelin yaşayış tarzını romantik, nostaljik bakış açısıyla imgeleşmesini bu şekilde yayılmasını kolaylaştırmıştır.

3. Araçlar

Yerel ve postmodern yerel imgesinin ortaya çıktığı araçlardan birisi de internet temelli sosyal paylaşım sitelerinden biri olan YouTube’dur. Google’a ait bir Amerikan çevrimiçi video paylaşım ve sosyal medya platformu olan YouTube, 15 Şubat 2005 tarihinde kurulmuştur. Genel olarak video klipler, televizyon klipleri, müzik videoları, video blog, kısa özgün videolar ve eğitim videoları gibi içerikler yayınlamaktadır. YouTube içerikleri bireyler tarafından yüklenmektedir. Site içi üyelik almayan kullanıcılar videoları izleyebilirken onaylı üyeler ise kendi yayın kanallarına video yükleyebilmektedirler. YouTube, 2014 yılından itibaren üyeye para kazandırma modeline geçmiştir. Üye, hesap ayarlarından para kazanmayı aktif hale getirdikten sonra yüklediği videolardan izlenme başına ödeme almaktadır (URL 1).

4. Aktörler

Sanal kültür ortamında yerel ve postmodern yerel imgesinin şekillenmesinde etkili olan aktörler bizzat kendileridir. Bu kısımda öncelikle yerel ve postmodern yerel tanımlaması yapılacak devamında sahip oldukları kanal ve içerikleri açıklanacaktır.

4.1. Yerel



Folklorun temel paradigmalarından biri olan halk kavramı ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Halk, aşağı tabakayı oluşturan, genel nüfus içinde bir sürü, bayağı ve kaba bir grup ve aynı toplumun seçkin tabakası (elite) ile tezat teşkil eden bir insan grubu olarak düşünülmüştür. Halk bir taraftan medeniyetle tezat olarak ele alınırken, yani halk bir toplumda medenileşmemiş unsur olarak kabul edilirken, diğer taraftan da vahşi (savage) veya ilkel toplum (primitive society) diye adlandırılan ve gelişme basamaklarından daha aşağıda olduğu varsayılan bir grupta da tezat olarak kabul edilmiştir (Dundes, 2022: 12).

Medeni kesim ile medeniyetten uzak olan (vahşi) kesim arasında bir yer işgal eden halk kavramının belirlenmesinde okur-yazarlık ve edebî olma gibi şartlar mevcuttu. Yapılan tanımlamalarda halk köylü kavramıyla eşdeğer görülmektedir. Yazı öncesinde (veya yazıyı tanımayan) vahşi ile okur-yazar, şehirli olan medeni arasında köylüler/halk entelektüel bir yer işgal etmektedirler. Halk kavramının köylü anlamında daralması aynı zamanda kent toplumunu da dışarıda bırakmasına sebep olmuştur.

Teknolojik ve bilimsel gelişmeler toplumsal, ekonomik vs. birçok değişikliğe sebep olmuştur. Değişen dünya düzeni folklor araştırmalarını da etkilemiştir. Dundes'in (2022) "halk, aralarında en az bir müşterek faktör bulunan, kendine uygun geleneklere sahip insan grubudur" tanımı ile halka bakış değişmiştir. Metin merkezli çalışmalar yerini bağlam merkezli çalışmalara bıraktıkça folklor da köyden kente, kentten sanal-dijital kültür ortamına taşınmıştır.

Türkiye'de ise yerel ve gelenek kültürü ile ilgili birbirinden farklı dönemlerde birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar her ne kadar Cumhuriyet döneminde yaygınlık kazanmış olsa da Osmanlı Devleti döneminde başlamıştır. Fakat dönemin siyasi şartları düşünülen fikirlerin gerçekleştirilmesini engellemiştir.

Cumhuriyet dönemi yapılan çalışmalar ise başlangıçta "Köylü milletin efendisidir." sözünün etkisiyle halkçılık ve köycülük ilkeleri kapsamında incelenmiştir. Bu dönemde yerel imgesi olumlu olarak kabul edilmiş, idealist ve romantik içeriklerle zenginleştirilmiştir. 1950'ler ve sonrasında köylünün kente göçmesiyle birlikte başlangıçtaki romantik bakış açısı yerini gerçekçi değerlendirmelere bırakmaya başlamıştır. Milletin efendisi olan yerel, kentte tüm problemlerin kaynağı olarak kabul edilmeye başlanmış, sahip olduğu gelenekler, geleneksel bilgi ötekileştirilmiştir. 2000'li yıllarda ise tüm dünyada doğal-ekolojik tarım, geleneksel bilgi, gelenek kavramlarının önem kazanmasıyla birlikte yerel ve gelenek kültürü tekrardan gündeme gelmiştir. Bu bağlamda yerel ve gelenek kültürünün tarihî süreç içerisinde yüceltme ve ötekileştirme arasında gidip geldiğini, söylemek mümkündür. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili yapılan birçok çalışmanın kent merkezli, kentli bakış açısıyla gerçekleştirildiği, yerelin tüm süreç boyunca edilgen bir konumda olduğu gözlemlenmiştir. Yerel kendini, gelenek kültürünü ait olduğu çevrede sözlü ürünlerle aktarırken tüm dünyaya duyurması sanal-dijital kültür ortamı aracılığıyla gerçekleşmiştir. Sanal-dijital kültür





ortamında yerel, hayatın doğal akışı içerisinde kendini, geleneğini aktarmakta ve tanıtmaktadır. Bu tanıtım ve aktarımda sosyal paylaşım sitelerinden biri olan YouTube'u kullanmaktadır. Günümüzde YouTube'u ve YouTube'daki kültürü anlamak için içerik yükleyen, görüntüleyen ve yorum yapan kişileri de anlamamız gerekmektedir. Öncelikle, YouTube'daki içerikler kaynağına bakılmaksızın kullanıcıların günlük yaşamlarıyla ilgisine göre belirlenip şekillenmektedir. Kendi içerisinde kültürel bir mantığa sahip olan YouTube'da içerik katkısında bulunan tüm kişiler ortak alandaki potansiyel katılımcılar olarak kabul edilmektedir. Ayrıca YouTube kullanıcıları yeni ve farklı içerikler hazırladığı gibi aynı zamanda geleneği yeniden tasarlayarak da kullanmaktadır (Burgess ve Green, 2009). İçerikleriyle popüler kültüre yön veren YouTube geleneği de popüler hale getirmektedir. Çalışmamız dâhilinde yerelin ve gelenek kültürünün imgeleşmesine etki eden YouTube kanalları ise şöyledir:

a) Köy Hayatı Sevenler kanalının sahibi Mehmet Kızılca'dır (URL 2). 142 B aboneye sahip olan Kızılca Instagram, Facebook, Tiktok gibi diğer sosyal paylaşım sitelerini de kullanarak kendini tanıtmaktadır. Köy hayatını tanıtmayı, yaşatmayı amaçlayan Kızılca'nın hedef kitlesi kanalın adından da anlaşılacağı gibi köy hayatını seven insanlardır. Kanalın içerikleri Mehmet Kızılca tarafından çekilip kanala yüklenmektedir. Kızılca evlidir ve annesi ile birlikte yaşamaktadır. Kanalı giriş sayfasında annesinin, eşinin, çocuğunun ve kendinin görselleri köydeki gündelik hayatı temsil eden imgelerle bir arada verilmiştir. Kanal içerikleri incelendiğinde Mehmet Kızılca ve ailesinin gündelik yaşamını herhangi bir kurgu olmadan doğal akışında yansıttığı tespit edilmiştir. Kızılca daha çok annesinin gündelik hayatta yaptığı köy ve ev işlerini görüntüleyerek videolarını hazırlamaktadır.

b) Hacerin Köy Hayatı kanalı 8.8 B aboneye sahip olan Hacer Ergin'e aittir (URL 3). Ergin kanalında köydeki yaşamını anlatmaktadır. Takipçilerinden beğeni ve yorum talep eden Ergin aynı zamanda kanalında küfür, hakaret ve buna benzer girişimlere asla izin verilmeyeceğini belirtmektedir. Bu kanalda Hacer Ergin tarafından çekilen video kayıtlar kullanılmaktadır. Hayatın doğal akışı içerisinde çekilen videolar olduğu hâliyle yayınlanmaktadır. Ergin, kendisinin ve çevresinin gündelik hayatını anlatmaktadır.

c) Orhun Topkaya kanalı ise 572 B aboneye sahiptir (URL 4). Topkaya köyde hayvancılık ve tarla işleriyle ilgilenmektedir. Kanalında yayınladığı bu videolarda özellikle hayvancılıkla ilgili önemli bilgileri aktarmaktadır. Topkaya'nın kanalında hayvancılık ile ilgili birçok içerik bulunmaktadır. Ayrıca gündelik hayatında yaptığı işleri de paylaşmaktadır.

d) Gülün Ev Hayatı kanalının 475 B abonesi vardır (URL 5). Aksaraylı, 4 çocuk annesi olan Gül, hayatına dair her şeyi takipçileri ile paylaşmayı amaçlamaktadır. Gündelik hayatını anlatan Gül, daha çok mutfakta geleneksel yemeklerin tarifini paylaşmaktadır. Aşure tarifi videosunda olduğu gibi bazen yemek ve tatlılar aile üyeleri ya da komşularıyla birlikte doğal akışı içinde yapılmaktadır.



e) *Köyde Yaşam* kanalı ise Süleyman Emre Zeytin'e aittir (URL 6). Köy hayatına dair her şeyi paylaşacağını belirten Zeytin, 12,7 B aboneye sahiptir. Ailesi ile birlikte köyde yaşayan Zeytin, gündelik hayatını paylaşmaktadır. Ayrıca eşi ile birlikte yemek videoları çekmektedir.

4.2. Postmodern Yerel

Ekonomik, siyasal ve kültürel etkilerin sonucunda bir yerden başka yere gitme olarak tanımlanan göç toplumsal değişmelerin önemli dinamiklerinden birisidir. Ulusal sınırlar içerisinde kentten kente, kentten kıra, kırdan kıra yer değiştirme hareketi iç göç olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'nin 1950'li yıllarda tanıştığı iç göç, 1980 sonrasında daha da hızlanarak göç alan ve veren merkezlerde ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal değişimlere ve sorunlara yol açmıştır. 2000'li yıllara kadar kırsal alandan kentsel alanlara doğru seyir gösteren göç akımı kentsel bölgelerde yoğun nüfus baskısı, çarpık kentleşme, gecekondulaşma, işsizlik, yoksulluk, yabancılaşma, kültür çatışması gibi ekonomik sosyal problemlere sebep olmuştur (İslamoğlu, 2014: 69). Bu problemler artarak devam etmiş ve kentlerin başlangıçta var olan çekiciliğini olumsuz olarak etkilemeye başlamıştır. Kentin bu olumsuz imajının yanında 2000'li yıllardan itibaren teknolojinin yaygınlaşması, ulaşım şartlarındaki değişimler, tarımda modernleşme ve makineleşmeye gidilmesi gibi sebepler nüfusun kentten köye doğru göç etmesine sebep olmuştur. "Yeni köylüler", "postmodern yerel" olarak adlandırılan bu insan grubunu Van der Ploghe'ye üçe ayırmaktadır. Köylü üreticiler, girişimci üreticiler ve geniş ölçekli üreticiler. Ayrıca tarımın sanayileşmesi, eski köylülerin ve köylülük dışı tarım üreticilerinin kendilerini koruma güdüsüyle adeta defansa çekilerek bağımsız bir şekilde geçimlik üretime çekilmesinden (yeni köylüleşme) bahsetmektedir. Köylülük zor koşullar altında kendini koruyup yeniden üretmesini sağlamakla birlikte kendinde yeterli kaynaklarının var olması ve bunların kendi denetiminde olması, doğa ile ahenk içinde hareket edebilmesi, pazardan soyutlanarak bağımsız olabilme mücadelesini sürdürebilme kapasitesine sahiptir (Aydın, 2016: 53). Modernizm ve modernizm sonrası ortaya çıkan değişimler de kentten köye göçü etkilemiştir. Modernizme yönelik eleştiriler, çevrecilik, sürdürülebilir tarım gibi gelişmelerin ortaya çıktığı postmodern dönemde yerel ve gelenek ön plana çıkmıştır (Demir, 2001). Bir yandan tüketim ekonomisinin ve toplumun hızlandığı ve zirveye ulaştığı diğer yandan yerelin kenti tam olarak ele geçirdiği dönem, postmodern yerelliğin de başlangıcı olarak kabul edilebilir (Özdemir, 2022: 7). Erken dönem çevrecilik akımının da etkisiyle "yavaş yemek, sakin şehir, yavaş turizm, yeşil ekonomi ve yavaş moda" gibi hareketler kentli yaşamda doğmuş ve yereli kapsayacak şekilde yaygınlaşmıştır. Kentteki bu hareketlerin öncülerinin (aktivistlerin) ilk postmodern yereller olduğu söylenebilir (Özdemir, 2022: 11).

Postmodern yereller, doğal, ilaçsız tarım, doğa ile iç içe yaşam sloganlarıyla kentteki beyaz yakalı hayatlarını bırakıp köye göç etmişlerdir. Bu göç sürecinin öncesini, sonrasını kendilerine ait olan YouTube kanallarında paylaşmaktadırlar. Böylece YouTube kanalları





üzerinden gelir elde etmekle birlikte aynı zamanda köye göç etmek isteyenlere rehberlik etmektedirler. Postmodern yerellerin tecrübelerini anlattığı kanalları insan ve içerik başlıkları altında aşağıda sıralanmıştır.

a) *Şehirden Köye Göç* YouTube kanalı (URL 7). 137 B aboneye sahip olan bu kanal Kaan ve Gizem'e aittir. Çocukları ve evcil hayvanları ile köyde yaşayan aile günlük hayatını bu kanalda paylaşmaktadır. Hedef kitlesi ise şehirden köye göç etmek isteyen insanlar ile köy hayatını, köyde yaşamı merak eden insanlardır. Kanal, hayatından çeşitli sebepler sonucu ayrılıp köyde yaşamaya, köy hayatına uyum sağlamaya, köyde yapabilecekleri iş seçeneklerini bulmaya çalışan bir ailenin hayatı bulunmaktadır. Bu aile bir süre önce şehirde bulunan evlerini satın elde ettikleri para ile Muğla'da ev almayı planlamışlardır. Başlangıçta evlerini satmak yerine 600-700 tl'ye kiraya verip bu parayla da köyde geçinmenin mümkün olduğunu düşünmüşlerdir. Fakat köye yerleştiklerinde bu parayla köyde yaşamın mümkün olmadığını fark etmişlerdir.

Gizem, köyde ilk sene kiraladıkları zeytin ağaçlarının ve bahçelerinde bulunan incir ağaçlarının ürünlerini satarak geçimlerini sağladıklarını söylemektedir. Aile köye yerleşip küçük çaplı tarım ve hayvancılık yapmaya başlamıştır. Ek bir gelir kaynağı olması bakımından Kaan borsa ile ilgilenmektedir. Ayrıca kendi evlerinden ayrı olarak yaptıkları misafir evini bölgeye gelen turistlere kiralamaktadırlar. Yerli ve yabancı turistleri ağırlayan aile çiftlik turizmi yapma amacıyla oldukları için özellikle at ve kuzu beslemektedir.

b) Tolga Yalçın'a ait olan kanal da hayat hikayeleri yer almaktadır (URL 8). Aradığı tek şeyin huzur olduğunu belirten Yalçın huzur kaynağı olarak müzik, dans, tiyatro, sinema, ekstrem sporlar, hayvanlar, motorlu taşıtlar, fotoğraf, resim, köy hayatı ve toprak, seyahat, kitapları kabul etmektedir. Amacının izleyicilere hiçbir şeyin geç olmadığını ispatlamak olduğunu söyleyen Yalçın, izleyici kitlesine hayatı, yaşamayı, istekleri ertelememe yönünde teşvik etmeye çalışmaktadır. Ayrıca kendi de köye göç eden Yalçın, ekolojik tarım hakkında farkındalık yaratmaya çalıştığını vurgulamaktadır.

Tolga Yalçın'ın kanalından çalışmamız dahilinde şehirden köye göç ederek burada yaşayan insanların hikayelerinin anlatıldığı videolara yer verilmiştir. Bu kısımda Yalçın'ın kanalında yer alan kentten köye göç ailelerden birkaçına yer verilecektir.

- Tolga Yalçın ailesiyle birlikte İstanbul'da yaşamaktaydı. İstanbul'da yaşarken arayış içinde olduğunu, eşinin ailesinin köydeki evine gittiğinde tarımla, köy işleri ile uğraştığında daha mutlu, huzurlu hissettiğini söyleyen Yalçın Muğla, Ortaca'ya göç etmiştir. Buraya göç edenlerin hikayelerini çeken Yalçın, ekolojik tarım ve hayvancılıkla uğraşmakta ve bunu kanalında yayınlamaktadır. Köylü ile etkileşimde bulunulması gerektiğini, köylüden kadim bilginin alınması gerektiğini vurgulamaktadır.



- İstanbul'da yaşayan bir diğer çift Tuğba ve Koray'dır. Koray, köye yerleşmeden önce makine mühendisi olarak çalışmaktaydı. Göç etme sebeplerinin başında İstanbul'daki deprem korkusu, insanlardan uzaklaşmak, yoğun iş temposu ve bu tempodan dolayı kendilerine, çocuklarına zaman ayıramaması, gıda güvenilirliği etkili olmuştur. Çiftin ailesi de Egeli olduğu için Muğla Ortaca'ya göç etmişlerdir. Göç bölgesinin seçiminde merkeze ulaşılabilirlik ön plandadır. Köyde canlı tavuk ve yumurta, nar ekşisi, pestil, pastırma, döner satışı yaparak geçinmektedirler. Ayrıca kendi evlerinin yanında misafirler için 3+1 klimalı bir evleri bulunmaktadır.
- Özlem ve Erkan ise Bursa'dan köye göç etmişlerdir. Çift, Bursa'da özel sektör çalışanıydı. Salgının da etkisiyle ortaya çıkan yasaklar ve şehir hayatının yoruculuğu, özgürleşme isteği göç etme sebepleri arasındadır. Havaalanına, denize yakın olması nedeniyle Muğla/Ortaca'ya yerleşmişlerdir. Özlem köye göç ettikten sonra daha önceden hayalini kurduğu pastacılık eğitimine başladığını, kendini geliştirip bir marka yaratmak istediğini söylemektedir. Erkan ise butik bir reklam ajansında dijital pazarlama hizmeti vermektedir. Oteller, restoranlar dijital pazarlamayı talep etmektedirler. Aile kendilerinin tüketeceği, sevdiklerine hediye edecekleri kadar tarımla uğraşmaktadırlar.
- Gül ve Ulvi ise Ankara'daki şehir hayatını bırakıp Muğla, Ortaca'ya taşınmışlardır. Çiftin en büyük hayalinin köye yerleşmek ve bir çiftlik kurmak. Ulvi, veteriner hekimdir. Ortaca'da bu işe sürdürmektedir. Ortaca'yı seçmelerinde en önemli etken kızlarının okuluna, piyano kursuna yakınlığı ayrıca ulaşım kolaylığı ve denize yakınlığıdır. Sabit bir geliri olan aile küçük adımlarla, yavaş yavaş risksiz ilerlemektedirler. Köylü ile iletişim halinde olmaları da işlerini kolaylaştırmaktadır. Diğer ailelerden farklı olan bu aile ilk önce köye yerleşip sonrasında ilçede yaşamaya karar vermişlerdir. Başlangıçta hayvancılık ile uğraşan aile tatil yapmak, kendilerine zaman ayırmak istedikleri için sonrasında tamamen arıcılıkla uğraşmaya başlamışlardır. Arıcılık ilçede yaşamalarını, tatil yapmalarını kolaylaştırmıştır.

c) SLOTmedia adlı YouTube kanalı ise *Şehirden Uzakta* adıyla 2 bölüm olarak kentten köye göç eden insanların hayatını anlatmaktadır (URL 9). Farklı içerikleri de sahip olan kanal belgesel türünde videolar hazırlamaktadır.

Şehirden Uzakta'nın birinci bölümünün başlığı "*Rotasız Baran*" ikinci bölümün ise "*Şehirden Uzakta Plazadan Köye*"dir. Rotasız Baran, ailesinden sahip olduğu her şeyden uzakta yaşama isteğiyle yola çıktığını belirtmektedir. Sadece şehirden uzakta bir yaşam sürdürdüğü için bu bölüm çalışmamıza dahil edilmemektedir.





Şehirden Uzakta Plazadan Köye adlı bölümde ise kent hayatının insanı zincirlediğini bu sebeple özgürleşmek isteyen çiftin yaşamını anlatmaktadır.

- Şehirden Uzakta Plazadan Köye bölümünde kendini beyaz yakalı olarak nitelendiren Mustafa Yılmaz'ın hikayesi anlatılmaktadır. Şehrin çok zararlı olduğunu farkındalık arttıkça şehirden uzaklaşmanın gerekli olduğunu belirtmektedir. Yeşilin, doğanın, sosyal güvenliğinin olmaması, iş hayatının yoruculuğu gibi nedenler şehirden uzaklaşmasına sebep olmuştur. Muğla Dalaman'a göç eden aile detaylı bir planlamanın sonucu göç etmişlerdir. Hayvancılık ve tarımla ilgilenmişlerdir. Yılmaz, organik, ilaçsız narenciye satışları ile temiz gıda hareketine dahil olmuştur. Kendine ait sosyal medya hesapları ve "Ekonomist Çoban" YouTube kanalı ile satışlarını sağlamaktadır. Ayrıca YouTube kanalından kazandığı parayla da ampüte hayvan barınağını açıp masraflarını karşılamaktadır.

5. Etkileri

5.1. Yerelin Etkileri

Sanal-dijital kültür ortamının kullanıcıları bu kültür ortamının hem yaratıcıları hem aktarıcılarıdır. Aynı zamanda yarattıkları/oluşturdukları bu kültür ortamından etkilenmektedirler. Ong'a göre elektronik teknoloji, telefon radyo, televizyon ve çeşitli ses kayıt araçları bizi "ikinci sözlü kültür çağına" sokmuştur. Yeni araç eski olanın konumunu hem pekiştirir hem değiştirir (2014: 160-161). Sanal-dijital kültür ortamında yerel hiç olmadığı kadar kendini ifade etme, anlatma imkânı bulmuştur. Başlangıçta romantik, nostaljik bir bakış açısıyla idealize edilen yerel, YouTube aracılığıyla sanal-dijital kültür ortamında kendini, temsil ettiği geleneği takipçilerine sunmuştur.

Kanal sahipleri postmodern yereller gibi köye sonradan göç etmemişlerdir. Köyde doğmuş, geleneğin içerisinde yetişmiş insanlardır. Kanallarında da gündelik hayatta yaptıkları işleri doğal akışı içerisinde vermektedirler.

YouTube içerisinde çalışmamız dâhilinde köyde yaşayıp tarım ve hayvancılıkla uğraşarak geçimini sağlayan yerele ait birçok kanal tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise *Köy Hayatı Sevenler*, *Hacerin Köy Hayatı*, *Orhun Topkaya*, *Gülün Ev Hayatı*, *Köyde Yaşam* kanalları ele alınmıştır. Sanal-dijital kültür bağlamında yerelin her yaş grubundan, cinsiyet ayrımı olmaksızın varlığı tespit edilmiştir. *Hacer'in Köy Hayatı*, *Gülün Ev Hayatı* kanallarının sahipleri orta yaş civarında kadınlardır.

Bu kanallarda yapılan bütün işlerin geleneksel bağlamında yapıldığı görülmüştür. Turşu kurma, biber kurutma, tarhana yapma, koyun kırkma gibi video örneklerinde olduğu gibi bu işler yapılırken işin önemli noktaları anlatılmaktadır. Ayrıca yapılan işin geçmişi ve şimdisi kıyaslanmaktadır. Eskiden bu işin nasıl yapıldığı, yapılırken nelere dikkat edildiği



anlatılmaktadır. Kadınların aktör olduğu videolarda özellikle kültürel bellekte var olan atasözü, mâni, türkü, hikâye gibi sözlü kültür unsurları kullanılmaktadır.

Bu kanallar köy hayatını merak eden, özleyen insanları hedef kitle olarak görmektedirler. Bu hedef kitlesi genelde kendi yaş gruplarına yakın, kente ya da yurtdışına göç etmiş insanlardan oluşmakta ve her videonun altına videonun konusu ile ilgili yorumlar yapmaktadır. Hayvancılık ya da tarım ile ilgili bir videonun altına genelde özlem duyarak nostaljik etkiyle yorumlar yapılmaktadır. Bu kişiler hayatlarının bir döneminde bu işleri daha önceden yapmışsa kendi yaptıkları ile kıyaslamakta öneriler vermektedir. Köyde yaşamının, köyde iş yapmanın güzelliğinden bahseden, genelde iyi dileklerde bulunan yorumlar da bulunmaktadır. Kanalların izleyicileri devamlı takipçileridir. Mesela turşu yapımı videosuna yapılan yorumlardan birinde biberleri geçen sene olduğu gibi yıkamadan yaptıklarını, temizliğe dikkat etmeleri gerektiğini yazan bir yorum bulunmaktadır.

Gelenek kültürü süreç içerisinde doğal bağlamı dışında farklı amaçlarla kullanılmış ve kullanılmaya devam etmektedir. Doğal yaratım ortamı dışında sanal-dijital kültür ortamında gelenek kültürünün sunulması her ne kadar eleştirilip olumsuz yönleri ön plana çıkarılsa da gerçekte durum bunun tersidir. Yerel, şimdiye kadar kent merkezli yaklaşımla tanıtılırken sanal-dijital kültür ortamında bir aracıya ihtiyaç duymadan kendi kendini geniş kitlelere tanıtılmaktadır. Bu tanıtma sırasında gelenek kültüründe elbette değişiklikler gözlenmektedir. Fakat gelenek yapı bakımından donuk, statik, ortaya çıktıkları andan itibaren kendini tekrarlayan kalıplar değildir. Aksine, onlar ait oldukları milletin ihtiyaçlarına uygun biçimde değişen, gelişen, ortadan kalkan veya parçalanarak yeni geleneklerin doğmasını sağlayan dinamik bir yapıya sahiptirler (Yıldırım, 2016: 127). Hofer ise modern toplumlarda geleneklerin devamlı olarak oluşturuldukları ve yeniden yaratıldıkları konusuna dikkat çekmektedir (Akt. Newall, 2004: 85). Bu doğrultuda yerelin sanal-dijital kültür ortamındaki varlığı, gelenek kültürünü sanılanın aksine olumsuz olarak etkilemediği yerele kendini ve gelenek kültürünü aktarmada yeni ifade imkanları sunduğu gözlemlenmiştir.

5.2. Postmodern Yerelin Etkileri

Postmodern yereller olarak tanımlanan bu grubun köye göçü "korona salgını öncesi ve sonrası" olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Korona öncesinde yavaş yavaş başlayan göç salgından sonra artarak devam etmektedir. Postmodern yereller, köye göç etmelerinde buldukları kent hayatının artık onları bunalttığını, huzurlu ve güvende hissettirmediklerini, iş hayatının onları köleleştirdiğini, aile üyelerinin birbiriyle yeterli zaman geçirmesini engellediğini vs. belirtmektedirler. Köy hayatının onları özgür hissettirdiğini vurgulayarak köyde olmanın, kendilerinin üretmelerinin, temiz havanın, ekolojik tarımın, köyün doğasının (bazı köylerin denize olan mesafesi de tercih sebebi) onları mutlu hissettirdiğini anlatmaktadırlar.





Köye göç eden aileler göç etme süreçlerinde kendilerinden önce giden ailelerin deneyimlerini anlattığı diğer kanallardan etkilendiklerini belirtmektedirler. Böylece köye göç etmeden önce çok iyi düşünülmesi, maddi hesaplamalar yapılması ve aile üyeleri arasında iş bölümünün yapılması gerektiğini öğrendiklerini söylemektedirler.

Postmodern köylüler her ne kadar kent hayatının getirdiği yükümlülüklerden özgürleşme isteği ile köylere geldiklerini belirtse de gerçekte durum farklıdır. Plazadan köye göç eden eski beyaz yakalılar kenti ve kentin getirdiği modern yaşam alışkanlıklarını tamamen bırakabilmiş değillerdir. Yerleşecek yerin kente, havaalanına, denize yakınlığı çok önemlidir. Zira istedikleri zaman kolaylıkla kente ulaşma isteği ön plandadır. Köye gelerek kent hayatında bıraktıkları en önemli şeyin alışveriş olduğunu belirtmektedirler. Kentteyken iş hayatında her zaman şık ve bakımlı olma zorunluluğunun köye geldikten sonra ortadan kalktığını dolayısıyla daha az alışveriş yaptıklarını, kent hayatında online yemek sipariş etmeye özlem duyduklarını söylemektedirler. Yerelde internet, akıllı telefon, otomobil kullanımına devam etmekle birlikte bunların zorunluluk olduğunu vurgulamaktadırlar.

Başlangıçta yerele kolaylıkla uyum sağlayan girişimci postmodern yerel kadınlar, geleneksel kadın emeği temelinde yerel sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde önemli işlevler üstlenmişlerdir (Özdemir 2022: 9). Yapılan incelemelerde postmodern yerelin günümüzde yerel ile arasında mesafe koyduğu, geleneksel bilgiyi kendi ailesinden ya da sosyal medyadaki uygulamalarından elde ettiğini, buldukları köyde daha çok kendi gibi postmodern yerellerle iletişim halinde olduğu görülmüştür. Az da olsa köylülerle iş birliği yaptıklarını onlardan geleneksel bilgiyi öğrendiklerini kendilerinin de onlarda eksik olan modern/kitabi bilgiyi aktardıklarını söylemektedirler.

Postmodern yereller her ne kadar sınırlı, sade bir yaşam isteğiyle yerel hayata geçiş yapmış olsalar da buradaki hayatlarını yaşarken kentli alışkanlıklarını bıraktıkları söylenemez. Kentteki iş hayatının fazla mesai-fazla para anlayışından hareketle kiraladıkları ya da satın aldıkları evleri/arazileri nasıl paraya dönüştürebileceklerini hesaplayarak çalışmaktadırlar. Köyde kendi mesleğine uygun ve gittiği köyün iklimine göre kendini şekillendirmek esas olduğu için para kazanacağı ikinci, üçüncü bir kanalının mutlaka olması gerektiği vurgulanmaktadır. Mesela imarı olmayan yerlere üçgen evler, bungolov evler konulup turistlere kiraya verilerek, dağlardan adaçayı, kekik vb. toplanıp satılarak para kazanmak mümkündür. Bazı aileler kendi evlerinin yanına yaptıkları misafir evlerini yerli ve yabancı turistlere kiraya vererek ek bir gelir elde etmektedirler. Bazı aileler ise köyde iş kolu seçerken onları özgür kılacak, seyahat etmesine fırsat verecek arıcılık gibi işleri tercih etmektedirler. Ayrıca ürettikleri/yetiştirdikleri pek çok ürünü kendilerine ait olan Instagram sayfalarında satışa sunmaktadırlar. YouTube kanalı olan aileler köy hayatındaki gündelik yaşamlarını paylaşıp takipçi sayısını arttırmaya çalışmaktadırlar. Postmodern yereller,





yetiştirdikleri ürünlerde zirai ilaç, kimyasal kullanmadığını sürdürülebilir tarımı gerçekleştirmek istediklerini vurgulamaktadırlar.

Ekolojik tarım, geleneksel bilgi vs. sloganları ile başlayan postmodern yerellerin yolculuğu süreç içerisinde kent hayatının getirdiği hız ve devamlı üretim isteği ile şekillenmiş adeta yeni bir tür işçiliğe dönüşmüştür.

Sonuç

Kültür biliminin yaşam bilimine dönüşmesiyle birlikte folklorun inceleme alanı köyden kente, kentten sanal-dijital kültür ortamına taşınmıştır. Kendinden önceki sözlü, yazılı-basılı kültür ortamından beslenerek ortaya çıkan sanal-dijital kültür ortamı, folklor ürünlerine yeni ifade imkanları sağlamıştır. Geleneksel ve kültürel mirasın sergilendiği sanal-dijital kültür ortamı özgünlük ve farklılık kaynağı olarak kabul edilen imgelerden faydalanmıştır. Bu imgelerden biri olan yerelin yaşayış tarzı görsel-işitsel bir imge olarak YouTube’da yer almaktadır. Yerelin yaşayış tarzı şimdiye kadar kent ile kıyaslanarak nostaljik ve romantik bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

YouTube’da ise yerelin yaşayış tarzının imgeleşmesinde aktör olarak yereller ve postmodern yereller bulunmaktadır. Her iki grupta Youtube’u maddi gelir kaynağı olarak görmektedir. Takipçileri ne kadar çok artarsa gelirleri de o kadar artacaktır. Yapılan incelemelerde yerele ait olan kanallarda tarım, hayvancılık ve gündelik hayata ait olan işler doğal bağlamı içerisinde herhangi bir kurgu, montaj olmadan yayınlandığı tespit edilmiştir. Videolarda gündelik işler yapılırken atasözü, mâni, türkü vs. sözlü kültür unsurlarının aktarıldığı bu bağlamda sanal-dijital kültür ortamının yerele ve gelenek kültürüne yeni ifade imkânları sunduğunu söylemek mümkündür.

Doğal yaşam, ekolojik tarım, temiz doğa vb. sloganlarıyla yola çıkıp kentten köye göç etmişlerdir. Tüm bu göç sürecini ve sonrasını da YouTube kanallarında yayınlarken hem izleyici sayısını arttırıp para kazanmak hem de benzer bir şekilde göç etmek isteyenlere rehberlik etmeyi amaçlamışlardır. Postmodern yereller köye taşındıkları ilk andan itibaren kiraladıkları/satın aldıkları arazilerini, evlerini nasıl paraya dönüştürebileceklerini hesaplayarak hayatlarını sürdürmektedirler. Yerleşecekleri evlerini bile gelir getirme durumuna, havaalanına, denize yakınlık özelliklerine göre belirlemişlerdir. Köy yapacakları işleri yerli ve yabancı turist çekme potansiyeline göre belirlemektedirler. Sanılanın aksine geleneksel bilgiyi köylülerden değil kendi ailelerinden, kendileri gibi postmodern yerellerin tecrübelerinden ya da sosyal paylaşım sitelerinden almaktadırlar. Köylü ile iletişimi mümkün olduğu kadar asgari derecede tutmanın güvenilirliğinden bahseden postmodern yereller, kent hayatındaki üretme hızını köye taşımışlardır. Postmodern yereller her ne kadar doğal ekolojik tarım, hayvancılık sloganları yola çıkmış olsalar da şimdilerde ürün satışına odaklı adeta yeni bir işçilik örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.





Kaynakça

- Aydın, Zülküf. 2016. "Çağdaş Tarım Sorunu ve Yeni Köylülük". *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 43 (Nisan): 43-63.
- Berger, John. 1995. *Görme Biçimleri*. Çev. Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları.
- Burke, Peter. 2009. *Tarihin Görgü Tanıkları*. Çev. Zeynep Yelce. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Burgess, Jean Elizabeth, und Joshua Green. 2018. *YouTube: Online video and participatory culture*, 2. Aufl. Cambridge, UK/Medford: Polity Press
- Çobanoğlu, Özkul. 2019. *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Demir, Yalçın. 2001. "Modernizmden Postmodernizme Geçiş Sürecinin Dinamikleri". Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Doluel, Bensu. 2019. "İmgenin Dönüştüğü Bir Alan Olarak Törensiz Tüketimde Geleneksel Ürünler: Kayseri İli Örneği". Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Dorson, Richard M. 1970. "Is There a Folk in the City?" *American Folklore Society*. 83:185-216.
- Dundes, Alan. 2022. "Halk Kimdir". Çev. Metin Ekici. *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (yay. hzl. M. Öcal Oğuz vd.). Ankara: Geleneksel Yayınları. 11-26.
- Gülüm, Erol. 2018. Dijital İletişim Teknolojileri Aracılı Bir Folklorik Deneyim Alanı Olarak Sanal Ortam. *Milli Folklor*, Yıl:30. Sayı:199, s. 127-139.
- İslamoğlu, Emel. Sinem. Yıldırım alp ve Abdurahman, Benli (2014). Türkiye’de Tersine Göç ve Tersine Göçü Teşvik Eden Uygulamalar: İstanbul İli Örneği . *İktisat Dergisi*, C.3, S.1: 68-93.
- Newall, Venetia J. 2004. "Halk Bilimi ve Geleneğin Uyumu (Folklorizm)." Çev. Nejla Kayalı Orta. *Uygulamalı Halkbilimi* (yay. Hzl. M. Öcal Oğuz vd.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık. 80-107.
- Ong, Walter J. 2014. *Sözlü ve Yazılı Kültür Sözü'nün Teknolojileşmesi*. Çev.: Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis Yayınları.
- Özdemir, Nebi. 2012. *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*. Ankara: Hacettepe Yayınları.
- 2015. *Medya Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- 2017. *Kültür Bilimi ve Yönetimi*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- 2022. "Postmodern Yerellik ve Geleneksel Ekolojik Bilgi". *Culture Academy*. Cilt:2. No:1. s. 1-30.
- Yıldırım, Dursun. 2016. *Türk Bitiği Araştırma/İnceleme Yazıları*. Ankara: Akçağ Yayınları.

İnternet Kaynakları

- URL 1: <https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube> 04.08.2023. 18:31
- URL 2: <https://www.youtube.com/@KoyHayatSevenler> 04.08.2023. 18:31
- URL 3: <https://www.youtube.com/@hacerinkoyhayat894> 04.08.2023. 18:31





Sanal-Dijital Kültür Ortamında Yerel İmgesi: Youtube Örnekleme

URL 4: <https://www.youtube.com/@orhuntoykaya> 04.08.2023. 18:31

URL 5: <https://www.youtube.com/@GulunEvhayat> 04.08.2023. 18:31

URL 6: <https://www.youtube.com/@koydeyasam8622> 04.08.2023. 18:31

URL 7: <https://www.youtube.com/@SehirdenKoyeGoc> 04.08.2023. 18:31

URL 8: https://www.youtube.com/channel/UCMzNbJsT_31C9QNGjoCJVUQ 04.08.2023. 18:31

URL 9: <https://www.youtube.com/@SLOTmedia> 04.08.2023. 18:31

