

T.C.
BAŐKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYE'DE TUMBLR BLOG ORTAMINDAKİ POPÜLER
BLOGCULARIN KULLANIM PRATİKLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
TUĞÇE ERBAŐ

TEZ DANIŐMANI
PROF. DR. MUTLU BİNARK

ANKARA-2011

T.C.
BAŐKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYE'DE TUMBLR BLOG ORTAMINDAKİ POPÜLER
BLOGCULARIN KULLANIM PRATİKLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
TUĞÇE ERBAŐ

TEZ DANIŐMANI
PROF. DR. MUTLU BİNARK

ANKARA-2011

.....tarafından hazırlanan
.....
..... adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Kabul (sınav) Tarihi:...../...../.....

(Jüri Üyesinin Unvanı, Adı-Soyadı ve Kurumu):

İmzası

Jüri Üyesi :.....

Jüri Üyesi :.....

Jüri Üyesi :.....

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../20....

Prof. Dr. Doğan TUNCER

Enstitü Müdürü

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber yeni medya ortamları, bireylerin yoğun olarak benlik gösterdikleri bir alan olarak giderek önem kazanmıştır. Blogların da, yeni medya ortamlarında birçok İnternet kullanıcısının tercih ettiği önemli bir iletişim aracı olduğu gözlemlenmektedir. Bu tez çalışmasında, yeni medya ortamındaki blog ortamında performans gösteren popüler blogcuların kullanım pratikleri, popüler bloglara uygulanan metin analizi ve popüler blogcularla yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgulardan hareketle tartışılmış, elde edilen bulgular, mahremiyet algısı, sanal uzamda benliğin sunumu, varolma ve dolayısıyla görülme isteği gibi yeni medya çalışmaları kapsamında sıklıkla araştırma konusu olan olgular temel alınarak değerlendirilmiştir. Tumblr blog sağlayıcısının araştırma evrenini oluşturduğu bu tez çalışması, blog ortamında varolma nedenlerinin, kullanım amaçlarının ve biçimlerinin bireylere göre değişiklik gösterdiğini ortaya çıkarmakla beraber, popüler blogcuların sahip olduğu bir takım ortak kullanım pratiklerini de açığa çıkartmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Blog, blog yazmak, sanal kimlik.

ABSTRACT

Along with the advancement of information and communication technologies, new media has become more of an issue as a space where people present themselves intensely. It is also observed that blogs are the important communication tools which are preferred to use by most of the Internet users on new media. In this thesis, the usage practices of popular bloggers who perform self-presentation on blogs in new media are discussed through the findings of the content analysis and the in-depth interviews. The findings are interpreted by the facts such as intimacy, self-presentation on virtual space and the desire of being seen which are the subjects of new media studies substantially. This thesis, which Tumblr blogware is formed as research site, has brought out the fact that the reasons of the desire of being on blogs, the points and the forms of usage are depend on the individuals. It also brings into open some mutual usage practices of popular bloggers.

Key Words: Blog, blogging, virtual identity.

TABLÖLAR LİSTESİ

| | |
|--|----|
| Tablo 1. Araştırmaya Katılan Popöler Tumblr Blogcularının Profil Analizi..... | 64 |
| Tablo 2. Araştırmaya Katılan Popöler Tumblr Blogcularının Gönderilerinin Betimleyici Metin Analizi..... | 66 |
| Tablo 3. Blogcuların Özgün İçerik Üretimi..... | 67 |
| Tablo 4. Gönderilerin Tematik Analizi..... | 69 |

ŞEKİLLER LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Şekil 1. Popüler Blogcuların Okuyan Us Yayınevi'nden Çıkan Kitapları..... | 36 |
| Şekil 2. Tumblr Blog Sağlayıcısının Web Sayfasında Yayınlanan İstatistiklerin Ekran Görüntüsü..... | 46 |
| Şekil 3. Tumblr Blog Sağlayıcısı Kayıt Sayfasının Ekran Görüntüsü..... | 47 |
| Şekil 4. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü..... | 48 |
| Şekil 5. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü..... | 49 |
| Şekil 6. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü..... | 50 |
| Şekil 7. Tumblr Blog Sağlayıcısının Tumblr Bloglar İçin Sunduğu Temaların Web Sayfasının Ekran Görüntüsü..... | 51 |
| Şekil 8. Tumblr Blog Ortamında Kontrol Paneline Bir Örnek..... | 54 |
| Şekil 9. Araştırmacının Açmış Olduğu Tumblr Blogunun Ekran Görüntüsü..... | 63 |

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----|
| ÖZET..... | I |
| ABSTRACT..... | II |
| TABLolar LİSTESİ..... | III |
| ŞEKİLLER LİSTESİ..... | IV |
| GİRİŞ..... | 1 |
| BÖLÜM I. YENİ MEDYA ORTAMI VE BLOGLAR..... | 5 |
| 1.1 Yeni Medya ve Özellikleri..... | 5 |
| 1.1.1 Çevrimiçi İletişim ve Özellikleri..... | 9 |
| 1.1.1.1 Paket Anahtarlama..... | 10 |
| 1.1.1.2 Multimedya Biçemselliği..... | 10 |
| 1.1.1.3 Etkileşim..... | 10 |
| 1.1.1.4 Eşzamanlılık..... | 11 |
| 1.1.1.5 Hipermetinsellik..... | 11 |
| 1.1.2 Sanal Uzamda Kimlik Kurgusu..... | 12 |
| 1.1.3 Mahremiyet Algısı..... | 18 |
| 1.2 Yeni Medyada Yeni Bir İletişim Alanı: Bloglar..... | 21 |
| 1.2.1 Bloglar, Özellikleri ve Tarihçesi..... | 21 |
| 1.2.2 Kültürel Bir Dönüşüm Olarak Bloglar..... | 28 |
| 1.2.3 Blog Ortamında Kimlik İnşası..... | 30 |
| 1.2.4 Türkiye’de İnternet ve Bloglar..... | 33 |
| 1.2.4.1 Türkiye’deki Yasal Düzenlemeler..... | 36 |
| BÖLÜM II. BİR MICROBLOGGING SAĞLAYICISI: TUMBLR..... | 42 |
| 2.1 Tumblr Blog Sağlayıcısı ve Tumblr’ın Tarihçesi..... | 42 |
| 2.2 Tumblr Blog Sağlayıcısının Özellikleri..... | 44 |
| 2.2.1 Profil Oluşturma ve Tema Seçenekleri..... | 46 |

| | | |
|--|---|------------|
| 2.2.2 | Gönderi Sistemi | 51 |
| 2.2.3 | Takip Sistemi..... | 53 |
| 2.2.4 | Geri Bildirim ve Yorum Sistemi | 55 |
| 2.3 | Tumblr Blog Sağlayıcısının Diğer Blog Sağlayıcılarıyla Karşılaştırılması..... | 57 |
| BÖLÜM III. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI: TÜRKİYE’DE TUMBLR ORTAMINDAKİ KULLANIM PRATİKLERİ..... | | 60 |
| 3.1 | Araştırmanın Yöntemi, Kapsamı ve Veri Toplama Teknikleri | 60 |
| 3.2 | Profil Analizi ve Betimleyici Metin Analizi..... | 63 |
| 3.3 | İçeriğin Üretimi: Tematik Analiz | 68 |
| 3.4 | İçerik Üreticiler/Tumblr Kullanıcıları ile Yapılan Derinlemesine Görüşmeler Sonucu Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi | 75 |
| 3.4.1 | Bulunma ve Görülme İsteği..... | 76 |
| 3.4.2 | Beğenilme ve Popüler Olma Arzusu | 79 |
| 3.4.3 | Tumblr Blog Ortamında Mahremiyet Algısı..... | 82 |
| 3.4.4 | Sanal Uzam (Tumblr Blog Ortamı) ile Çevrimdışı Uzamda Kimlik | 84 |
| BÖLÜM IV. SONUÇ..... | | 90 |
| KAYNAKÇA..... | | 96 |
| EKLER..... | | 101 |
| EK 1..... | | 101 |
| EK 2..... | | 103 |
| EK 3..... | | 105 |

GİRİŞ

İnternetin gündelik hayatta giderek önemli bir yer kaplamasıyla beraber yeni medya çalışmaları gerek yurtdışında gerekse Türkiye’de giderek artmaya başlamış, yeni medya, bireylerin çevrimdışı uzam dışında yoğunlukla performans gösterdikleri bir ortam olarak önem kazanmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla beraber İnternet ortamında bireylerin kullanabileceği iletişim araçlarının sayısı da oldukça artmıştır. Bu iletişim araçları arasında kullanıcılara yeni mobil iletişim ortamları sağlayan yeni medyanın önemli bir alanının da bloglar olduğu bilinmektedir.

Sanal uzamda hizmet veren iletişim araçlarının gelişen teknolojiyle birlikte etkileşimsellik özelliklerinin artması ve modern insanın iletişim ve haberleşme dürtüsünü karşılayabilme amacıyla çalışma prensiplerinin geliştirilmesiyle birlikte iletişim araçları her geçen gün daha çok kullanıcı çekmekte ve yeni medya ortamının temelini oluşturmaktadır. Bu tür yazılımlar için her geçen gün kullanıcılarının kendilerini daha iyi ifade edebilmelerini sağlayacak yeni uygulamalar geliştirilmekte, kişiye özel kullanım şekilleri sunulmaktadır. Kullanıcılar artık kendilerine kişiselleştirme ayarlarını sunmayan iletişim araçlarını tercih etmemekte, kendilerine uygun olan ayarları ve arayüzeyi tercih edebilecekleri yazılımları kullanmayı arzu etmektedir. Günümüzde kullanımı hızla yaygınlaşan ve kullanıcılarına hem etkileşimsellik hem de kişiye özel ayarlar sunan en popüler araçlardan birisi bloglardır. Kullanıcılar bloglarında, bloglarının görüntüsünü, adını, bloglarında paylaşacakları içerikleri kendileri belirlemekte, kendilerini diledikleri gibi ifade edebilmektedirler. Bu çerçevede önceleri yeni medya ortamında yaygın olarak kullanılan, grup üyeliği ve toplulukları destekleyen tartışma grupları ve forumlar gibi araçların kullanımının azaldığı ve bireylerin yeni medya ortamında bir topluluğun üyesi olarak değil de bir birey olarak var olmayı tercih ettikleri gözlemlenmektedir.

Web sayfalarının kullanımı daha kolay ve daha sık güncellenen bir versiyonu olarak görülen blogların kullanımı, kolaylıkla oluşturulabilmesi, izleyenlerle sürekli olarak etkileşime olanak vermesi ve genellikle herhangi bir maliyeti olmaması gibi sebeplerle

İnternet kullanıcıları tarafından hızla benimsenmiştir. Bireylerin diledikleri türde paylaşım yapabilmelerini sağlayan blogların sadece video yayınlanan vblog, sadece diğer web alanlarına bağlantı içeren linklog, yalnızca fotoğraf paylaşımının yapıldığı photoblog ve bireylerin günlük yaşamda deneyimledikleri olayları anlattıkları, düşüncelerini paylaştıkları adeta bir günlük gibi kullanılan kişisel bloglar gibi birçok çeşidi bulunmakla birlikte bir blogda tüm bu unsurların birlikte yer alması da mümkün olabilir.

Diğer yeni medya ortamlarında da olduğu gibi kullanıcılarına benliğin yeniden inşa edilmesi olanağını veren bloglar, aynı zamanda imaj kontrolünün çok daha kolay sağlandığı, bireylerin tamamıyla kendilerine özgü bir sayfada fikirlerini paylaştıkları samimi bir ortam sağlamaktadırlar. Bu çerçevede tezin konusunu, yukarıda bahsedilen özellikleri her yönüyle barındıran kişisel bloglar oluşturmaktadır. Tumblr blog ortamında etkin olan kişisel bloglar araştırılarak ortaya çıkarılacak olan kullanım pratiklerinin, söz konusu kullanıcıların boş zamanlarını ne şekilde ve neler yaparak değerlendirdiği konusunda önemli bilgiler sağlayacağı düşünülmektedir.

Yurtdışında giderek artan blog merkezli araştırmalara nazaran Türkiye’de konuyla ilgili çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Yükseköğretim Kurulu’nun Ulusal Tez Merkezi İnternet sayfasında, 31 Mayıs 2011 tarihinde “blog” anahtar sözcüğü kullanılarak yapılan tarama sonucu 13 tez listelenmiştir. Burada listelenen alana katkıda bulunmuş tez çalışmalarının genel olarak temel noktasının kişisel bloglar olmadığı, çoğunlukla diğer disiplinler ile blogların ilişkilerinin araştırıldığı ve amaçlarının blog yazma pratiklerinin nedenlerine yönelik olmadığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında, araştırmanın yeni medya ortamlarından blogların ve bu blogları yürüten blogcuların anlaşılması, bireylerin yeni medyadaki diğer birçok ortamda da olduğu gibi blog ortamında da “benlik” sunmasının nedenlerinin saptanması konusunda katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Tez kapsamında örneklem seçimi, 2007 yılından beri hizmet veren ve İnternet kullanıcıları arasında kullanımı gittikçe yaygınlaşan Tumblr blog sağlayıcısı içinden yapılmıştır. Tumblr ortamında etkin olan popüler blogcular belirlenmiş, blogları takibe alınmıştır. Araştırma kapsamında, popüler Tumblr blog yazarlarının blogları incelendiğinden takipçi sayısı 500’ün altında olan bloglar araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu çerçevede, çalışmada sözü edilen popüler blog kavramı, takipçi sayısı 500 ve üstünde olan blogları tanımlamak için kullanılmıştır. Buna göre tez kapsamında, 33 blogcunun Tumblr blogları incelenmiş, bloglar üzerinde betimleyici metin analizi ve tematik içerik

analizi uygulanmıştır. Teze dâhil 33 blogcudan 11'iyle ise derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise, tezin başlığında da belirtildiği üzere, sadece Türkiye'den blog yazarlarının Türkçe yazdıkları blogların incelenmiş olmasıdır.

Tezde referans verilen yabancı kaynakların tüm çevirileri araştırmacı tarafından yapılmıştır. Ayrıca tez boyunca kaynak belirtilmeden ifade edilen ve ortaya atılan betimleyici kavramlar araştırmacıya aittir. Diğer tez çalışmalarından farklı olarak derinlemesine görüşme sonucu elde edilen bulgulardan yalnızca bulguların değerlendirildiği son kısımda değil, ilgili görülen diğer tez bölümlerinde de yararlanılmıştır. Örneğin tezin İkinci Bölümünde bulunan Tumblr blog sağlayıcısının diğer blog sağlayıcılarıyla karşılaştırıldığı konuda da katılımcıların ifadelerine yer verilmiştir. Buradaki amaç, derinlemesine görüşmelerde elde edilen bulgulardan en verimli şekilde yararlanılmasını ve konuyu destekleyebilecekleri ya da yeni bir bakış açısı katabilecekleri yerde bulguların kullanılmasının sağlanmasıdır. Buna ek olarak tez boyunca açıklanması gerekli görülen kavramlara ve isimlere çalışmanın akışının bozulmaması amacıyla dipnotlarda kaynakları belirtilerek yer verilmiştir.

Tezin Birinci Bölümünde yeni medya kavramı ve özellikleri açıklanmış, yeni medya ortamında neyin yeni olduğu tartışması yapılmıştır. Yeni medya ortamında gerçekleşen çevrimiçi iletişim, çevrimiçi iletişimin özellikleri, çevrimiçi iletişimi diğer iletişim formlarından ayıran nitelikler baz alınarak açıklanmıştır. Ardından, yeni medya ortamında kimlik(lenme) süreci tartışılmış, bireylerin sanal uzamdaki benlik sunumu irdelenmiştir. Birinci Bölümün birinci kısmının son tartışma konusu sanal uzamda mahremiyet algısı olarak belirlenmiş ve konuyla ilgili mevcut kavramsal çerçeve sunulmuştur. İkinci kısımda ise bu tez çalışmasının odağını oluşturan bloglar ayrıntılarıyla incelenmiş, özellikleri, tarihçesi açıklanmış ve blog ortamında kimlik inşası tartışılmıştır. Birinci Bölüm kapsamında son olarak, Türkiye'de İnternet kullanımı ve istatistikleri, Türkiye'de bloglar ve yine Türkiye'de İnternet'e ilişkin yasal düzenlemeler tartışılmıştır.

Tezin İkinci Bölümünde, araştırmanın uygulanması ve araştırma verilerinin değerlendirilmesi sürecini anlaşılabilir kılmak amacıyla tezin araştırma evrenini oluşturan Tumblr blog sağlayıcısı hakkında bilgi verilmiş, blog sağlayıcısının özellikleri ayrı başlıklar altında ekran görüntüleriyle desteklenerek ayrıntılarıyla açıklanmıştır. Ardından, Tumblr blog sağlayıcısının diğer blog sağlayıcılarından farkı tartışılmış, katılımcıların

yapılan derinlemesine görüşmelerde ifade ettikleri görüş ve düşüncelerinden de yararlanılmıştır.

Tezin Üçüncü Bölümünde, araştırmanın uygulaması ve elde edilen bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir. Bu bölümde araştırmanın yöntemi, veri toplama teknikleri ayrıntılarıyla açıklanmış, tez kapsamında uygulanan betimleyici metin analizi ve tematik analiz, oluşturulan tablolar yardımıyla değerlendirilmiştir. Son olarak derinlemesine görüşmelerde elde edilen bulgular, tezin kuramsal ve kavramsal çerçevesi ile tutarlı başlıklar altında değerlendirilmiştir. Sonuç Bölümünde ise, tüm çalışmanın kavramları ve bulgular birlikte değerlendirilmiştir.

1 YENİ MEDYA ORTAMI VE BLOGLAR

1.1 YENİ MEDYA VE ÖZELLİKLERİ

Yeni medya kavramı 1970'li yıllarda, bilgi ve iletişim odaklı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavram olmakla beraber, yeni medya kavramının 1970'lerde değinilen anlamı, 1990'lı yıllarda hızla gelişip yaygınlaşan bilgisayar ve İnternet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır (Thompson'dan aktaran Dilmen, 2007). Artık yeni medya kavramsallaştırımıyla, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir (van Dijk'ten aktaran Binark, 2007: 5).

Günümüzde giderek gündelik yaşamın her alanında yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam pratiklerini –farkında olmasak da- köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, beden bir uzantısı/parçası haline gelen bilgisayar, İnternet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, İpod veya avuç içi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri, diğeri bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir (Binark, 2007: 21). Haluk Geray'a göre ise, yeni medya, kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlanabilir (2003: 20).

Kişisellik, etkileşim, yüksek mobilite, yüksek görsel işitsellik ve yüksek iletim hızı unsurlarının hepsini içeren yeni medya, hayatın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Bireyler çevreleriyle yeni medya aracılığıyla iletişim kurmakta, geleneksel boş zaman

etkinliklerinin yerini yeni medya ortamında oynanan oyunlar almaktadır. Bankacılık işlemleri ve alışveriş yeni medya ortamında gerçekleştirilmekte, birçok ticari ve siyasi etkinlik yine yeni medya vasıtasıyla yürütülmektedir.

Mutlu Binark, yeni medyanın özelliklerini, aynı zamanda yeni medya ortamında yeni olanın ne olduğu sorusunu yanıtlayarak, yeni metinsel deneyimleri, özneler(üretici-tüketici tarafları) arasında yeni ilişkiler, bireyin ve topluluğun yeni kimlik deneyimleri ve multimedya biçimselliği şeklinde açıklar. Yeni medyayı geleneksel medyadan(gazete, dergi yayıncılığı, radyo, televizyon yayınları ve sinema filmleri) farklılaştıran özellikler ise, dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsel, yayılım ve sanallıktır (Lister vd.'den aktaran Binark, 2009: 60).

Pierre Levy, *Becoming Virtual: Reality and the Digital Age* adlı çalışmasında (1998) dijitallik özelliğinden dolayı, yazar-okur, performe eden ve izleyen, yaratıcı ve yorumcu arasındaki farkın silindiğini, nihai alıcının bir diğerinin etkinliğine katkıda bulunabileceği bir yapı içerisinde bulunduğunu, böylece nihai imzanın ortadan kalktığını iddia eder (Lister vd.'den aktaran Binark, 2009: 60). Örneğin bir e-posta yazıldığında içindeki içeriğin birçok kişiye yollanması isteniyorsa ve her alıcı hem gönderici hem de yorumlayıcı oluyorsa, burada alıcı da üretici konumundadır (Binark, 2009: 60). Alıcılar kendilerine ulaşan e-postaya yine birçok kişiye gönderilecek şekilde cevap verebilir, ya da söz konusu e-postayı üzerinde değişiklik yaparak diğerlerine iletmeyi seçebilir. Her iki durumda da alıcı, hem gönderici hem de yorumlayıcı niteliğini taşımakta, dolayısıyla da üretici konumuna geçmektedir.

Etkileşim, bireyin ortamdaki unsurları değiştirebilme yeteneğini ölçen sanal varlığın kalitesidir (Wood ve Smith, 2005: 230). Etkileşimsellik özelliği, iletişim zamanında ve uzamında karşılıklılık veya çok katmanlılık olanağı kazandırır (Binark, 2009: 60). Andrew Dewdney ve Peter Ride yeni medya ortamında etkileşimselliğin sağladığı olanakları şu şekilde sıralarlar: etkileşimsellik, kullanıcı-türevli içerik üretimine olanak sağlar; etkileşimsellik kullanıcı arayüzünün¹ tasarımında temel kavramlardır; etkileşimsellik, önceden tanımlanmış ve birbirine bağlanmış linkler ve yazılımlar arasında ve içindeki seçeneklerde gerçekleşir; etkileşimsellik, arayüzde birçok kişinin karşılıklı eylemesine ve katılımına olanak tanır (Binark, 2009: 60). Etkileşimsellik özelliğinin

¹ Arayüzey, buradaki anlamıyla *kullanıcı arayüzü*, makine ile kişi arasında etkileşimin gerçekleştiği bölgedir.

iletişim sürecine ilişkin bir diğer dönüştürücü etkisi de, iletişimin zamanında eş anlı olma derecesine ilişkin yaptığı açılamdır. Yeni Medyanın bu özelliği, geleneksel medyaya göre kullanıcının iletişim sürecindeki rolünü ve katılımını da çeşitli şekillerde etkilemektedir (Binark, 2007: 21). Yeni medya ortamında etkileşimsellik özelliğine, haber portallarının okuyucu yorumları bölümü ve yaygın olarak kullanılan sosyal medyada(Facebook, Twitter, blog sağlayıcıları vs.) kullanıcıların birbirleriyle olan etkileşimleri örnek olarak gösterilebilir.

Yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçemselliği (çoklu ortam) göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanmasıdır (van Dijk'ten aktaran Binark, 2009: 60). Yeni medya ortamında multimedya biçemselliğine en iyi örnek blog ortamlarında kullanıcıların aynı anda metin, ses ve görüntü paylaşabiliyor olmasıdır. Yeni medya ortamlarının dijitallik özelliğinden dolayı depolama kapasitesinin de yüksek olması, kullanıcının seçiciliğini de desteklemektedir (Binark, 2007: 22).

Yunanca “hyper” sözcüğünden türeyen, “ötesinde, üzerinde, dışında” anlamlarına gelen “hiper” sözcüğü, metin sözcüğü ile birleşince, ara yüzeydeki bir metnin başka metinlerle ilişkisine işaret eder. Hipermetinsellik, ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca iletişimin gerçekleşmesidir. Yayılım, yeni medya ortamlarının kullanıcısının tüketici konumundan içerik üretici konumuna geçişini, sanallık ise arayüzey ile kullanıcının kurduğu iletişimi açıklamaktadır. Sanallık, kullanıcıya orada olma hissini sağlar (Binark, 2009: 60). Yeni medya ortamında sanallık özelliğinin en belirgin olduğu alanlar dijital oyunlardır. Yayılım özelliğine ise, bireylerin şahsi cep telefonları ya da diğer mobil araçlarıyla haber niteliğindeki çeşitli olayları görüntüleyerek kendi içeriklerini üretmeleri verilebilir. Bu tür içerikler geleneksel medyada da sıklıkla yer almaktadır.

Sonia Livingstone (1999), yeni medya hakkında neyin yeni olduğu sorusunun muhtemel üç yanıtı olduğunu belirtmiştir. Birincisi, yeni olan hiçbir şeyin olmamasıdır. Yaygın olarak bu sorunun arkasında yatan toplumsal sürecin aydınlatıcı varsayımını irdeleyen araştırmacılar, geçmiş “yeni” medya tarihinin yeni medyayı çevreleyen ütopyacılığı sarstığını iddia etmektedir. İkincisi, yeniliklerin duruma göre değiştiği varsayımdır. Sözde bilgi toplumunun öngörülerinin evrenselleştirici doğasını eleştirirken sorulan belli sorulara göre değişen, farklı medya ve farklı sosyal gruplar için farklı sonuçların var olduğu iddiasıdır. Üçüncü muhtemel yanıt ise, yeni medyada neyin yeni

olduğu sorusunun yanlış olduğu yönündedir. Bu araştırmacılar için medyanın sosyal bir değişimin bir sonucu olmaktan çok bir neden olduğunun ima edilmesi teknolojik olarak çok belirlenimcidir. Bundan ziyade, medyada gerçekteşen değişim ve oluşan yenilikler sosyal değişim, toplumsal, politik ve ekonomik süreçlerin karışımına bağlıdır.

Yeni medyada izler kitle açasından neyin yeni olduğuna dair ise Livingstone (1999) dört farklı yenilikten bahseder. İlk ve en basit yenilik, kişisel olarak sahip olunan medya araçlarında kayda değer bir artışın görölmesidir. Alışılmış ve bilinen geleneksel medya uzamın çeşitli düzenlenmelerinde kullanılmaktadır, günümüzde hanehalkı birden çok televizyonu, telefonu ve radyoyu elinde bulundurmaya başlamıştır. Medya gereçlerinin fiyatlarındaki azalma ve akışkan (mobil) medyanın gelişmesiyle gerçekteşen yenilik, öncelikle, teknolojinin kendisinden, kullanımının sosyal bağlamındadır. İkinci olarak, hem eski hem de yeni medya içerik ve form bakımından farklılaşmaktadır; yerel ve küresel, genel ve özel televizyon kanalları, video oyunları ve bilgisayarların birçok çeşidi gibi. Bu farklılaşma, medyanın yeni formlarının ortaya çıkmasını ve yeni modeller ortaya çıktıkça ailelerin ev gereçlerini bir üst modelle değiştirmesiyle birlikte benzer gereçlerin çoğalmasını teşvik etmektedir. Bu nedenle eski medya ebeveynlerden çocuklara, oturma odalarından yatak odalarına geçerek nesilden nesile aktarılmaktadır. Belki de sosyal anlamda olan en önemli değişiklik medya kullanımının gelenekselden müstakil hale dönüşmesi ve yaşam stiline Batılı bir tarzda bireyselleşme doğrultusundaki değişiminin derecesidir. İzlerkitle için üçüncü değişiklik, medya, enformasyon ve telekomünikasyon hizmetlerinin birbirine bağlı hale gelmesiyle birlikte, teknolojik anlamda en radikal olan bilgi hizmetlerinin bir noktada birleşen formları doğrultusundaki değişikliğin, yeni güncel medyanın, kablolu televizyonun ve kişisel bilgisayarın ortaya çıkmasıyla ve medyanın çeşitlenmesi ve çoğalmasıyla hızlanmasıdır. Dördüncü ve son olarak en radikal değişiklik ise tek yönlü kitle iletişiminin ortam ile kullanıcı arasında daha etkileşimli bir iletişim yönündeki değişimidir.

Livingstone (1999) ayrıca, yeni medya ile ilgili neyin yeni olduğu konusunda teknolojik yeniliklerle sosyal değişimi ayırt etmenin gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu yüzden İnternet ile ilgili neyin yeni olduğu konusunda çok belirgin bir ironinin bulunduğunu belirtmiştir. Çoklu ortam iletişimi, hipermetinsellik, eşzamanlılık ve etkileşim aslında yüz-yüze iletişimin ve günlük konuşmalar hakkındaki beklentilerin tipik özellikleridir ve bir iletişim için bu özellikler elbette ki yeni değildir. Bunların yerine

İnternetle ilgili yeni olan şey, kitle iletişimi için yenilikçi olan etkileşimsellik ile sınırsız içerik çeşitliliği, izlerkitlenin ulaşım olanakları ve iletişimin küresel doğasının bir karışımıdır.

Tüm bu bilgilerden hareketle yeni medyanın sahip olduğu özelliklerin gerçekte yüz yüze iletişimin temeli olduğu ve bu özelliklerin tümünün yüz yüze iletişimde zaten var olduğu görüşü kabul edilebilir. Ancak yeni medyada aslında yeni olan şey etkileşimsellik, hipermetinsellik ve içerik çeşitliliğini destekleyen multimedya biçimselliği gibi özelliklerin fiziksel varlığın olmadığı bir ortamda varolabilmesidir. Bu özellikler bireylerin çevrimdışı uzamda deneyimledikleri iletişim pratiklerinin benzerlerini, sanal uzamda da gerçekleştirebilmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni medyayla gelen yenilik, bireyleri bedenlerinden bağımsız bir şekilde iletişim kurabilmelerine imkân vermekte, kullanıcıları zaman ve mekân unsurlarından ayrı kılarak özgürleştirmektedir.

1.1.1 Çevrimiçi İletişim ve Özellikleri

Gelişen iletişim teknolojilerinin getirdikleriyle birlikte yeni iletişim biçimleri de ortaya çıkmaktadır. Sosyal paylaşım siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri, haber ve tartışma grupları gibi birçok iletişim platformu İnternet üzerinde faaliyet göstermektedir. Bu iletişim platformları vasıtasıyla çevresiyle iletişim kurmayı tercih eden bireylerin sayısı da her geçen gün artmaktadır.

Çevrimiçi iletişim, diğer bir deyişle bilgisayar dolayimli iletişim (*computer mediated communication*), insan davranışlarının makineler aracılığıyla yapılan bilgi alışverişi vasıtasıyla sürdürülmesi ve değiştirilmesidir (Wood ve Smith, 2005: 24). İnternetin gündelik hayatta giderek önemli bir yer kaplamasıyla beraber çevrimiçi iletişim de yaşamın her alanında yer almaktadır. Geçmişte dünyanın diğer ucunda olan bir kişiyle iletişime geçebilmek için o kişinin telefon numarası çevrilir ve kişiyle görüşülebileceği umulurdu. Görüşülecek konu yazılı bir belge gerektiriyorsa, geleneksel posta servisiyle o belgenin kişiye ulaşması beklenirdi. Ancak şimdi insanlar çevrelerindeki iletişim araçlarını kullanmanın sürekli olarak yeni yollarını bulmaktadırlar. Teknolojinin hızla ilerlemesiyle beraber çevrimiçi iletişim, yaygın anlamda sadece bilgisayarlar aracılığıyla değil, telefonlar, taşınabilir oyun konsolları (Örneğin; Sony Playstation 3 Portable) ve cep bilgisayarları gibi birçok makine aracılığıyla da sağlanmaktadır.

Birçok araştırmacı, çevrimiçi iletişimi diğer iletişim türlerinden ayıran bazı özelliklerin bulunduğunu belirtmektedir. Sheizaf Rafaeli, çevrimiçi iletişimi diğer iletişim formlarından ayıran beş nitelik saptamıştır. Bu özellikler paket anahtarlama (packet-switching), multimedya biçemselliği(çoklu ortam), etkileşim (interactivity), eşzamanlılık (synchronicity) ve hiper metinsellik (hypertextuality)'dir (Wood ve Smith, 2005: 40).

1.1.1.1 Paket Anahtarlama

Paket anahtarlama teknolojisi merkeze ihtiyaç duymayan ve mesajı hedefe giden pek çok alternatif yoldan birinden gönderebilen bir teknolojidir (Başaran, 2010:257). İnternet, mesajları, telefon gibi tek bir hat üzerinden değil de, birçok geçiş yolunu kullanarak göndermektedir. Her bir aktarma işleminin sonunda bilgisayar, mesajları bilgi paketlerine bölmektedir. Her bir paket tekrar bir araya getirilecekleri bir bilgisayar olan hedef istikamete doğru gönderilmektedir. Bu yolla verilerin değişimi hızlı bir şekilde gerçekleştirilir, hat verimliliği sağlanır ve gönderim tek bir merkez tarafından yapılmadığından çok daha güvenli bir iletim gerçekleştirilmiş olur.

1.1.1.2 Multimedya Biçemselliği

Multimedya biçemselliği, telekomünikasyon, veri iletimi, kitle iletişimi gibi iletişimin farklı boyutları ile imge, ses, metin ve sayısal veri gibi farklı veri türlerinin bir arada bulunmasıdır. Multimedya biçemselliği diğer bir deyişle çoklu ortam, metin, ses, sabit görüntü, video ve etkileşimlilik içeriklerinin bir bileşimidir. Multimedya biçemselliği, bu bileşenlerin bilgisayarda görüntülenmesi, depolanması ve bilgisayar ağından iletilmesini olanaklı kılar. İnternet birden çok kanal vasıtasıyla iletişimi sağlamaktadır. Bu yolla metin, görüntü, animasyon ve ses biçiminde olan mesajlara olanak tanımaktadır.

1.1.1.3 Etkileşim

Etkileşim, alıcının kaynak, kaynağın da alıcı olması, bu sürecin aynı zamanda alıcıyı iletişim sürecinde etkin kılması ve bu işlemlerin aynı iletişim kanalı üzerinde gerçekleşiyor olmasıdır (Başaran, 2010: 267). İnternetin kullanıcılarına kendi aralarında etkileşime olanak verdiği gerçeği oldukça açıktır. Ancak, değişik ortamlar ele alındığında etkileşim düzeyinin çeşitlilik gösterdiğini bilmek de önemlidir. Wood ve Smith (2005),

buna örnek olarak televizyonu örnek vermiştir. Yerel televizyon istasyonundaki meteorolojist bir sonraki günün hava durumunu bildirir. Kişi bildirilen hava durumu hakkında mutsuz ya da şikayetçi olsa da televizyon aracılığıyla bir geri bildirim yapması mümkün değildir. Mutlaka bir geri bildirim yapmak isteniyorsa eğer, kişinin telefon gibi başka bir iletişim ortamı seçmesi gerekir. Ancak günümüzde İnternet ortamında bireylerin metne yönelik olarak etkileşim olanağına sahip oldukları bilinmektedir.

1.1.1.4 Eşzamanlılık

Çevrimiçi iletişimde iki tür zamanlama bulunmaktadır. *Eşzamanlı iletişim*, iki veya daha fazla katılımcının gerçek zamanlı etkileşimi sonucunda ortaya çıkar. Çevrimiçi mesajlaşma servisleri (MSN Messenger ve IRC) bu türe örnek teşkil ederler. Bu tür mesajlar konuşma dilinde olur ve hazırlıksız bir şekilde oluşturulurlar. Öte yandan İnternet mesajları birbirlerine gecikmeli olarak da ulaşabilmektedir. *Eşzamansız iletişim*, katılımcıların aralarında belirgin bir süre farkı olan etkileşimlerinde ortaya çıkar. E-postalar eşzamansız iletişime örnek verilebilir. Yazan kişiye düşünmek için zaman tanıyan eşzamansız mesajlar, eşzamanlı mesajlara göre daha iyi planlanmış şekildedirler (Wood ve Smith, 2005).

1.1.1.5 Hipermetinsellik

Daha önce açıklandığı üzere hipermetinsellik, ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleşmesidir (Binark, 2007: 22). Şirin Karadeniz (2006), hipermetin kavramının hayatımıza, internetin yaygınlaşmasıyla beraber girmediğini, aslında gerçek hayatımızın içinde uzun zamandan beri var olduğunu belirtmektedir. Karadeniz'e göre, okul hayatında sıklıkla kullanılan ansiklopediler ve sözlükler düşünüldüğünde; her ikisi de alfabetik sırada kavramlardan oluşan ve herhangi bir kavramdan diğerine atıf olacak şekilde "Bakınız" kelimesi kullanılarak bağlantı (*link*) içeren birer kavramlar ağı olarak tanımlanabilmektedir. Ted Nelson ise hipermetini; okuyucuya farklı seçenekler sağlayan, dallanmaları olan ve doğrusal olmayan bir metin olarak tanımlanmıştır. Günümüzde internet ortamında hipermetinlerin yaygınlığı ve kullanım kolaylığıyla beraber ileri metinsellik çevrimiçi iletişimin önemli bir özelliği haline gelmiştir.

Çevrimiçi iletişimin açıklanan özellikleri bireylerin ve de özellikle gençlerin çoğunlukla çevrimiçi iletişimi tercih etmesi ve sıklıkla kullanmasına neden olmaktadır. Örneğin bireyler, fiziksel görünümelerini ve vücut tepkilerini saklayabildikleri için çevrimiçi ortamda kendilerini daha yetkin ve becerikli hissetmekte, ifadelerinde daha özgürce davranmaktadırlar. Bireyler, çevrimiçi iletişim sürecinde belli durumların ne şekilde ifade edilmesi gerektiği hakkında derinlikli düşünebilecek zamana sahiptirler, dolayısıyla da çevrimiçi iletişim yüz yüze yapılan iletişime nazaran, bireylerin sergiledikleri kimlikleri üzerinde daha çok kontrole sahip olmalarına olanak sağlamaktadır (Holloway ve Valetine'den aktaran Löfberg, 2009).

Çevrimdışı uzamda gerçekleşen bir iletişim sürecinin yetersiz kaldığı ya da tatmin etmediği durumlarda çevrimiçi iletişim, bireylere yeni bir alternatif sunmaktadır. Yüksek mobiliteyle birlikte bireyler, yüz yüze iletişimin gerçekleştiği çevrimdışı uzamda varlık gösterirken, istedikleri anda mobil araçlar vasıtasıyla sanal uzama ulaşabilmekte, aynı anda sanal uzamda da varlık gösterebilmekte ve çevrimiçi iletişimi gerçekleştirebilmektedir. Zygmunt Bauman (2009: 82), bireylerin, etraflarındaki kalabalık tarafından keyiflerinin kaçması durumunda cep telefonları sayesinde bu ağın içine sığınabildiklerini belirtmiştir. Bireyler cep telefonlarının sunduğu imkanlar sayesinde, kalabalıktan kopabilir ya da söz konusu kitleye katılım tarzı bu şekilde olur. Gelişen teknolojiyle birlikte cep telefonlarından da İnternet'e bağlanılabilir olmak, çevrimiçi iletişimi çevrimdışı iletişimin bir parçası haline getirmiştir. Bu sayede çevrimdışı uzamda gerçekleşen bir olay eşzamanlı olarak çevrimiçine taşınabilmekte, o an o ortamda bulunmayan kişiler de çevrimdışı iletişim sayesinde olaydan haberdar olup, diğerleriyle etkileşime geçebilmektedir.

1.1.2 Sanal Uzamda Kimlik Kurgusu

Bireyler çevrimiçi uzamda fiziksel bir gerçekliğe gereksinim duymadan, yeni mekanlar, yeni roller ve yeni kimlikler yaratabilmektedirler (Waskul ve Douglass'dan aktaran Soyseçkin, 2007: 251). Kimlik(lenme), sürekli olarak kurma/inşa etme sürecidir. Sadece geleceği değil, geçmişe ait göndermeleri olan bir "olma" halidir. Çeşitli popüler kültür anlatılarında dolaşıma sokulan ve böylelikle yeniden inşa edilen ve arzu ile kavranan geçmiş, kimliğin şimdisi/bu anı ve geleceği için ortak bir belleğin kurulmasına yardımcı olur (Binark, 2005: 118).

Anthony Elliott ve Charles Lemert bireylerin çevrimdışı uzamda gerçekleştirdikleri kimlik(lenme) sürecini şu şekilde aktarmışlardır:

“William James, modern dünyada bireylerin her zaman aynı olmadıklarını fark etti. Olamazlar da. Küçük bir kasaba ya da mahallede diğerleriyle ilişkinin sürekliliği duygusu içinde bir ölçüde dürüstlüğe ulaşmak mümkündür. Fakat bunun nedeni iletişimde bulunulan kişilerin muhtemelen aynı türden insanlar olmasıdır. Erken modern İngiliz taşrasında köylüler bir ömür boyu komşuluk yaptıkları kişiler ve akrabaları tarafından çok iyi bilindikleri için kendilerini biliyorlardı. Fakat aynı kişileri, bırakın bugüne getirmeyi, endüstriyel çağın erken dönemlerinde Londra’ya koyun, onları tanımayan yabancılarla karşılaşacaklardır. Diğerleri seni bilmezken, kim olduğunu bilmek zordur.” (2011: 56).

Elliott ve Lemert bireylerin, uzun zamandır tanıdıkları, bildikleri insanlarla çevrili oldukları bir dünyada kısmen dürüst olduklarını belirtmektedirler. Ancak bireyin, kendisini hiç tanımayan insanlarla çevrili olan bir dünyada iken, yeni bir kimlik yaratması çok daha kolaydır. Bireyin hiç tanınmadığı ve bilinmediği bir ortam olarak sanal uzam ele alınırsa, bireyin yeni bir kimlik yaratmasının çevrimdışı uzama göre daha mümkün olduğu söylenebilir. Birey, sanal uzamda beğenilerini, tercihlerini, deneyimlerini farklı gösterme olanağına sahiptir, bu yolla çevrimdışı uzamdaki çevresinden farklı bir şekilde yeni ve değişik insanlarla iletişim kurabilir ve ilişkilerini sürdürebilir.

Birçok araştırmacı yeni medya ortamının özellikle de İnternet’in, çoğu kültürde olan her vücudun bir benliği olduğu nosyonunu geçersiz kılmaktadır (Stone’dan aktaran Baym, 2010: 105). Dijital olan yeni medya, vücutları benliklerden ayırarak sadece eylem ve kelimelerde varolan *bedensiz kimliklerin (disembodied identities)* oluşmasına yol açmaktadır. Bu *bedensizleşme* hile ve keşif için yeni olasılıkları meydana çıkarmaktadır. Bireyler elbette yalan söyleyebilmektedirler ancak başka bir cinsiyete sahipmiş gibi ya da başka bir yaştaymiş gibi davranmak zordur. 1990’ların başlarında birçok çalışmada bir kimlikle oyun oynamanın asıl amaç olduğu Multi-User Domains (MUD)² ve MOOs (MUDs object-oriented)³ ortamlarına odaklanılmıştır. Ancak gözleme dayalı bu araştırmalar, insanların kendilerini bir canavardan bir 6’lı bira kutusuna kadar

² MUD yani *Multi User Dungeon* ya da *Multi-User Domain*, İnternet ortamında temel olarak metin mesajları aracılığıyla oynanan gerçek zamanlı fantezi rol oyunlarına verilen genel addır.

³ MOO, *Multi User Domain*’in nesne yönlü olan bir alt türüdür. Yine çok oyunculu ve gerçek zamanlı oyunlardan oluşurlar.

tanıtılabildikleri böyle bir çevrede bile, çoğu bireyin bedensizleşmenin sağladığı fantastik ya da radikal bir aldatici benliğin yaratılabilmesi avantajını kullanmadığını göstermiştir (Curtis'den aktaran Baym, 2010: 105-106). Bedenleri bilmek, genellikle, bireyleri, eylemlerinin geçerli olup olmadığını ve yaptıkları şeyin sorumluluğunu taşıyıp taşımadıklarını bilmenin anahtarı olarak görülmektedir (Stone'dan aktaran Baym, 2010: 107). Davranışa ilişirebilecek bir beden olmadığında, davranışın gerçekliği ve doğruluğu daha belirsiz hale gelmektedir (Baym, 2010: 107). Nancy Baym (2010) bir avatarın çevrimiçi bir rol oynama oyununda dijital bir nesne çalması durumunda bunun bir gerçek hırsızlık olup olmadığı sorusunu sorarak, henüz, kendi bedenlerinin sahip olduğundan farklı bir benliğin bu türden eylemlerini değerlendirirken kullanılabilir net bir stratejinin olmadığını belirtmiştir.

Amy Bruckman(1992), MUDlar gibi metin temelli forumlara *kimlik atölyeleri* (*identity workshops*) ismini vermektedir. Bunlar, aktörlere birçok değişik rolü deneyimlemelerini sağlayan dramatik çalışmaların olduğu atölyelerdir. Burada aktör, oyunculuk yeteneğinin alıştırmasını yaparak, bir süre için bir futbol antrenörünün rolünü üstlenirken, daha sonra bir kaldırım pandomim sanatçısını resmedebilir. Buna benzer olarak bir kimlik atölyesi, bireylere, benliklerinin farklı dışavurumlarını sergileme olanağı sunar. Birey bir MUD'da kaba ve sert bir denizcinin kimliğini idare edebilirken, bir chat odasında duygusal bir artisti canlandırabilir (Wood ve Smith, 2005: 58).

Sherry Turkle *Life On the Screen: Identity In The Age Of The Internet* (1995) adlı çalışmasında, bilgisayarın kullanıcıların birden çok rolü keşfetmelerini sağladığı nosyonunu doğrulamaktadır. Turkle, "Bilgisayar merkezli dünyada, benlik çoklu, değişken ve makine bağlantılarıyla etkileşim içinde kurulmuştur; dil aracılığıyla yapılmış ve dönüştürülmüştür" demiştir. Benliğin tek ve durağan olmasından ziyade, çoklu ve değişken olduğu görüşü Turkle'in yazılarında, bireyin *pencere temelli çevrede* (*windows-based environment*) – ki burada kastedilen sanal uzamdır- üstesinden gelebileceği çoklu görevlerin bir kıyaslaması çizilerek belirtilmiştir. Bugünkü yazılım kullanıcıları bir pencereden diğerine tıklayarak, kelime işlemci programı kullanmaktan araştırma makalesinin yazarlığına, bir diğerinin patronuna e-posta yollamaktan MUD'da rol almasına kadar değiştirmektedir. Böylece birey öğrenci, çalışan ve fantastik bir karakter arasında kolayca rol değiştirebilmektedir (Wood ve Smith, 2005: 58).

Bireylerin rol oynama konusuna neden bu kadar ilgili oldukları sorusuna yanıt olarak Turkle (1995), birinci sebebin, bireylerin çevrimdışı uzamda sergileyemedikleri

kimlikleri sanal uzamda deneyimleyebilmeleri olabileceğini belirtmiştir. Rol oynamanın bir yararı, bireylere çevrimdışı uzamda sürdürdükleri hayatta yeni bir perspektif kazandırabilmesidir. Rol oynamanın bir diğer sebebi ise bireylerin çevrimiçi kimlikleri üzerinde artan kontrollerinin deneyimlenmesi olabilmektedir. Çevrimdışı uzamda birey cinsiyetinin, etnik kökeninin, yaşının, akseninin ve diğer sözsüz faktörlerin olanak verdiği sınırlı sayıda rolü gerçekleştirebilmektedir. Örneğin, orta yaşlı bir Avrupalı Amerikan kadın rolüne bürünmek istediğine karar verebilir. Uygun bir kostüm ve davranış biçimleriyle, önceden hiç tanışmadığı biri karşısında kadın gibi görünmek konusunda başarılı olabilir; ancak bir Afro Amerikan olmanın nasıl bir şey olduğunu merak ederse bu oyunu başarma olasılığı çok düşüktür. Ancak, bir çevrimiçi forumda, istediği cinsiyet, ırk ya da tercih ettiği herhangi bir karaktere daha kolay adapte olup, bu karakteri başarıyla sergileyebilir (Wood ve Smith, 2005: 59). Ne tür bir kimlik seçilirse seçilsin birey, çevrimiçi ortamda seçtiği kimlik üzerinde, yüz yüze olan etkileşimde olduğundan daha çok kontrole sahiptir. Yüz yüze etkileşimde, bireyler sadece kelimelerle değil aynı zamanda fiziksel görünüşleriyle de iletişim kurarlar. Örneğin, çevrimdışı uzamda bireyin fikirleri, diğerlerinin, bireyin o konu hakkında çok şey bilemeyecek kadar yaşlı ya da genç olmasını düşünmeleri sebebiyle önemsenmeyebilir. Ancak çevrimiçi forumlarda, insanların diğerleri hakkında bildikleri, karşılarındakinin diğerlerinin bilmesini istediği kadarıyla paylaştıkları bilgilere dayanmaktadır (Cutler'dan aktaran Wood ve Smith, 2005: 59). Dolayısıyla birey sanal uzamda yaş, cinsiyet ve ırk gibi özelliklerini farklı gösterebilir, bu yolla çevrimdışı uzamda elde edemediği dikkati sanal uzamda elde edebilir.

İnternet tarafından oluşturulan yeni sosyal etkileşim biçimleri karşımıza toplumsal ve kişisel anlamda iki şekilde çıkmaktadır. Buna bağlı olarak iki türlü kimlik inşasından söz edilebilir: şahıs kimliği ve kolektif kimlik. Şahıs yani tek kimlik, bireyin mutlak karakteristiği ve potansiyelinden oluşmaktadır. Kolektif kimlik ise, bir bireyin bir gruba üye olmasıyla, bir topluluğun parçası olması duygusuna bağlı olarak kazandığı kimliktir (Tubella'dan aktaran Varol, 2010: 127). Howard Rheingold'a göre, bilgisayar dolayimli iletişim teknolojilerinin mevcut olduğu her yerde, insanlar kaçınılmaz olarak sanal topluluklar kurarlar. İnsanların topluluk oluşturma hevesinin nedenlerinden biri gerçek yaşamdaki resmi olmayan alanların ortadan kaybolmasıdır (Soyseçkin, 2007: 252). Diğer bir neden ise, bilgisayar dolayimli iletişimin insanlara yeni yollar kullanarak yeni şeyler yapma imkanı sunmasıdır. Eğer kültür ve iletişim yakından bağlantılıysa, bilgisayar dolayimli iletişimle gelen pratikler hem gerçek yaşamın kültürel örüntülerini etkileyecek

hem de sanal gerçeklikte yeni örüntüler yaratacaktır (Fornas, Lee ve Strate'den aktaran Soyseçkin, 2007: 252).

Gregory P. Stone'a göre kimlik üretimi kamusal bir süreçtir ve iki boyutu vardır: Bunlardan ilki "kimlik duyurusu", diğeri ise "kimlik atamasıdır". "Kimlik duyurusu", bireyin kendi kimliğini yansıttığı süreci; "kimlik ataması" ise, diğere bireylerin kimlik duyurusunu yapan birey ile ilgili olarak geliştirdikleri düşünceleri ifade etmektedir (Toprak vd., 2009:103). Çevrimiçi uzamda gerçekleşen iletişim esnasında yüz-yüze iletişimden farklı olarak fiziksel özelliklerin ve tepkilerin görünmez oluşu bireylere farklı bir kimlik duyurma olanağını verir. Buna bağlı olarak diğere bireyler, kimlik duyurusunda bulunan birey hakkında, yansıtılan kimlik duyurusu doğrultusunda fikir geliştirecek ve yine bu doğrultuda o bireyle iletişime geçeceklerdir. Günümüzde kimlik duyurusunun ve kimlik duyurusuna bağlı olarak yaratılan kimlik atamasının sıkça görüldüğü ortam toplumsal paylaşım ağlarıdır. Öte yandan toplumsal paylaşım ağlarının "paylaşım" fonksiyonu çoğunlukla fotoğraf, video, müzik paylaşımlarıyla kullanıcılarının kimlik üretmelerine ve ürettikleri kimlikleri duyurmalarına yöneliktir (Toprak vd., 2009:108).

Anonim olabilme durumu, sanal uzamda kimlik üretimini çeşitlendiren ve kolaylaştıran önemli bir özelliktir. Bireyler anonim olmayı tercih ederek çevrimiçi ortamda gerçek kimliklerini saklama olanağına sahiptir. Cecilia Löfberg (2009), gençlerin günlük yaşamda yaşadıkları kaygılarla başa çıkmak amacıyla İnternet'i kullanmaları üzerine yaptığı araştırmada, gençlerin anonim olabilme seçeneği yardımıyla çevrimiçi ortamda, günlük hayatta karşılaştıkları zorluklar ile ilgili olarak yetişkinlerle iletişime geçebildiklerini, onlardan yardım ve destek talebinde bulunabildiklerini belirtmiştir. Ayrıca bu yolla gençlerin, yetişkin çevrenin baskısından ve yetişkinlerin çevrimdışı uzamda yöneltecekleri yargılamalarını önlediklerini belirtmiştir. Çevrimiçi dünyanın sunduğu anonim olabilme durumu, "gizli kişiliklerin" ve alışılmış kimliklerin dışındaki kimliklerin de ifade edilebilmesini kolaylaştırır (Toprak vd., 2009:103). Baskı altında tutulan "doğru kimlikler" rahatlıkla ortaya çıkabilmektedir (2009:105). Birey çevrimdışı uzamda çeşitli nedenlerle ifade etmekten çekindiği duygu, düşünce ve tercihlerini sanal uzamda anonim olmayı seçerek rahatlıkla ifade etme şansı bulabilir. Bu durumda gençlerin kaygılarını giderme amaçlı internet kullanımını örneğinde olduğu gibi, birey, duygu, düşünce ve tercihlerini diğere bireyler tarafından yargılanma ya da aşağılanma endişesi taşımadan özgürce dile getirebilir.

Gündelik yaşamda benliğin sunumu üzerine araştırmalar yapan sosyolog Erving Goffman'a göre, bir kimsenin belli bir gözlemci kümesi önünde sürekli bulunduğu bir süre boyunca gerçekleştirdiği ve gözlemciler üzerinde biraz da olsa etkisi olan tüm faaliyetler *performans* olarak adlandırılır (2009: 33). Yine Goffman, normalde bireyin performansının, gözlemcilere durumu tanımlamak için genel ve değişmez bir şekilde işleyen kısmını *vitrin*; önünde, içinde veya üzerinde sürekli sergilenen insan faaliyetlerine ortam ve sahne sunan mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka plan düzenlemelerini de *set* olarak tanımlar (2009: 33). Buna göre İnternet ortamında tercihe göre anonim olmak seçilmişse eğer, birey kolaylıkla gerçekte olmak istediği bir kimliğe bürünebilir ve akabinde bu kimliğe uygun bir set, vitrin edinebilir ve performanslar sergileyebilir. Sanal uzamda yaygın olarak en aktif araçlar olarak bilinen sosyal paylaşım siteleri, bu açıdan bakıldığında kullanıcılara set ve vitrin düzenlemede birçok kolaylıklar sağlamaktadır.

Anonim olmayan çevrimiçi dünyada ise bir diğer kimlik türü ortaya çıkar ki bu tür, “umut edilen, mümkün kimlik”tir (Zhao vd.’den aktaran Toprak vd., 2009: 105). Bu kimlik üretiminde bireyler arzuladıkları ancak yüz yüze ilişkilerde çeşitli nedenlerle gerçekleştiremedikleri öğeleri gerçekleştirme/performe edebilme imkanı bulurlar (Toprak vd., 2009: 105). Yüz yüze ilişkilerde performe edilemeyen öğelerin sanal uzamda gerçekleştirme imkanının bulunmasına, 2004 yılında Nardi vd.’nin, bireylerin blog yazma nedenlerine dair yaptıkları araştırmadan bir katılımcı örnek verilebilir. Bu araştırmada, şiir sanatı ile ilgilenen bir üniversite öğrencisi, yazdığı şiirleri, çevrimdışı uzamda çeşitli nedenlerden dolayı diğer kişilere okumaya cesaret edemediğini ancak sanal uzamda blog yazmaya başladıktan sonra şiirlerini kendi blogunda yayınlamaya başladığını belirtmiştir. Bu sayede, kendisine ulaşan geri bildirimlerin sağladığı motivasyon ile şiir yazma yeteneğini geliştirdiğini ve her geçen gün yazdığı şiirlerin diğer kişiler tarafından daha çok beğenildiğini gözlemlemiştir. Bu çerçevede üniversite öğrencisinin çevrimdışı uzamda inşa edemediği “umut edilen, mümkün kimlik”ini çevrimiçi dünyada kurguladığını söylemek mümkündür.

Bireyin sanal uzamda, yeni bir kimlik oluşturması gibi, çevrimdışı uzamda sergilediği gerçek kimliğini yeniden üretmesi de mümkündür. Örneğin Ali Toprak vd. (2009), Facebook sosyal paylaşım sitesi ile ilgili yaptıkları çalışmada, Facebook’un anonim olmayan bir ortam sunmasının bireylerin oluşturdukları kimliklere de yansıdığını belirtmiştir. Kullanıcılar Facebook’ta çoğunlukla doğru kimlikleri yerine gerçek

kimliklerinin biraz daha değişmiş bir biçimi olarak “umut edilen kimlikler” üretirler (2009: 109). Sanal uzamda kimlik kurgusunun bir başka şekli ise, bireylerin çevrimdışı uzamda çeşitli endişe ve kaygılardan ötürü ifade edemedikleri yönlerini sanal uzamda anonim ortamda dile getirerek oluşturdukları kimliktir. Böylece birey aslında sahip olduğu ancak bazı nedenlerle çevrimdışı uzamda yeni bir kimlik kurarak örtbas ettiği “asıl kimliğini” sanal ortamda sergileme olanağı bulur. Sanal uzamda anonim olabilme durumu bu türden kimlik üretimini desteklemektedir.

1.1.3 Mahremiyet Algısı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla beraber bu ortamlarda bireyin mahremiyetinin durumu güncel bir tartışma konusu haline gelmiştir. Sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal alanlarda gerçekleşen yoğun değişimin, bireylerin önem verdikleri özel yaşamlarını ciddi ölçülerde tehdit eder hale gelmiş olduğu söylenmektedir. Yine bilgi ve iletişim teknolojilerinde gözlenen gelişmeler, bireylerin özel yaşamlarına ve mahrem alanlarına yönelik ihlalleri kolaylaştırmakta ve bireylerin görüntüleri şehir kameraları tarafından düzenli olarak kaydedilmekte, telefon konuşmaları dinlenmekte, e-posta iletilerine kolayca ulaşıp okunabilmektedir. Tüm bu gelişmeler nedeniyle bireyler, özel yaşamlarına dair olan bu ihlaller dolayısıyla tedirginlik duymakta ve özel yaşamlarının korunduğundan emin olamamaktadır.

Özel yaşamın gizliliği hakkının temel niteliği, bireyin kendisine ilişkin bilginin dolaşımı üzerinde kontrol yeteneğine, kişisel özgürlüğünü koruma ve sosyal ilişkilerini sürdürme gücüne sahip olmasıdır. Bireylerin, kendilerine ilişkin bilgilerin akışı üzerinde denetimi kaybetmeleri, bu bilgileri kullanabilme gücüne sahip kimselerin veya kurumların hegemonyası altına girmeleri riskini de beraberinde getirmektedir (Miller’dan aktaran Yüksel, 2003: 77). Elif Küzeci *Kişisel Verilerin Korunması* (2010) adlı çalışmasında, özel yaşamın gizliliği hakkı ve mahremiyet kavramlarının ayırımına dikkat çekmiş ve özel yaşamın gizliliği hakkının, bireyin yalnızca mahrem alanını korumadığını, mahrem olmayan kamuya açık alanını da koruma kapsamına aldığını belirtmiştir (2010: 14). Bireyin özel yaşam alanı ise, belirli kimselerle ve belirli ölçüde paylaştığı yaşam parçalarını kapsar (Araslı’dan aktaran Küzeci, 2010: 71). Bununla birlikte mahremiyet, tanımlanması ve sınırlarının belirlenmesi oldukça güç bir kavramdır. Çünkü mahremiyet, birçok insan için aynı anlama gelmez (Yüksel, 2003: 78). Mahremiyet, bireyin herkesle

paylaşmayacağı veya herhangi bir kimse ile paylaşmamak hakkının bulunduğu olay, inanç ve duygularının, isteği üzerine o kişiyle paylaşılması durumunu ifade eden “intimacy” deyiminin karşılığıdır (Araslı’dan aktaran Küzeci, 2010: 14). Her ne kadar kişisel mahremiyetin insanların yaşantısının önemli bir parçasını oluşturduğu düşünülse de, bireyler çoğu zaman bu olgunun farkında olmazlar.

“Robert Gifford’a göre, “mahremiyet”in en iyi tanımlarından birisi, Irwin Altman tarafından yapılmıştır. Altman için mahremiyet (*privacy*), bir kimsenin kendisine veya grubuna ulaşma çabası üzerindeki seçici kontrolüdür. Mahremiyetin ayırıcı niteliğini ortaya koyan bu tanım, kişinin kendisi hakkındaki bilgi ve sosyal etkileşimi üzerindeki hakimiyetine ilişkin ikiz temayı kapsamaktadır. Üstelik söz konusu tanım, mahremiyetin diğer boyutlarını da dışlamamaktadır. Kişilerin, hem yalnız başına kalma hem de başkalarıyla birlikte bulunma isteğini dikkate almaktadır. Genel olarak zannedildiği üzere tek tek bireyler, yalnızca mahremiyet peşinde koşmazlar; aynı zamanda diğerleriyle ilişkiler kurmaya çalışırlar ve sosyal etkileşim sürecinde isteyerek kendileri hakkındaki bilgileri başkalarıyla paylaşabilirler. Bu bağlamda optimal düzeyde mahremiyet alanına sahip olan bir kişi, münzevi sayılabilecek bir kimse olarak nitelendirilmez. Böyle bir kişi, hem sosyal ilişkiler kurabilen hem de kolaylıkla yalnız kalmayı başarabilen bir kimsedir. Başka bir deyişle bireyler, yalnızca ötekilerini dışlayıp yalnız kalmayı istemezler, aynı zamanda onlarla birlikte olmak da isterler. Bu niteliği ile mahremiyet, yalnız başına olma ile başkalarıyla birlikte bulunma arzuları arasındaki diyalektik bir karşılıklı oyun alanı olarak tanımlanabilir (Giffrod’dan aktaran Yüksel, 2003: 78).”

Mahremiyetin sınırı ve yoğunluğu da yalnız bireyden bireye değişkenlik göstermekle kalmayıp, bireylerin içinde buldukları durumlara, zamanlara, ruh hallerine, mevcut kişilik yapılarına ve algılayış biçimlerine, dahası, kültürel yapılarına göre farklılaşmaktadır (Toprak vd., 2009: 141). Yine, mahremiyet duygusunu etkileyen bir diğer değişkenin de mahremiyetin türü olduğu söylenebilir. Nitekim bazı araştırmalar, işitsel mahremiyetin yokluğunun görsel mahremiyet yokluğuna göre daha ciddi bir sorun teşkil ettiğini, insanların özel konuşmalarının dinlenmesinin muhtemel olduğu çevrelerde daha fazla rahatsızlık duyduklarını ortaya koymuştur (Bell vd.’nden aktaran Yüksel, 2003: 80).

Beri yandan, hızla yaygınlaşan İnternet kullanımıyla birlikte, toplumsal paylaşım ağlarına akın eden bireyler, bu ortamlarda gözetleniyor olduklarını bilmekte, ne ki bunu çoğunlukla bir sorun olarak görmemektedirler. David Lyon'un deyişiyle "İnsanlar içten gelen bir şekilde sosyaldirler ve bundan dolayı da haberleşme hayatidir" (2006: 255). İnsanlar, dışlarındaki dünyayla iletişim halindedirler (Toprak vd., 2009: 149). Gelişen bilgi ve iletişim teknolojisinin sunduğu gelişmiş haberleşme olanakları ve yenilenen iletişim ortamları, bireyleri sanal uzama çekmekte ve uzamda bir şekilde varlık göstermelerini teşvik etmektedir. Toplumsal paylaşım ağları, bloglar, çevrimiçi dijital oyunlar sanal uzamda bireylerin mahremiyetlerini teşhir etmelerine aracı olmakta, bir takım kişisel bilgilerini ortak bir alan olan sanal uzamda paylaşmalarına neden olmaktadır.

"Kısacası endişe duyduğumuz listesinde mahremiyet kaybı en alt sıralarda. Facebook kullanıcıları üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, üyelerin yüzde 90'ı sitenin gizlilik politikasını okumamış. Kullanıcıların yüzde 60'ı gizliliği önemsemediklerini, yüzde 30'u bir miktar önemsediklerini söylemiş. Daha güncel bir araştırma ise üniversite öğrencilerinin özel hayatlarının internette keşfedilmesinden hoşlandığını ortaya koymuş (Niedzviecki, 2010: 235)."

Bu noktada, bireylerin gözetlenmekten haz duymaya evrilmesi durumu ele alınmalıdır. İnternet kullanıcısı gözetlenmekten zevk almakta ve kendisinin gözetlenmesini istemektedir. Bu durum da teşhirciliğe denk düşmektedir. Merkezi bir gözetleme kulesi etrafında birçok mahkûmun aynı anda denetlenebildiği büyük dairesel yapı olan ve gözetim ve gözetlemenin somut bir simgesi haline gelen panoptikon'un tersine, iktidarın istemine gerek kalmadan ortaya çıkan gözetlenme isteği iktidara teslimiyeti göstermekte ve *synopticon* kavramına işaret etmektedir; "panoptikon insanları seyredilebilecekleri konuma zorla getirir. Synopticon'un ise baskıya ihtiyacı yoktur, insanları seyretsin diye ayartır" (Bauman'dan aktaran Bentham vd., 2008: 122). Dolayısıyla burada toplumsal kaygı, artık gözetlenmek değil, göz önünde bulunamamak yönündedir (Toprak vd., 2009: 152). Bireylerin, sanal uzamda üretilen, sürekli güncellenen ve yenilenen iletişim araçlarına olan büyük ilgisi ve her yerde görünür olma kaygısı herkes tarafından kolayca gözlemlenebilmektedir. Bireyler birileri tarafından uyarılmadıkları sürece İnternette gizlilik konusunda kaygılanmamaktadırlar. Toplumsal paylaşım ağlarından, web kamerası kullanımına, blog yazmaktan, reality şovlara kadar, bireylerin, mahremiyetlerini kamusallaştırarak karşılığında popülerlik, şöhret ve hatta maddi kazanç aradıkları

söylenbilir. Bu çerçevede bireylerin paylaşma, fark edilme ve diğerleriyle bağ kurma isteği, mahremiyet olgusunun unutulmasına ve hızla ortadan kalkmasına sebep olmaktadır.

1.2 YENİ MEDYADA YENİ BİR İLETİŞİM ALANI: BLOGLAR

Blog yazmak çok kısa bir sürede popüler hale gelmiştir. Günümüzde birçok birey yeni medya ortamında bir blog yazmakta, sanal uzamda bloglar aracılığıyla varlık göstermektedir. Dünyada blogların çok kısa bir sürede bilinen ve çok tercih edilen bir yeni medya aracı haline gelmesi, sadece İnternet günlükleri olarak değil çok sayıda değişik konuların, bazen bir tartışma ortamı yaratılarak bazen de bilgilendirme amaçlı olarak paylaşılması, birçok İnternet kullanıcısının blogları, arama motoru olarak kullanmaya başlamasını da sağlamıştır. Artık, geleneksel medyada da blog kelimesi açıklanmaya gerek duymadan sıkça kullanılmaktadır.

Web sayfalarının kullanımı daha kolay ve daha sık güncellenen bir versiyonu olarak görülen bloglar, kolaylıkla elde edilebilmesi, izleyenlerle sürekli olarak etkileşime olanak vermesi ve genellikle herhangi bir maliyeti olmaması gibi sebeplerle İnternet kullanıcıları tarafından hızla benimsenmiştir. Bu bölümde yeni medyada sıkça kullanılan bir araç haline gelen blogların ne olduğu ve nasıl kullanıldığı ayrıntılı bir şekilde açıklanacak, Türkiye'deki blog kullanım pratiklerinin genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacaktır.

1.2.1 Bloglar, Özellikleri ve Tarihçesi

“Blog” kelimesi İngilizcede kullanılan “web” ve “log” kelimelerinin kısaltılmış halidir. Bloglar, “blog” kelimesi 1997 yılında bir web sitesi için kullanıldığından beri oldukça hızlı bir şekilde gelişmiştir. Ancak temelde blogların Web ortamında saklanan loglardan oluştuğu fikri halen korunmaktadır. İngilizcedeki “log” kelimesi, gemi

seferlerinden gelmekte olup, asıl olarak bir deniz yolculuğu sırasında yaşanan olay ve durumların(takip hızı, hava durumu vb.) kronolojik bir sırayla kaydedildiği belgeler anlamına gelmektedir. Günümüzde weblogların içerikleri, geleneksel seyir defterlerine göre daha az düzenli ve daha az sistematik olmasına rağmen, bir geminin seyir defterindeki kronolojik düzenlemeye halen sahiptirler (Walker Rettberg, 2008: 17,18).

Jill Walker Rettberg'e göre weblog, en yeni girişin ilk olarak görüleceği şekilde, tarihi belirtilerek ters kronolojik sırayla düzenlenmiş girişlerden oluşan sıklıkla güncellenen bir web sitesidir (2008: 19). Basın özgürlüğünü destekleyen Fransız bir sivil toplum kuruluşu olan Reporters Without Borders, 2005 yılının Eylül ayında yayınladığı *Handbook For Bloggers and Cyber-Dissidents* adlı kitapta blogun, çoğunlukla "gönderi"(post) denilen yeni haberlerin yayınlandığı, düzenli olarak güncellenen, en yeni olan gönderinin sayfanın en başında yer aldığı ve birçok gönderinin kategorilenerek düzenlendiği, günlük biçiminde olan, özel tasarlanmış bir etkileşimsel araç kullanılarak oluşturulan ve genellikle bir kişi tarafından bazen anonim olarak yürütülen bir kişisel web sitesi olduğu tanımı yapılmıştır. *Oxford English Dictionary*'de yapılan tanıma göre ise weblog, "kişisel gözlemlerden ve diğer kaynaklardan yapılan alıntılardan oluşan, genellikle bir kişi tarafından yürütülen ve çevrimiçi bir günlük ya da dergi gibi başka sitelerin hiper bağlantılarını (*hyperlink*) içeren, sıklıkla güncellenen web siteleri"dir (Walker Rettberg, 2008: 22). Birey blogunu kendi ismini ve görünüşünü teşhir ederek kullanabildiği gibi isimsiz bir şekilde anonim olarak da yürütebilir. Bununla birlikte bir blogun ne olduğunu tam anlamıyla kavramak için blogları okumak ve takip etmek gereklidir. Birçok blogcu bir blogun nasıl yürütülmesi gerektiğini bizzat bir blog hesabı aldıktan sonra kullanım esnasında öğrenmiştir.

Webloglar tartışmasız Web'in⁴ bir ürünüdürler ve tarihlerinin Web'in ortaya çıkmasıyla başlamış olduğu söylenebilir. World Wide Web, Tim Berners-Lee tarafından yazılmış ve Berners-Lee'nin bir web sitesini yayınlamak için gerekli olan araçları oluşturmasını tamamlamasıyla ilk olarak 1990'ların sonunda uygulamaya geçmiştir. 1990'larda İnternet son 20 yıldır bulunmaktaydı ve bilim adamları, programcılar ve iletişimin yeni formlarına ilgi duyan bireyler tarafından kullanılmaktaydı. Web'den önce, İnternet üzerinde, e-posta, UseNet (tartışma grupları), IRC (chat programı) ve Gopher

⁴ Burada bahsedilen Web 1.0'dır. Web 1.0, web sayfalarına hipermetinler ile bağlantı veren World Wide Web'in ilk aşamasıdır.

(uzak sunucular üzerine dosya göstermeye yarayan bir program) gibi birçok protokol çalışmaktaydı. O dönemde birçok insan World Wide Web'in de bir protokol olduğunu düşünmekteydi. Berners-Lee'nin prototipi tamamıyla metinden oluşan bir tarayıcıydı (browser), bu nedenle web siteleri görüntü gibi bugün tarayıcılarda olan diğer çeşitli medya unsurlarını içermemekteydi ve çoğu bilgisayar ortamında kullanılabilir değildi. 1993'te yaygın bir şekilde kullanılabilir olan ve web sayfalarına görüntülerin iliştilmesine olanak veren ilk web tarayıcısı olan Mosaic ile birlikte web genel halka açılmış oldu. Ondan önceki tarayıcılar görüntüleri aynı pencerede değil, ayrı pencerelerde göstermekteydi (Walker Rettberg, 2008: 22-23).

1994 yılında bazı öncüler çevrimiçi günlükler yazmaya başladılar. Justin Hall ilk günlük yazarlarından biriydi ve web sitesinin eski sayfalarına bakıldığında bugünkü bloglarla arasında olan büyük farklılık gözlemlenebilmektedir (Walker Rettberg, 2008: 23). Çevrimiçi günlük yazarı olan Hall, 2003 yılına kadar hiçbir blog sağlayıcısı (*blogware*)⁵ kullanmamış, o zamana kadar her bir gönderisini kendisi kodlamıştır. Ancak Hall, links.net vasıtasıyla düzenli olarak günlük girişler yapmaya başladığında, web sitesi bugünkü anlamıyla tam bir blogtu; ancak, o dönemde weblog kelimesi henüz kullanılmamaktaydı (ya da daha iyi bir deyişle böyle bir kelime vardı fakat başka amaçlarla kullanılmaktaydı). 1990'larda weblog terimi bir web sunucunu yöneten kişinin görebileceği ziyaretçi kayıtlarını tanımlamak için kullanılmaktaydı. Weblog, bir web sitesinin günlük kaç ziyaretçi aldığını, kaç tane yeni ziyaretçinin geldiğini ve web sitesinin genel trafiği hakkında bilgi veren verileri göstermekteydi (Walker Rettberg, 2008: 24)

1997 yılının Aralık ayında Jorn Barger terimin başka şekilde kullanılması gerektiğini ileri sürdü (Blood'dan aktaran Walker Rettberg, 2008: 24). Barger'ın web sitesi *Robot Wisdom*, Barger'ın önceden ziyaret ettiği ve diğerlerine tavsiye etmek istediği web sitelerinin bağlantılarının düzenli olarak güncellenen bir listesiydi ve Barger, weblog kelimesini web sitesinin başlığında *Robot Wisdom: A weblog by Jorn Barger* şeklinde kullanılmaktaydı. *Robot Wisdom* sitesi her bir bağlantıda küçük bir yorum bölümü olacak şekilde (bazen de olmadan) bağlantıların çok sade bir listesinden oluşuyordu. Bu kullanım şekli, ilk yıllarda daha yaygınca okunan *Scripting News*'in tarzına da çok benziyordu. *Scripting News* 1997 yılında *Robot Wisdom*'dan birkaç ay önce Dave Winer tarafından

⁵ Blogware, kullanıcıların, çoğunlukla ücretsiz olarak blog edinmelerini ve kullanmalarını sağlayan interaktif bir yazılım türüdür. Bu çalışma kapsamında, blogware yerine, terimin Türkçe karşılığı olarak uygun görülen blog sağlayıcısı kavramı kullanılacaktır.

başlatılan, yine blogcunun önceden görmüş olduğu web sitelerinin bağlantılarını küçük yorum bölümleriyle birlikte yer veren bir weblogtu (Walker Rettberg, 2008: 24).

İlk blogcular bloglarını oluşturabilmek için işlenmemiş HTML⁶ kodları yeniden düzenliyor ya da Dreamweaver gibi görsel bir HTML editör programı kullanarak sitelerini kendileri kodluyorlardı ve bunu bloglarını güncelleyecekleri her zaman yapıyorlardı. 1999'a doğru 1998 yılının sonunda metinlerin direkt olarak yazılabileceği, blogcuların kolayca blog yaratmayı ve güncellemesini sağlayan birçok ücretsiz araç ortaya çıktı. Ekim 1998'de OpenDiary piyasaya sürüldü (Walker Rettberg, 2008: 24). 1999'da ise ücretsiz weblogging aracı Pitas faaliyete geçti ve onu aynı yılın Ağustos ayında Blogger izledi (Walker Rettberg, 2008: 25). 1999 yılında Blogger'ın da piyasaya sürümüyle birlikte, bir blog yaratmanın ve yürütmenin kolaylaşması, blog yazmanın çok hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını ve benimsenmesini sağlamıştır.

2000'li yıllarda bloglar popülerleşmeye başlamış ve hatta "blog" sözcüğü 2004 yılında Merriam-Webster Sözlüğü'nde yılın sözcüğü seçilmiştir. Blogların gelişim ve yaygınlaşma hızı ile ilgili olarak Bruns ve Jacobs şu bilgileri aktarmaktadırlar:

"2004'te Pew Merkez'de yapılan bir araştırmaya göre, bu belirgin araca eklenme oranı Birleşik Devletler'de %58 oranında artmış, yılsonunda 32 milyon Amerikalı blog okuyucu olmuş ve 120 milyon İnternet kullanan A.B.D.'li yetişkinin %7'si bir blog veya web tabanlı günlük yarattıklarını belirtmişlerdir. Bu da 8 milyondan fazla insanı temsil eder." (Bruns ve Jacobs'tan aktaran Bayraktutan Sütçü, 2010: 98).

Barbara K. Kaye de (2007: 128), benzer şekilde blog veya İnternet tabanlı günlüklerin sayısının 1999'da 50 olduğunu, 2004'te ise yaklaşık 8 milyon İnternet kullanıcısının blog sahibi olduğunu ve bu niceliksel artışın beraberinde blogların hem politik hem de toplumsal değişimin kaynağı olması potansiyelini de arttırdığını belirtmektedir. Bu konuyla bağlantılı olarak, gündelik yaşamda blogların kapladıkları yere örnek vermek gerekecek olursa şu söylenebilir; yurtdışında anadamar medya (CNN, BBC gibi) tartışmalı konularda kamuoyunun nabzını tutmak için düzenli olarak blogosfere (blogların oluşturduğu evren) bakmaktadır ve "blogcular ne diyor" sorusu halkın sesini

⁶ HTML (Hypertext Mark Up Language), web sayfalarında kullanılan temel metin tabanlı yazılım dilidir.

temsil eden sokaktaki insanlarla yapılan röportajların yerini tutmaya başlamıştır (Bruns ve Jacobs'dan aktaran Bayrantutan Sütçü, 2010: 98).

Kolayca kurulup yönetilmeleri, sık sık güncellenmeleri, daha kişisel ve daha samimi görüşlerin paylaşılmasını teşvik eden yapısı ve ziyaretçiler ile diğer blogcular arasında tartışma ve görüşmeyi cesaretlendirmeleri gibi özellikleri sayesinde bloglar, kişisel web sitelerinden farklıdır (Reporters Without Borders, 2005). Gazete yazıları, romanlar ve şiir kitapları gibi yazılı basının çoğu türünde, yazar yazdığı yazının nasıl görüldüğüyle ilgili bir sorumluluk taşımamaktadır. Metin genellikle bir kelime işlemci, daktilo ya da elle yazılır ve tasarımı belirleyen bir tasarımcı ekibiyle beraber olan editöre iletilir. Ancak blogcular şablonlarını kendileri seçmektedir ve çoğunlukla bloglarının nasıl çalışacağı ve görüneceği üzerine kayda değer bir vakit harcamaktadırlar. Edebi eleştirmenler kitap kapağını ve düzenlemesinin edebi kaliteyi gösteren bir işaret olarak çok nadir görmektedirler. Fakat bir blog sadece metinleri için kolay kolay okunmaz, ancak, tasarımı, içerdiği bağlantıları ve temposu her zaman göz önüne alınan özelliklerdir (Walker Rettberg, 2008: 4).

Bloglarla ilgili bilgi verilirken sıklıkla başvurulan diğer bir kavram da Web 2.0 kavramıdır. Web 2.0 Tim O'Reilly tarafından ikinci nesil İnternet hizmetlerini ifade etmek amacıyla 2005 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Birinci dalga web geliştiricileri daha çok yayınlanan içeriğe odaklanmışlardı. Ancak Web 2.0, kullanıcıların kendi içeriklerini İnternet ortamında paylaşabilmelerini ve Web'ü bir düzlem (platform) olarak kullanmalarını sağlamıştır (Walker Rettberg, 2008: 9). Web 2.0'a verilebilecek en popüler örnekler *YouTube*, *Flickr*, *Wikipedia*, *Facebook* ve Türkiye'den *ekşisözlük*, *itüsözlük*, *uludağsözlük*, *incisözlük* ve *pilli network*'tür. Bloglar da kullanıcıların kendi içeriklerini ürettikleri ve diğerleriyle paylaştıkları bir ortam olarak Web 2.0 hizmetlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Bir blog, normal bir web sitesine göre daha kolay yürütülür ve güncellenir. Blog sağlayıcılarının (ya da *serverların*⁷) metin yükleme (posting) yöntemleri web sitelere göre çok az farklılık taşır, ancak, prensipte aynıdır (Reporters Without Borders, 2005: 17). Ancak web sitelerinin bloglara göre, güncellenmesinin daha zor ve daha çok zaman alıyor

⁷ Server *sunucu* demektir. Bilgisayar ağlarında, diğer ağ bileşenlerinin (kullanıcıların) erişebileceği, kullanımına ve/veya paylaşımına açık kaynakları barındıran bilgisayar birimidir. Bir web sitesi yayını için alan adı (domain) satın alındıktan sonra verilerin internet ortamında paylaşımına açılması için bir server'da barındırmak gerekir.

olması nedeniyle web sitelerinin daha statik araçlar oldukları söylenebilir. Bir web sitesini kurmak için gereken HTML kodlama bilgisi blog sahibi olmak için gerekli değildir. Bununla birlikte birkaç yıl öncesine kadar reklamlar, arama motoru gibi web sitelerinde sıkça bulunan ancak bloglarda olmadığı düşünülen öğelerin, günümüzde artık çoğu blogda bulunduğu söylenebilir. Özellikle ziyaretçi trafiğinin çok olduğu moda blogları sıklıkla reklam almaktadır. Blogları web sitelerinden ayıran diğer bir özellik ise, bloglarda okuyucuyla blogcu arasında web sitelerine oranla daha aktif bir etkileşimin olmasıdır. Blogu okuyan ve takip edenlerin yayınlanmış gönderilere yorum yapabilme ya da blog yazarıyla blog sağlayıcısı aracılığıyla iletişime geçebilme olanağı web sitelerinde bulunmamaktadır.

İnternet ortamında bireylerin kendi bloglarını kurup yürütmelerini sağlayan birçok çevrimiçi hizmet bulunmaktadır. Blogger⁸ bu hizmeti veren ilk büyük blog sağlayıcısıdır ve hala da Wordpress.com, Livejournal.com, Typepad.com, Tumblr.com ve ülkelere göre değişen diğer yerel blog sağlayıcılarıyla birlikte en popüler blog sağlayıcılarından birisidir. HTML kullanabilme gibi özel bir uzmanlığa gerek olmadan, kişi e-posta adresini kullanarak aynen diğer toplumsal paylaşım ağlarında olduğu gibi bir blog hesabı açılabilir. Bu tür blog sağlayıcıları kayıt için kullanıcılardan blog sayfaları ve URL'leri için bir ad seçmeleri istenir. Blog sağlayıcıları kendi yazılımlarını ücretsiz olarak kullanan tüm kullanıcılara sabit bir URL temin eder. Kişinin kullanıcı adı bu sabit URL'nin başına gelerek blog sayfasının özgün URL'si oluşturulmuş olur (örnek.blogspot.com, örnekiki.blogspot.com gibi). Ancak kullanıcılar kendi alan adlarını (*domain name*)⁹ satın alıp kullandıkları blog sağlayıcısına yönlendirebilir. Bu şekilde kullanıcı aslında o blog sağlayıcısının yazılımını kullanıyorken tamamıyla kendine özgü bir URL'ye sahip olur (www.örnek.com, www.örnekiki.com gibi).

Barındırdıkları tasarım öğeleri, görsel malzeme kullanımı, içerik ve kullanılan dil açısından da değerlendirilebilecek olan bloglarda süreç içerisinde belirli başlıklar standart hale gelmiştir. Bu başlıklar; blog sahibinin profili (hakkımda bölümü), arşiv (geçmiş yorumlar, mesajlar), mesaj yazma ve okuma alanları olarak sayılabilir. Blogcunun bloguna koyduğu herhangi bir içerik, görüntü, hareketli görüntü (gif), metin iletisi (gönderi) adıyla

⁸ Blogger Google'ın blog sağlayıcısı olup, alan adı olarak [blogspot.com](http://www.blogspot.com)'u kullandığından, araştırma boyunca kullanılan Blogger ve Blogspot adları aynı kuruluşa referans vermektedir.

⁹ *Domain name*, Türkçesi *alan adı*, bir web sitesinin İnternetteki adı ve adresidir. Türkiye'de alan adları ODTÜ tarafından yönetilmekte ve tahsis edilmektedir, en fazla 5 yıl olarak tahsis edilebilir (*Wikipedia*, Erişim Tarihi: 14 Mart 2011).

nitelenmektedir. Blog okurlarının bu mesajlara çeşitli biçimlerdeki içeriklerle yanıtları ise yorum (comment) olarak adlandırılmaktadır (Bayraktutan Sütçü, 2010: 99). Blog sayfasının görüntüsü blog sağlayıcısının sunduğu şablon tasarımların arasından seçilebileceği gibi, kullanıcı HTML bilgisine sahip ise kendi temasını kendisi de yaratabilir. Bununla birlikte blogcular, blog sağlayıcılarının kendilerine sunduğu ücretsiz şablon seçenekleri üzerinde de değişiklik yapabilmektedirler.

Blog türleri konusunda bir sınıflandırma yapılmak istendiğinde çok çeşitli alt başlıklar ve kategoriler ortaya çıkmaktadır. Türler bakımında da, blog hazırlayan kişinin ziyaret ettiği web sayfalarını listelediği filtre bloglardan, savaş ve şöhret bloglarına, eğitim, iş ve porno bloglarına kadar pek çok tür olduğu görülmektedir (Hookway'den aktaran Bayraktutan Sütçü, 2010: 110). “A-liste” bloglar, ki bunlar en çok okunan (Du ve Wagner, 791), geleneksel medyada başvuru alan ve diğer bloglardan en çok bağlantı alan bloglardır, çoğunlukla filtre blog türünden ve politik odağı olan bloglardan oluşur. Li ve Walejko'nun (2008: 279) yaptığı bir diğer sınıflandırma ise bloglar; spam bloglar¹⁰, terk edilmiş (*abandoned*) bloglar, erişim sınırlı bloglar ve geleneksel olamayan bloglar olarak ayırmaktadırlar. Spam bloglar, *splogs* diye de adlandırılmaktadırlar ve bir veya iki aydan fazla süredir güncellenmeyen bloglar da terk edilmiş blog kategorisinde değerlendirilmektedirler (Li ve Walejko'dan aktaran Bayraktutan Sütçü, 2010: 110). Bunlara ek olarak şirketlerin şirket hakkındaki haberleri ve duyuruları paylaştıkları şirket blogları, bireylerin istedikleri herhangi bir konuda paylaşım yaptıkları kişisel bloglar, moda ile ilgili bilgilerin ve görüntülerin paylaşıldığı moda blogları ve üyelik sistemine sahip olan ve sadece üyelerin içerik gönderebildiği topluluk blogları da bulunmaktadır. Yine, sadece spesifik bir konu hakkında paylaşımlar yapılan bloglara da temasal bloglar adı verilebilir, örneğin, tenis, otomobil, Flamenko dansı, yemek tarifleri gibi.

Bloglarda kullanılan dil çoğunlukla sohbet havasında olmakla birlikte, kullanılan blog sağlayıcısına ve blogun türüne göre de çeşitlilik göstermektedir. Sadece belli konular hakkında paylaşımlar yapılan temasal bloglarda ve özellikle şirket bloglarında dil daha resmi olabilirken, bireylerin günlük yaşantılarını, deneyimlerini ve fikirlerini paylaştıkları kişisel bloglar daha çok ben dili kullanılarak sohbet havasında yazılmaktadır. Bloglarda

¹⁰ Spam bloglar, blogun ilişkili olduğu web sitelerinin arama motoru ve ziyaretçi sayısı miktarını arttırmak için reklamını yaptığı blog türüdür. Diğer blogların postlarına otomatik olarak reklamı yapılan sitelerin bağlantılarını ekler ya da uygunsuz içerikte yorum bırakırlar.

kullanılan anlatım biçimlerini Zeynep Atikkan ve Aslı Tunç *Blogdan Al Haberi* (2011) adlı çalışmalarında şu şekilde değerlendirmişlerdir:

“Blogların üslubu genellikle keskin, kısa ve vurucu. Yani esirgemeyen türden, biraz irticalen konuşmaya benziyor. Bloglar sansasyonel ve abartılı başlıklarla okurun dikkatini çekme çabasındalar, yani gazetelerin sansasyon teknikleri bloglarda da kullanılıyor. Ancak blogların birinci ligindekiler görece daha ağırbaşlı bir üsluba sahipler. Halim selim blogların üslubu sohbet ile yazı arasında bir kıvamda seyrediyor.” (2011: 26).

Elmine Wijnia (2004), *Understanding Weblogs: a communicative perspective* adlı makalesinde, blogları gerçek hayatta yapılan bir eylemle karşılaştırmamız gerekirse, bunun en iyi örneğinin Londra’daki Speaker’s Corner olduğunu belirtmiştir. Londra’da bulunan Hyde Park’ta isteyen herhangi birinin herhangi bir konuda konuşma yaptığı köşe olan Speaker’s Corner, bireylerin fikirlerini dilediklerinde ifade ettikleri bir alan olarak görülmektedir. Oradan geçen insanlar Speaker’s Corner’da konuşan kişinin bahsettiği konuyla ilgiliyse eğer durup konuşmayı dinlemekte ve bazen de fikir alışverişinin olduğu bir tartışma ortamı yaratılabilmektedir. Aynı şekilde bloglarda da bireyler diledikleri, kendilerini rahatsız eden ya da mutlu eden herhangi bir konuda yazmakta, tesadüfen o konuyla ilgilenen bireyler de arama motorları gibi araçlar vasıtasıyla bu bloglara ulaşmakta, blogları okumakta ve yorum bölümleri sayesinde fikir alışverişinde bulunabilmektedirler.

1.2.2 Kültürel Bir Dönüşüm Olarak Bloglar

Bloglar iletişim kurma şeklimiz hakkındaki temel değişimin bir parçasıdır. Birkaç on yıl öncesine kadar medya kültürü kendi yayınlarını geniş ve kısmen pasif bir izleyiciye aktaran az sayıda medya üreticilerinin kontrolü altındaydı. Bugün, gazeteler ve televizyon kanalları sıradan insanların kendi içeriklerini ürettiği ve çevrimiçi ortamda paylaştığı yeni bir gerçekliğe adapte olmak zorundadırlar. Tek taraflı olan medya kültürü, egemen medyadan, bir standart hale gelen çok taraflı katılımcı medyaya geçiş gerçekleşmiştir (Walker Rettberg, 2008: 31).

İletişimde, medya yayıncılığı ve daha güncel olan İnternet’ten önce en az iki adet temel değişim bulunmaktadır. Matbaanın bulunması ve akabinde bir çalışmanın özdeş

kopyalarının oluşturulup çoğaltılabilmesiyle beraber, bundan önce, yazma eyleminin başlaması aslında temel bir değişimdir. Çoğunlukla, bilgisayar ya da matbaa olmadan bile yazmanın kendisinin bir teknoloji olduğu yadsınmaktadır. Yazmaya ilk başlanıldığında yazmak eylemi büyük bir heyecan ve kuşkuyla karşılanmıştı (Walker Rettberg, 2008: 32-33). Sözlü kültürden edebi kültüre geçişe bakmak – tamamıyla sözlü olan bir kültürden yazmanın önemli bir rol oynadığı bir kültüre geçiş-, blog yazmanın kültürel anlamını kavramak için yararlı olabilmektedir. Baskıdan elektronik medyaya geçiş, araştırmacı Walter Ong tarafından *Sözlü Kültür ve Yazılı Kültür* (1982) adlı çalışmasında, bazı yönlerden Gutenberg sonrası toplumdan çok Antik Yunanlardaki kültüre dönüşe benzetilerek *ikincil sözlü kültür* olarak ifade edilmiştir. Ong, yazdığı dönemin İnternetin halka açık olduğu dönemden önce olmasından dolayı, elektronik medyayla İnterneti değil televizyon ve radyoyu kastetmişti. Bazı yönlerden blog yazmak sözlü kültüre kesinlikle benzemektedir: bloglar konuşma dilinde ve sosyaldirler¹¹, sürekli değişmektedirler ve basılı yazıda kullanılan genel dil kullanımına göre daha az resmi, günlük konuşmaya daha yakın bir dilleri vardır (Walker Rettberg, 2008: 33).

İnternet basitçe, bağımsız bir kelime işlemcinin geliştirilişi değil, bilindik formların kullanım şekillerini ve fonksiyonlarını önemli bir şekilde etkileyen yeni bir araçtır. Makinelerle birlikte sosyal ve kültürel koşulların ne kadar değiştiği genellikle yeteri kadar vurgulanmamaktadır. Blog yazmak da günlük yazmak da insan hayatında sıradan alışkanlıkların ve günlük ritüellerin kaydedilmesi açısından ilginç kültürel pratiklerdir. Geçen yüzyılda bireylerin düşüncelerini ifade ettikleri kültürel pratikler, televizyon izlemek, telefonda konuşmak, fotoğraf çekmek ya da mektup yazmakla sınırlıydı. İnternetin gündelik hayata dâhil olmasıyla, eski günlük ritüeller yenileriyle yer değiştirirken şekil de değiştirdiler. Örneğin e-postaların el yazısı mektupların bir iyileştirmesi (*remediation*) olduğu söylenebilir. Ancak daha derin anlamda e-postanın ortaya çıkışının bireylerin gündelik ritüellerini değiştirmesinin beraberinde bireyin psikolojik ve fiziksel varlığını da yavaş yavaş değiştirdiği belirtilmelidir (van Dijck, 2004). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bireylerin çevrimiçi birçok kanal aracılığıyla iletişim kurma olanaklarının artması ve bu çevrimiçi kanalların görece daha hızlı, daha kontrollü ve kullanımı daha rahat olması, blog yazmak, e-posta göndermek ya da sosyal paylaşım

¹¹ Burada blogların dilinin sosyal olarak nitelendirilmesi, kullanılan dilin daha çok sohbet havasında olduğu ve blogcunun konuşur gibi yazdığı şeklinde yorumlanabilir.

sitelerinde vakit geçirmek gibi aktiviteler bireylerin gündelik yaşamlarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Blog yazmak bu açıdan bakıldığında günlük tutma alışkanlığının yeni bir formu olarak da görülmektedir. Kültürel pratiklerin teknolojinin gelişmesiyle eşzamanlı olarak geliyor ve değişiyor olması da bu görüşü desteklemektedir. Gündelik bir alışkanlık olarak günlük tutma bireye, itiraf etme, terapi, kendi kendine yetme ve kendini ayrıntılı bir biçimde ifade etme olanağı sunmaktadır. Bununla beraber, kimi zaman web günlükleri diye de anılan blogların da çoğu zaman aynı işlevi gördüğünü söylemek mümkündür. Bloglar kullanıcılara diğer medya ortamlarında eksik olan yazılı metin ile görsel unsurların, bağlantıların, ses dosyalarının bir araya getirilebilmesi, çevrimiçi olarak geniş kitlelere ulaşabilme şansını tanıması gibi birçok kolaylaştırıcı etmen ve rahatlık sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında blog yazma, yazılı ve sözlü pratiklerin bir birleşimi olarak görülebilir (van Dijck, 2004).

1.2.3 Blog Ortamında Kimlik İnşası

Facebook ve Twitter gibi kullanıcıların çoğunlukla gerçek isimlerini kullandıkları toplumsal paylaşım ağlarının aksine bloglar, gerek blog sağlayıcısının çalışma prensibinin farklı oluşu, gerekse bireylerin blog ortamında varolma nedenlerinin diğer toplumsal paylaşım ağlarında varolma nedenlerine göre farklı olması sebebiyle diğer toplumsal paylaşım ağlarından ayrılmaktadırlar. Bu nedenle de bireylerin blog ortamındaki kimlik inşası konusunun ayrı bir tartışmayla ele alınması gerektirmektedir.

Toplumsal paylaşım ağlarında kişilerden bir profil sayfası düzenlemeleri istenir ve bu sayfada kişilerin kişisel bilgilerini, eğitim ve iş bilgilerini, zevk ve tercihlerini ve iletişim bilgilerini paylaşmaları arzu edilir. Bunların yanı sıra kullanıcıların kendilerine ait bir fotoğraflarını yayınlamaları çoğunlukla teşvik edilir ve kişilerin bu şekilde toplumsal paylaşım ağı kapsamında daha gerçek ve samimi bir profil oluşturacağı kabul edilir. Bloglarda ise çoğunlukla bir profil sayfası yoktur. Blogun ana sayfası doğrudan blogcunun paylaştığı metinlerin ters kronolojik bir sırayla yayınlanmış olduğu kolonlardan oluşur. Çoğunlukla bir profil fotoğrafı bulunmaz, bulunsa dahi bu profil fotoğrafı tektir ve bazen blogcu kendi fotoğrafı yerine şöhretlerin, çizgi dizi karakterlerinin fotoğraflarını profil fotoğrafı olarak kullanabilir. Çoğunlukla blogcu sayfanın belli bir köşesinde 3-4 satırı

geçmeyecek bir şekilde kısa cümlelerle kendini tanıttığı bir metin paylaşır. Bununla beraber bu tür bilgilerin hiçbirini paylaşmayan birçok blogcu da bulunmaktadır. Bu bağlamda bloglar bireylere tam anlamıyla anonim olabilme fırsatını da tanırlar.

Bireylerin çevrimiçi sunumları kimliklerin şekillendirilmesi doğrultusunda özelleştirilen işaretler tarafından inşa edilmektedir. Çevrimiçi kimlikler uzamda bağımsız olarak görülebilmekte ve saf benlik kurgusunun olası bir eyleminin işaretleri olarak görülebilmektedir. Ancak, çevrimiçi uzamda dahi kimlikler diğer bireylerin kimlikleriyle iç içe geçmiş haldedir. Bireysel kimlikler sosyal kimlikler tarafından sarılmış durumdadır. Bireyler, diğerleriyle bağlantılı benlik sunumları üretirler (Baym, 2010: 111). Bu bağlamda blog ortamında kullanıcılar yayınladıkları metinler, alıntılar, görüntüler ve bağlantılarla bir anlamda kim olduklarını, kendilerini nelerle ilişkili gördüklerini ya da görmek istediklerini belirtirler. Paylaşılan tüm unsurlar bireylerin kendilerini sanal uzamda blog ortamı aracılığıyla ifade etmelerine yarayan ve bireyin benlik sunumunun birer parçaları olan işaretler olarak değerlendirilebilir.

Viviane Serfaty blogları, aynı anda aynalar ve maskeler olarak tanımlamaktadır (Serfaty'den aktaran Walker Rettberg, 2008: 120). Ayna karşısında yapılan pratikler gibi birey kendisini memnun edecek bir görüntü şekillendirir ve blogunda bu görüntünün bir yansımaları yaratır. Bununla birlikte bloglar bireylerin kendilerini maskelemeleri içinde kullanılırlar. Kullanıcılar bloglarında kendileriyle ilgili her şeyi anlatmazlar ancak, okuyuculara kendileri hakkında dikkatle seçilmiş belli detayları sunarlar (Walker Rettberg, 2008: 120).

Bloglarda ve sanal uzamda bulunan toplumsal paylaşım ağları ve diğer ortamlarda bilinen üç çeşit kimlik bulunmaktadır. Bunlar *anonim kimlik (anonymous)*, *takma isimli kimlik (pseudonymous)* ve *nonim kimliktir*. Her üç kimlik de bireyin *gerçek kimliğinden (real-life identity)* birçok açıdan farklılaşabilmektedir. Anonimlik, iletişim kurulan bireyin kimliğinin bilinmemesi, görülemez oluşudur. Anonim kimliğe sahip birey, kendisinin gerçek kimliğini açığa çıkaracak bilgileri paylaşmaktan kaçınan kullanıcıdır. Örneğin, blog ortamında anonim olan bir kullanıcı, blogunun başlığında ve blogunun alan adında kendi ismini deşifre edecek ifadeler kullanmaz. Çoğunlukla bir profil fotoğrafı yoktur. Eğer varsa bireyin kimliği hakkında ipuçları verecek fotoğraflar çoğunlukla seçilmez. Örneğin Johnny Depp'in bir fotoğrafını profil fotoğrafı olarak seçen bir blogcunun Johnny Depp'e hayran olan bir kadın olduğu düşünülebilir, dolayısıyla blogcunun cinsiyetini deşifre etmeyecek

bir profil fotoğrafı da seçmesi muhtemeldir, örneğin çizgi film kahramanı Bugs Bunny gibi. Bu durumda blogcunun sadece yazdıklarından gerçekte kim olduğu bilgisine asla ulaşılamaz, böylece kullanıcı anonim bir kullanıcıdır ve kendisi anonim olma konusunda fikrini değiştirmedeği ve kimliğini deşifre etmediği sürece anonim olarak kalır.¹² Diğer bir kimlik türü olan takma isimlilik ise bireyin kendisine bir takma isim seçmesi ve bu takma ismin sanal uzamdaki ortamlarda kullanıcının kimliğini temsil etmesidir. Örneğin, blog ortamında takma isim kullanan bir blogcu, kimliğini temsil eden takma ismini blogunun başlığı olarak kullanabilir. Takma isme göre blogcunun cinsiyeti tahmin edilebilir, örneğin MissParis gibi. MissParis blog başlığını kullanan bir blogcunun bir kadın olduğu düşünülecektir. Bununla beraber takma isim kullanmakla birlikte profil fotoğrafı olarak kendi gerçek fotoğraflarını kullanan blogcular da takma isimli kimliğe sahiptirler. Diğer bireylerin blogcuyla çevrimdışı uzamda gerçek bir ilişkisi yoksa eğer, bireyler o fotoğrafın blogcunun gerçek fotoğrafı olduğundan da emin olamazlar. Dolayısıyla söz konusu blogcu diğer kullanıcılar için takma isimli kimliğe sahip olacaktır. Bireyler blog ortamında gerçek kimlikleriyle de varolmayı tercih edebilirler. Gerçek kimliklerini kullanan blogcular bloglarında gerçek isimlerini paylaşır gerçek fotoğraflarını yayınlarlar. Bu türden blogcular nerede yaşadıkları ya da hangi üniversitede okuduklarına dair bilgileri de çoğunlukla paylaşırlar.

Blog ortamı diğer toplumsal paylaşım ağlarına göre bireylere daha özgür bir ifade ortamı sağlamaktadır. Kullanıcılar metin paylaşabildikleri gibi görüntü, alıntı, ses ve bağlantı da paylaşabilmekte, paylaşımlarını diğer toplumsal paylaşım ağlarında olan belli kalıplara göre değil de tamamıyla özgür bir şekilde yayınlatabilmektedirler. Goffman'ın bireylerin günlük yaşamda benlik sunumuyla ilgili tartışmasını izleyerek bireylerin çevrimdışında olduğu gibi bloglarda da performans sergilediklerini söyleyebiliriz. Buna göre blogcuların paylaştıkları metin, ses, görüntü, alıntı ve bağlantı gibi içeriklerin tümü birer *performans*tır. Bireyin performansının, gözlemcilerle durumu tanımlamak için genel ve değişmez bir şekilde işleyen kısmını oluşturan *vitrin*, blogcunun blog sayfasının *hakkında(about)* bölümüne kendisi hakkında yazdığı bilgilerdir. Sürekli sergilenen insan

¹² İnternet ortamında %100 anonim olabilmek teknik olarak imkansızdır. İnternet ortamında yapılan bir paylaşım, paylaşımın yapıldığı bilgisayarın IP adresiyle bir anlamda damgalanmış olduğundan kişiler kimliklerini deşifre edecek hiçbir bilgi paylaşmasalar dahi, olağandışı durumlarda bilgisayarların IP adresleri aracılığıyla kullanıcılar tespit edilebilmektedir. Ancak bu işlem çoğunlukla adli vakalarda uygulandığından günlük hayatta bu tür olaylara nadiren rastlanılır ve sıradan bir kullanıcı İnternet ortamında anonim bir kimliğe sahip olabilir.

faaliyetlerine ortam ve sahne sunan mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka plan düzenlemeleri olarak adlandırılan *seti* ise blogun teması oluşturur. Birey blog ortamında sergilemek istediği kimliğine uygun bir tema seçer ve bu büyük oranda blogunun tarzını da belirler.

Bloglarda blogcunun paylaştığı her bir unsur o blogcunun kimlik inşasının bir tuğlası gibidir. Blogcunun dil pratikleri, paylaştığı içeriklerin türü ve konusu diğer kullanıcılara kimliği hakkında bir takım bilgiler vermektedir. Burada söz konusu olan kimlik çoğunlukla bireyin gerçek kimliğinden beslenir, bununla birlikte aralarında birçok farklılık da bulunabilir. Birey kendini başkalarına sunduğunda, performansı toplumun resmi olarak onaylanmış değerlerini, davranışlarından çok daha fazla içerir ve temsil eder (Goffman, 2009: 45). Yeni bir benlik sunumunun kurulması olanağını veren diğer çevrimiçi ortamlarda olduğu gibi bloglarda da, performansların idealize edilmesi ve ideal bir benliğin kurulması söz konusudur. Bu bağlamda bireye verilen özgürlük, çoğu zaman kullanıcının kendisini tam olarak gerçekte olduğu gibi sunmamasıyla birlikte, daha çok kendi kafasındaki ideal benlik doğrultusunda yeni bir benlik sunumu inşa etmesine ve buna bağlı olarak da idealize edilmiş performanslar sergilemesine olanak tanır.

1.2.4 Türkiye’de İnternet ve Bloglar

2006 yılında, Reklamverenler ve Reklamcılar derneklerinin kurucu üyeleri arasında bulunduğu, interaktif alanda etkinlik gösteren yayıncı, medya ve kreatif ajansları olmak üzere 23 katılımcıyla oluşturulan IAB (Interactive Advertising Bureau) Türkiye, İnternet Ölçümleme Araştırması 2010 yılının Kasım ayı verilerine göre, Türkiye’de 24 milyon İnternet kullanıcısı bulunduğunu belirlemiştir. Araştırmaya göre, Türkiye’de İnternet’e bağlananların %57’si erkek kullanıcılarıdır. Kullanıcıların %86’sı her gün, %13’ü haftada bir kaç kez, %0,62’si haftada bir, %0,27’si ayda bir kaç kez, %0,14’ü ise ayda bir İnternete bağlanıyor. Türkiye’deki İnternet kullanıcılarının %30’u ilkokul, %25’i ortaokul, %30’u lise ve %15’i üniversite ve üstü mezunu olarak belirlenmiştir. Yine bu araştırmaya göre İnternet kullanıcılarının %22’si 12-17 yaş, %25’i 18-24 yaş, %26’sı 25-34 yaş, %15’i 35-44 yaş, %8’i 45-54 yaş ve %4’ü 55 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır¹³.

¹³ Türkiye Bilişim Derneği Aylık Bilişim Kültürü Dergisi *Bilişim* Yıl 39 Sayı 130 Sy: 24-25. <http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=130> Erişim Tarihi: 04 Nisan 2011

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın yaptığı araştırmaya göre ise 2009 yılı Eylül sonu itibariyle Türkiye'de yaklaşık 6,4 milyon İnternet abonesi bulunmaktadır.¹⁴ 2010 yılı Nisan ayı içerisinde gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre hanelerin %41,6'sı İnternet erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2009 yılının aynı ayında %30'du.¹⁵ Bu bilgiler dâhilinde Türkiye'de İnternet kullanımının hızla arttığını söylemek mümkündür. Yine 2009 yılı hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre bilgisayar ve İnternet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24 yaş grubudur. Bu oranlar tüm yaş gruplarında erkeklerde daha yüksektir. Eğitim durumuna göre incelendiğinde ise yükseköğretim, fakülte ve üstü mezunları en yüksek bilgisayar ve İnternet kullanım oranlarına sahiptir.¹⁶

Blog yazmak ise tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla paralel olarak hızla benimsenmiş ve yaygınca kullanılır hale gelmiştir. Bu popülerleşmeyle beraber yabancı blog sağlayıcılarının yanı sıra birçok yerel blog sağlayıcısı da piyasaya sürülmüştür (Blogcu.com, Benimblog.com gibi).

Yeni medya ortamında verilerin sabit olmaması, web sitelerinin, blogların, sosyal paylaşım sitelerindeki kullanıcı hesaplarının ve diğer yeni medya içeriklerinin kullanıcılarının isteğine bağlı olarak her an silinebilir ve ortadan kaldırılabilir olması yeni medya ortamındaki diğer araçlarda olduğu gibi blogosferdeki bloglarla ilgili olarak da kesin bilgilerin elde edilmesini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, uzun zamandır güncellenmeyen terk edilmiş blog sayısının çok olması da kayıtlı blog sayısının güvenilirliğini azaltmaktadır.

Türkiye'de blogcu profillerine ilişkin olarak Murat K. Girgin'in 01 Aralık- 15 Ocak 2009 tarihleri arasında bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya 1417 bloga sahip 717 blogcu katılmıştır. Çevrimiçi anket uygulamasının gerçekleştirildiği araştırmanın sonuçlarından bazıları şu şekildedir: Ankete katılan blogcuların %70'i 20-30 yaşları arasında, %31'i kadın, %82'si lise üzeri eğitime sahip, bloglama deneyimi %34 için 1 yıl ve daha az, %27 için 2 yıl olarak ortaya çıkmıştır. Bu da göstermektedir ki %61'lik oranda bir katılımcı için

¹⁴ <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/internet-abone-sayilari> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011

¹⁵ <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/2010-yili-hanehalki-bilisim-teknolojileri-kullanim-arastirmasi-sonuclari> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

¹⁶ <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/2009-yili-hanehalki-bilisim-teknolojileri-kullanim-arastirmasi-sonuclari> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

blog yazmak oldukça yeni bir etkinliktir. Araştırmaya katılanların %54'ünün sadece 1 blogu varken, diğerlerinin birden fazla blogu bulunmaktadır. Örneğin %7 oranında 5 ve üzeri bloga sahip olan katılımcı söz konusudur. Bloga eklenen günlük ortalama yazı sayısı 1 ve 1 adetten az yazı %71 ile çoğunluktadır. Başkalarının bloglarını okumak için günlük ayrılan süre, %20 için 30 dakikadan az; %36 için 30 dakika-1 saat arasındadır. Gün içerisinde TV ve gazeteye ayrılan süre blogcuların büyük kısmı için 2 saatten azdır, oran %70'dir. Ankete katılan blogcular için bloglarda yayınlanan bilgiler ve içerik güvenlidir, bu bilgiye ilişkin oran %85'dir, buna karşın geleneksel medyaya duyulan güven %37 oranında kalmıştır. Blogcuların kullandıkları blog sağlayıcıları ise çoğunluk sırasıyla Wordpress ve Blogspot'dur (Bayraktutan Sütçü, 2010: 114-115).

Türkiye'de blog yazmanın ve okumanın ne derece yaygın olduğu sorusunun cevabı, geniş kitlelerce takip edilmeye başlanan birçok popüler blog yazarının ortaya çıkmasıyla, 2010 yılında, Okuyan Us Yayınevi editörü Cem Mumcu tarafından seçilen popüler blog yazarlarının Dizüstü Edebiyat Dizisi adı altında kitaplarının çıkarılmasına karar verilmesiyle kısmen yanıt bulmuştur. Serinin ilk kitabı 2010 yılının Haziran ayında takma adıyla PuCCa'nın yazdığı *Küçük Aptalın Büyük Dünyası Pucca Günlük* olmuştur. Seriyi iki ay sonra Ağustos'ta yayınlanan yine takma adıyla Sami Hazinses'in *Piç Güveysinden Hallice* kitabı izlemiştir. Eylül ayında Onur Gökşen'in *Bizim de Renkli Televizyonumuz Vardı* adlı kitabı ve en son 2011'in Ocak ayında, takma adıyla Pink Freud'un *Sorun Bende Değil, Sende* kitabı yine Dizüstü Edebiyat Dizisi dâhilinde piyasaya çıkarılmıştır. Çıkan kitaplar çok satılmış ve kısa zamanda kitabevlerinde çok satanlar bölümünde sergilenmeye başlanmıştır (Şekil 1). Bununla birlikte serinin sona ermediği yeni blog yazarlarının yeni kitaplarının da çıkacağı belirtilmiştir. 2008 yılında ilki düzenlenen Blog Ödülleri (BÖ!) ve 2010'da ilki düzenlenen Altın Klavye Blog Ödülleri de Türkiye'de blog kullanımının dünyada olduğu gibi oldukça yaygın olduğunun bir göstergesi sayılabilir. Her iki etkinlikte de blog yazarlarının yarışmaya başvurması ve yarışmaya katılan yazarların halk oylamasıyla seçilmesinin sağlandığı bir sistem kurulmuştur. Bloglar için belli kategoriler belirlenmiş ve bloglar kendilerine uygun kategori içinde değerlendirilmiştir. Kategori birincilerine çeşitli ödüller verilmiş, böylece Türkiye'deki başarılı blog yazarları ödüllendirilmesi sağlanmıştır.

Şekil 1. Popüler Blogcuların Okuyan Us Yayınevi'nden Çıkan Kitapları¹⁷



1.2.4.1 Türkiye'deki Yasal Düzenlemeler

Dünyada İnternetin filtrelenmesi konusunda çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Bazı ülkeler çeşitli gerekçelerle ve herhangi bir hukuki değerlendirmeye ihtiyaç duymaksızın bütün ülke İnternet trafik çıkışı üzerinden kapsamlı, sansür anlamına gelen İnternet filtrelemesi yapmaktadır. Avrupa devletleri ise genelde daha çok belirli suçlar çerçevesinde engelleme ve filtreleme işlemi gerçekleştirmekte ya da İnternet konusunda özel bir kanunla düzenleme yapmaktan ziyade günlük hayatta suç olan İnternette de suçtur ilkesiyle hareket ederek İnternet ortamında işlenen suçlarla mücadele etmeye çalışmaktadır.¹⁸ Türkiye'de ise İnternet içerik düzenlemesi 2007 yılında kabul edilen 5651 sayılı yasayla düzenlenmiş, yasanın amaç ve kapsamı ise “içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir¹⁹” şeklinde belirtilmiştir. Bu yasa kapsamında(Madde 8) intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma, sağlık için tehlikeli madde temini, müstehcenlik, fuhuş, kumar oynanması için yer ve imkân sağlama ve 25 Temmuz 1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk

¹⁷ Pucca, 2010. *Küçük Aptalın Büyük Dünyası*. Okuyan Us Yayınları, İstanbul.

Hazinses S., 2010. *Piç Güveysinden Hallice*. Okuyan Us Yayınları, İstanbul.

Gökşen O., 2010. *Bizim de Renkli Televizyonumuz Vardı*. Okuyan Us Yayınları, İstanbul.

Freud, P., 2010. *Sorun Bende Değil, Sende*. Okuyan Us Yayınları, İstanbul.

¹⁸ <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/türkiye'de-internet-içerik-düzenlemesi> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

¹⁹ <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5651.html> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçları oluşturduğu hususunda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınların erişiminin engellenmesine karar verileceği belirtilmiştir.

Bu yasa kapsamında Google'ın sahibi olduğu video paylaşım sitesi YouTube, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ü aşağılayan videolar nedeniyle Mayıs 2008'de erişime kapatılmış, 2 yıldan fazla bir süre yasaklı kaldıktan sonra Mayıs 2010'da yeniden erişilebilir bir konuma ulaşmıştır. Haziran 2010'da ise Türkiye Telekomünikasyon ve Bilişim Üst Kurulu (TİB) İnternet hizmeti sağlayıcılarından YouTube bağlantılı IP adreslerini²⁰ bloke etmesini istemiştir. Bu bağlamda Google Analytics, Google AdWords ve Google Docs gibi belirli Google hizmetleri de dondurulmuştur. Erişime engellenmiş web sitelerinin listesini oluşturmak için açılmış olan engelliweb.com sitesinde yayınlanan bilgilere göre, yasaklanan YouTube video paylaşım sitesi dışında içlerinde FFFound (bir çeşit görüntü bankası), Grooveshark (İnternet radyosu) gibi sitelerinde bulunduğu tam 9151 web sitesi erişime engellidir.²¹ Haziran 2010'da Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Örgütü (AGİT), 5000'in üzerinde sitenin son iki yıl içinde kapatıldığı yönünde tahminde bulunmuştur. 2009 yılında ise, söz konusu rakamın keyfi veya siyasi nedenlerden dolayı 3700 civarında olduğu tahmin edilmektedir.²²

2000 yılından beri Türkiye'de hizmet veren dijital yayın platformu Digturk, kendisine bağlı kanallarda yayınlanan maçların ücretsiz izlenmesine imkan sağlayan Blogspot.com'u Diyarbakır 5. Asliye Ceza Mahkemesi'ne başvurarak, mahkemede alınan kararla 1 Mart 2011 tarihinde kapattırmıştır. Google'ın bir hizmeti olan Blogspot'un kapanmasıyla beraber Google web sitesine erişimde sorun yaşanması, Google Analytics, Google Maps gibi Google uygulamalarını kullanan portal veya web sitelerinde erişimlerin yavaşlaması, Google Toolbar yüklü bilgisayarlarda bazı sitelere yavaş erişme, Web siteleri dâhilinde 'google search' kullanan alan adlarına erişimde yavaşlama ve şirketlere ait Google uygulamalarıyla entegre ya da Google Search'a dayalı bir takım uygulamaların bu erişim kısıtlamasından etkilenmesi gibi sorunların da yaşandığı kapatılma kararı

²⁰İnternet'te her bilgisayarın bir IP (İnternet Protokol) adresi vardır. Tipik bir IP adresi, noktalarla ayrılan dört rakamdan oluşur; örneğin, 212.156.4.20. Bir bilgisayarın IP adresi varsa, İnternet üzerindeki tüm bilgisayarlar bu adresi kolayca bulur. Yani bir sitenin IP adresini biliniyorsa, Web tarayıcısına (İnternet Explorer, Mozilla Firefox, Safari gibi) bu adres yazılarak da o web sayfasına ulaşılabilir. Ancak bu rakamları akılda tutmak zor olduğundan her bir IP adresine karşılık gelen alan adları (*domain name*) verilmiştir.

²¹ <http://engelliweb.com/> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

²²Reporters Without Borders'ın <http://en.rsf.org/surveillance-turkey.39758.html> adresinde yayınlanan Türkiye raporundan A. Yıldırım'ın çevirisiyle, <http://yenimedya.wordpress.com/2011/03/15/sinir-tanimiyan-gazeteciler-2011-raporundanturkiye-gozetim-altinda/#comments> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011

Türkiye’de Blogspot blog sağlayıcısını kullanan blogcular tarafından protesto edilmiştir. Bu kapsamda karara itiraz eden bazı blogcular mahkemeye başvururken, İnternet ortamında da Blogspot’un kapatılmasına karşı çıkanlar *Bloguma Dokunma* kampanyası başlatmış, sosyal paylaşım ağlarında konu hakkında metin ve görüntüler paylaşmışlardır. Bu tezin araştırma evrenini oluşturan Tumblr blog sağlayıcısı kullanıcıları tarafından da protesto edilen kapatılma kararıyla ilgili, Tumblr blogcularının paylaştığı gönderilerden bazıları şu şekildedir:

- <http://kedipikolata.tumblr.com> 1 Mart 2011 tarihli gönderi:



Bloguma dokunma [Facebook grubu](#)

Twitter’den #blogumadokunma yazarak grubu ve katılımı desteklersiniz...”

- <http://lolaangieblack.tumblr.com> 6 Mart 2011 tarihli gönderi:

“Bloguma Dokunma

Bir ülkenin internet deneyimi ve tarihinin sansürlerle anılması çok trajikomik bir durumdur. İnternetin özü olan birey haklarının ve bireysel özgürlüklerin kısıtlanması, sosyal medya dünyasının özüne tamamen aykırıdır.

Bizler; Türkiye’nin dört bir yanından profesyonel veya amatör olarak blog tutanlar, internette günlük yaşantılarını ve birikimlerini ve deneyimlerini diğer insanlarla paylaşma hevesiyle tutuşan herkes, gelişmeleri endişe içinde izlemekteyiz...

...Digiturk, Google ve Türkiye Cumhuriyeti devletini artık bu sansür ayıbına karşı duyarlı olmaya, tüm sansür karşıtı internet kullanıcılarını bu harekete katılmaya ve tüm basın mensuplarını ifade özgürlüğüne destek vermeye davet ediyoruz.

Tüm Blogger'lar adına,

Bloguma Dokunma”

Yaklaşık iki haftalık bir yasaklama sürecinin akabinde 15 Mart 2011 tarihinde ücretsiz blog sağlayıcısı Blogspot'un erişime engellenmesi kararını veren aynı mahkeme Blogspot yasağını kaldırmıştır. Karar sonrası 2-3 gün içinde siteye erişim açılmıştır.

Türkiye'de uygulanan İnternet sansürlerinin kaldırılmasına yönelik olarak, iç hukuk yollarının tükendiği gerekçesiyle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'ne de Alternatif Bilişim Derneği aracılığıyla Ahmet Yıldırım tarafından Google Sites'in kapatılması ve Yaman Akdeniz tarafından Last.Fm'in (İnternet Radyosu) engellenmesi ile ilgili başvuru yapılmıştır. Başvuruyu AİHM incelemeye almış ve 31 Ocak 2011 tarihinde taraf ülke Türkiye'ye bu iki başvuruyu birleştirerek incelemeye aldığı bildirmiştir. 16 Şubat 2011 tarihinde de iki başvurunun özetini ve hükümete yönlendirilen soruları mahkemenin web sitesinden yayınlayan Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin kararının yaklaşık 10 bine yakın erişime kapalı web sitesi açısından emsal olacağı belirtilmektedir.²³

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) 2011 Şubat ayı sonunda “Güvenli İnternet” yönetmeliğini yayınlamıştır. Tüketici hakları yönetmeliğine dayandırılarak çıkartılan bu yönetmeliğe göre tüm İnternet aboneleri, içeriği BTK tarafından belirlenen 4 profille sınırlandırılarak İnternet üzerinden kapsamlı bir sansür yapısı kurulmaktadır. BTK'nın belirlediğini profiller; hâlihazırda geçerli olan kısıtlamaların bulunduğu standart profil, BTK tarafından hazırlanan beyaz liste dışına çıkılamayacak olan çocuk profili, mevcut yasaklara ek BTK tarafından getirilen kısıtlamaların olacağı aile profili ve açık tanımın olmadığı, BTK'nın yurtiçi olarak kabul ettiği ve doğal olarak zararsız bulunduğu içerikle sınırlı olan yurtiçi profilidir. BTK'nın söz konusu yönetmeliğin 22 Ağustos 2011 tarihinde yürürlüğe gireceğini açıklamasının ardından 15 Mayıs 2011 tarihinde Türkiye'nin

²³ <http://yenimedya.wordpress.com/2011/03/09/turkiyede-internet-yasaklari-aihm-de/> Erişim Tarihi: 04 Mayıs 2011.

<http://privacy.cyber-rights.org.tr/?p=1336> Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2011.

15 ilinde (İstanbul, Ankara, Bursa, Eskişehir, İzmir, Çanakkale, Kocaeli, Kırklareli, Mersin, Adana, Antalya, Kütahya, Konya, Denizli Elazığ, Kayseri, Isparta, Gaziantep, Afyon, Malatya, Hatay ve Giresun) eylemler yapılmış, eylemler için yapılan çağrılar toplumsal paylaşım ağları ve eylem adına açılan web sayfaları (www.sansurekarsi.com, www.yasaklamakyasaktir.com) aracılığıyla duyurulmuştur.²⁴ Yapılan eylemler birçok ilde oldukça yüksek bir katılımı gerçekleştirmiş olmasına rağmen geleneksel medyada gerekli ilgiyi görmemiştir.

Birleşmiş Milletler, son dönemde ortaya çıkan Wikileaks²⁵ belgeleri daha sonra Arap dünyasında yaşanan politik hareketlenmeye²⁶ toplumsal paylaşım ağı Facebook'un neden olduğu düşüncesi pek çok hükümetin İnternet'e bakışını olumsuz yönde etkilemesinin ardından, 3 Haziran 2011 tarihinde yayınladığı bir raporda İnternet erişimini bir insan hakkı olarak tanımlamış ve politikacıların bunu sağlamakla yükümlü olduklarını belirtmiştir. Raporun yazarı Frank La Rue, İnternet'in diğer insan haklarını da destekleyen bir araç haline geldiğini raporun şu bölümünde açıklamıştır²⁷:

“İnternetin benzersiz ve dönüştürücü doğası, sadece bireylere fikri ve ifade özgürlüğünü sağlamakla kalmıyor, yanısıra toplumun bir bütün olarak gelişmesini sağlayacak, diğer insan haklarını da destekliyor. İnternet bir dizi insan haklarını destekleyen, gelişmeleri hızlandıran önemli bir araç haline geldi. Bu nedenle internete global erişimi sağlamak bütün devletlerin en önemli önceliği olmalıdır.

Bu nedenle her devlet, internetin, uygun fiyatlarla, geniş bir şekilde var olmasını, kullanımını temin edecek anlamlı ve güçlü bir yasal ortamı geliştirmelidir.”

21 Haziran 2011 tarihinde ise yaklaşık 50 *Ekşi Sözlük* yazarının bazı dini konulu başlıklar ve bu başlıklar altında paylaşılan gönderiler nedeniyle İstanbul polisi tarafından

²⁴ <http://yenimedya.wordpress.com/2011/05/10/15-mayisda-ozgur-ve-sansursuz-internet-icin/> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

²⁵ İsveç merkezli uluslararası bir organizasyon olan Wikileaks, 29 Kasım 2010 tarihinde hükümetlerin ve diğer bazı organizasyonların hassas ve gizli belgelerini yayınlamasıyla büyük ses getirdi.

²⁶ İlk olarak 17 Aralık 2010 tarihinde Tunus'ta genç bir seyyar satıcının, zabitanın mallarına el koyması üzerine kendini yakmasıyla Tunus'ta yaşanan hayat pahalılığı ve işsizliğe karşı başlayan ayaklanmalar daha sonra Ürdün, Mısır, Yemen, Suriye ve Libya'ya da sıçramıştır.

²⁷ <http://yenimedya.wordpress.com/2011/06/21/bm-tarafindan-internet-erisimi-temel-insan-hakki-olarak-tanimladi/> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

ifadeye çağrıldığı ortaya çıkmıştır. Konuyla ilgili olarak ifadeye çağırılan yazarlar polislerin kendilerini adsl²⁸ kayıtları üzerinden bulduklarını belirtmişlerdir.²⁹ Yaşanan olay üzerine *Ekşi Sözlük* yazarları yine *Ekşi Sözlük* ortamında “Ekşi Sözlük’ün polise yazar bilgilerini vermesi” başlığı altında, kişisel bilgilerinin verip verilmediğini, verildiyse nasıl tepki göstereceklerini tartıştı. Ayrıca *Ekşi Sözlük*’te 21 Haziran günü Hz. Muhammed başlığı altına birçok gönderi girildi ve bir tür sivil itaatsizlik ya da boyun eğmeme hareketi gelişti.³⁰

²⁸ Bakımsız Sayısal Abone Hattı (*Asymmetric Digital Subscriber Line*), günümüzde İnternet bağlantısı için en çok kullanılan bağlantı tekniğidir. (*Wikipedia*, Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011).

²⁹ <http://www.ntvmsnbc.com/id/25225280/> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

³⁰ <http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/130890-eksi-sozluk-yazarlari-ifadeye-cagildi> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

2 BİR MICROBLOGGING SAĞLAYICISI: TUMBLR

Bu bölümde tezin araştırma evrenini oluşturan Tumblr blog sağlayıcısı ayrıntılarıyla ele alınacaktır. Öncelikle *microblogging* kavramı tartışılacak, bununla birlikte Tumblr blog sağlayıcısının tarihçesi anlatılacaktır. Tumblr blog sağlayıcısının özellikleri ise ekran görüntüleriyle desteklenerek açıklanacak, Tumblr blog sağlayıcısının diğer blog sağlayıcılarıyla olan benzerlikleri ve farklılıkları çeşitli karşılaştırmalar yapılarak ortaya koyulacaktır.

2.1 TUMBLR BLOG SAĞLAYICISI VE TUMBLR'IN TARİHÇESİ

Tumblr, 2007 yılında Mark Arment'in baş web geliştiricisi olduğu bir ekiple David Karp tarafından New York'ta kurulmuş bir microblogging platformudur³¹. Kullanıcılarının metin, ses, video, bağlantı ve alıntılar paylaşmasına olanak veren Tumblr blog sağlayıcısının bir microblogging platformu olarak adlandırılmasının nedeni kullanıcıların, standart bloglara nazaran daha kısa metinler paylaşmasıdır.

Microblogging, bloggingle aynı forma sahip olan bir yayın ortamıdır. Microbloglar diğer bloglardan, içeriklerinin hem boyut hem de nitelik olarak küçük olmasıyla ayrılırlar.³² Kullanıcılar standart bloglarda olduğu gibi birçok paragraf içeren metinler yerine kısa ve öz birkaç cümlecik paylaşırlar. Microblogların ilk örnekleri tumbleloglardır.

³¹ <http://www.observer.com/2008/would-you-take-tumblr-man> Erişim Tarihi: 08 Nisan 2011

³² *Wikipedia*, Erişim Tarihi: 08 Nisan 2011.

Bunlar 2005 yılında kullanılmaya başlanmış ve blogging pratiğinin daha hızlı ve kısa hali olarak nitelendirilmişlerdir. 2006 ve 2007 yılında ise en çok bilinen microblogging platformları Twitter (2006) ve bu çalışmanın araştırma evrenini oluşturan Tumblr (2007) kurulmuştur. Ancak, Twitter’da kullanıcıların 140 karakteri geçmeyen metinler üretmesi gerekirken, Tumblr’da herhangi bir karakter ve içerik türü sınırlaması yoktur. Dolayısıyla kullanıcılar Tumblr ortamında içerik üretiminde bir karakter ve içerik sınırlaması olmadan yazma ve Tumblr bloglarını diledikleri formatta kullanabilme olanağına sahiptirler. Kullanıcılar Tumblr blog ortamında, standart bloglarda olduğu gibi görüntü, bağlantı, ses ve uzun metinler de paylaşabilirler. Bu çalışmada Tumblr ortamının Tumblr microblogging platformu değil de Tumblr blog sağlayıcısı olarak adlandırılmasının nedeni de budur.

2007 yılında Tumblr blog sağlayıcısının kurulmasıyla diğer farklı blog sağlayıcılarında faaliyet gösteren birçok blog yazarı Tumblr blog ortamına geçiş yapmıştır. Kullanıcı sayısı hızla artan Tumblr blog sağlayıcısının 2009 yılında, akıllı telefon (*smart phone*) olarak kabul edilen mobil cihaz iPhone için Tumblr iPhone uygulaması, 2010 yılında da Blackberry mobil cihazı için Tumblr Blackberry uygulaması çıkarılmıştır. Kullanıcıların telefonlarından da Tumblr bloglarına erişebilmelerine olanak sağlayan bu uygulamalar, Tumblr’ın birçok kişi tarafından blog sağlayıcısı olarak seçilmesini sağlamıştır. 2009 yılının Ocak ayında, ayda bir yayınlanan bilgisayar dergisi PC World tarafından, Amerika Birleşik Devletleri başkanı Barack Obama’nın en çok kullandığı 5 teknolojik araç arasında olduğu belirtilmiştir.³³ Tumblr’ın kısa sürede başarılı olması 2009 yılının Ağustos ayında Tumblr CEO’su David Karp’ın dünyaca ünlü *Business Week*³⁴ dergisi tarafından 2009 yılının en iyi teknoloji girişimcisi seçilmesini sağlamıştır.³⁵ Çevrimiçi ölçüm ve istatistikler yapan Amerikan Nielsen Online şirketinin çevrimiçi trafiği ölçümlendiği araştırmasının verileri, kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşan Tumblr’ın kullanıcı muhafaza etme oranının (*retention rate*) %85 olduğunu ortaya çıkarmıştır.³⁶ Yine aynı araştırma Tumblr’a göre daha popüler olan Twitter’ın kullanıcı muhafaza etme oranının ise %40 olduğunu belirtmiştir. Buna göre Twitter kullanıcılarının %60’ı

³³ http://www.pcworld.com/article/157961/obamas_top_5_tech_tools.html Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011

³⁴ *Business Week*, asıl adı *Bloomberg Businessweek* ilk olarak 1929’da yayınlanmış, dünyaca ünlü haftalık Amerikan iş ve ekonomi dergisidir.

³⁵ http://images.businessweek.com/ss/09/04/0421_best_young_entrepreneurs/11.htm Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011.

³⁶ <http://www.reuters.com/article/2009/04/29/us-twitter-idUSTRE53S1A720090429> Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011.

kaydolduktan 1 ay sonra hesaplarını kapatıp Twitter kullanmayı bırakırken Tumblr kullanıcıları çok daha sadık bir kullanıcı profili yansıtmaktadır.

İnternette alınan verilerle, web sitelerinin trafiği, arama istatistikleri ve kullanıcı demografisi gibi konularda bilgiler sağlayan Alexa şirketinin web sayfasında, tüm dünyada ziyaretçi trafiği en yoğun olan ilk 500 web sitesinin listesi düzenli olarak güncellenerek yayınlanmaktadır. Bu listeye göre Tumblr blog sağlayıcısı tüm dünyada 53. sıradayken, Amerika Birleşik Devletleri'nde 25. sıradadır. Yine Alexa.com'daki verilere göre Tumblr blog sağlayıcısının Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ilk 500 web sitesi listesindeki sırası ise 114'tür. Tumblr gibi blog sağlayıcıları olan Blogger, Blogcu ve Wordpress'de ilk 125 web sitesinin içindedir.³⁷ Ayrıca Tumblr, Türkiye'den kullanıcılarının artmasıyla, 2011 yılının Mayıs ayında İngilizce, Almanca, İtalyanca, Fransızca ve Japonca'nın bulunduğu dil seçenekleri arasına Türkçeyi de eklemiştir.

2.2 TUMBLR BLOG SAĞLAYICISININ ÖZELLİKLERİ

Tumblr blog sağlayıcısı kısa sürede dikkat çekici ve kullanıcı dostu arayüzü ile gerek yeni başlayan blogcular gerek tecrübeli blogcular için tercih sebebi olmuştur. "The easiest way to blog" sloganıyla paralel bir blog deneyimi sunan Tumblr blog sağlayıcısında kayıtlı blog sayısı 15 Nisan 2011 tarihi itibarıyla 16.822.978'e ulaşmıştır. Bu bilgi Tumblr'nun web sitesinde her an güncellenerek sunulmakta, bununla birlikte Tumblr kullanıcılarının girdikleri günlük gönderi sayısı ve girilen toplam gönderi sayısı da güncellenerek paylaşılmaktadır (Şekil 2).

³⁷ <http://www.alexacom/topsites/countries/TR> Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2011.

Tumblr'ın kısa sürede yaygın olarak kullanılmaya başlamasında blog sağlayıcısının sahip olduğu birçok özelliğın payı büyüktür. Tumblr blog sağlayıcısı bir blog sağlayıcısında olması gereken genel özelliklerin yanı sıra diğerklerinde bulunmayan ve Tumblr'a özgü olan bazı özelliklere de sahiptir. Araştırma evreninin yeterince açık ve anlaşılır olabilmesi için tüm bu özellikler aşağıda ayrı ayrı başlıklar altında ve ekran görüntüleriyle desteklenerek incelenecektir.

Şekil 2. Tumblr Blog Sağlayıcısının Web Sayfasında Yayınlanan İstatistiklerin Ekran Görüntüsü



2.2.1 Profil Oluşturma ve Tema Seçenekleri

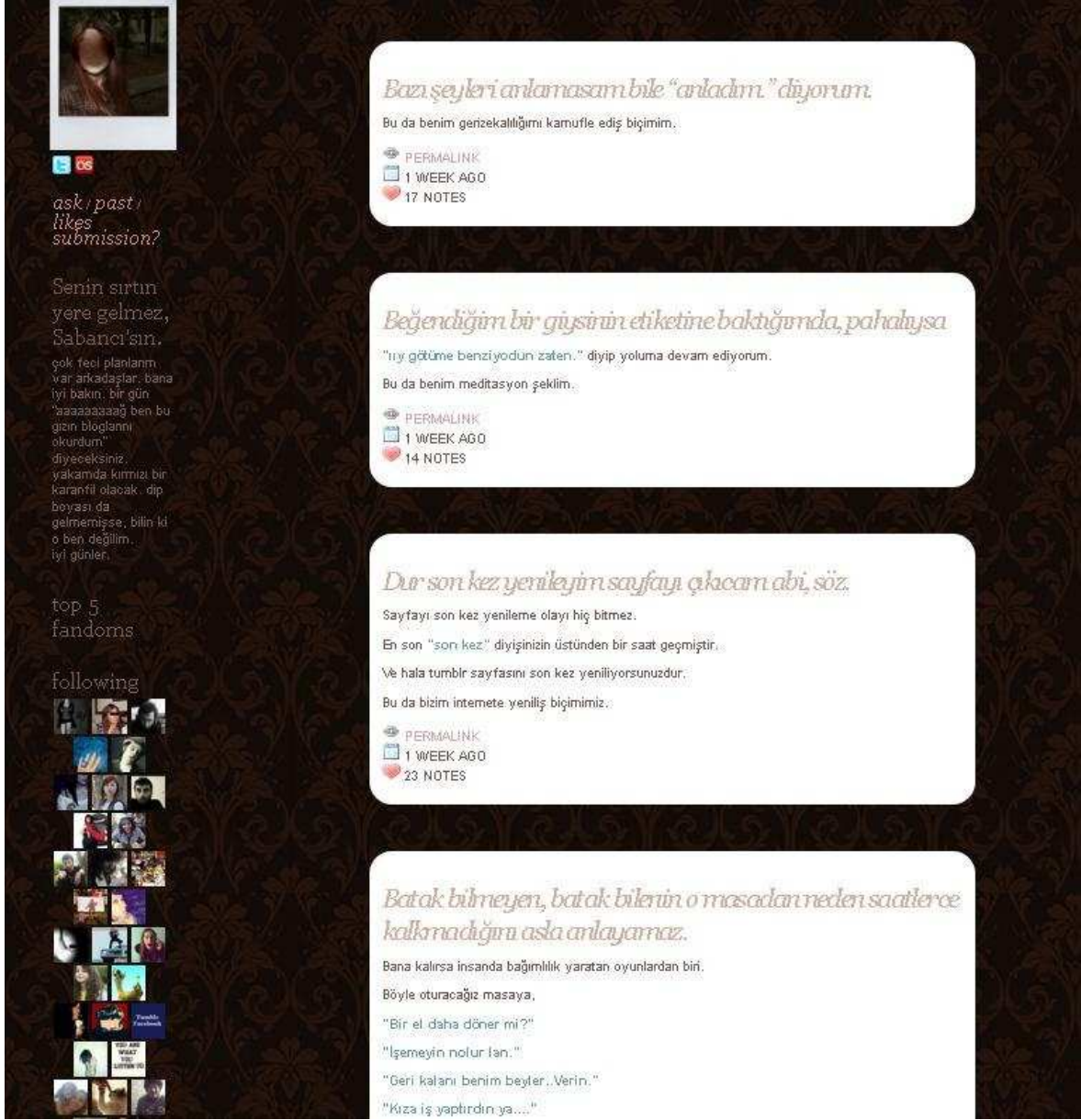
Birçok blog sağlayıcısının aksine Tumblr blog sağlayıcısında bir hesap açıp blog sahibi olmak oldukça kolaydır ve kısa sürede gerçekleştirilebilir. Bir blog hesabı açabilmek için kullanıcının öncelikle geçerli bir mail adresine sahip olması gereklidir. Kullanıcı bu mail adresiyle birlikte oluşturduğu bir şifre ve blogunun sahip olmasını istediği alan adıyla Tumblr blog sağlayıcısına oldukça kısa bir sürede kayıt olabilir (Şekil.3). Tumblr blog sağlayıcısına kayıt olurken kullanıcıdan kişisel bilgilerinin girilmesinin istendiği herhangi bir form yoktur. Dolayısıyla kullanıcı mail adresi dışında hiçbir bilgisini vermeyerek de hesap açabilir. Google'ın bir hizmeti olan ve yaygın olarak kullanılan Blogger blog sağlayıcısında ise kullanıcılar cinsiyet, doğum tarihi, yer, meslek ve hobiler gibi unsurların belirtildiği bir form doldururlar. Bu form blog sayfalarında "kullanıcının profili" bağlantısı

verilerek bir başka web sayfasında görüntülenebilir. Dolayısıyla blogcunun blog sayfası haricinde bir de kendi profilinin bir web sayfası olur. Ancak Tumblr blog sağlayıcısında böyle bir uygulama yoktur. Kullanıcılar sadece blog sayfalarında görüntülenecek bir açıklama (*description*) bölümü yazarlar. Burada blogcu kendisiyle ilgili kişisel bilgileri paylaşabildiği gibi blogunun ne hakkında olduğuyla ilgili özet bir bilgi de paylaşabilir.

Şekil 3. Tumblr Blog Sağlayıcısı Kayıt Sayfasının Ekran Görüntüsü



Şekil 4. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü³⁸



³⁸ Örnek olarak gösterilen blog araştırma kapsamına dâhil olmasına rağmen, blogcunun profil fotoğrafı etik kurallar çerçevesinde flulaştırılmıştır.

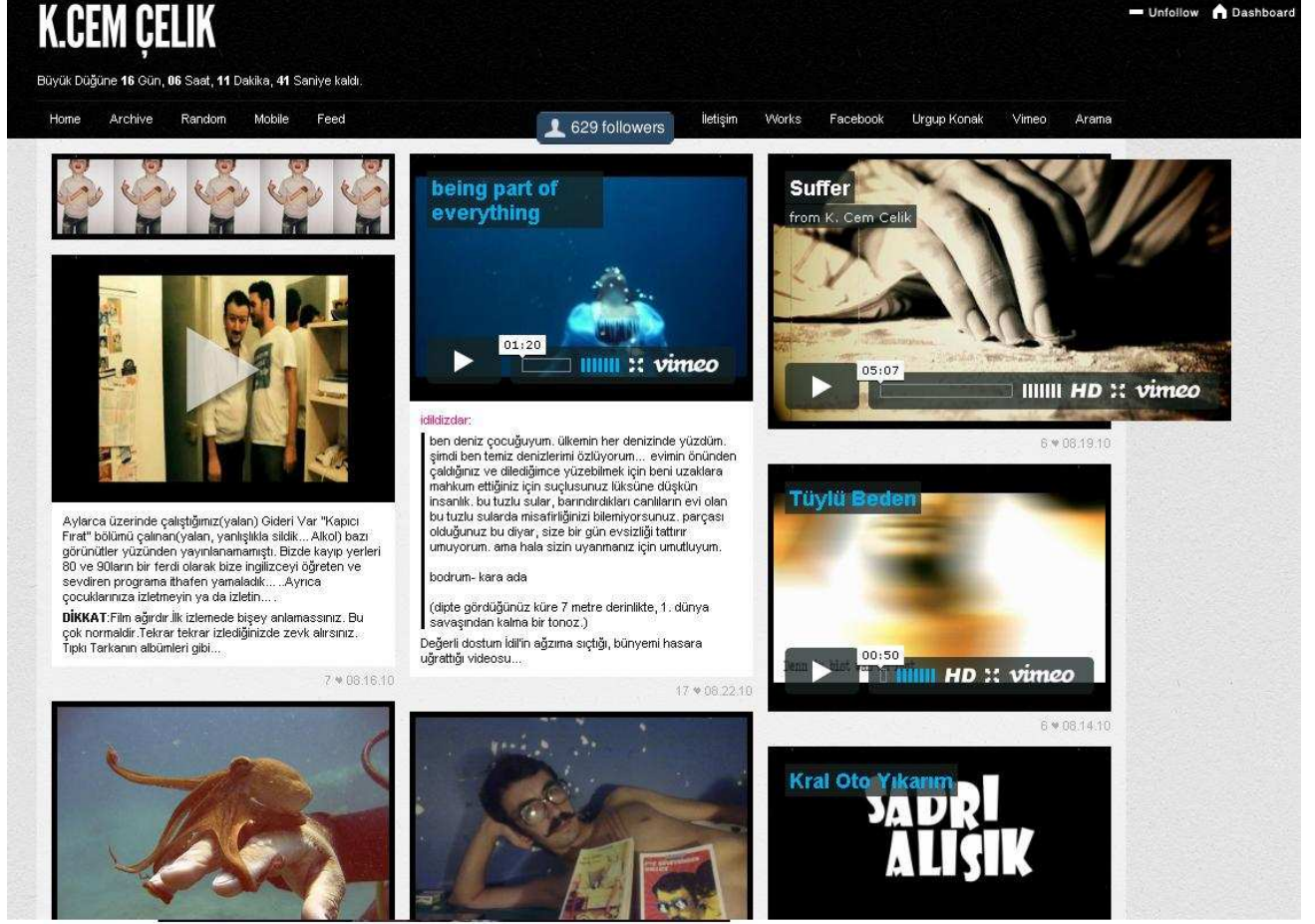
<http://hemoghlobin.tumblr.com/> Erişim Tarihi: 07 Kasım 2010.

Şekil 5. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü³⁹



³⁹ <http://miscuit.tumblr.com> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

Şekil 6. Bir Tumblr Blogun Ekran Görüntüsü⁴⁰



Tumblr'a kayıt olan kullanıcıların blogları başlangıçta standart bir temaya⁴¹ sahiptir. Ancak kullanıcılar bloglarının temalarını değiştirebilme imkanına sahiptir. Tumblr blog sağlayıcısı kullanıcıları için yine Tumblr kullanıcıları ve web geliştiricileri tarafından oluşturulmuş yüzlerce ücretsiz tema sunmaktadır (Şekil 7). Kullanıcı bu temalar arasından dilediğini seçerek blogunun görüntüsünü değiştirebilir. Tumblr ücretsiz temaların yanı sıra, ücretli bazı temalar da sunmaktadır. Bu temalar için ödenen ücret Tumblr blog sağlayıcısına değil, temanın yaratıcısına aktarılmaktadır. Mevcut tema seçenekleri haricinde, kullanıcı, blogunun daha özgün bir görüntüsü olmasını isterse, kendi temasını kendisi de yaratabilir. Ancak kullanıcının bir tema oluşturabilmesi için HTML yazılım dilini bilmesi ve kullanabilmesi gereklidir. Ayrıca HTML kod yazımını bilen bir kullanıcı mevcut temalar üzerinde dilediği değişikliği yapabilmektedir.

⁴⁰ <http://kcemcelik.tumblr.com/> Erişim Tarihi: 26 Ağustos 2010.

⁴¹ Tema, herhangi bir web sayfasının ya da program arayüzünün, tasarımı, renkleri ve yazı tipinin bir bütün olarak tümüne verilen addır.

Şekil 7. Tumblr Blog Sağlayıcısının Tumblr Bloglar İçin Sunduğu Temaların Web Sayfasının Ekran Görüntüsü



2.2.2 Gönderi Sistemi

Gönderi (*post*), bloglarda kullanıcıların yayınladığı her bir girişe verilen addır. Gönderi kavramının yerine ileti kullanılmamasının sebebi ise gönderiyi sanal uzamda paylaşılan diğer iletilerden ayırma gereksinimidir. Yayınlanan gönderiler, kullanıcıların bloglarında yayımlandığı tarih belirtilerek, ters kronolojik sırayla yani en yeni gönderinin en başta olacağı şekilde yayınlanır. Tumblr blog sağlayıcısı kullanıcılarının metin, ses, görüntü, alıntı ve bağlantı türünde gönderiler yayınlamasına imkan vermektedir. Kullanıcılar isterlerse bu beş türün hepsini bir gönderide de birleştirebilirler. Günlük

gönderi girişinde hiçbir kısıtlama olmamasıyla beraber kullanıcılar diledikleri sıklıkta ve diledikleri uzunlukta gönderiler yayınlatabilirler. Ancak Tumblr blog sağlayıcısında kullanıcılar günlük olarak yalnızca 1 adet ses dosyası paylaşabilmektedirler. Bu uygulamanın nedeni tam olarak bilinmemekle beraber, milyonlarca blog hesabına ev sahipliği yapan Tumblr'ın, sunucularının yavaşlamaması ve daha iyi hizmet vermesi açısından böyle bir kısıtlama getirdiği düşünülebilir.

Her bir gönderi bir başlığa sahiptir. Ancak kullanıcı dilerse başlık kullanmayabilir. Başlık kullanılan gönderilerin blogun arama motorlarında bulunabilirliğini arttırdığı bilinmektedir. Dolayısıyla blogunun daha çok ziyaret edilmesini isteyen bir blogcunun gönderilerine, gönderinin içeriğine uygun başlık girmesi tavsiye edilir. Ayrıca her bir gönderi için anahtar kelime girişi bulunmaktadır. Kullanıcı dilerse gönderinin içeriğine uygun olan anahtar kelimeleri girebilir. Yine bu uygulama da anahtar kelimeler aracılığıyla arama motorlarından bloga ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Tumblr blog sağlayıcısında diğer blog sağlayıcılarında yaygın olmayan taslak gönderi uygulaması bulunmaktadır. Bu uygulama sayesinde blogcu yazmayı bitirmediği gönderisini başka bir zaman yazmaya devam etmek amacıyla taslak olarak kaydedebilir. Bu uygulamanın bir benzeri e-posta servislerinde de bulunmaktadır. Buna benzer olarak Tumblr blog sağlayıcısında kullanıcı yazmayı bitirdiği ancak o an yayınlamak istemediği gönderisini yayınlanmasını istediği tarih ve saati belirleyerek kaydedebilir. Söz konusu gönderi belirlenen tarih ve saatte otomatik olarak yayınlanır. Bu uygulama sayesinde aynı anda birçok gönderi üreten blogcu, internet bağlantısı olmadığı zamanlarda bile önceden yazıp kaydettiği gönderilerin düzenli bir şekilde yayınlanmasını sağlayabilir. Bu şekilde blog yazma pratiği kolaylaştırılmış ve daha konforlu hale getirilmiştir.

Tumblr blog sağlayıcısında, kullanıcılar, Facebook ve Twitter hesapları varsa, Tumblr bloglarına yazdıkları gönderilerin otomatik olarak Facebook ve Twitter sayfalarında da yayınlanmasını sağlayabilirler. Bu uygulamada Facebook ve Twitter Tumblr'ın RSS'leriyle⁴² beslenir ve Tumblr'da yayınlanan bir gönderi otomatik olarak

⁴² RSS (*Really Simple Syndication*), genellikle haber sağlayıcıları, bloglar ve podcastler tarafından kullanılan, yeni eklenen içeriğin kolaylıkla takip edilmesini sağlayan özel bir XML dosya formatıdır. İnternet ortamında kullanıcılar web sayfalarının RSS'lerine abone olarak, söz konusu web sayfalarını ziyaret etmeye gerek duymadan sitenin içeriğini takip edebilir.

Facebook ve Twitter'da gönderinin permalinkinin⁴³ de bulunduğu bir ileti halinde yayınlanır. Bu uygulamayı çalıştırmak için kullanıcıların Facebook ve Twitter hesaplarını Tumblr blog sağlayıcısına tanıtmaları gereklidir. Kullanıcı seçenekler bölümünde yapılan açık ve anlaşılır yönlendirmeler doğrultusunda gerekli tanıtma işlemini kolayca gerçekleştirebilir. Bu uygulama Tumblr kullanıcılarının diğer toplumsal paylaşım ağları aracılığıyla bloglarının daha çok takip edilmesini ve ziyaretçi trafiğini arttırmasını sağlamaktadır.

2.2.3 Takip Sistemi

Tumblr blog ortamında diğer sosyal paylaşım ağlarından farklı olarak kullanıcıların bir arkadaş listesi bulunmamaktadır. Diğer blog sağlayıcılarında olduğu gibi takip sistemi arkadaş listesine değil takipçi ve takip edilenler listesine dayanmaktadır. Her blogun sağ üst köşesinde *follow* (takip et) butonu bulunmaktadır. Kullanıcılar bu butona tıklayarak söz konusu blogu takip listelerine ekleyebilir. Bir Tumblr blogunu ancak Tumblr blogu olan bir kullanıcı takip listesine ekleyebilir. Bu şekilde bir Tumblr blogun başka bir Tumblr blogunu izlemesi durumuna *iç takip*, dışarıdan gelen, Tumblr üyeliği olmayan diğer ziyaretçilere *dış takip* denebilir.

Kullanıcılar bloglarının başka bir kullanıcı tarafından takibe alındığını kontrol panellerinden (*dashboard*) takip edebilir (Şekil 8). Kullanıcı kendi takip ettiklerinin listesine kontrol panelindeki *following* bölümünden ulaşabilmekte, kendisini takip edenlerin listesine ise *followers* bölümünden görüntüleyebilmektedir. Kullanıcı, takip ettiği bir blogu herhangi bir sebepten dolayı izlemeyi bırakır ve *unfollow*⁴⁴ ederse, unfollow edilen blogcu bundan haberdar edilmez.

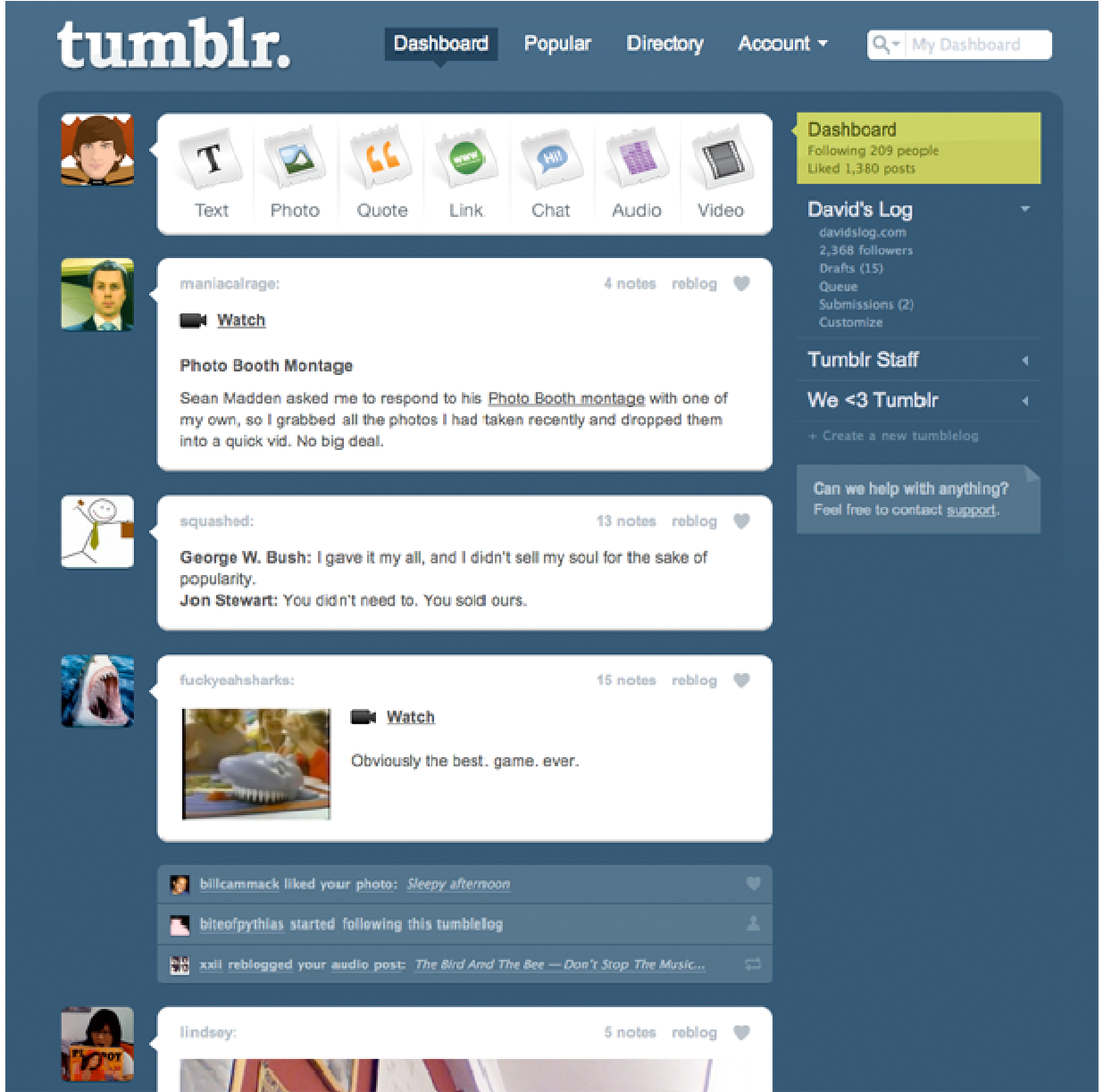
Takip edilmeye başlanan bir blogun yayınlanan gönderileri, takip eden kullanıcının kontrol panelinde ters kronolojik sırayla görüntülenir. Dolayısıyla kullanıcı, takip ettiği blogların web sayfalarına girmesine gerek olmadan güncellenen blogu kontrol panelinden takip edebilir. Bu uygulama kullanıcılara zaman kazandırmakta, takip ettikleri blogların gönderilerini bir arada aynı sayfada görebilmelerini sağlamaktadır. Kullanıcılar takip

⁴³ *Permalink (Permanent Link)*, bir blog postunun ya da bir forum girişinin sabit bağlantısıdır. Her bir permalink kendisine iliştilmiş blog postunu direkt olarak açar.

⁴⁴ *Unfollow* etmek, takip edilen bir blogun daha sonra takipçi listesinden silinmesidir. Tumblr blogcularının sıklıkla kullandığı bir söyleyiş olup, araştırmanın üçüncü bölümünde *unfollow* etmenin ve edilmenin blogcular için ne ifade ettiği ayrıntılarıyla açıklanacaktır.

etiketleri blogların gönderilerine kontrol panelleri üzerinden geri bildirim de yapabilmektedir.

Şekil 8. Tumblr Blog Ortamında Kontrol Paneline Bir Örnek⁴⁵



Tumblr blogun ziyaretçi trafiğini takip edebilmek için çeşitli programlar kullanılabilir. Bunlardan en yaygın olanı Google Analytics, araştırmaya dâhil olan blogcular arasında da kullanılmaktadır. Google Analytics, Google'ın e-posta hizmeti olan Gmail hesabıyla kayıt olunabilen, her blog için ayrı olarak belirlenen özel bir kodun

⁴⁵ Bu kontrol paneli örneği Tumblr tarafından <http://www.tumblr.com/about> adresinde örnek olarak yayınlanmış olup, araştırmaya katılan Tumblr blogcularının hiçbirine ait değildir. Erişim Tarihi: 26 Nisan 2011.

blogun HTML kodları arasına yapıştirılmasıyla çalışmaya başlayan bir programdır. Kullanıcı bu program sayesinde blogunun günlük kaç ziyaret aldığı, blogunu ziyaret eden kişilerin hangi ülkeden ve hangi şehirden olduğu, bloguna ziyaret edenin trafik kaynağının neresi olduğu, sitede geçirilen ortalama sürenin ne kadar olduğu ve hemen çıkma oranının ne olduğu gibi birçok bilgi edinebilir. Çoğu Tumblr blogun iç takipçi sayısı çok olmasına rağmen Google Analytics programının gösterdiği günlük ziyaret sayısı görece az olabilir. Bunun sebebi, Tumblr blogunun Tumblr üyesi takipçilerinin yani iç takibin kontrol paneli aracılığıyla gerçekleşmesidir. Önceden de söylenildiği gibi Tumblr kullanıcıları takip ettikleri blogların sayfalarına tek tek girme gereği duymaz ve güncellenen blogları kontrol panellerinden takip ederler. Bu da takip edilen blogların sayfalarında ziyaret olmadığından blog sayfasının ziyaretçi sayısının düşük olmasına neden olur. Yine de bunun tam tersi bir durum da söz konusu olabilir. Örneğin iç takipçi sayısı az olan bir Tumblr blogun Google Analytics'te belirtilen günlük ziyaretçi sayısı çok fazla olabilir. Bu durumda blogu, Tumblr hesabı olmamasına rağmen düzenli olarak takip eden bir dış takipçi kitlesinin olduğunu söylemek mümkündür.

Tumblr blog yazarlarından birçoğunun Facebook ve Twitter gibi diğer popüler toplumsal paylaşım ağlarında hesapları bulunmaktadır.

2.2.4 Geri Bildirim ve Yorum Sistemi

Tumblr blog ortamında kullanıcılar diğer kullanıcıların gönderilerine geri bildirimde bulunabilmektedirler. Üç çeşit geri bildirim bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kullanıcının kalp simgesi şeklindeki bağlantıya tıklayarak gönderiyi beğendiğini belirtmesidir. Tumblr hesabına sahip olmak şartıyla kullanıcılar, diğer tüm blogların gönderilerini, söz konusu blogun takip listesine eklenmesi şartı olmadan beğenebilir. Beğenilen gönderiler kullanıcının kontrol panelinde beğenilen gönderiler (*liked posts*) listesine eklenir ve istenildiği zaman bu gönderiler görüntülenebilir.

İkinci geri bildirim çeşidi gönderilere yapılan yorumlardır. Bu özellik isteğe bağlı olup, kullanıcı tarafından etkinleştirilebilir ya da iptal edilebilir. Kullanıcı dilerse kendisini takip listesine ekleyen Tumblr kullanıcılarının gönderilerine yorum yapmasına izin verebilir. İkinci seçenekte, kullanıcı, gönderilerine, kendisini en az 2 haftadır takip eden kullanıcıların yorum bırakmasına izin vererek bu özelliğe kısıtlama getirebilir. Bir başka

seçenek ise gönderilere yorum bırakılabilmesini sağlayan bu özelliğin tamamen kapatılmasıdır. Bu durumda hiçbir kullanıcı gönderiye yorum bırakamaz.

Üçünü geribildirim çeşidi *reblog*tur. Reblog, bir gönderinin esas yayıncısının haricinde başka bir kullanıcının gönderiyi olduğu gibi kendi blog sayfasında yeniden yayınlamasıdır. Kullanıcı, yeniden yayınlanan gönderiye yeni içerik ekleyebilir. Reblog yapılan gönderide asıl yayıncının kullanıcı adı otomatik olarak belirtilir. Böylece gönderinin asıl üreticisinin kim olduğu gösterilmiş olur. Kullanıcılar diğer bloglarda görüp beğendikleri gönderileri bu şekilde kendi bloglarına da aktarabilmektedir. Reblog yapılan gönderiler çoğunlukla, görüntü, ses ya da bağlantı içeren gönderilerden oluşmaktadır.

Tumblr blog sağlayıcısında, yukarıda belirtilen geribildirim çeşitlerinin dışında, diğer blog sağlayıcılarında bulunmayan blogculara soru sorma (*ask*) özelliği bulunmaktadır. Bu uygulama, blogcuların birbirlerine soru sormasına ve cevaplanan sorunun, soruyu cevaplayan blogcunun blog sayfasında yayınlanmasına imkan vermektedir. Gönderilere yapılan yorumlar gibi bu özellik de isteğe bağlı olup, kullanıcı tarafından etkinleştirilebilir ya da iptal edilebilir. İki tip soru şekli bulunmaktadır. İlkinde soru soran blogcu Tumblr kullanıcı adını belirtmekte, dolayısıyla sorunun hangi Tumblr kullanıcısı tarafından sorulduğu bilinmektedir. Bu tip soruyu Tumblr hesabı olmayan herhangi bir İnternet kullanıcısı soramaz. İkinci tip soru ise anonim sorulan sorulardır. Bu tür soruları sıklıkla Tumblr hesabı olmayan İnternet kullanıcıları sormakla birlikte, Tumblr kullanıcıları da bazı sebeplerden ötürü tercih edebilir. Blogcu anonim soruları engelleyip sadece Tumblr kimliğini belirten sorulara izin verebilir. Sorulan sorular kontrol panelindeki mesajlar (*messages*) bölümünde saklanır. Blogcu kendisine sorulan soruya cevap verirse, sorulan soru ve verilen cevap otomatik olarak cevap veren blogcunun blogunda yeni bir gönderi gibi yayınlanır.

2.3 TUMBLR BLOG SAĞLAYICISININ DİĞER BLOG SAĞLAYICILARIYLA KARŞILAŞTIRILMASI

Tumblr blog sağlayıcısı, 2007 yılında kurulmasıyla beraber diğer mevcut blog sağlayıcılarına göre hızlı, kolay ve işlevsel kullanıma sahip olması sayesinde hızlı bir şekilde, blog yazmaya yeni başlayacak olan kullanıcılar ve deneyimli blogcular arasında tercih sebebi olmuştur. Diğerlerine nazaran yeni olan bu blog sağlayıcısının kullanımının kısa bir sürede yaygınlaşmasında, Tumblr’ın sahip olduğu yüksek kişiselleştirme imkanı ve kullanım kolaylığı en önemli iki etkidir.

Araştırmaya katılan blogcularla yapılan derinlemesine görüşmelerde bir blog sağlayıcısı olarak neden Tumblr’ı seçtikleri sorusuna blogcuların cevapları, Tumblr blog sağlayıcısının diğer blog sağlayıcılarıyla karşılaştırılması doğrultusunda olmuştur. 19 yaşındaki *hemoghemlobin* Blogger ile Tumblr’ı şu şekilde karşılaştırmaktadır:

“...şöyle bir tabir var “tweet olamayacak kadar uzun blog olamayacak kadar kısa” diyolar tumblr için. Benim de yazıklarım çok uzun değil çok da kısa değil blogspota girdiğin zaman insanlar bakıyosun uzun uzun yazmışlar ben bunu yapamam dedim...”

Bu bağlamda Tumblr blog sağlayıcısı kullanıcılara uzun metinler yazmaları doğrultusunda bir baskı oluşturmamakta ve kullanıcıların blog içeriği oluşturma konusunda kendilerini daha özgür hissetmelerini sağlamaktadır. Buna benzer olarak 20 yaşındaki *bıçkınbisküvi* Tumblr ile Blogger’ı şu şekilde değerlendirmektedir:

“...Blogspotum vardı ama blogspot çok bana şey geliyordu ciddi geliyordu yani böyle nasıl diyim sanki orda yazarken ee hep böyle makale tadında şeyler yazmam gerekiyomuş gibi hissediyodum kendimi. Ve yazmak da biraz çetrefilliydi yani ulaşması dizaynı mizayı çok uğraştırıcıydı...”

Yine Tumblr’ın Blogger blog sağlayıcısına göre çok daha rahat ve işlevsel bir blog sağlayıcısı olduğunu belirten 24 yaşındaki *kedipikolata* derinlemesine görüşme sırasında düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir:

“...Blogspot genelde uzun yazıları ya da dediğimiz gibi gerçekten tam bir blog sayfası ama orası beni kısıtlıyo yani bi formata sokuyo. Tumblrda ise kısa yazabiliyorum, sadece fotoğraf paylaşabiliyorum, sadece video paylaşp onun üzerine yorumlama yapabiliyorum ya da işte tweet gibi kısa şeyler yazabiliyorum beni bi formata sokmuyo... veya twitter 140 karaktere sıkıştırıyo beni yani düşüncelerimi 140 karaktere sığdırmayı da pek sevmiyorum...”

Blogculara göre Tumblr’ın diğer blog sağlayıcılarına göre daha tercih edilebilir olmasının diğer bir nedeni ise kullanıcılar arası iletişimi daha kolay ve daha hızlı sağlayabilmesi. Kullanıcıların birbirlerine ulaştırdıkları geribildirimlerin daha çabuk gerçekleştiğini düşünen 21 yaşındaki *kendinikertenkelebek* yine Blogger ile Tumblr’ı şu şekilde karşılaştırmaktadır:

“...blogspotta da vardım ben... ama ondan vazgeçtim çünkü ee bi kere benim amacım insanlara ulaşmak blogspotta olmak bu aşamayı geciktiriyo, sağlıyo tekrardan sağlıyo ama geciktiriyo...”

Aynı şekilde 20 yaşındaki *jeliboni* de Tumblr blog sağlayıcısını seçmesinin nedenini şu şekilde açıklamaktadır:

“...ilk önce ben blogspot kullanıyodum 4-5 senedir kullanıyodum bi kaç blog açtım kapattım ee şey oluyo işte insanlara daha geç ulaşıyo bi yazının okunması o yazıya yorum gelmesi daha uzun sürüyo ama tumblrda daha anlık olduğu için yazıyorum, o an kim varsa orda bi tepki veriyolar ya da beğeniyolar ya da bana mesaj atıyolar...”

Blogcu burada Tumblr blog sağlayıcısının kontrol panelinin işlevselliğine de değinmiştir. Kontrol paneli uygulaması sayesinde kullanıcılar birbirlerinin güncellenen bloglarından anında haberdar olabilmekte ve hızlı bir şekilde geribildirimde bulunabilmektedirler. Tumblr blog sağlayıcısının kullanım kolaylığı ve işlevselliği ile ilgili 18 yaşındaki *sosyalkedi* şunları söylemiştir:

“...tumblrın buna ne diyolar tam bilmiyorum aslında dashboard dediğimiz olayı blogspota göre çok daha kullanışlı. Blogspotta insanların yazdıklarını görebilmek için minicik bir pencereden can çekişirken böyle aşağı aşağı inerken tumblrda bütün takip ettiklerini çok rahat bi şekilde okuyabiliyorum...”

Yaygın olarak kullanılan bir başka blog sağlayıcısı Wordpress'i önceden kullanmış olan 24 yaşındaki *Ali Kaya*, Tumblr ile Wordpress'i ise şu şekilde karşılaştırmaktadır:

“...wordpresste başladım. Ee inanılmaz ağır bişi inanılmaz böyle ağır abi fenomeninde çok fazla yapabilceğin bişi yok sadece yazı var görsel olarak hiç iyi değil hiç güzel teması yok açıkçası amatör bişey...ama sonra tumblrı keşfettim...görsel olarak çok güzel... tumblr sade ve güzel...”

Derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular dâhilinde Tumblr blog sağlayıcısının diğer blog sağlayıcılarıyla karşılaştırılması sonucunda öne çıkan kullanım kolaylığı ve işlevselliği, diğer blog sağlayıcılarına göre daha etkileşimli olması ve kullanıcılarının daha rahat içerik üretmesini sağlaması gösterilmiştir. Açıklanan bu özelliklerin araştırmanın hedefi olan kişisel bloglar için önemli olduğu bilinmekte, dolayısıyla kişisel blogların incelendiği bu çalışmada blog sağlayıcı olarak Tumblr'ın seçilmiş olması anlamlılık kazanmaktadır.

3 ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI: TÜRKİYE’DE TUMBLR ORTAMINDAKİ KULLANIM PRATİKLERİ

Araştırmanın Üçüncü ve Son Bölümünde öncelikle araştırmanın yöntemi, kapsamı ve veri toplama teknikleri açıklanacak, ardından, Birinci ve İkinci Bölümde ortaya konulan araştırmanın kuramsal temeli ve araştırma evreninin ayrıntılarıyla açıklanan özellikleri göz önünde bulundurularak, bloglar üzerinde yapılan metin analizleri ve sonrasında gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler sonucunda çıkan bulgular değerlendirilecektir.

3.1 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, KAPSAMI VE VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ

Blog incelenmesinde kullanılan araştırma teknikleri, onları yeni bir iletişim türü olarak ele alıp içerik analizi, retorik analizi ve etnografik görüşme yapmaktır (Herring vd.’nden aktaran Bayraktutan Sütçü, 2010: 131). Bu tez çalışmasında da kullanılan yöntem diğer İnternet araştırmalarında da sıklıkla kullanılan, sanal etnografik alan araştırması ve sonrasında yapılan derinlemesine görüşmelerdir. Sanal etnografi yöntemi, bilgisayar ağları tarafından sağlanan elektronik iletişimin kullanımını baz alan araştırma topluluklarının ihtiyacına bir cevap olarak geliştirilmiş olup, etnografinin yeni bir formudur (Hine, 2005). Bu yöntem sayesinde bireylerin blog ortamında varoluş nedenlerini ve varoluş biçimlerini, bizzat o ortamda gözleme ve bu iletişim pratiklerini kendi bağlamları içerisinde sağlıklı bir şekilde değerlendirme olanağı bulunmuştur. Bu çoklu yöntem sayesinde metin çözümlemesiyle elde edilen verilerin değerlendirilmesinin bir anlamda sağlanması yapıldığı,

metin çözümlemesiyle elde edilemeyen bilgilere ulaşıldığı ve bu yolla yapılan saptamaların tutarlı ve sağlıklı olduğu söylenebilir.

Araştırmaya Tumblr blog sağlayıcısına kayıtlı ve etkin olan 33 blog dâhil edilmiştir. Seçilen bloglar kişisel blog kategorisine dâhil olmakla beraber, blogların tümü Türkçe yazılmaktadır. Araştırmanın kapsamının sınırlandırılarak daha net bir şekilde belirlenmesi amacıyla Tumblr'dan seçilen 33 blogun popüler bloglar olmasına dikkat edilmiştir. Popüler bloglar takipçi sayısının çokluğuna göre belirlenmiş ve 500'den az takipçi sayısı olan bloglar araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu şekilde ortaya çıkarılan bloglar araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

Tumblr blog sağlayıcının bir özelliği olarak blogların kaç tane takipçisi olduğu bilgisinin blogcu hariç diğer kullanıcılar tarafından bilinmemesi, örneklem seçiminde birçok yönteme başvurulmasını gerekli kılmıştır. Öncelikle Tumblr blog sağlayıcısında etkin olan bazı blogların yazarlarıyla e-posta aracılığıyla iletişime geçilmiş ve onların hangi blogları severek ve ilgiyle takip edildiği sorulmuştur. Bunun sonucunda birçok blogcu tarafından ortak olarak takip edilen bloglar belirlenmiştir. İkinci bir yöntem olarak araştırmaya katılan blogların katılımlı gözlem tekniğiyle incelenmesi amacıyla araştırmacı tarafından bir Tumblr blog hesabı⁴⁶ yaratılmıştır. Araştırmacı Tumblr blog ortamında araştırmacı kimliğiyle oluşturduğu bu blog hesabından, blog üzerindeki gönderilerin beğenilme sayısı ve yorum sayısından hareketle popüler olduğunu düşündüğü blogları incelemeye başlamıştır. Ayrıca araştırmacının blogunda araştırmayla ilgili genel bilgiler paylaşılmış ve araştırmaya katılmak isteyen gönüllü blogcular için çağrı yapılmıştır. Çağrıya cevap veren blogcularla yine e-posta aracılığıyla iletişime geçilmiş ve araştırmaya dâhil olmanın şartı olan en az 500 takipçi sayısına sahip olup olmadıkları teyit edilmiştir. En son olarak tüm yöntemler sonucunda ortak olarak belirlenen 33 popüler blog saptanmış ve araştırmacının açtığı blog hesabından hepsi izlemeye alınmıştır.

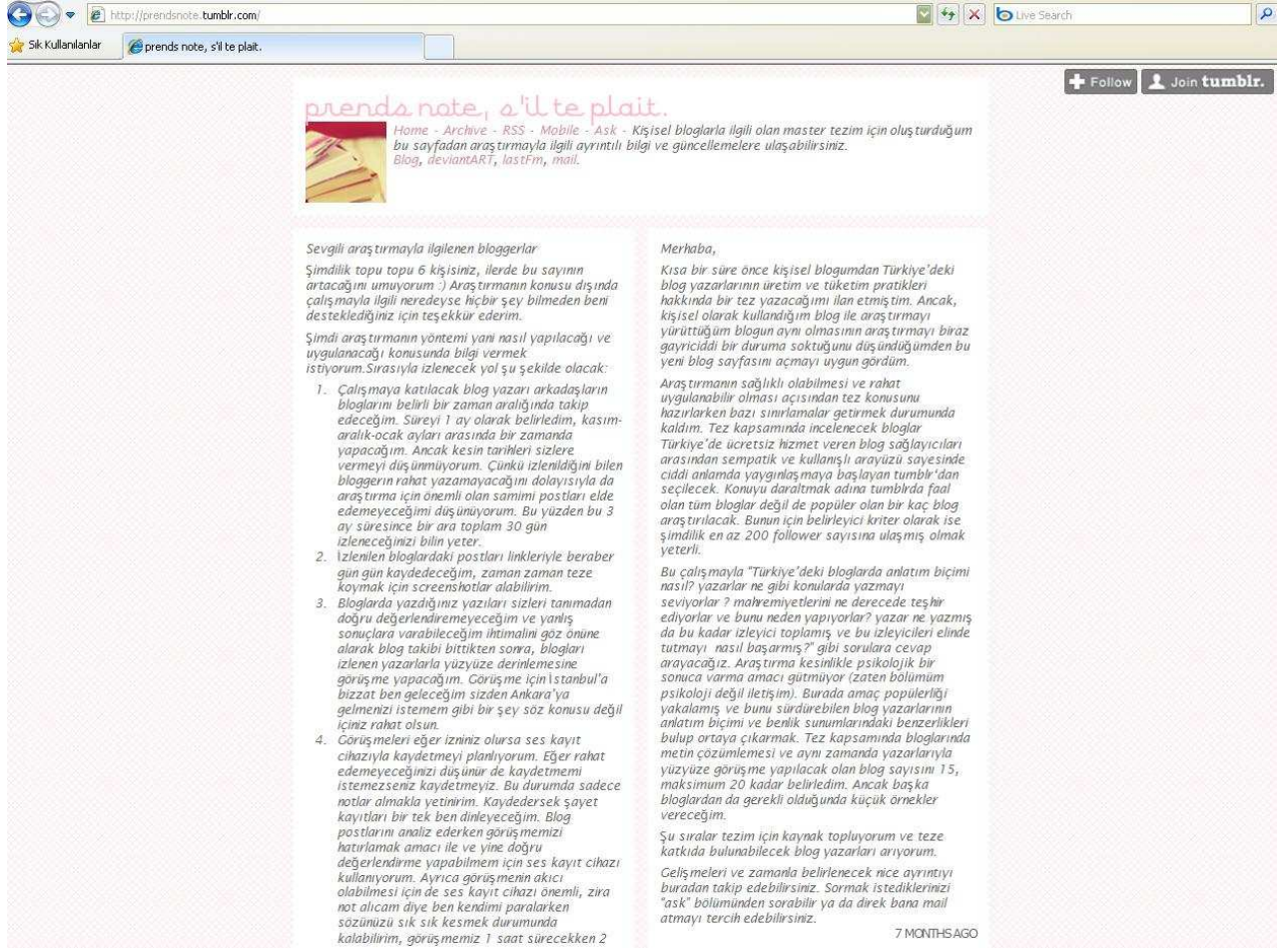
Araştırma blogu tarafından izlemeye alınan blogların gönderileri 1 Aralık 2010 tarihinde blogcularına göre sınıflandırılarak kaydedilmeye başlanmıştır. Gönderiler kaydedilirken üzerlerinde hiçbir değişiklik yapılmamış, içerik türleri ne olursa olsun özgün gönderiye müdahale edilmemiştir. Gönderilerin kaydedilmesine 31 Aralık 2010 tarihinde

⁴⁶ Araştırmanın yürütüldüğü blog hesabına <http://prendsnote.tumblr.com/> adresinden ulaşılabilir. Blogun alan adı olan *prends note* cümlesi Fransızca "not alın", blogun başlığı olan *prends note, s'il te plait* ise "lütfen not al" anlamına gelmektedir. Araştırmacı bu başlığı Fransızca'ya olan özel ilgisi nedeniyle tercih etmiştir.

son verilmiş ve böylece Tumblr'a kayıtlı 33 popüler blogun bir ay boyunca yayınladığı tüm gönderiler arşivlenmiştir. Kaydedilen gönderiler üzerinde öncelikle betimleyici metin analizi yapılmıştır. Buna göre, gönderilerin içerikleri sınıflandırılmış, bir ay boyunca blogcuların ne tür içerik paylaştıkları belirlenmiştir. Betimleyici metin analizinin ardından araştırmaya katılan 33 blogun yazarının bloglarında paylaştıkları kadarıyla demografik özelliklerini ortaya çıkarabilmek için blogcuların profil analizleri yapılmıştır. Daha sonra bloglarda bir ay boyunca çoğunlukla hangi konular hakkında paylaşım yapıldığını belirlemek amacıyla kaydedilen gönderiler üzerinde içeriğin üretimine yönelik bir tematik analiz uygulanmıştır.

Son olarak araştırmaya dâhil olan 33 popüler blog arasından araştırma evreninde diğerlerine göre daha popüler olarak takip edildiği belirlenen 11 blogun yazarıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmacı İstanbul'da ikamet eden 7 katılımcı ile görüşmek için İstanbul'a gitmiş ve bu katılımcılarla görüşmelerini yüz yüze gerçekleştirmiştir. Biri İzmir'de diğeri ise yurt dışında ikamet eden katılımcılarla olan görüşmeler, İnternet ortamında Skype programı yardımıyla görüntülü ve sesli bir şekilde yapılmıştır. Son olarak ise Ankara'da ikamet etmekte olan 2 katılımcıyla görüşmeler Ankara'da yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde önceden hazırlanmış olan sabit sorular sorulmuş, ancak görüşmenin doğal seyrinde gitmesi sağlanmıştır. Bu şekilde profil analizi, betimleyici metin analizi ve tematik analizden elde edilen verilerin yanı sıra blogculara yönelik olarak daha ayrıntılı bilgilere sahip olunmuştur.

Şekil 9. Araştırmacının Açmış Olduğu Tumblr Blogunun Ekran Görüntüsü



3.2 PROFİL ANALİZİ VE BETİMLEYİCİ METİN ANALİZİ

Araştırma örnekleminin demografik özelliklerini belirlemek üzere öncelikle, bir ay boyunca yayınladıkları gönderileri kaydedilen 33 blogcunun profil analizi çıkarılmıştır (Tablo 1). Tabloda gösterilen veriler sadece blogcuların bloglarının hakkında (*description*) bölümünde paylaştıkları bilgiler olup, bu bölümde paylaşmadıkları bilgiler tabloya dâhil edilmemiştir. Burada amaç blogcuların bloglarının tanıtım bölümünde kendileriyle ilgili hangi genel ve iletişim bilgilerini paylaştıklarını belirlemek ve buna göre blogcuların

demografik özelliklerini ortaya çıkarmaktır. Blogcuların yaygın olarak paylaştığı bilgi, bir iletişim bilgisi olarak değerlendirilebilecek diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki hesaplarının bağlantılarıdır. Bu yolla birbirlerinin diğer ağlardaki varlıklarından haberdar olmakta ve genellikle birbirlerinin bloglarını izleyen blogcuların diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki hesaplarında da birbirlerini takip ettikleri gözlemlenebilmektedir. Bunun dışında blogcuların iletişim bilgisi olarak sadece e-postalarını paylaştıkları görülmektedir. Blogcuların hangi şehirde yaşadıklarına dair hakkımda bölümünde hiçbir şey paylaşmadıkları gözlemlenmektedir. Ancak yazdıkları gönderilerde zaman zaman yaşadıkları şehirden ve çeşitli mekanlardan bahsettiklerinden blogcuların hangi şehirde yaşadıklarını düzenli olarak bloglarını takip ederek öğrenmek mümkündür.

Bu tabloda yer alan cinsiyet bölümü, diğerlerinden farklı olarak blogcuların hakkımda bölümünde yazmamalarına rağmen tabloya eklenen tek bilgidir. Önceden açıklandığı gibi Tumblr blog sağlayıcısında herhangi bir profil sayfası ve kayıt sırasında doldurulması gereken herhangi bir form olmadığından blogcular cinsiyetlerini belirtmemektedirler. Ancak profil fotoğraflarından, e-posta adreslerinden ya da yazılarından cinsiyetleri anlaşılan blogcuların cinsiyetleri, cinsiyetin demografik olarak önemli bir unsur olarak kabul edilmesinden dolayı tabloya eklenmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Popüler Tumblr Blogcularının Profil Analizi

| | Alan Adı | Cinsiyet | Gerçek Ad | Yaş | Yer | İletişim Bilgileri | Diğer Toplumsal Paylaşım Ağlarına Bağlantılar |
|---|-----------------|----------|-----------------|-----|-----|--------------------|---|
| 1 | alibaba | E | Ali Kaya | - | - | E-posta | Facebook, Formspring, Twitter |
| 2 | amipsihareket | E | - | - | - | - | Formspring, Lastfm, Twitter |
| 3 | anarsisart | K | - | - | - | - | Formspring, Twitter |
| 4 | aymansanlitürk | E | Ayman Şanlıtürk | - | - | E-posta | Behance, deviantArt, Facebook, Flickr, Foursquare, Grooveshark, LastFm, LinkedIn, Myspace, Youtube, Vimeo |
| 5 | ayseozgocer | K | Ayşe Özgöçer | - | - | - | Twitter |
| 6 | bababanabalonal | K | - | - | - | - | - |
| 7 | benyaptimoldu | K | - | - | - | E-posta | Blogspot, Twitter, Friendfeed |
| 8 | beyazleblebi | E | - | - | - | E-posta | Blogspot, Facebook, Formspring, Twitter, Threewords, Vimeo |

| | | | | | | | |
|----|----------------------|---|--------------------|----|---|---------------------|---|
| 9 | bickinbiskuvi | E | - | - | - | - | Lastfm |
| 10 | campipi | E | - | - | - | - | - |
| 11 | cureyainthebrain | K | - | 21 | - | - | - |
| 12 | diyorumki | K | Hürrem | - | - | E-posta | - |
| 13 | hemoghemlobin | K | - | - | - | - | Lastfm, Twitter |
| 14 | insectra | K | - | 21 | - | - | - |
| 15 | intiharmektubu | K | - | - | - | - | - |
| 16 | iyiydiklan | E | Uğurcan | 18 | - | - | Facebook, Formspring, Friendfeed, Twitter |
| 17 | jeliboni | K | - | - | - | E-posta | Blogspot, Facebook, Formspring, Twitter |
| 18 | kedipikolata | E | - | - | - | - | Facebook, Formspring, Lastfm, -Twitter |
| 19 | kendinikertenkelebek | E | - | - | - | E-posta | - |
| 20 | kimseninbacisi | K | - | - | - | - | Twitter |
| 21 | kiskanc | K | - | - | - | - | - |
| 22 | mayoneziseverim | K | Ebru Vatansever | - | - | - | - |
| 23 | memcimek | E | - | - | - | - | Facebook, Formspring, Twitter, Vimeo, Youtube |
| 24 | misafirterligi | K | - | - | - | - | Twitter |
| 25 | miscuit | K | - | - | - | - | - |
| 26 | mrsdallowaysaid | K | - | - | - | - | Formspring, Twitter, Weheartit |
| 27 | müskülpesentbirtavir | K | Görkem | 19 | - | - | Twitter |
| 28 | sekiz | K | - | - | - | - | Formspring, Twitter |
| 29 | selveryıldırım | K | Selver Yıldırım | - | - | - | Twitter |
| 30 | sosyalkedi | K | Beril | - | - | E-posta (2 adet) | Blogspot, Formspring, Twitter |
| 31 | uckisiyim | K | - | - | - | - | Facebook, Twitter |
| 32 | yagizyilmaz | E | Yağız Yılmaz | - | - | E-posta | Flickr, LastFm, Twitter |
| 33 | zebramarch | K | - | - | - | - | - |

Blogcuların profil analizi çıkarıldıktan sonra, hangi tür içeriğin ne sıklıkta paylaşıldığını ortaya çıkarmak için kaydedilen gönderiler üzerinde betimleyici metin analizi uygulanmıştır. Bu analizde blogcuların gönderileri içeriklerine göre görüntü, bağlantı, ses ve soru-cevap şeklinde dört ana kategoriye ayrılmıştır (Tablo 2). Bu kategoriler dışında paylaşılan tüm gönderiler sadece metin içermektedir. Blog gönderilerinin temel türünün metin olmasından dolayı ayrı bir metin kategorisi yapılmamış, daha çok Tumblr'nin içerik türü konusunda tanıdığı çeşitliliğe odaklanılarak, metin dışında başka hangi tür içeriğin paylaşıldığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Popüler Tumblr Blogularının Gönderilerinin Betimleyici Metin Analizi

| Tarih: 01-31 Aralık 2010 | | | | | | | | | |
|---------------------------------|----------------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|-----------------|------------|-----------------------|
| No | Blog Adı | Görüntü | | | | Ses | Bağlantı (Link) | Soru-Cevap | Toplam Gönderi Sayısı |
| | | Video | Kurgusal | Fotoğraf | Gif | | | | |
| 1 | alibaba | - | 3 | 12 | - | 8 | - | - | 25 |
| 2 | amipsihareket | - | - | - | - | 1 | - | - | 5 |
| 3 | anarsisart | - | - | 1 | - | 1 | - | - | 10 |
| 4 | aymansanliturk | 4 | 7 | 21 | - | 1 | 1 | - | 37 |
| 5 | aysezogocer | 1 | 13 | 10 | 1 | - | 1 | - | 32 |
| 6 | bababanabalonal | - | - | - | - | 2 | - | - | 5 |
| 7 | benyaptimoldu | - | - | 9 | 1 | - | - | 1 | 11 |
| 8 | beyazleblebi | 5 | 54 | 45 | 4 | 3 | 34 | 7 | 180 |
| 9 | bickinbiskuvi | 10 | 4 | 2 | - | 3 | 8 | 4 | 53 |
| 10 | campipi | - | - | 2 | - | 3 | - | - | 6 |
| 11 | cureyainthebrain | 5 | 7 | 15 | 3 | 5 | 11 | - | 44 |
| 12 | diyorumki | - | - | - | - | - | 1 | - | 2 |
| 13 | hemoghemlobin | - | 1 | - | - | - | 1 | 8 | 48 |
| 14 | insectra | 1 | 3 | 1 | - | - | 4 | 1 | 12 |
| 15 | intiharmektubu | - | 3 | 8 | - | 9 | 2 | - | 17 |
| 16 | iyiydiklan | 1 | 91 | 29 | 11 | 1 | 51 | 1 | 213 |
| 17 | jeliboni | 6 | 1 | 15 | - | 10 | 9 | 33 | 235 |
| 18 | kedipokolata | 24 | 22 | 14 | 2 | 8 | 8 | 1 | 160 |
| 19 | kendinikertenkelebek | - | - | - | - | 4 | - | - | 10 |
| 20 | kimseninbacisi | - | 5 | 16 | 3 | 1 | 5 | 3 | 78 |
| 21 | kiskanc | - | 1 | 7 | 2 | 21 | 4 | 1 | 49 |
| 22 | mayoneziseverim | 1 | - | 2 | - | 7 | 1 | - | 12 |
| 23 | memcimek | 4 | 11 | 11 | - | 1 | 5 | 10 | 82 |
| 24 | misafirterligi | 1 | 7 | 6 | - | 4 | 1 | - | 30 |
| 25 | miscuit | 4 | 14 | 7 | - | 6 | 13 | 1 | 63 |
| 26 | mrsdallowaysaid | 3 | 3 | 5 | - | 18 | - | - | 32 |
| 27 | müskülpesentbirtavir | 3 | 20 | 40 | 2 | 5 | 18 | 18 | 257 |
| 28 | sekiz | 1 | - | 2 | - | 2 | 1 | - | 27 |
| 29 | selveryildirim | - | - | 8 | - | 3 | - | - | 8 |
| 30 | sosyalkedi | 3 | 6 | 15 | - | 3 | 2 | 5 | 91 |
| 31 | uckisiyim | - | - | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 15 |
| 32 | yagizyilmaz | - | - | 8 | - | 4 | 1 | - | 15 |
| 33 | zebramarch | - | 4 | 10 | 1 | 6 | 6 | 2 | 37 |
| | Toplam | 77 | 280 | 324 | 31 | 142 | 189 | 97 | 1901 |

Tablo 2'ye göre popüler blogcular bloglarında yayınladıkları metinleri çoğunlukla görüntülerle desteklemektedir. Görüntü çeşitlerinden ise en çok fotoğraf türü kullanılmaktadır. Kullanılan fotoğrafların bir kısmı blogcuların kendilerinin çektikleri fotoğraflardır ve blogcular bu tür fotoğrafları paylaşırken fotoğrafları kendilerinin çekmiş olduğu bilgisini genellikle okuyucularla paylaşmaktadır. Bununla birlikte paylaşılan

fotoğrafların bir kısmı da blogcuların görüntü bankalarından ya da çeşitli web sayfalarından edindikleri görüntülerdir. Blogcuların gönderilerinde paylaştıkları metinleri desteklemek için sık sık kullandıkları bir diğer içerik türü de bağlantıdır. Blogcular bloglarında ilginç buldukları, beğendikleri ya da dikkat çekmek istedikleri web sayfalarının bağlantılarını paylaşmaktadır. Ayrıca blogcuların bloglarının hakkında (*description*) bölümünde paylaştıkları diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki hesaplarının bağlantılarını belli aralıklarla gönderi olarak da paylaştığı gözlemlenmiştir. Bu da Tumblr blog ortamında popüler blogcuların sanal uzamın özelliklerinden biri olan hipermetinselliği oldukça etkin bir şekilde kullandığını göstermektedir.

Tablo 3. Blogcuların Özgün İçerik Üretimi

| Blog Adı | Özgün İçerik | Başka Tumblr Blog Yazarından Alıntı (Reblog) | Toplam |
|----------------------|--------------|--|--------|
| alibaba | 25 | - | 25 |
| amipsihareket | 5 | - | 5 |
| anarsisart | 10 | - | 10 |
| aymansanliturk | 35 | 2 | 37 |
| ayseozgocer | 9 | 23 | 32 |
| bababanabalonal | 5 | - | 5 |
| benyaptimoldu | 9 | 2 | 11 |
| beyazleblebi | 178 | 2 | 180 |
| bickinbiskuvi | 43 | 10 | 53 |
| campipi | 6 | - | 6 |
| cureyainthebrain | 14 | 30 | 44 |
| diyorumki | 2 | - | 2 |
| hemoghemlobin | 47 | 1 | 48 |
| insectra | 10 | 2 | 12 |
| intiharmektubu | 12 | 5 | 17 |
| iyiydiklan | 199 | 14 | 213 |
| jeliboni | 233 | 2 | 235 |
| kedipikolata | 147 | 13 | 160 |
| kendinikertenkelebek | 10 | - | 10 |
| kimseninbacisi | 72 | 6 | 78 |
| kiskanc | 39 | 10 | 49 |
| mayoneziseverim | 12 | - | 12 |
| memcimek | 78 | 4 | 82 |
| misafirterligi | 27 | 3 | 30 |
| miscuit | 50 | 13 | 63 |
| mrsdallowaysaid | 25 | 7 | 32 |
| müskülpesentbirtavir | 227 | 30 | 257 |
| sekiz | 25 | 2 | 27 |
| selveryildirim | 8 | - | 8 |
| sosyalkedi | 71 | 20 | 91 |
| uckisiyim | 14 | 1 | 15 |
| yagizyilmaz | 15 | - | 15 |

| | | | |
|---------------|-------------|------------|-------------|
| zebramarch | 33 | 4 | 37 |
| Toplam | 1695 | 206 | 1901 |

Tumblr blog sağlayıcısı özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde açıklandığı ikinci bölümde bahsedildiği gibi, blogcular diğer bloglardan beğendikleri gönderileri reblog yaparak kendi bloglarında da yayınlatabilmektedirler. Ancak bu gönderi türü blogcunun kendi üretimi olmadığından özgün üretim sayılmamakta, başkasından alıntı olarak kabul edilmektedir. Bu amaçla, popüler blog yazarlarının ne sıklıkta özgün üretim yaptığı ve ne sıklıkta başka blogculardan reblog yaptığını belirleyebilmek amacıyla blogcuların özgün içerik üretimini gösteren Tablo 3 hazırlanmıştır. Buna göre, bir ay boyunca kaydedilen gönderiler dikkate alındığında, araştırmaya dâhil olan blogculardan bazıları reblog yapmaktayken, diğerleri hiç reblog yapmamış tamamıyla özgün içerik üretiminde bulunmuştur. Bir ay boyunca yaptığı reblog sayısı, özgün içerik üretiminden fazla olan sadece iki blogcu bulunmaktadır. Bu blogların da diğerlerine göre daha az takipçi sayısı olduğu diğer bir deyişle daha az popüler olduğu gözlemlenmektedir.

3.3 İÇERİĞİN ÜRETİMİ: TEMATİK ANALİZ

Blogcuların Tumblr blog ortamında ürettikleri içeriğin anlaşılabilmesi açısından araştırmaya katılan ve bir ay boyunca takip edilen Tumblr blogcularının gönderileri konularına göre tasnif edilmiştir. Bu tasnifin amacı, Tumblr blog ortamında faaliyet gösteren popüler blogcuların çoğunlukla hangi konular hakkında yazmayı tercih ettiklerini ortaya çıkarmak ve popüler blogcuların içerik üretiminin genel anlamda bir profilini oluşturmaktır.

Tablo 4. Gönderilerin Tematik Analizi

| Ana ve Alt Kategoriler | | | Toplam | | |
|--|---------------------------------------|-----------------------|------------|-----|------------|
| Gündem – Güncel Olaylar | Haydarpaşa Yangını | 1 | 118 | | |
| | Wikileaks | 3 | | | |
| | ODTÜ olayları | 1 | | | |
| | Tumblr Buluşmaları | 22 | | | |
| | Tumblr “We’ll Be Back Shortly” Hatası | 14 | | | |
| | Yılbaşı Kutlamaları – Yeni Yıl | 65 | | | |
| | Diğer | 12 | | | |
| Gündelik Yaşam– Alışkanlıklar | | 455 | 455 | | |
| Beğeniler – Zevkler- Tercihler | | 73 | 73 | | |
| Duygusal Metinler | Aşk – Sevgi - Özlem | 78 | 192 | | |
| | Üzüntü – Mutsuzluk - Çaresizlik | 21 | | | |
| | Nefret – Sinir - İsyen | 39 | | | |
| | Mutluluk – Sevinç - Heyecan | 9 | | | |
| | Diğer Karmaşık Duygular | 45 | | | |
| Popüler Kültür | Yerli | Müzik | 94 | 284 | 465 |
| | | Sinema | 15 | | |
| | | TV | 64 | | |
| | | Spor | 10 | | |
| | | Karikatür/Çizgi Roman | 48 | | |
| | | Şöhretler | 24 | | |
| | | Edebiyat | 29 | | |
| | Yabancı | Müzik | 70 | 181 | |
| | | Sinema | 59 | | |
| | | TV | 15 | | |
| | | Spor | - | | |
| | | Karikatür/Çizgi Roman | 5 | | |
| | | Şöhretler | 23 | | |
| Edebiyat | 9 | | | | |
| Erotik | | 28 | 28 | | |
| Takipçiler (Follow/Unfollow tartışmaları) | | 13 | 13 | | |
| Diğer Sosyal Paylaşım Siteleri ve Web Araçları | | 40 | 40 | | |
| Toplumsal Duyarlılık / Sosyal Sorumluluk Projelerine Destek | | 4 | 4 | | |

| | | |
|---|-----|-------------|
| Gözlem ve Tespitler | 194 | 194 |
| Kategorilenemeyen Diğer Gönderiler | 319 | 319 |
| Toplam | | 1901 |

Kategoriler 33 blog yazarının bir ay boyunca yazmış olduğu tüm gönderilerin okunmasının ardından, göze çarpan konular dikkate alınarak belirlenmiştir. Bazı kategorilere alt kategori oluşturma gerekliliği görülmezken, bazılarında birden çok alt kategori üretmenin daha anlamlı olacağına karar verilmiştir.

İlk kategori Aralık 2010 süresince gerçekleşen önemli olaylardan oluşmaktadır. Rogers ve Dearing, medya gündemini, “belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunlar listesi” biçiminde tanımlamaktadırlar (Rogers ve Dearing’den aktaran İrvan, 2001: 74). Gerek geleneksel medyada gerekse yeni medya da sıklıkla yayınlanan bu olaylar *gündem – güncel olaylar* kategorisinde toplanmıştır. Bu olaylardan başlıcaları için alt kategoriler oluşturulmuş tematik analizin daha anlaşılır olması sağlanmıştır. Ayrıca kullanıcıların kendi bireysel gündemini oluşturan, Tumblr blog yazarları arasında gerçekleşen “İstanbul Tumblr Buluşması” ve “Ankara Tumblr Buluşması” etkinlikleri de Aralık 2010 tarihi sürecinde gerçekleştiğinden ve büyük ilgi gördüğünden bu etkinliklerle ilgili olan gönderiler de *gündem- güncel olaylar* kategorisi altında toplanmıştır. Yine kullanıcıların bireysel gündemleri çerçevesinde, Aralık 2010 sürecinde aşırı yoğunluk nedeniyle Tumblr sunucusunda (*server*)⁴⁷ gerçekleşen hatanın kullanıcıların siteye erişememesine sebep olması ve bu aksaklığın uzun süre devam etmesi sonucu kullanıcıların bu konu hakkında yazdıkları gönderiler de yine bu ana kategori altında bir alt kategori oluşturularak bir araya getirilmiştir.

“Gündelik yaşam” her gün tekrar edilen, rutin olan, herkes tarafından paylaşılan ama çoğunlukla sıradan olan ve bu nedenle konuşulamayacak kadar önemsiz olan şeyleri çağrıştıran bir kavramdır (Cemiloğlu Altunay, 2010: 38). Bu bağlamda *gündelik yaşam ve alışkanlıklar* kategorisinde, kullanıcının günlük aktivitelerini söz konusu günde başına gelenleri, yaşadığı ilginç olay ve deneyimleri, gündelik yaşamın monotonlaşan eylemleri

⁴⁷ Web sitesinin alan adı adres çubuğuna yazıldıktan sonra sitenin bilgileri sunucudan yani serverdan çekilir. Sitenin ziyaretçi trafiği aynı zaman diliminde çok fazla olursa, sunucu hata verebilir dolayısıyla siteye erişim gerçekleşmez.

ve kullanıcıların alışkanlıkları üzerine yazmış olduğu gönderileri içermektedir. Bu kategori için bir alt kategori oluşturulmamıştır.

Beğeniler- zevkler- tercihler kategorisindeki gönderiler, kullanıcının herhangi bir olay, durum ya da somut bir madde hakkındaki olumlu ya da olumsuz fikirlerini içeren gönderilerdir. Bireyin tercih ettiği ya da etmediği durumları, sevdiği ya da sevmediği unsurları belirttiği ve bunları “ severim”, “bayılırım”, “nefret ederim”, “tercih ederim”, “hoşlanırım” ya da “hoşlanmam” gibi ifadelerle desteklediği gönderilerdir.

Duygusal metinler kullanıcının duygularını ifade ettiği gönderilerdir. Bu ana kategori altında 5 alt kategori oluşturulmuştur. 4’ü çeşitli belli duyguların sınıflandırılması şeklinde olurken diğer karmaşık duygular kategorisi birçok duyguyu aynı anda içeren ya da belirtilen duygunun tam olarak anlaşılmadığı gönderilerin toplandığı kategoridir.

Popüler kültür, kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratiklerini ve nesnelere, keza siyasal ve ticari merkezlerde üretilen kitlesel inançları, pratikleri ve nesnelere içerir (Mukerji ve Schudson’dan aktaran Mutlu, 2005: 313). Bu çerçevede *popüler kültür* ana kategorisi altında popüler kültür unsurlarını barındıran popüler kültürün yeniden üretildiği gönderiler toplanmıştır. Yerli ve yabancı popüler kültür unsurlarının ne sıklıkta paylaşıldığını net bir şekilde görebilmek adına yerli ve yabancı alt kategoriler oluşturulmuştur. Bunların altında da hem yerli hem de yabancı alt kategorisi için, belli başlı popüler kültür unsurları ayrı ayrı gruplarda incelenmiştir. Şarkılar, film afişleri, film yorumları, film replikleri, kitaplardan alıntılar, şöhretlerin fotoğrafları, televizyon programları, karikatür ve çizgi roman görüntüleri, sporla ilgili yorum ve görüntülerin paylaşıldığı gönderiler bu kategori içinde yer almaktadır.

Erotik içerikler popüler blog yazarları toplam gönderi sayısına oranla az da olsa bulunmaktadır. Bu gönderilerde erotik söylemler ve çoğunlukla da görüntüler paylaşılmıştır. Bu türde gönderilerin genellikle reblog yöntemiyle paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla söz konusu gönderilerin asıl üreticisi çoğunlukla başka yabancı blog yazarlarıdır.

Tumblr blog ortamında blog yazarları takipçi sayıları hakkında da gönderiler üretmektedir. Bu gönderilerde genellikle takipçi sayısının nedensiz düşüşünden bahsedilmiş ya da yayınlanmış olan bir gönderi sebebiyle tepki olarak söz konusu blogcuyu takip etmeyi bırakan blogculara atıfta bulunulmuştur. Buna göre, blogcuların

gönderilerinde paylaştıkları içerikleri belirleyen bir başka önemli unsurun blogcuların *unfollow* edilme endişesi olduğu söylenebilir. Bloglarını takip eden blogcuların bir süre sonra kendilerini takip etmeyi bırakmaması için Tumblr blog yazarlarının gönderilerini belli unsurlara göre şekillendirdiği konusunda, 21 yaşındaki *beyazleblebi* yapılan derinlemesine görüşmede şunları söylemiştir:

“...çok da ben ilk tumblra girdiğimde çok böyle uslu şeyler güzel şeyler yazıyodum o ara beni kimse takip etmiyodu orda biraz etkilendim aslında yani üslubum değişti ama ondan sonra baktım ki takip ediliyo zaten takip edilmek insanlar okusun diye ben ordayım dolayısıyla öyle biraz şekillendim aslında...”

Tumblr blog ortamında popüler olan blog yazarlarının diğer sosyal medya araçlarıyla olan ilişkisinin gösterildiği tabloda (Tablo 1) da görüldüğü gibi, yazarlar diğer sosyal medya araçlarını da aktif olarak kullanmaktadırlar. Gönderilerinde diğer sosyal medya sitelerindeki profil sayfalarının bağlantılarını paylaşmış, diğer blog yazarlarıyla olan iletişimlerinin sadece Tumblr blog ortamıyla sınırlı kalmamasını sağlamışlardır. Birçok blog yazarının, bloglarının ilk sayfalarındaki tanıtım bölümünde, diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki profil sayfalarının bağlantılarının bulunmasına rağmen kullanıcılar, belirli aralıklarla yine bu bağlantıları gönderi olarak paylaşıp diğer blog yazarlarına hatırlatmaktadırlar. Ayrıca kullanıcıların sosyal medya dışında, bazı web araçları (MSN Messenger, Skype vs.) hakkında da yorumlarda bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu çerçevede kullanıcıların diğer sosyal medya ve web araçları hakkında yazmış oldukları gönderiler *diğer sosyal paylaşım siteleri ve web araçları* kategorisinde toplanmıştır.

Kullanıcının bir olay ya da durum hakkındaki gözlem ve tespitlerini paylaştığı gönderiler *gözlem ve tespitler* kategorisinde toplanmıştır. Bu kategoride gözlem ya da tespitte bulunulan konular çok çeşitli olabilmektedir. Örneğin bireyin kendisinin aşk hakkındaki hislerini ya da yaşadığı aşkı değil de, aşk hakkında genel bir tespiti paylaştığı gönderiler *duygusal metinler* kategorisine değil de *gözlem ve tespitler* kategorisine dâhil edilmiştir. Aynı şekilde bireyin kendisinin yaşamış olduğu bir olayı değil de genel olarak herkesin yaşadığı bir olay hakkındaki gözlem ve tespitlerini yazdığı gönderi, *gündelik yaşam ve alışkanlıklar* kategorisine değil de *gözlem ve tespitler* kategorisine dâhil edilmiştir. Buradaki ana kıstas bireyin bahsettiği olayı ya da duygusal durumu kendisinin yaşamış olup olmamasıdır. Kaydedilen gönderilerden yola çıkarak, gözlem ve tespitler kategorisine dâhil olan gönderilerde blogcuların yoğunlukla mizah unsurlarını kullandığı

ve komik metinler üretme çabasında olduğu söylenebilir. Yapılan derinlemesine görüşmelerde de katılımcıların çoğu, yayınladıkları gönderilerinde kişileri güldürecek metinler yazma amacında olduklarını belirtmişlerdir. Bununla ilgili olarak 19 yaşındaki *hemoghemlobin* şu açıklamayı yapmıştır:

“...Yani böyle hani daha çok nasıl desem insanların duygularına tercüman olan bloglar tamam hani ben de yazıyorum ama daha çok nasıl desem üzme yerine insanı neşelendiren yazıların daha beğeni görmesi kanısındayım ben.”

Blogunda kişileri güldürecek ve eğlendirecek gönderiler paylaşmayı tercih eden bir diğer katılımcı 21 yaşındaki *beyazleblebi*, yapılan görüşme sırasında düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Ya esprili şeyler yazıyorum ben çok fazla ciddiye girmiyorum girmekte istemiyorum ya bana hatta şey çok böyle sorular gelio mesajlar geliyo diyoki ya işte memlekette bissürü olaylar oluyo sen hiç hala işin dalgasındasın... yani onun için haber kanalları var haber siteleri var yani onun yeri benim blogum değil o yüzden ben biraz eğlenceli şeyler biraz dalga geçiyorum...”

33 Tumblr blog yazarının bir ay boyunca yazmış olduğu 1901 gönderi içinde, kullanıcının anlatmak istediğinin tam anlaşamadığı, ana kategoriler dışında kalan ve çok nadiren paylaşılan konular hakkındaki gönderiler *kategorilenemeyen diğer gönderiler* kategorisine dâhil edilmiştir. Bu kategoriye dâhil olan gönderilerin birçoğu, blogcuların kendilerinin ürettikleri kurgusal görüntüleri içermekte olup, metin içeren gönderilerin sayıca az olduğu gözlemlenmektedir.

2010 yılının Aralık ayı boyunca Türkiye’de devam eden sosyal sorumluluk projelerine destek ya da genel anlamda toplumsal duyarlılığın belirtildiği gönderiler yalnızca 4 tanedir. Bu türdeki gönderilerin toplandığı *toplumsal duyarlılık / sosyal sorumluluk projelerine destek* kategorisi ile *gündem-güncel olaylar* ana kategorisi altında Türkiye’de Aralık ayının haber gündemini oluşturan *Haydarpaşa yangını*⁴⁸, *wikileaks*⁴⁹ ve

⁴⁸ 28 Kasım 2010 tarihinde çatıda yapılan izolasyon çalışmaları nedeniyle çıktığı düşünülen yangında Haydarpaşa Tren Garı’nın çatısı büyük hasar gördü ve 4. katı kullanılamaz hale geldi.

⁴⁹ Daha önce de belirtildiği üzere, İsveç merkezli uluslararası bir organizasyon olan Wikileaks, 29 Kasım 2010 tarihinde hükümetlerin ve diğer bazı organizasyonların hassas ve gizli belgelerini yayınlamasıyla büyük ses getirdi.

*ODTÜ olayları*⁵⁰ alt kategorileri bir ay boyunca popüler blog yazarları tarafından hakkında en az yazılan konulardır. Katılımcıların güncel olaylar kategorisine giren siyasi ve dini konular hakkında yazmayı tercih etmemeleri, katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde de bizzat kendileri tarafından ifade edilmiştir. 25 yaşındaki Tumblr blog yazarı *Yağız Yılmaz* siyasi konularda yazmamayı tercih etmesini şu şekilde belirtmiştir:

“...Genelde komik şeyler yazıyorum. onun dışında çok böyle siyasi politik şeylerle hani ilgiliyimdir ama bunu yansıtmamanın doğru olduğunu düşünmüyorum özellikle de sanal ortamda... o yüzden yazmıyorum o tarz şeyler...”

Katılımcılar blog yazarken siyasi ve dini konular hakkında bir oto-kontrol geliştirmiş, yazılarının alabileceği olumsuz geri bildirimlerden tedirginlik duyduklarını da belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, siyasi ve dini konular üzerine yazmayı tercih etmemelerinin bir sebebi olarak Türkiye’de uygulanan sansürü ve yasal düzenlemeleri de göstermektedirler. Bununla ilgili olarak 23 yaşındaki Tumblr blog yazarı *memcimek*, düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Ben hayatım boyunca hani yaptığım -kısa film de yapıyorum ben-onlarda olsun insan ilişkilerinde olsun hayatımda olsun politika ve siyasetle hiç bi şeyim olmadı. o yüzden işte ondan çok çekinirim hani hakketen bi tespitim olduysa da arkadaşlar arasında yaparım ama böyle bi yerde yayınlamak istemem. çünkü sonra dönüp dolaşip sen şurda şunun hakkında böyle demişsin diye karşıma çıkabilme ihtimalinden çekiniyorum yani. Ki enteresan haberler de görüyoruz hani sırf insana yazıldığı için ya da bi kuruma dava açılan durumlar oluyo bu hoş bi şey değil o yüzden hani...”

Yazmış olduğu bir gönderiden ötürü diğer blog yazarları tarafından tepki alıp almadığı sorulan 19 yaşındaki *hemoghemlobin*, tepki aldığını ve bunun siyasi içerikli bir gönderi sebebiyle olduğunu şu şekilde anlatmaktadır:

⁵⁰ 15 Aralık 2010 tarihinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu ile toplantı yapacağı ODTÜ yerleşkesine gelmesinin ardından, ODTÜ’lü öğrenciler toplantının yapıldığı binanın önünde toplandı ve Başbakanı protesto etti. Polisin sert tepkisiyle karşılaşan öğrencilerden 21’i gözaltına alındı.

“ ...Geldi⁵¹. Hani siyasi konuda geldi, çok böyle yergi dolu bişey de yazmadım ama ee buna rağmen unfollowlar geldi...”

Yine yazmış olduğu bir gönderiden ötürü tepki alıp almadığı sorulan 24 yaşındaki *kedipikolata* ise konuyla ilgili şu açıklamaları yapmıştır:

“...Genelde din üzerine olduğu zaman yani dinler üzerine yazdığım zaman tepki oluyo unfollow gelmeye başlıyodu ondan sonra bi öyle gelir bu genelde din üzerine. çünkü normalde o tarz şeyler fazla insanların ağırına gitmiyo açıkçası ama din siyaset tabularımız olduğu aman bu tabulara o kadar da yani objektif bakamıyo kişi. Sosyal mecrada da olsa birey tepkisini koyuyo bi şekilde...”

Elde edilen derinlemesine görüşme bulgularına göre blogcular, bloglarında ifade ettikleri siyasi ve dini görüşleri dolayısıyla herhangi bir yasal işleme tabi tutulma endişesi taşımakta ve bundan dolayı blogcuların özgür ifade alanı olarak belirtilen İnternet ortamında kendilerini kısıtlamak zorunda hissettikleri, görüş ve düşüncelerinin ifadesi aşamasında istemsiz bir oto-sansür uyguladıkları gözlemlenmektedir.

3.4 İÇERİK ÜRETİCİLERİ/TUMBLR KULLANICILARI İLE YAPILAN DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER SONUCU ELDE EDİLEN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu son bölümünde, araştırmaya katılan 33 blogcu arasından en popülerleri olan 17-25 yaş aralığındaki 11 Tumblr blog yazarı ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirilecektir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmede yönlendirilen sorular ve katılımcıların verdiği cevaplara göre belli alt başlıklar belirlenmiş olup, bulgular kendi alt başlıkları içerisinde ve Birinci Bölümde anlatılan kuramsal çerçeve temelinde irdelenecektir. Derinlemesine görüşmelerden yapılan alıntılar konuşma dilinin ve söylenenlerin olduğu gibi korunması açısından birebir aktarılmıştır. Bu çerçevede katılımcıların yanıtlarına göre değerlendirmeler, katılımcıların görüşmelerdeki yanıtlarından alıntılar yapılarak, *bulunma ve görülme isteği, beğenilme - popüler olma*

⁵¹ Katılımcı burada bir “tepkinin” geldiğini belirtmektedir.

arzusu, blog ortamında mahremiyet algısı ve sanal uzam ile çevrimdışı uzamda kimlik olmak üzere dört başlık altında incelenecektir.

3.4.1 Bulunma ve Görülme İsteği

Sanal uzamda toplumsallaşma, başlangıçta anonim kimliklerle, takma adlarla(nickname) girilen sohbet kanallarında, çok katılımcılı oyunlarda yoğunlaşmaktaydı. Söz konusu sanal ortamlara giren bireyler de çoğunlukla gerçek kimlikleriyle değil, o anki ruh hallerini yansıtan, siyasi duruşlarını gösteren takma adlarla ya da sevdikleri şarkıcıların, oyuncuların, sporcuların adlarıyla buralarda var olmayı tercih ediyorlardı (Toprak vd., 2009: 157). Ancak günümüzde, sanal ortamdaki hizmet sağlayıcılarının ve toplumsal paylaşım ağlarının evrilmesi ve kullanıcılara daha kişisel bir ortam sağlamasıyla beraber, sanal uzamdaki birçok mecra için söz konusu olan “anonimlik” yerini “bilinirliğe” bırakmıştır. Kullanıcılar, geliştirilmiş kişisellik seçenekleri ve yayınlanabilen içeriğin çeşitlenmesiyle birlikte, sanal uzamda anonim bir kimlik yerine Facebook gibi toplumsal paylaşım ağlarında olduğu gibi, gerçek kimliklerini kullanmayı tercih etmeye başlamışlardır. Bloglar için bunun tam olarak geçerli olduğunu söylenemese de, tüm toplumsal paylaşım ağlarını birbiriyle ilintili şekilde kullanan birçok kullanıcının Facebook gibi ağlarda paylaştıkları blog bağlantıları ya da bloglarında paylaştıkları Facebook hesaplarının bağlantıları dolayısıyla, bloglarında anonim bir kimlik kullansalar dahi aslında kim oldukları açık bir şekilde görülebilmektedir. Birçok kullanıcı, önceki bölümlerde de belirtildiği gibi diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki hesaplarını blog hesaplarına tanıtmakta ve sanal uzamda sahip olduğu birçok hesabı bu gibi uygulamalar sayesinde eşzamanlı olarak kullanabilmektedir. Ayrıca kullanıcıların, sanal uzamda kullanıcı adı gerektiren toplumsal paylaşım ağı üyeliklerinde hep aynı kullanıcı adını aldıkları, bu sayede görünürlüklerini ve fark edilirliliklerini arttırmayı amaçladıkları, dolayısıyla da belli bir kullanıcı grubuyla birden çok paylaşım ağında iletişime geçebilme olasılıklarını arttırdıkları gözlemlenmektedir. Tüm bu kullanım şekilleri, sanal uzamda anonim olma olgusunun yerini, mümkün olduğu kadar çok kullanıcıyla iletişime geçilebilecek ve kişilerin bireysel ilgi ve beceri alanlarını ifşa edebileceği daha kişisel ve bireysel bir ortama bıraktığının bir göstergesidir.

Araştırmaya katılan katılımcıların birçoğu çeşitli toplumsal paylaşım ağlarında aynı kullanıcı adını kullanmakta olduklarını belirtmişler ve bu kullanım şeklinin birbirlerini

çeşitli ortamlarda bulmalarını kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir. Kendisiyle yapılan derinlemesine görüşmede gerçek adını neden blog alan adı olarak kullandığı sorulan 24 yaşındaki *Ali Kaya*, bununla ilgili olarak şu açıklamaları yapmıştır:

“...ben bu işi yaptığım için ilerde bunlar benim kimliğim olacak mesela ben şu an cv’me yazdım twitter’ı hani alikaya oldu yani hep alikaya olsun istiyorum. Google aramalarında tepede olsun istedim birisi beni search ettiği zaman o yüzden alikaya diye aldım...”

Blog ortamında var olan kullanıcıların blog ortamındaki kimliklerini çevrimdışı uzama taşıdıkları ve bu bağlamda bulunma ve görülme isteklerini somut olarak gerçekleştirdikleri de gözlemlenmektedir. Tumblr blog ortamında blog yazan ve İstanbul, Ankara ve Bursa gibi büyük şehirlerde ikamet eden kullanıcılar şehirlerinde Tumblr buluşma günleri düzenlemiş ve bu etkinliklere katılım oldukça büyük olmuştur. Araştırmacı Ankara’da düzenlenen iki etkinliğe katılmış ve etkinliklerde araştırmaya katılmayan birçok Tumblr blog yazarıyla da görüşme imkanı bulmuştur. Araştırmaya katılan ve görüşme yapılan 11 blogcudan 7’si şehirlerinde düzenlenen Tumblr buluşmalarına katılmış, 3’ü katılmak istemelerine rağmen çeşitli nedenlerle buluşmalarda bulunamamışlardır. Derinlemesine görüşme yapılanlar arasında, Tumblr buluşmalarına katılmayan ve ilerde yapılacak buluşmalara da katılmayı tercih etmeyeceğini belirten yalnız 1 katılımcı bulunmaktadır. İstanbul’da yapılan Tumblr buluşmasına olan katılımının nedeni sorulan 24 yaşındaki *Ali Kaya* konuyla ilgili şunları ifade etmiştir:

“...O zamanlar asosyaldim. Bu çok önemli bir nokta onu da belirtmeden geçmeyim.. oraya giden insanlar tamamen gerçek hayatta çok fazla varlıkları olmayan çok fazla arkadaşı olmayan insan ilişkileri zayıf olan ee insanlar... bende o zamanlar öyleydim asosyaldim evde yalnız olmaktan oraya gidiyodum artı hani kız mız düşürürsem iyi olur niyetindeydim... o yüzden gittim...”

İstanbul’daki Tumblr buluşmalarına katılan bir diğer katılımcı 18 yaşındaki *sosyalkedi* ise buluşmalara katılma nedenini şu şekilde açıklamaktadır:

“...Ee sanal ortamda yazıştığımız ettiğimiz yani önce blog takibiyle başlıyo işte belki mesaj atıyorsunuz sonra işte msn olsun telefon olsun bi şekilde konuşuyosunuz ediyosunuz o kişiyi gerçek hayatta yüz yüze görmek

istiyosun... daha sonra sizin arkadaşınız oluyo hani arkadaş edinebilme adına yararlı bulduğum için katıldım...”

Birden çok şehirdeki birden çok buluşmaya katılan 23 yaşındaki *memcimek* ise buluşmalar ile ilgili olan fikirlerini şu şekilde belirtmiştir:

“Ben valla öyle gittiğim şehirlerde olsun işte Ankara’da yaşıyorum İstanbul’a gidiyorum bazen İzmir’e gidiyorum Eskişehir’e gidiyorum. Oralardaki blog olsun ya da facebooktur bi arkadaşın arkadaşdır bi şekilde tanıştığım insan olsun ben zaten internette çok insanla buluşmuşluğum var ama buluşma deyince evet senin ulaşamayacağın bi çok insana bi kerede ulaşman mümkün oluyor. O yüzden tercih etmiştim. ama normal şartlarda ben takip ettiğim ya da sevdiğim kafamızın uyduğu insanlarla 3 kişi 4 kişi toplanıp buluşmayı daha çok seviyorum...”

Derinlemesine görüşmenin yapıldığı zamana kadar düzenlenen Tumblr buluşmalarına katılamayan 17 yaşındaki *zebramarch* ise ileriki buluşmalara katılmak istediğini belirtmiş ve bunu şu şekilde ifade etmiştir:

“...İşte burakla konuşuyoduk böyle ben bi yeltendim ilk buluşmalarda gidim mi ya gitsem mi acaba falan nasıl bi ortam olur diye... daha sonra burakla konuştum o gittiğini söyledi sürekli hani çok keyifli dedi işte hani 30 35 kişi oluyomuş sanırım daha da fazla oluyomuş dedi çok güzel bi ortam var dedi konuşuyoruz tanışıyoruz falan yeni insanlar oluyo eskden⁵² gelenler oluyo o öyle anlatınca ben daha da şey oldum hani abi bi dahakine kesin geliyorum ya falan diye böyle bi heyecan ya heyecan doydum içimden yeni insanlar tanıyıp onlarla konuşup sohbet etmeyi seven bi insanım o yüzden güzeldir...”

Blog ortamlarına ve toplumsal paylaşım ağlarına olan yoğun katılımın bireylerin bulunma ve görülme isteği dolayısıyla olduğu ve bu ortamlarda var olmanın kullanıcıların bu ihtiyaçlarını tatmin ettiği söylenebilir. Kullanıcılar sanal uzamda görülme ve bulunma isteklerini çevrimdışı uzama da taşımakta ve sanal uzamda iletişim kurdukları kimselerle somut olarak tanışabilmek için düzenlenen çeşitli buluşmalara da katılmaktadırlar. Bir

⁵² Katılımcı burada Eskişehir’den bahsediyor.

sonraki noktada ise kullanıcılarda beğenilme ve popüler olma arzusunun ortaya çıktığı görülmektedir.

3.4.2 Beğenilme - Popüler Olma Arzusu

Sanal uzamdaki toplumsal paylaşım ağları ve bloglar gibi hizmet sağlayıcılarına üyelik ve bu ortamlarda var olma durumunun kullanıcılarda zamanla beğenilme ve popüler olma arzusu geliştirdiği söylenebilir. Bireyler bu tür ortamlara popüler olmak için üye olmasa dahi, o ortam içinde zamanla diğer kullanıcılarla sağlanan etkileşim ve bu etkileşim sonucunda kurulan iletişimle, önceden de bahsedildiği gibi, daha çok izlenmek ya da beğenilmek adına sanal davranışlarını şekillendirebilir. Bireylerin sanal uzamda varlığının en önemli nedenlerinden biri olarak gösterilen iletişim kurma ve sosyalleşme unsuru bu tür ortamlarda da öne çıkmaktadır. Mümkün olduğunca çok kişiyle iletişim kurabilmek, tanışabilmek ve sohbet edebilmek de sanal uzamda beğenilmeyi ve popüler olmayı gerektirmektedir.

Özel bir günlük tutmak yerine sanal uzamda blog yazmayı tercih etmesinin nedeni sorulan 24 yaşındaki *Ali Kaya*, kullanıcıların birbirleriyle etkileşimi sonucu gelişen beğenilme ve popüler olma durumunun blog ortamında bireye daha çok yazması konusunda motivasyon sağladığını şu şekilde belirtmiştir:

“...lisede ya da ortaokulda bi kaç kere denedim günlük tutmayı ama çok yeterli olmadı .. sürekli olmadı artı bi sanal alemde gittikçe popülerleştikçe herkes okuyabiliyo insanlar okudukça da sen gaza geliyosun daha fazla yazmak istiyosun..”

Buna göre bireylerin sanal uzamda beğenilmesi ve sanal uzamdaki davranışlarıyla popüler hale gelmesi kullanıcıları o ortama daha çok bağlamakta ve ortamda var olma ve daha çok beğenilme yönündeki isteği arttırmaktadır. Ayrıca derinlemesine görüşme yapılan birçok katılımcı Tumblr blog ortamında beğenilmek ve takip edilmek istediklerini açıkça ifade etmiş ve bunun, çoğu kullanıcı için geçerli olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. 21 yaşındaki *beyazleblebi* bununla ilgili görüşlerini şu şekilde açıklamıştır:

“...Beğenilmesi için yazıyorum zaten hani birileri okusun ve beğensin diye yoksa günlük de tabi kendim ev de yazarım hatta yazmaya kalemle üşeniyosam

worde yazar kaydederim her günün tarihiyle falan.. e tabi insanlar oksun beğensin istiyorum ki orda yazan herkesin içinde var bakma yani diyolarki işte ya umurumda değil okumayan okumasın falan ama öyle değil yani birileri okusun diye oraya yazıyoruz ve beğensin diye...”

Beğenilme ve popüler olma isteği ile blogcuların gönderilerine yapılan olumlu geribildirimleri ve takipçi sayılarını önemsemeleri arasında da bir ilişki kurulabilir. Beğenilme ve popüler olma arzusunu taşıyan blogcuların çoğunlukla gönderilerinin beğenilmesi ve gönderilerine yorum yapılmasını önemsedikleri ve takipçi sayılarının artmasını diledikleri gözlemlenmiştir. Bununla ilgili olarak 17 yaşındaki *zebramarch* görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Ya tabi büyük önemi var çünkü hani sen karşı tarafa bişey veriyosunn aynı zamanda hani ya ben şeye inanmıyorum mesela ben kendim için yazıyorum işte aman imse şey yapmasın kimsenin şeyi umrumda değil hayır abi yani o senin için önemli oluyo yani yazdıktan sonra e çünkü sen ee o beğense tamam beğenirse tamam senin umrunda olmaz ama hani böyle bişey bekliyorsun hani yorumu ne acaba, acaba ne düşündü o olay var hani...”

Gönderilerine ulaşan geribildirimleri ve takipçi sayılarını önemseyen katılımcıların yanı sıra gönderilerinin beğenilir gözükmemesini önemsemeyen ve bu konuda hiçbir çaba sarfetmediğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Örneğin 24 yaşındaki *kedipikolata* yayınladığı her bir gönderinin beğenilir gözükmemesine önem verip vermediği sorusunun yanıtı olarak düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“...Hayır eğer beğeni kaygısıyla yazarsak zaten o düşünce özgür olmaz. Beğeni kaygısıyla yazdığımız zaman bi çok şeyi kafamızdaki aslında geçen bi çok şeyi filtrelemek elemek zorunda kalırız, beğeni kaygısı olursa yani her şey dile gelmez. Artık... bi de şey olmaz yani sadece düşüncelerin sürekli beğenilmesi yani her düşünce beğenilirse zaten orda bi sorun da var demektir bence. Beğenilmemesi de ya da karşıt düşüncelerin de olması lazım sonuçta ben diyalektiğe gerçekten özen veren bi insanım sürekli yani benim düşüncemi paylaşan insanlardan dolayı ee... karşı düşüncedeki kişilerin de fazla olması benim daha çok ilgimi çeker açıkçası. O yüzden düşüncelerimin sürekli beğenilmesinden ziyade beğenilsin ve de beğenilmesin ikisi de olsun...”

Sanal uzamda popülerleşme söz konusu ortamda diğer kullanıcılarla etkileşimi sağlayarak ve onlarla iletişim kurarak, zamanla gerçekleşmektedir. 21 yaşındaki Tumblr blog yazarı *kendinikertenkelebek* blog ortamında deneyimlediği popülerleşme sürecini ise şu şekilde ifade etmiştir:

“...yani zaman içersinde olan işte reblog olsun likelar olsun kulaktan kulağa gitmeler olsun arkadaş çevrem olsun duyuluyo ve hani bu getiriyosa bi popülarite getiriyoy tabi daha çok ee takipçi demek daha çok like almak demek daha çok.. o yüzden ilk postumda mesela hiç ya da 3-5 tane like varsa şu anki postlarımda daha fazla.. onun sebebi bu artan popülarite yani...”

Türkiye’de, 2010 yılında, Okuyan Us Yayınevi tarafından Dizüstü Edebiyat Serisi adı altında popüler blog yazarlarının kitaplarının çıkmasıyla İnternet ortamında popüler olmanın mümkün olduğu ve bu popülerliğin çevrimdışı uzama da taşınabileceği gözlemlenmiştir. Buna göre derinlemesine görüşmelerde katılımcılara da bloglarını kitaplaştırmak isteyip istemedikleri sorulmuş ve katılımcılardan yalnızca 4’ü böyle bir teklife olumlu yanıt verebileceklerini belirtmişlerdir. 6 katılımcı bu fikre olumsuz bakmaktayken, katılımcılardan yalnız 1’i, 25 yaşındaki *Yağız Yılmaz* blogunu kitaplaştırmayla ilgili soruyu şu önermeyle yanıtlamıştır:

...Ben blogumu diil de ee benim bi blogum daha var... fakat o blog kapalı okuyucuya mesela yani girdiğin zaman tumblr üzerinde yine yazıyorum ama ee password girmeni istiyoy orda bişiler yazıyorum.. o yazdığım şeyler de yine böyle iki üç cümlelik kısa kısa paragraflar.. bunu kitap yapmayı düşünmüyorum da fotokopi çektirip dağıtmayı düşünüyorum daha ilerde, ücretsiz olarak belli noktalara 20’şer 30’ar koyup üzerine parasızdır yazıp... Yani kafama göre herhangi bi yere sokakta elden kendim de dağıtıcam .. böyle bi projem var yani de hala yazmaya devam ediyorum ama. Aforizmalara ağırlıklı ama hani böyle çok da ağır olmayan gündelik ağızla yazılmış böyle sokak edebiyatı gibi...”

Elde edilen bulgulara göre ve araştırmanın örneklemini oluşturan popüler blogcuların yanıtlardan hareketle, blog ortamında her kullanıcının popüler olma yönünde belirgin bir istek duyduğu genellemesinin yapılamayacağı söylenebilir. Ancak çoğu katılımcı, blog yazmanın, bireyin kendisini dışa vurması ve sahip olduğu görüş ve düşüncelerini başkalarıyla paylaşabilmesi için bir araç olduğunu, gönderilerin

beğenilmesinin genel olarak tüm blogcular tarafından arzu edildiğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Sanal uzamdaki popülerliğin çevrimdışı uzamda bir çeşit somutlaşması olan Dizüstü Edebiyat Serisi örneğinde olduğu gibi bloglarını kitaplaştırmak isteyen katılımcılar ise, bu isteğin popüler olma arzusundan ziyade, daha çok, diğer insanlara düşüncelerini ulaştırabilmek ve yine fikirlerini mümkün olduğunca çok insanla paylaşabilmek arzusundan ileri geldiğini belirtmişlerdir.

3.4.3 Tumblr Blog Ortamında Mahremiyet Algısı

Bloglar sanal uzamda, bireylerin içerik üretiminde en rahat olduğu alanlardan biri olarak görülmektedir. Burada kullanıcılar kendileriyle ilgili diledikleri bilgileri ve görüntüleri paylaşmakta ve diğer kullanıcıların kendileri hakkında paylaştıkları kişisel içerikleri de takip etmektedirler. Bu noktada blogcuların mahremiyet algısını belirleyebilmek, mahremiyetin sanal uzamda teşhir edilmesi hakkındaki düşüncelerini ortaya çıkarmak ve mahremiyetin teşhir edilme derecesiyle blogun popüler olma derecesi arasındaki ilişkiyi kavrayabilmek açısından yapılan derinlemesine görüşmelerde elde edilen bulgular önem taşımaktadır.

Hal Niedzwiecki *Dikizleme Günlüğü* (2010) adlı çalışması kapsamında görüşme yaptığı bir blogcunun “en başarılı blog yazarları, özel hayatlarını en fazla açık edenlerdir” ifadesine vurgu yapmıştır. Bireylerin başkaları hakkında özel olan şeylere duyduğu merak ve kişileri gözetleme isteği bunun en önemli nedeni olarak görülmektedir. Bu tez kapsamında da görüşme yapılan 11 katılımcı özel hayatını diğer yazarlara göre daha çok teşhir eden blogcuların daha çok takip edildiği konusunda hemfikir olduklarını belirtmişlerdir. Özellikle cinsel hayatları hakkında yazan blogcuların diğer blogculara göre daha dikkat çektiği ve daha çok izlendiğini ifade etmişlerdir. 20 yaşındaki *bıçkınbisküvi* özel hayatın teşhiri ve blogun popülerliği arasındaki ilişkinin kullanılan anlatım biçimine ve anlatılan olaylara göre de değişebileceğini belirtmiştir:

“...Bu da işte insanın özel hayatını teşhir edişine bağlı bence. Ben burda ne kadar gerçekten günlük hayatı buraya teşhir etsem kendim bile sıkılıırım (gülüyor) çünkü gerçekten çok olağan yani her şey hayatımda genel olarak baktığımızda hani yaşam tarzı olarak söylüyorum bunu. Bu şeye bağlı dediğim gibi bu ne kadar ilginç olduğunuza bağlı...”

Katılımcılar, bloglarında özel hayatlarını ne derece teşhir ettikleri ve bu konudaki sınırlarının ne olduğu sorusuna cevap olarak çoğunlukla cinsel hayatlarının bu sınırın başlangıcı olduğunu ifade etmişlerdir. Bireylerin cinsel hayatlarıyla ilgili bilgileri blog ortamında paylaşımlarını doğru bulmadıklarını belirten popüler blogcular, kendilerinin bu tür paylaşımdan kaçındıklarını ifade etmişlerdir. 21 yaşındaki *kendinikertenkelebek* blogunda özel hayatıyla ilgili paylaşımlarının kapsamını şu şekilde açıklamıştır:

“...Şöyle sokaktan başlıyo evin içindeki olaylara kadar geliyo ama yatak odasına gelince duruyo...”

20 yaşındaki jeliboni *kendinikertenkelebek* ile benzer olarak yatak odası metaforunu kullanmış ve blogunda özel hayatını ne derecede paylaştığını şu şekilde ifade etmiştir:

“...Ya bazıları ismini okulunu bulunduğu şehri bile söylemekten çekiniyolar ama ben o kadar değil dediğim gibi yatak odasına geçmicek...”

23 yaşındaki *memcimek* de kendisiyle yapılan derinlemesine görüşmede konu ile ilgili düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“...yani insan sevgilisinden bahseder neden ayrıldığından bahseder ama sevgiliyle ne yaptığından bence bahsetmemelidir...”

Bu noktada tezin Birinci Bölümünde bahsedilen *mahremiyet* ile *özel yaşam alanı* ayırımına dikkat çekmek gerekir. Burada şöyle çelişkili bir durum vardır. Bireyin belirli kimselerle belirli ölçüde paylaştığı yaşam parçalarını kapsayan özel yaşam alanı, blogcular tarafından blogda paylaşılmasında sakınca görülmeyen özel yaşam olarak görülmektedir. Katılımcıların çoğunlukla “yatak odası” metaforunu kullanarak ifade ettikleri ve teşhir edilmesinde sakınca gördükleri yaşam alanı ise mahrem alanı oluşturmaktadır. Buna göre katılımcıların blog ortamında özel yaşamlarının paylaşımıyla ilgili oluşturdukları sınır özel yaşam alanında değil, mahrem alanda başlamaktadır. Bu durum Türkiye’de bireylerin mahrem alan hakkında bir kavram karmaşasına sahip olduğunu göstermektedir. Üstelik mahrem alan sadece cinsellikle sınırlı tutulmaktadır.

19 yaşındaki *hemoghemlobin* ise blog ortamında özel yaşamının paylaşımını açıklarken genel ve özel yaşam alanı ayırımı yapmaktadır:

“...ben ailemi anlatırım o gün yaşadığımı anlatırım arkadaşlarımı anlatırım yeri geldi mi hani nasıl desem anlatırım ama nerde biter bu biliyo musun bu benim bi insanla yaşadığım ister arkadaşım olsun ister hani erkek arkadaşım olsun hani birebir yaşadığım yerde biter. Genel değil de özel olarak yaşadığım yerde

biter hani erkek arkadaşım ile ne bilim çok özel bişey yaşarım belki ya da ne bilim hani kavga ederim ama onu oraya yansıtmamın alemi olduğunu sanmıyorum hani orda dururum...”

Genel yaşam alanı olarak adlandırılan yaşam alanı, kişinin herkesle paylaşabileceği kamusal yaşam alanlarını içermektedir (Küzeci, 2010: 71). Diğer katılımcılardan farklı olarak hemoghemlobin blog ortamında özel hayatının paylaşımıyla ilgili oluşturduğu sınırın mahrem alandan önce, özel yaşam alanında başladığını belirtmiştir. Buna benzer olarak 25 yaşındaki *Yağız Yılmaz*, çoğu katılımcının *mahremiyet* ile *cinsel hayat* arasında kurduğu ilişkiye zıt olan görüşlerini ifade ederek, mahremiyet kavramının Birinci Bölümde de bahsedildiği gibi her insan için aynı anlama gelmediği görüşünü desteklemiştir:

“...Ya mahremiyet zaten bana direk cinselliği çağrıştıran bi kelime değil yani. Üzerimizde kıyafetlerimiz varken de yaşadığımız bi şey benim için mahrem olabilir.. nası diyim yani şeyi sevmiyorum ben insanlar senin hakkında çok fazla şey bilmemeli bence...”

Burada *Yağız Yılmaz*, diğer Tumblr blog yazarlarından farklı olarak mahremiyeti çok daha doğru tanımlamakta mahremiyeti sadece cinsellikle sınırlı tutmamaktadır.

Sonuç olarak, mahremiyet kavramının her insan için aynı anlama gelmediği, ancak, derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgulara göre mahremiyet kavramının daha çok cinsel hayat ile ilişkilendirildiği söylenebilir. Blogcuların çoğu mahrem alanlarının İnternet ortamında paylaşılması gerektiğini düşünmekteyken, bazı blogcular ise özel hayatlarının paylaşımıyla ilgili oluşturdukları sınırı daha geride tutarak, özel yaşam alanlarını da paylaşılması gerekenler kapsamına dâhil etmektedir.

3.4.4 Sanal Uzam (Tumblr Blog Ortamı) ile Çevrimdışı Uzamda Kimlik

Kullanıcıların yeni medya ortamında sergilediği davranışların, kendilerini ifade etme biçimlerinin ve gerçekleştirdikleri iletişim pratiklerinin anlaşılması bakımından sanal uzamda benlik çalışmaları büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmalar kullanıcıların benlik sunumlarının değerlendirilmesinin yanında, iletişim araçlarının kullanım pratiklerinin ve altında yatan nedenlerin ortaya çıkarılıp serimlenmesini de kolaylaştırmaktadır. Birinci Bölümde yapılan sanal uzamda ve blog ortamında kimlik inşası tartışmalarında sanal uzamdaki toplumsal paylaşım ağları, bloglar ve diğer çevrimiçi iletişim hizmetlerinin bireylere yeni bir benlik inşası için gerekli olan tüm araçları sağladığı detaylı olarak açıklanmıştı. Buna göre bireyin blog ortamında sergilediği kimlik, bireyin gerçek

kimliğinden beslenmekte ancak aralarında birçok farklılık da bulunabilmektedir. Aradaki farklılıkların hangi unsurlarda ortaya çıktığını belirleyebilmek ve farklılığın derecesini ortaya koyabilmek amacıyla yapılan derinlemesine görüşmelerde katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Katılımcılardan 5'i blog ortamında sergiledikleri kimlik ile çevrimdışı kimlikleri arasında hiçbir fark olmadığını belirtmişlerdir. Bununla ilgili olarak 18 yaşındaki *sosyalkeci* düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“...günlük hayatta ne konuşuyorsam sanal ortamda da onu konuşuyorum çok farklı bi şey yapmıyorum hani en azından blog olarak insanlarla farklı şeyler konuşuyo olsam da ben hani burda sana ne söylüyösam akşam eve gidince blogta da onu yazıcam çok farklılık yok o yüzden...”

Diğer 6 katılımcı blog ortamında sergiledikleri kimliklerin çevrimdışı kimliklerine göre biraz farklılık gösterdiğini ancak bu farklılıkların çok büyük olmadığını belirtmişlerdir. Bununla ilgili olarak 21 yaşındaki *beyazleblebi* düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...aile içersinde benim yazdığım blogdan ailemin haberi yok çünkü ben yeri geldiği zaman onları da orda yazabiliyorum okumalarını da istemiyorum açıkçası .. çünkü orda benim arkadaşlarımla kendime ait bi yerim var ben evde de biraz öyleyim odamdan çıkmam falan kendime ait bi yerim hep olsun belki onla da alakalı bişi .. ee o yüzden hani ailemle konuşurken farklı biriyim o ortamda daha farklı biriyim .. ya da bi takım arkadaşlarımla konuşurken çünkü blogtaki gibi olursam beni anlamayabilirler çünkü onların öyle bişeyden haberleri yok falan...”

Burada kullanıcı, “kendime ait bir yer” metaforunu kullanarak Tumblr blog ortamının çevrimdışı uzama göre kendisine daha özgür bir alan sağladığını belirtmiş, bu özgür alanın sağladıklarının da ifadelerine ve yayınladığı gönderilere yansıdığını belirtmiştir. Dolayısıyla iki uzamda sergilenen kimlikler arasındaki fark, düşüncelerin özgürce ifade edilebilmesinden gelmektedir. 23 yaşındaki *memcimek* ise *beyazleblebinin* aksine, farklılığın İnternet ortamında daha temkinli olunması gerektiğinden kaynaklandığını ifade etmiş, içerik üretiminde daha dikkatli olduğunu açıklamıştır:

“...Bu internet ortamı bi şekilde kayıt altına alınan bi yer hani sen silmediğin sürece veya birisi senden onu kopyalamadığı sürece ya da görüntüsünü çekip belgelemediği sürece kayıt altında... hani gerçek hayatta ağızından bi laf kaçır

onu toparlayabilirsin ya da toparlayamazsın. Ama hani orda kaçırmak biraz farklı bi şey yani kaçırmaman gerekir bence. Eğer silemiceksen zamanında eğer kimse ordan alıp bu da zamanında böyle demişti diye bi gün kullanıcaksa o sıkıntı olabilir ve o yüzden hani aslında hayatta da derler ya hani iki kere düşün konuşmadan önce orda da öyle...”

Yapılan derinlemesine görüşmelerde katılımcıların belirttiği bir diğer farklılık türü ise, blogcuların Tumblr blog ortamında yayınladıkları gönderilerine hakim olan konuyla ve paylaştıkları içerik türüyle yaratmış oldukları izlenimden kaynaklanan farklılıktır. Blogunda ayrılık, aşk acısı ve sevginin kutsallığı üzerine yazdığını belirten *kendinikertenkelebek* konuyla ilgili olarak şu açıklamayı yapmıştır:

“...sadece blogu okuyup bana facebooktan veya başka sosyal paylaşım sitelerinden ulaşanlar hani kafalarında canlandırdığı insanı acaba bulabilir miyim diye geliyolar. Çünkü şöyle okuyolar evet çok duygusal çok romantik tamam diyolar yani diyolar bunu bana o şekilde bildirimler geldiği için diyorum bunu. Ee hani sonra mesela ben konuşuyorum makara yapıyoruz falan filan aa ya hiç de öyle değilmiş gibi bi durum oluyo... e şöyle ben bunu şöyle açıklıyorum... yani mesela şu anda blogtaki gibi biriyim aslında ama ee ne gereği var hala üzölmeye yani biraz da eğlenmek lazım dışarı çıktığım zaman da bu ihtiyacımı gideriyorum eğleniorum gülüyorum ama onun dışında çok farklı değil yani...”

İnsanları gözlemediğini ve blogunda daha çok insanlar hakkındaki gözlemlerini paylaştığını belirten *hemoghemlobin* ise çevrimdışı kimliği ile sanal uzamda blog ortamında sergilediği kimlik arasındaki farklılığı şu şekilde açıklamaktadır:

“...Aslında çok farklı değil aslında çok benzerler ama elbette farklılıklar var ya mesela ben orda çizdiğim profil sürekli mutlu hani çok derdi olmayan ne bilim böyle gibi geliyo bana tabi ki hani çok üzöldüğüm oluyo ama bunu yansıtmamaya çalışıyorum hani gerçek hayatta mesela arkadaşlarımla oturduğum zaman ben o hüznü çok rahat yansıtırım... ne bilim hani fark burda aslında. Her istediğimizi yazamamak içinden geleni söyleyememek. Ve orda ayrılıyo bence gerçek hayatla...”

Yapılan bir araştırmada Facebook'taki sayfalarında çekici arkadaşları olanlara, daha çekici gözüyle bakıldığı ortaya kondu (Twenge ve Campbell, 2010: 166). Yine, New York Times'teki bir makalede değerlendirildiği üzere, İnternette kendini tanıtmak daha iyi ve daha havalı görünmek anlamına gelmektedir (2010: 167). Blog ortamında da bireyler “daha havalı görünmek” adına idealize edilmiş performanslar sergileyerek kendilerini “daha çekici” blogcuların takip etmesini sağlayabilir ve kendilerini “daha çekici” kılabilirler. Blog ortamında idealize edilmiş performansların sergilenmesi blogcunun çevrimdışı uzamda sergilemiş olduğu kimlik ile blog ortamında sergilemiş olduğu kimlik arasında farklara yol açmaktadır. Bazı katılımcılar, Tumblr blog ortamında yazılarını takip ettikleri daha sonra da Tumblr buluşmalarında tanıştıkları blogcuların blog ortamında sergiledikleri kimlik ile buluşmalarda yani çevrimdışı uzamda sergiledikleri kimlik arasında farklılıklar olduğunu gözlemlemiştir. Bununla ilgili olarak 20 yaşındaki *jeliboni* düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...şeyden şaşırıyorum ben yaş olarak çok şaşırıyorum..ee geliyolar 97'liyim 95liyim diyolar orda bi kesinlikle yıkılıyorum ben biraz o muhabbet biraz şey yapıyo hani... Ben zaten tumblr buluşmalarına yaş sınırı koyulması taraftarıyım. Yani olmuyo gerçekten hani tamam tumblra yazıyo yazarken daha iyi oluyo değiştiriyolar düşünüyolar ya da başka bi yerden destek alıyolar ama aynı ortamda muhabbet etmeye başlayınca yok diyorum ya...”

Jeliboni, Tumblr blog ortamında blogcuların çevrimdışı kimliklerinden farklı olarak daha olgun gönderiler paylaştıklarını, ancak buluşmalarda bu blogcuların bloglarında yarattıkları izlenime göre daha genç olduklarını ve çevrimdışı uzamdaki ifade biçimlerinin blog ortamındakinden farklılık gösterdiğini belirtmiştir. Buna benzer olarak 21 yaşındaki *beyazleblebi* görüşlerini şu şekilde açıklamıştır:

“...En büyük fark yaş mevzusu ee 98 doğumlu birisi durmadan seksten bahsedebiliyo mesela yani... yani karşında görüyorsun bi damla çocuk... ama ohoh neler yazıyo yani... geçen yazdım mesela bi tanesi çok mutluyum şu anda ellerim vücudunda diye yazıyo bi damlacık bi kız böyle sen romantizmi nerden biliyorsun ki yani ne biliosun ki sen onun hakkında işte ama yapıyolar umarım yaşadıkları şeyleri yazmıyolardır... ki yazmıyolardır da yani. Abi geçen sene doğmuş yani ne yaşasın ne yazsın...”

Blogcuların Tumblr blog ortamında sergiledikleri kimlik ile çevrimdışı ortamda sergiledikleri kimlikleri tutarlı bulan 18 yaşındaki *sosyalkedi* ise düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Ne kadar doğruymuş dediğim çok fazla oldu... orda masaya oturduğumuzda 2 ya da 3 kişi konuşmaya başladığımızda zaten tam blogtaki adam işte burda ne söylüyorsa burda da o belki biraz daha komiktir hani belki sesi biraz değişiktir hani onu beklemiyosundur biriyle konuştuğunuzda hani kafanızda bişi oluşturursunuz ya “bundan şöyle bi ses çıkar böyledir bu insan hani görüntüsü öyledir”... karşınızda görüntü tamam da ses olmamış dediğiniz zaman olabiliyo ama hani genelde beklediğim gibi çıkıyo insanlar...”

Kimlik pratikleri üzerine yapılan birçok araştırma, sanılanın aksine, kullanıcıların sanal uzamda, çevrimdışı uzamda sergiledikleri kimliklerle örtüşen performanslar gerçekleştirdiğini ortaya çıkarmıştır. Kullanıcıların sanal uzamdaki kimlikleri ve sergiledikleri davranışlar çevrimdışı uzamdan beslenmekte, iki ayrı uzamda varlık gösteren kimlikler farklılık göstermemektedir. Örneğin derinlemesine görüşme sırasında katılımcıların verdiği bilgilere göre cinsiyet ve fiziksel görünümünü farklı gösteren blogcu bulunmamaktadır. Ancak yine de katılımcıların da belirttiği gibi, kullanıcıların tam anlamıyla aynı benlik sunumunu sergilediği söylenemez. Kullanıcılar yeni medyada varlık gösterdikleri iletişim aracına, iletişim kurdukları kişilere göre davranışlarını değiştirmekte, buldukları ortamın gerekliliklerine ve genel kullanıcı profiline sergilediği davranışlara uyum sağlamak ve bunun için de benlik sunumlarında küçük farklılıklar yaratabilmektedir. Bu tür farklılıkları, derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgulara göre, kullanıcıların yayınladıkları gönderilerine hakim olan konular ve yaygın olarak paylaştığı içerik türü dolayısıyla okuyucularda yaratılan izlenimler oluşturabilmektedir. Blogunda devamlı olarak komik gönderiler paylaşan bir blogcunun çevrimdışı uzamda da hep komik olması beklenmekte, blogunda devamlı mutsuz ve hüzünlü gönderiler paylaşan blogcuların çevrimdışı uzamda da hep mutsuz olacağı düşüncesi oluşmaktadır. Tumblr blog ortamında kimlik inşasında diğer bir önemli nokta ise yaşdır. Kullanıcıların kendi yaşlarına uygun olmayan içerikler paylaşması ya da yaşlarına göre olgun gönderiler yayınlaması, diğer kullanıcıların onların yaşları konusunda yanılmalarına sebep olmakta ve çevrimdışı uzamda sergiledikleri kimlik ile sanal uzamda sergiledikleri kimlik arasında farklar olduğunu düşünmelerine neden olmaktadır. Bazı katılımcılar blog ortamının

çevrimdışı uzamdaki ortamlarından daha özgür olduğunu ifade etmekte, dolayısıyla çevrimdışı uzamda dile getiremedikleri duygu ve düşüncelerini blog ortamında ifade edebildiklerinden, çevrimdışı uzamdaki kimlikleri ile sanal uzamdaki kimliklerinin farklılıklar gösterdiğini belirtmektedir. Ancak blog ortamının çevrimdışı uzamdaki ortama göre daha kontrollü olunması gereken bir ortam olduğunu ifade eden blogcular da bulunmaktadır. Bu bulgulara göre blogcuların sanal uzamda sergiledikleri kimlikler ile çevrimdışı uzamda sergiledikleri kimlikler arasında büyük farklar bulunmamaktadır. Oluşan farklılıklar blogculara göre değişmekte, farklılıklar bazında genel bir yargıya varılamamaktadır. Blogcuların yaratmış oldukları farklılıkların, çevrimdışı ortamdaki yaşam biçimlerine, yaşam alanlarına ve yaşlarına göre de değişkenlik gösterdiği gözlemlenmektedir.

4 SONUÇ

Yeni medya ortamında blog yazmak günümüzde gündelik yaşam rutininin bir parçası haline gelmiştir. İnternet ortamında toplumsal paylaşım ağlarında benlik sunumu yapan birçok kullanıcının aynı zamanda bir blog sahibi olduğu ve düzenli olarak blogunu güncellediği, ya da halen güncel bir blogu olmasa dahi geçmişte blog yazmayı denediği gözlemlenmektedir. Bu tez çalışmasında blog kullanımının birçok farklı kullanım amacı ve biçimi olduğu ortaya konmuştur. Birçok kullanıcı için bloglar bir boş zaman etkinliği, eğlence unsuru ve önemli bir iletişim aracıdır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de blog yazmanın ve okumanın oldukça popüler olduğu, ziyaretçi trafiği verilerinden hareketle ortaya çıkarılmış, bunun sonucu olarak birçok blog sağlayıcısı, Türkiye’deki kullanıcılarına ana dillerinde hizmet verebilmek için dil seçenekleri arasına Türkçeyi yerleştirmiştir. Blog yazmanın günümüzde yeni medya kapsamında bir moda haline geldiği de söylenebilir. Birçok İnternet kullanıcısı birbirlerini yeni iletişim araçlarından haberdar ettikleri gibi, kullanışlı blog sağlayıcılarından da haberdar etmekte, bireyler çevrimdışı uzamda tanıştıklarında birbirlerine telefon numaraları yerine bloglarının İnternet adresini vermektedir.

Tezin Birinci Bölümü çalışmanın kavramsal çerçevesini ortaya koymaktadır. Bu bölümde ortaya konan kavramsal çerçeve, tezin son bölümü olan araştırmanın uygulanması aşamasında bulguların değerlendirilmesine yardımcı olacak şekilde belirlenmiştir. Tezin İkinci Bölümü araştırmanın evrenini oluşturan Tumblr blog sağlayıcısının tüm özelliklerinin ve diğer blog sağlayıcılarından farkının ortaya konulduğu bölümdür. Tezin son bölümünde ise araştırmanın yöntemi ve veri toplama teknikleri hakkında bilgi verilmiş, araştırmanın uygulama süreci ve elde edilen bulgular açıklanmıştır. Bu tez çalışmasında Tumblr blog ortamındaki kullanım pratiklerine ilişkin iki farklı çerçeve çizilmiştir. İlk olarak Tumblr blog ortamında etkin olan popüler blogcuların bloglarında ne paylaştığı ortaya konmuştur. Bloglarını devamlı güncelleyen ve Tumblr blog ortamında oldukça etkin olan popüler blogcular, diğer kullanıcılar tarafından düzenli olarak takip edilen, gönderileri zevkle okunan ve beğenilen blogcular olduğundan, blog kullanım pratiklerinin en iyi

örneklerini oluşturmaktadır. Kişisel bloglarını kendilerini ifade etme amacıyla oldukça etkin bir şekilde kullanan popüler blogcuların bloglarında yazdıkları ve görüntüledikleri paylaşımların ağırlıklı olarak ne tür konularda olduğu, bir blogun nasıl daha çok okunur ve takip edilir hale getirildiğini de açıklamaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmelerde blog yazmak ile popüler kültür arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu belirten katılımcıların ifadeleri, bir ay boyunca kaydedilmiş gönderilerinde yoğun olarak paylaştıkları popüler kültür unsurlarıyla da desteklenmiştir. Araştırmaya katılan popüler blogcular bloglarında yerli ve yabancı, güncel müzik, sinema, televizyon, şöhretler ve edebiyat ile ilgili gönderileri çok sık olarak paylaşmaktadırlar. Ayrıca Tumblr ortamındaki blogcuların Tumblr blog sağlayıcısına özgü olan follow/unfollow tartışmaları ve Tumblr'nun sunucu hatası gibi konularda da yazdığı görülmüş, söz konusu iletişim aracının kullanıcıların gönderilerinde paylaştığı konuları etkilediği ve kullanıcılar arasında yeni dil pratikleri yarattığı da gözlemlenmiştir. Katılımcıların Tumblr blog ortamında yeni medya ortamının en önemli özelliklerinden biri olan *hipermetinselliği* oldukça etkin bir şekilde kullandığı da gözlemlenmiştir. Blogcular bloglarında diğer toplumsal paylaşım ağlarındaki profillerinin bağlantılarını hipermetinler yoluyla düzenli olarak diğerleriyle paylaşmakta, blog ortamında iletişim halinde oldukları kullanıcıları diğer yeni medya ortamlarına ya da diğer toplumsal paylaşım ağlarında bulunan arkadaş ve izleyenlerini blog ortamına taşımaktadırlar. Dolayısıyla Facebook, Twitter gibi iletişim araçlarında bağlantı sayısı yüksek ve popüler olan kullanıcıların bu yolla, blog ortamında da popülerliği kısa sürede yakaladığını söylemek mümkündür. Bu araştırmaya katılan Tumblr blogcularının diğer toplumsal paylaşım ağlarında da arkadaş ve izleyen sayısının yüksek olması ve o ortamlarda da popüler olmaları da bu durumun kanıtı niteliğindedir.

Kaydedilen gönderilere göre güncel olayların, güncel olaylar hakkındaki görüş ve düşüncelerin paylaşıldığı gönderilerin çok az olması önemli bulgular arasındadır. Kullanıcıların belli bir kalıba uymaksızın, kendilerine ait bir alan olarak gördükleri ve kullandıkları kişisel bloglarında, güncel olaylardan bahsetmemeleri kendi bireysel gündemlerinde de bu olayların yer almadığının bir işareti olabilir. Ancak yapılan derinlemesine görüşmelerde, bazı katılımcıların güncel olayları takip etmelerine ve bu olaylarla ilgilenmelerine rağmen özellikle siyasi ve dini içerikli gönderiler yayınlamaktaki çekinceleri kendi ifadelerinden alıntılar yapılarak belirtilmiştir. Öte yandan Google'ın blog hizmeti olan Blogger'ın kapatılması gibi kendilerini direkt olarak ilgilendiren bir güncel

olay karşısında birçok blogcu tepkisini dile getirmiş ve bu konu hakkındaki görüş ve düşüncelerini ifade ettikleri birçok gönderi yayınlamışlardır. Burada önemli olan söz konusu güncel olayın aynı ortamdaki birçok blogcuyu ilgilendiren bir niteliğe sahip olmasıdır. Blogcular kendileriyle aynı düşünceleri paylaşan kullanıcılar olduğunda, bu tür olaylarla ilgili duygu ve düşüncelerini daha kolay dile getirebilmektedirler. Ancak siyasi ve dini konular gibi kişiden kişiye büyük farklılıklar gösteren ve birçok kullanıcı tarafından “hassas” olarak nitelendirilen konularda bireyler çoğu zaman düşüncelerinin ifadesi konusunda tedirginlik yaşamakta ve çoğunlukla bu tarz gönderiler paylaşmamayı tercih etmektedirler. Bu durum da, toplumda bireylerin “ciddi” konularda kanaatlerini açıklamaktan çekindiğini ve ifade özgürlüğü ortamının gerilediğini göstermektedir.

Teze ilişkin ikinci önemli nokta ise popüler blogcuların Tumblr blog ortamında ne şekilde benliklerini sundukları konusudur. Kullanıcılar blog ortamında yayınladıkları gönderilerde diğer kullanıcılarla paylaştıkları görüş ve düşünceler, kendileri hakkında verdikleri bilgiler sonucunda, blog ortamında sanal bir kimlik üretmektedirler. Yeni medya ortamında bulunan toplumsal paylaşım ağları ve bloglar gibi iletişim araçları her geçen gün geliştirilen yeni uygulamalar ile kişiselleşmektedir. Kullanıcılar kendilerine özgü bir ortam yarattıkları bloglarında, sayfa düzeni, renk seçimi, yazı tipi gibi kişiselleştirilebilen özelliklerle, paylaştıkları gönderiler sayesinde oluşturdukları sanal kimliklerini pekiştirebilmektedirler. Ayrıca sanal uzamda bireylerin fiziksel gerçeklik olmadan varolmasından dolayı, sanal uzamın çevrimdışı uzama göre bireyleri daha özgür kıldığı düşünülmektedir. Ancak bu çalışmada da ortaya konulduğu gibi popüler blogcuların bloglarında sergiledikleri kimlik ile çevrimdışı uzamdaki kimlikleri arasında farklılık bulunmamaktadır. Buna göre Goffman’ın bireylerin günlük yaşamda benlik sunumuyla ilgili vurgulamış olduğu “performansların idealize edilmesi” durumunun, blog ortamında geçerli olmadığı söylenebilir. Bireyler çoğunlukla, blog ortamında, çevrimdışı uzamda geçerli olan toplumun resmi olarak onaylanmış değerlerini dikkate almamakta, çevrimdışı uzamda olduğu gibi performanslarını söz konusu değerlere göre şekillendirme kaygısı duymamaktadırlar. Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların sanal uzamdaki kimlikleri ile çevrimdışı uzamdaki kimlikleri arasında oluşan küçük farklılıkların ifade özgürlüğünden ya da tam tersi kullanıcıların kendi kendilerine uyguladıkları bir çeşit oto-sansürden kaynaklandığı belirtilmiştir. Birinci duruma göre kullanıcılar blog ortamının çevrimdışı uzama göre daha rahat olduğunu düşünmekte, çevrimdışı uzamda dile getiremediklerini

blog ortamında yazma fırsatı bulmaktadırlar. İkinci durumda kullanıcılar İnternet ortamının sanıldığı gibi aksine özgür bir ortam olmadığını, her şeyin kayıt altına alındığını düşünmekte ve düşüncelerini özgürce ifade etmekten çekinmektedirler. Bu durum kullanıcıların blog ortamında ne anlatmak istediğine ve yine kullanıcıların çevrimdışı uzamdaki yaşam biçimlerine göre değişmektedir. Araştırmadan bağımsız olarak örneğin, çevrimdışı uzamda ailesi ile birlikte yaşayan bir bireyin gündelik yaşamında ailesinin yanında yaşatlarıyla konuştuğu gibi konuşamayacağı düşünülebilir. Bu durumda sürekli ailesiyle vakit geçiren birey, blog ortamında ailesinin yanında ifade edemediklerini yaşatlarıyla paylaşma imkanı bulmaktadır. Bu birey için blog ortamı çevrimdışı uzama göre daha özgür bir ortam sağlamaktadır. Öte yandan siyasi ya da dini konularda görüş alışverişi yapmayı seven bir birey, çevrimdışı uzamda kişilerle bu konuları tartışabilirken, çeşitli yasal düzenlemeler, kayıt altına alınma ya da dijital gözetlenme korkusuyla bunları blog ortamına taşıyamamaktadır. Dolayısıyla bu birey için de blog ortamı çevrimdışı uzama göre daha kısıtlayıcıdır. Blogcuların sanal uzamda sergiledikleri kimliklerinin çevrimdışı uzamdakine göre farklılık göstermediğinin bir diğer belirtisi de blogcuların sanal uzamdaki ilişkilerini blog buluşmaları sayesinde çevrimdışı uzama taşımasıdır. Bu sayede birçok blogcu buluşmalarda çok güzel vakit geçirdiğini ve yeni arkadaşlar edindiğini belirtmiştir.

Kullanıcıların İnternet ortamında birden çok alanda etkin olmasının ve iletişim araçlarının birçoğunda varlık göstermesinin bireylerin popüler olma ve beğenilme arzusundan ileri geldiğini belirten araştırmalar yapılmıştır. Buna göre bireyler bu tür ortamlarda diğer kullanıcılar tarafından beğenilmek için sahip oldukları en iyi fotoğraflarını yayınlamakta, bloglarında en iyi yazıyı yazmak için vakit harcamaktadırlar. Araştırmaya katılan katılımcılara göre beğenilmek oldukça ön plandayken, popüler olma isteği yeterince vurgulanmamıştır. Mümkün olduğunca fazla blogcu tarafından takip edilmek ve dolayısıyla gönderilerin daha çok kişi tarafından okunması blogcuları mutlu etmekte, ancak popülerlik aşamasında pek bir şey ifade etmemektedir. Bu durum araştırmaya katılan blogcuların zaten popüler hale gelmiş olanlar arasından seçilmiş olmasından kaynaklanabilir. Zira derinlemesine görüşme yapılan blogcuların birçoğunun takipçi sayısı 1000'in üzerindedir ve diğer toplumsal paylaşım ağlarında da arkadaş sayıları ve etkinlikleri oldukça yüksektir.

Yeni medya ortamında merak edilen diğer bir husus da mahremiyet algısıdır. Bu tez çalışmasında blogcuların blog ortamında ne şekilde benlik sundukları sorusunun önemli bir

basamağını da mahremiyet algısı oluşturmaktadır. Önceden de belirtildiği gibi mahremiyetin anlamı kişiden kişiye, kültürden kültüre değişmektedir. Batı kültüründe mahremiyetin daha çok cinsellikle ilişkilendirildiği, Türkiye’de ise mahremiyetin, bireyin özel yaşam alanını da kapsayabileceği düşünülmektedir. Ancak elde edilen bulgulara göre, 17-25 yaş aralığındaki katılımcıların çoğu için mahremiyet, cinsellik anlamına gelmektedir. Katılımcılar bloglarında cinsel yaşamları dışında birçok şeyi paylaşmakta bir sakınca görmezken, bloglarda bireylerin cinsel yaşamları ile ilgili paylaşımlar yapmasını doğru bulmamakta, kendileri de bu tür paylaşımlarda bulunmayı tercih etmemektedirler. Birkaç katılımcı ise bloglarında paylaşacaklarının sınırını özel yaşam alanlarında başlatmakta, kişilerle gerçekleştirdikleri birebir ilişkilerini blog ortamına taşımayı tercih etmediklerini ifade etmektedirler. Özellikle de bir katılımcı mahremiyeti sadece cinsellikle sınırlı tutmadığını kendisiyle yapılan derinlemesine görüşmede açıkça ifade etmiştir.

Sonuç olarak, yeni medya ortamında bloglar bireylerin yoğun olarak benlik sunumu yaptığı, dolayısıyla da büyük önem taşıyan iletişim araçlarıdır. Sahip oldukları alışkanlıklara, görüş, duygu ve düşüncelere sahip olan başka insanlara ulaşmak bireyleri mutlu etmekte, dolayısıyla bireyler, bloglar gibi içerik üretiminin rahat ve çeşitlendirilebilir olduğu ortamlara yönelmektedirler. Bireyler toplumsal paylaşım ağları ve bloglar gibi iletişim araçları aracılığıyla sanıldığı gibi toplumdaki uzaklaşmak yerine, sanal uzamda yeni arkadaşlıklar kurmakta, toplumsal paylaşım ağlarına nazaran Tumblr blog ortamında nadiren de olsa, çevrimdışıdaki yüzyüze ilişkilerini sanal uzama naklederek pekiştirmektedirler. Bu çerçevede ortaya çıkarılan kullanım pratikleri, söz konusu kullanıcıların boş zamanlarını ne şekilde değerlendirdiği konusunda fikir edinilmesini sağlamış, 17-25 yaş arasındaki popüler blogcuların sanal uzamda en çok vakit geçirdikleri ortamlardan biri olan blog ortamında nasıl zaman geçirdiklerini ve bu süre içerisinde neler paylaştıklarını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışma kapsamında, kullanıcıların çevrimdışı kimlikleri ile sanal kimliklerinin çoğunlukla paralel olduğu, bireylerin sanal uzamdaki varlıkları araştırılırken onların çevrimdışı uzamdaki varlıkları ve kimlik inşalarının da incelenmesinin gerekliliği önerilmektedir. Bireylerin çevrimdışı uzamdaki alışkanlıkları, savundukları görüş ve düşünceler, yaşam biçimleri sanal uzamdaki varlıklarıyla eş zamanlı olarak araştırılmalıdır. İkinci olarak, nicel araştırmalardan ziyade nitel araştırmalara ağırlık verilmeli, kullanıcılarla derinlemesine ve odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmelidir. Bu yolla bireylerin kendilerini ve sanal uzamdaki deneyimlerini ifade etmeleri sağlanmakta,

dolayısıyla da kullanım pratiklerinin anlamlandırılması kolaylaşmaktadır. Son olarak, İnternet ortamında bloglar değerlendirildiğinde, blogların içerik üretiminin daha açık ve özgürce yapıldığı, kullanıcının mevcut iletişim araçları içersinde etkileşim ve katılımının en yüksek olduğu ortamlar olduğu gözlemlenmektedir. Blog yazmak, duyguların kendiliğinden olan dışa vurumu ve bazen de grup, topluluk işbirliğinin desteklenmesi gibi amaçlarla kullanılan çok yönlü bir ortama ait bir pratiktir. Sıradan ve basit olanın yanında özgün olan birçok içeriğin üretildiği blogların, bundan sonra da başta iletişim bilimleri olmak üzere sosyal bilimlerdeki çeşitli disiplinler kapsamında yapılacak çalışmalarda, oldukça önemli bir araştırma konusu olacağı tahmin edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Atikkan, Z. Ve Tunç, A. 2011. *Blogdan Al Haberi*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Başaran, F. 2010. Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları. *Mülkiye* 2010
Cilt: XXXIV Sayı 269: 255-270.
- Bauman, Z. 2009. Akışkan Aşk İnsan İlişkilerinin Kırılganlığına Dair. Versus Kitap,
İstanbul.
- Baym, N. K. 2010. *Personal Connections In The Digital Age*. Polity Press, Cambridge.
- Bayraktutan Sütçü, G. 2010. *Blog Ortamı ve Türkiye’de Blogosferdeki Akademik
Entelektüeller Örneği*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Bentham, J. vd. 2008. *Panoptikon Gözün İktidarı*. Su Yayınları, İstanbul.
- Binark, M. 2005. Kimlik(lenme) Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları. Binark, M.
ve Kılıçbay B. (Der.), *İnternet, Toplum, Kültür*: 118-136. Epos Yayınları, Ankara.
- Binark M. 2007 (a). Yeni Medya Çalışmaları. Binark, M. (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları*:
5-17. Dipnot Yayınları, Ankara.
- Binark M. 2007 (b). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. Binark,
M. (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları*: 21-44. Dipnot Yayınları, Ankara.
- Binark, M. 2009. Yeni Medya Dolayımli İletişim Ortamında Olanakların ve
Ol(a)mayanların Farkında Olmalı. *Evrensel Kültür*, Sayı 216: 60-63.

- Cemiloğlu Altunay, M. 2010. Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net”. *İleti-ş-im* Sayı 12: 31-56.
- Dilmen N. E. 2007. Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, Şubat Sayı:12.
- Elliott, A. ve Lemert, C. 2011. *Yeni Bireycilik Küreselleşmenin Duygusal Bedelleri*. Sel Yayınları, İstanbul.
- Geray H. 2003. *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınları, Ankara.
- Goffman, E. 2009. *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Metis Yayınları, İstanbul.
- Hine, C. 2005. *Virtual Methods: Issues In Social Research On The Internet*. Berg Publishers, New York.
- Karadeniz, Ş. 2006. Öğretim Amaçlı Hiper Metin, Hiper Ortam ve Çoklu Ortamlar için Tasarım İpuçları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* Haziran 2006 Cilt: III Sayı II: 12-33.
- Küzeci, E. 2010. *Kişisel Verilerin Korunması*. Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Livingstone, S. 1999. New Media, New Audiences?. *New Media and Society* 1(1) 59-66.
- Löfberg, C. 2009. Creating Space Young People’s Use of The Internet For Handling Anxieties In Everyday Life. Presented in *Association of Internet Researchers, Internet Research 11*, Göteborg Sweden
- Mutlu E. 2005. *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ütopya Yayınları, Ankara.
- Nardi, B. A. vd. 22 Ekim 2010. *"I'm Blogging This" A Closer Look at Why People Blog*.
<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.84.3216&rep=rep1&type=pdf>>

Niedzwiecki, H. 2010. *Dikizleme Günlüğü*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Reporters Without Borders. 2005. *Handbook For Bloggers And Cyber-Dissidents*.

<www.rsf.org>.

Soyseçkin, İ. 2007. Sanal Uzamda ve MUDlarda Eril-Dişil Kimliklerin Yeniden İnşası.

Binark, M. (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları*: 251-280. Dipnot Yayınları, Ankara.

Toprak, A. vd. 2009. *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse*

Varım!". Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Twenge, Jean M., Campbell W. Keith. 2010. *Asrın Vebası: Narsisizm İleti*. Kaknüs

Yayınları, İstanbul.

Van Dijck, J. 05 Ekim 2004. *Composing The Self: Of Diaries and Lifelogs*.

<http://journal.fibreculture.org/issue3/issue3_vandijck.html>.

Varol, A. 2010. Bilgi Toplumunda Kamusal Alan. *Sosyal Bilimler Dergisi* (4) 121-129.

Walker Rettberg, J. 2008. *Blogging*. Polity Press, Cambridge.

Wijnia, Emline. 26 Eylül 2010. *Understanding Weblogs: A Communicative Perspective*.

<http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf>.

Wood, A. F. Ve Smith, M. J. 2005. *Online Communication Linking Technology, Identity*

and Culture. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah.

Yüksel, M. 2003. Modernleşme ve Mahremiyet. *Kültür ve İletişim* 6(1) K1ş: 75-108.

<[http://tr.wikipedia.org/wiki/Alan_adi_\(İnternet\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Alan_adi_(İnternet))> Erişim Tarihi: 14 Mart 2011.

<<http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=130>> Erişim Tarihi: 4 Nisan 2011.

<<http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/internet-abone-sayilari>>

Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/2010-yılı-hanehalkı-bilişim-teknolojileri-kullanım-araştırması-sonuçları>>

Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/2009-yılı-hanehalkı-bilişim-teknolojileri-kullanım-araştırması-sonuçları>>

Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/content/türkiye'de-internet-içerik-düzenlemesi>> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5651.html>> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://engelliweb.com/>> Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://yenimedya.wordpress.com/2011/03/15/sinir-tanimiyan-gazeteciler-2011-raporundanturkiye-gozetim-altinda/#comments>>

Erişim Tarihi: 27 Mart 2011.

<<http://yenimedya.wordpress.com/2011/03/09/turkiyede-internet-yasaklari-aihm-de/>>

Erişim Tarihi: 04 Mayıs 2011.

<<http://privacy.cyber-rights.org.tr/?p=1336>> Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2011.

<<http://yenimedya.wordpress.com/2011/05/10/15-mayisda-ozgur-ve-sansursuz-internet-icin/>> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

<<http://yenimedya.wordpress.com/2011/06/21/bm-tarafindan-internet-erisimi-temel-insan-hakki-olarak-tanimladi/>> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

<<http://tr.wikipedia.org/wiki/ADSL>> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

<<http://www.ntvmsnbc.com/id/25225280/>> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

<<http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/130890-eksi-sozluk-yazarlari-ifadeye-cagrildi>>

Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2011.

<<http://www.observer.com/2008/would-you-take-tumblr-man>>

Erişim Tarihi: 08 Nisan 2011.

<<http://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>> Erişim Tarihi: 08 Nisan 2011.

<http://www.pcworld.com/article/157961/obamas_top_5_tech_tools.html>

Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011.

<http://images.businessweek.com/ss/09/04/0421_best_young_entrepreneurs/11.htm>

Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011.

<<http://www.reuters.com/article/2009/04/29/us-twitter-idUSTRE53S1A720090429>>

Erişim Tarihi: 21 Nisan 2011.

<<http://www.alexacom/topsites/countries/TR>> Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2011.

EKLER

EK 1. YAPILAN DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELERDE REHBER OLARAK KULLANILAN GÖRÜŞME FORMU

1. Özel bir günlük tutmak yerine neden sanal uzamda yazmayı tercih ettiniz?
2. Blogunuzun adının anlamı nedir? Neden seçtiniz?
3. Blog sağlayıcısı olarak neden Tumblr'ı seçtiniz?
4. Blogunuza günlük ne kadar vakit ayırıyorsunuz?
5. Blog yazmanın sizin için önemi nedir?
6. Sizce blogun diğer sosyal medyadan farkı nedir?
7. Blogunuzda paylaşacaklarınızın ne olacağına nasıl karar veriyorsunuz? Doğaçlama olarak mı yazıyorsunuz yoksa yazacaklarınızın önceden hazırlığını yapıyor musunuz?
8. Ne tür konularda yazmayı tercih ediyorsunuz? Sizce ne tür konularda yazıldığında bir blog daha beğenilir ve izlenir hale geliyor?
9. Yazmaktan çekindiğiniz ya da yazmanız durumunda tepki alacağınızı düşündüğünüz konular var mı?
10. Şimdiye kadar yazmış olduğunuz bir konu hakkında diğer blog yazarları tarafından tepki aldığınız oldu mu? Örneğin yazdığınız bir postun akabinde takipçi sayınızın düşmesi gibi.
11. Yazdığımız her bir postun beğenilir gözükmemesine önem veriyor musunuz? Umduğunuz geri bildirim alamayan postları daha sonradan sildiğiniz oluyor mu?
12. Postlarınıza yapılan yorumların ve size ulaşan diğer çeşitli geri bildirimlerin sizin için önemi nedir? Bu öğeler size nasıl bir motivasyon sağlıyor?
13. Sizce takipçi sayısının önemi nedir?
14. Mevcut takipçi sayınızı muhafaza etmek ya da arttırmak için neler yapıyorsunuz?
15. Blogunuzda görüntü paylaşıyor musunuz? Bu görüntüleri nereden temin ediyorsunuz?
16. Tumblr blog ortamında gösteriyor olduğunuz performanstan memnun musunuz? Örneğin; takipçi sayınız, postlarınıza gelen yorumlar, diğer blog yazarlarıyla blog ortamı aracılığıyla iletişiminiz v.b.

17. Blog yazmak çevrimdışı dünyadaki kimliğinizi etkiledi mi? Çevrimdışı uzamda sergilemiş olduğunuz kimlik ile sanal uzamda sergilemiş olduğunuz kimliğiniz arasında farklar ya da benzerlikler var mı?
18. Sizce vitrin nedir? Sizin blogunuzu da bir vitrin olarak görürsek, sizin vitrininizde neler yer alıyor? Ne zaman vitrininizi yeniliyorsunuz, neden?
19. Mahremiyetin sanal uzamda teşhir edilmesini doğru buluyor musunuz? Sizce özel hayatını diğerlerine göre daha çok deşifre eden blog yazarları daha fazla takipçiye sahip midir?
20. Mahremiyetin sizin için önemi nedir? Blog ortamında mahremiyetinizi ne derece teşhir edersiniz? Bu konudaki sınırınız nerde başlar?
21. Sanal uzamda başkaları hakkında en çok neyi görmek istersiniz? Neden?
22. Sizinle ilgili neyin internette dolaşmasını istemezsiniz?
23. Yapılan Tumblr buluşmalarına katıldınız mı? Neden katıldınız? Bundan sonra da katılmaya devam edecek misiniz?
24. Buluşmalarda tanıştığınız blog yazarlarını nasıl buldunuz? Bu kişiler beklentilerinizi karşıladı mı? Sanal uzamda oluşturmuş oldukları kimlik ile çevrimdışı uzamda sergilemiş oldukları kimliklerini birbirleriyle tutarlı buldunuz mu?
25. Sizce blog yazmakla popüler kültür arasında bir ilişki var mı?
26. Blogunuzu kitap yapmayı düşünüyor musunuz?
27. Tek cümleyle ifade etseniz sizce blog nedir?
28. Sizin görüşmemi önerdiğiniz başka bir popüler blog yazarı var mı?
29. Ekleme ya da söylemek istediğiniz herhangi bir şey var mı?
Teşekkür ederim.

EK 2. TEZ KAPSAMINDA İNCELENEN BLOGLAR

Betimleyici Metin Analizi ve Tematik İçerik Analizinin Uygulandığı Bloglar

| |
|---|
| http://alibaba.tumblr.com |
| http://amipsihareket.tumblr.com |
| http://anarsisart.tumblr.com |
| http://aymansanliturk.tumblr.com |
| http://ayseozgocer.tumblr.com |
| http://bababanabalonal.tumblr.com |
| http://benyaptimoldu.tumblr.com |
| http://beyazleblebi.tumblr.com |
| http://bickinbiskuvi.tumblr.com |
| http://campipi.tumblr.com |
| http://cureyainthebrain.tumblr.com |
| http://diyorumki.tumblr.com |
| http://hemoghemlobin.tumblr.com |
| http://insectra.tumblr.com |
| http://intiharmektubu.tumblr.com |
| http://iyiydiklan.tumblr.com |
| http://jeliboni.tumblr.com |
| http://kedipikolata.tumblr.com |
| http://kendinikertenkelebek.tumblr.com |
| http://kimseninbacisi.tumblr.com |
| http://kiskanc.tumblr.com |
| http://mayoneziseverim.tumblr.com |
| http://memcimek.tumblr.com |
| http://misafirterligi.tumblr.com |
| http://miscuit.tumblr.com |
| http://mrsdallowaysaid.tumblr.com |
| http://muskulpesentbirtavir.tumblr.com |
| http://sekiz.tumblr.com |
| http://selveryildirim.tumblr.com |

| |
|---|
| http://sosyalkedi.tumblr.com |
| http://uckisiyim.tumblr.com |
| http://yagizyilmaz.tumblr.com |
| http://zebramarch.tumblr.com |

Derinlemesine Görüşme Yapılan Blogcular

| Blog | Blogcuyla Görüşmenin Yapıldığı Yer | Görüşmenin Yapıldığı Tarih |
|---|---|-----------------------------------|
| http://alibaba.tumblr.com | İstanbul/Beyoğlu Çaycı Mustafa Abi Jeans | 19 Şubat 2011 |
| http://beyazleblebi.tumblr.com | İstanbul/ Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 20 Şubat 2011 |
| http://bickinbiskuvi.tumblr.com | Skype | 27 Şubat 2011 |
| http://hemoghemblobin.tumblr.com | Ankara/Kızılay Kitap Kurdu Kafe | 25 Şubat 2011 |
| http://jeliboni.tumblr.com | İstanbul/Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 18 Şubat 2011 |
| http://kedipikolata.tumblr.com | Skype | 25 Şubat 2011 |
| http://kendinikertenkelebek.tumblr.com | İstanbul/Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 18 Şubat 2011 |
| http://memcimek.tumblr.com | Ankara/Kızılay Kitap Kurdu Kafe | 25 Şubat 2011 |
| http://sosyalkedi.tumblr.com | İstanbul/ Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 18 Şubat 2011 |
| http://yagizyilmaz.tumblr.com | İstanbul/ Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 19 Şubat 2011 |
| http://zebramarch.tumblr.com | İstanbul/ Beyoğlu Starbucks Cafe Tünel | 20 Şubat 2011 |

EK 3. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME YAPILAN BLOGCULARIN BLOGLARININ EKTRAN GÖRÜNTÜLERİ

1. Ali Kaya⁵³


http://www.alkaya.co/

Sık Kullanılanlar çocuk babası adam

+ Follow Join tumbir.

sert, haşın, gaddar fakat bilakis çok kıbarım. ANA SAHİFE İLETİŞİM FACEBOOK TWITTER RASGELE RSS

May 29th 09:17 pm, alkaya 5 NOTES picture HD



yeni bisikletim. willy bingez.

May 24th 09:52 pm, alkaya 10 NOTES İki kişi beyik yapıyor: öyleyse

A: düşünüyorum, öyleyse varım.
B: üzülüyorum, öyleyse saflım.

May 14th 09:37 pm, alkaya 2 NOTES İnsanlara mesajım var: final sınavları takvimi açıklanmış

ya bu kadının benle ne alıp veremediği var, gene yerimi değiştirdi. lan ben burada nasıl kopya çekeceğim. kabak gibi meydandayım. -question 1 explain the.....- lan neyi explain. off gene mi boş kağıt verecem. acaba bu ders yaz okulunda açılıyor mu? açılır heralde ya, eşek değiller ya kesin açarlar. (bi on dakika sonra) kağıdı boş verip çıksam mı acaba. lan belki kopya mopya

⁵³ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

2. beyazleblebi⁵⁴

http://beyazleblebi.tumblr.com/

Sık Kullanılanlar ne gülerim var ya!

+ Takip et! tumblr'a katıl!

ne ailelerim var va!

[İlgor](#) [İl Tv Kartı](#) [İlşoçlanım](#) [İlçivir](#) [İlçitajım](#)

işsizlik


tumblr ve ders dolu günlere geri dönüş...

o değil de, sabahın beri stres yaptım patrona nasıl "abi ben işi bırakıyorum" diyeceğim diye, herif dünden razı çıktı aga.

"tamam oğlum, bırak" dedi, "hayırdır?" diye sormadı bile lan?!

meğersem işi bırakmamı bekliyormuş içten içe.

"aslanın, kaplanın" + ssk şeklinde çalıştığım 2 ay 9 günün karşılığı aha bu akustik gitar.



neyse ki gitar geri istemedi. bi de isteseydi. *isteyemez mi? isteyebilir.w*

yaz bitene kadar gezilmedik müze, turistik yer, osmanlı çeşmesi bırakmamayı planlıyorum. buluşalım, görüşelim, sevişelim canlar. kışa da allah kerim.

işsizlik koi geziyor sayın başbakan! millet aç, aaac!

Etiketler: cort_earb70ns

13 yorum
Yazı

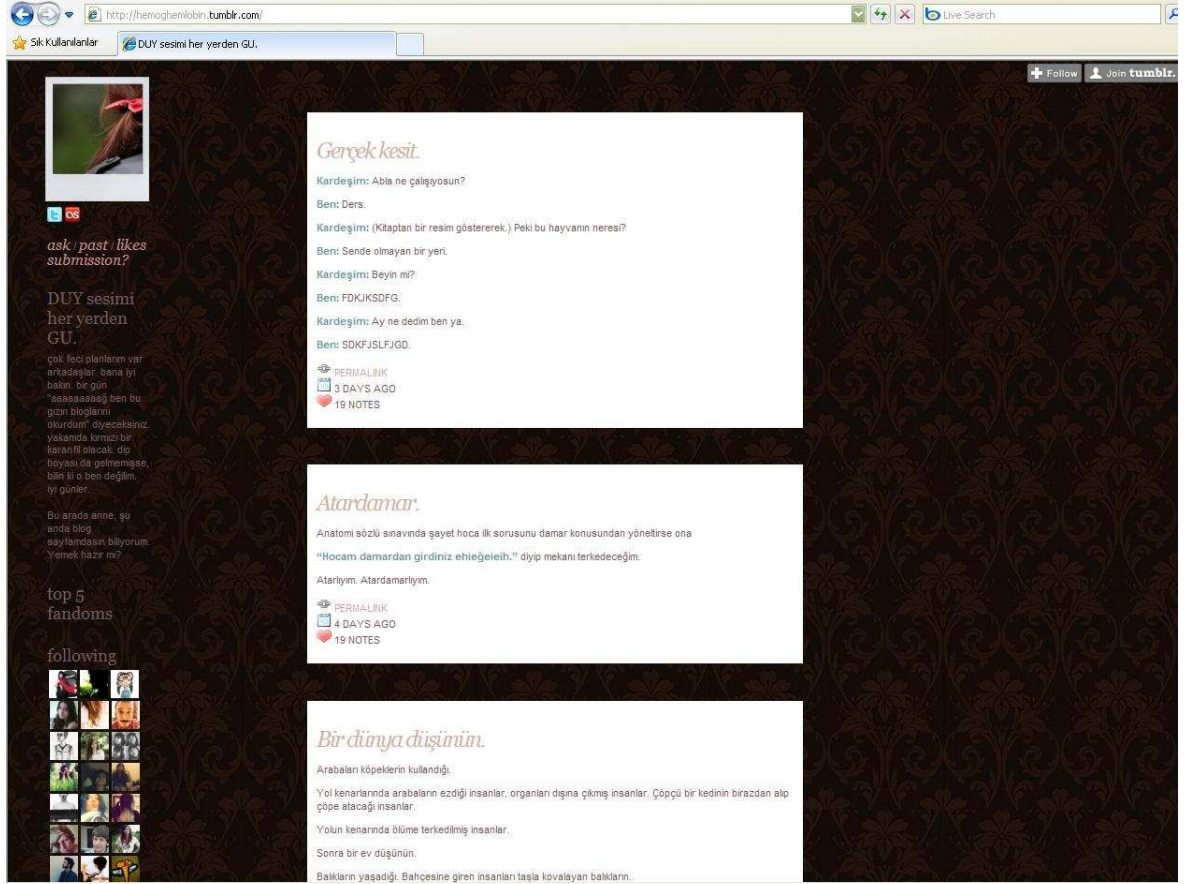
⁵⁴ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

3. bickinbiskuvi⁵⁵

The screenshot shows the Tumblr profile page for 'dikkat muzır neşriyat'. The browser address bar displays 'http://bickinbiskuvi.tumblr.com/'. The page header includes the profile name 'dikkat muzır neşriyat', a search bar, and a 'Join Tumblr' button. The main content area features two text posts. The first post has an orange background with the quote '“dün tam bir günah keçisi yaladık.”' and is dated '10 hours ago' with 2 likes. The second post has a white background with the text 'gece gece çılgın oldu gerçekten' and is dated '2 days ago' with 11 likes. Below the text posts is a video player showing a close-up of a person's face. The right sidebar contains an 'About' section with a 'lost.fm' player, a 'Pages' section with a 'No Dediler?' message, and a 'Twitter' section.

⁵⁵ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

4. hemoghemlobin⁵⁶



The screenshot shows a Tumblr blog page for 'hemoghemlobin'. The browser address bar displays 'http://hemoghemlobin.tumblr.com/'. The page features a dark, patterned background. On the left side, there is a profile picture of a red flower, a navigation menu with '5k Kullanıcılar' and 'DÜY sesimi her yerden GU.', and a sidebar with sections for 'ask, past, likes submission?', 'DÜY sesimi her yerden GU.', 'top 5 fandoms', and 'following'. The main content area contains three posts:

Gerçek kesit.
Kardeşim: Abla ne çalışıyorsunuz?
Ben: Ders.
Kardeşim: (Kitaptan bir resim göstererek.) Peki bu hayvanın neresi?
Ben: Sende olmayan bir yer!
Kardeşim: Beyin mi?
Ben: FDKJKSDFG.
Kardeşim: Ay ne dedim ben ya..
Ben: SDKFJSLFJGD.
PERMALINK
3 DAYS AGO
19 NOTES

Atardamar.
Anatomi sözlü sınavında şayet hocam ilk sorusunu damar konusundan yönetirse ona
"Hocam damardan girdiniz ehieieiieh." diye mekan terkedeceğim.
Atarlıyım: Atardamarlıyım.
PERMALINK
4 DAYS AGO
19 NOTES

Bir dünya düşünün.
Arabaların köpeklerin kullandığı.
Yol kenarlarında arabaların ezdiği insanlar, organları dışına çıkmış insanlar. Çöpü bir kedinin birazdan alıp çöpe atacağı insanlar.
Yolun kenarında ölüme terk edilmiş insanlar.
Sonra bir ev düşünün.
Balıkların yaşadığı. Bahçesine giren insanları taşıla kovalayan balıkların.

⁵⁶ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

5. jeliboni⁵⁷

The screenshot shows a Tumblr blog page for 'Anasının Kızı Jeli'. The page has a dark background with white text. The main content area contains three posts, each with a title, a short paragraph of text, and a 'Posted' timestamp. The first post is titled 'Ben size kremimin de böğürtlenli olduğunu söylemiş miydim?' and has 6 notes. The second post is titled 'To die by your side is such a heavenly way to die' and has 7 notes. The third post is titled 'Annem hasta olduğumu düşünüyor.' and has 22 notes. The sidebar on the right features a profile picture, contact information for 'jeliboni@hotmail.com', social media links for Facebook, Twitter, and Blogspot, a search bar, and a 'Follow on tumblr.' button. Below the sidebar, there is a 'Latest Tweets' section showing a tweet from the same blog.

http://jeliboni.tumblr.com/

Sık Kullanılanlar Anasının Kızı Jeli

+ Follow Join tumblr.

Anasının Kızı Jeli

Ben size kremimin de böğürtlenli olduğunu söylemiş miydim?

Posted 4 hours ago 6 notes

To die by your side is such a heavenly way to die

Adam: Artık senin bir parçan gibiyim.
Kadın: Artık ben gibisin.

Posted 6 hours ago 7 notes

Annem hasta olduğumu düşünüyor.

Çünkü ona "Ya anne şu damacanayı güneş görmeyen bir yere koysana ya. Plastik güneşle temas edince içindeki kanserojen maddeler mi çıkıyormuş ağçığa. Geçen sene çevre bilinci dersinde hoca anlatmıştı da unuttum. Kısacası Singapur'un suyunu içme suyundan koyuyorum. Kanser olacak balığım senin yüzünden ya." diye bir cümle kurdum.

Posted 7 hours ago 22 notes

iletişim için: jeliboni@hotmail.com
ya da
<http://www.facebook.com/serra.demirci>
onun dışında buralardayım da,
<http://twitter.com/jeliboni>
<http://jeliboni.blogspot.com/>
Soruları da burdan alırsam iyi olur
osunda,
<http://www.foomspring.me/jeliboniii>

Ask me anything Submit

Search

My blog All of Tumblr

+ Follow on tumblr.

Latest Tweets

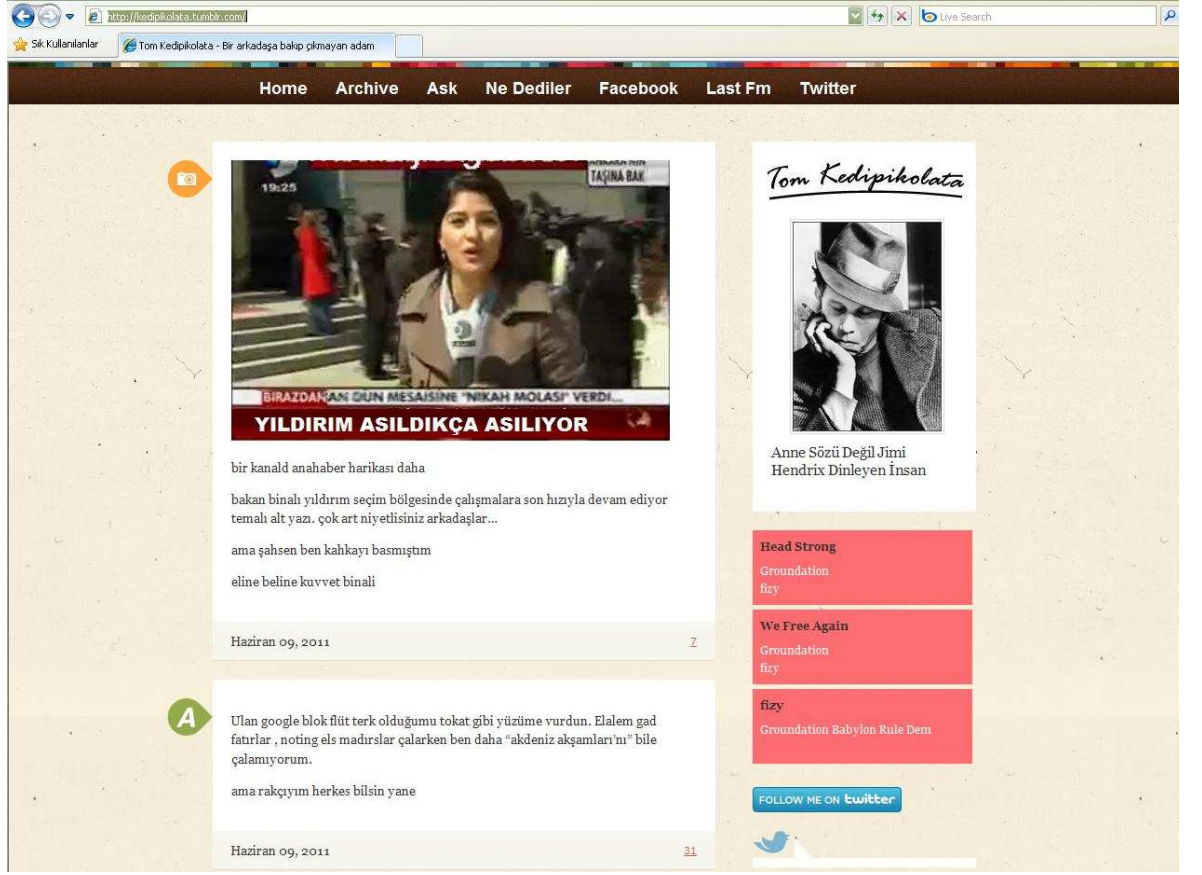
Ben size kremimin de böğürtlenli olduğunu söylemiş miydim?
<http://tumblr.com/xap2x1vn3n>

To die by your side is such a heavenly way to die - Adam: Artık senin bir parçan gibiyim. Kadın: Artık ben...
<http://tumblr.com/xap2x0ydlv>

Annem hasta olduğumu düşünüyor.
- Çünkü ona "Ya anne şu damacanayı güneş görmeyen bir yere koysana ya...
<http://tumblr.com/xap2x0ydlv>

⁵⁷ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

6. kedipikolata⁵⁸



The screenshot shows the Tom Kedipikolata website. The browser address bar displays "http://kedipikolata.kumbur.com". The navigation menu includes "Home", "Archive", "Ask", "Ne Dediler", "Facebook", "Last Fm", and "Twitter".

The main content area features a video player with a woman speaking. Below the video, the text reads: "BIRAZDAKİ AN GÜN MESAJISINE 'NİKAH MOLASI' VERDİ... YILDIRIM ASILDIKÇA ASILIYOR".

Below the video, the text continues: "bir kanald anahaber harikası daha bakan binalı yıldırım seçim bölgesinde çalışmalarına son hızıyla devam ediyor temahı alt yaz. çok art niyetlisiniz arkadaşlar... ama şahsen ben kahkayı basmıştım eline beline kuvvet binali".

The date "Haziran 09, 2011" is displayed below the text.

Below the video, there is a section with a green 'A' icon. The text reads: "Ulan google blok flüt terk olduğumu tokat gibi yüzüme vurdun. Elalem gad fatırlar , noting els madırslar çalarken ben daha "akdeniz akşamları'nı" bile çalamıyorum. ama rakıyım herkes bilsin yane".

The date "Haziran 09, 2011" is displayed below the text.

The sidebar on the right features the "Tom Kedipikolata" logo and a black and white photo of a woman. Below the photo, the text reads: "Anne Sözü Değil Jimi Hendrix Dinleyen İnsan".

The sidebar also contains three red buttons: "Head Strong", "We Free Again", and "fizy". Each button has "Groundation" and "fizy" written below it.

At the bottom of the sidebar, there is a "FOLLOW ME ON Twitter" button and a Twitter logo.

⁵⁸ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

7. kendinikertenkelebek⁵⁹

The screenshot shows a web browser window displaying the Tumblr profile of 'kendinikertenkelebek'. The browser's address bar shows the URL 'http://www.kendinikertenkelebek.com'. The page header includes the profile name 'KENDINIKERTENKELEBEK' and a bio: 'bilmediğin değil, bildiğin şeyleri yazıyorum. çünkü insanlar en çok, bildiğini zannettiğinde hata yapıyor.' Below the bio are links for 'sana bişi diyecem...', 'ne dediler', and 'sizlerden mektuplar'. There are also social media icons for Facebook and a 'Beğen' button with a count of '103'. The main content area features two posts. The first post, dated '2011.06.07', has the text: '- saat kaç?' and '- aşka birkaç beden geçiyor.'. The second post, dated '2011.06.02', is a video post with a 'Click to play' button and the text: 'gözyaşlarım, hiç bu kadar sıcak düşmemişti avuçlarıma. çünkü o gözyaşı sonunda sen oluyordun, hayallerim oluyordu... düşüyorlardı bir bir...'. Below this is a paragraph: 'acılarım tazeydi henüz. gittiğinde bana bıraktığı, bende oluşturduğu boşluk bir dünyayı alırdı içine. ve yeri hala sıcaktı.' This is followed by another paragraph: 'istanbul. iki yakası da hiç bu kadar ayrı olmamıştı öncesinde. çünkü o zamanlar ortasından bir deniz geçer, birkaç martı üstünde uçar, bir vapur iskeleye yanar ve seni bana getirirdi. bu, katalar arası bir aşkın hüznüyle son bulan hikayesidir. bu, bir insanın, bir başka insanda olabileceği her şey olup, iki kez kaybetmesinin hikayesidir.' The final paragraph reads: 'yıllar önce seni tanıdığımda, ne aradığımı bilmeyen bir insan vardı karşımda. hiçbir şeye önem vermeyen, kendinden başka kimseye inanmayan biri. sen o insanı bakışlarıyla değiştirdin. ben yorgundum, ben inatçıydım, ben hayallerden uzak, ben kendinden uzak biriydim. hissettin! dokunduğunda kendimi yaşama adıyacak hiçbir şeyim olmadığını, kalp diye taşıdığım şeyin taştan bir fark olmadığını hissettin. buna rağmen uzaklaşmadım benden. ben o zamanlar okulun tiyatrosuna piyesler yazardım. en beğenilen oyun "aşkın gölgesi"ydi. o kadar sevilmmişti ki, okul müdürü ikincisini yazıp yazamayacağımı sormuştu. gerçekte yakalayamadığım mutluluklar, aşklar, hüznüler... yani normalde bende olmayan ama hayallerimde yaşadığım ne varsa kaleme almıştım.' The last line of the post is: 'ne kadar umutsuz olsam da, iyileştirebileceğini düşündün. bana yaklaştın. ilk

⁵⁹ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.


8. memcimek⁶⁰

http://memcimek.tumblr.com/

Sık Kullanılanlar Bi' Düş Alıp Çıkacaktım


+ Follow Join tumblr.

SEVİYORSAN GİT KONUŞ BENCE G.Ü.M. YAPIM FORMSPRING SORUNUZ TAMBILR ŞARKLARI



Bi' Düş Alıp Çıkacaktım

"Mem'i Sevmeler Cumhuriyeti"



Şimdi sen gülüyorsun ya, herkes sana ben görünecek.

Arayamaz mı? Arayabiliriz.

Sosyalleşelim

t f y m s

⁶⁰ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

9. sosyalkedi⁶¹

http://sosyalkedi.tumblr.com/

Sık Kullanılanlar sosyalkedi,

sosyalkedi.

- Bazen pişmanlıklar yaşıyoruz. Yaşamıyoruz değil. Sen yaşamıyorsan bir problem vardır aslında.
- Neyse. Ne diyordum?
- Heh. Sabahtan beri yaptığım şeyleri düşünüyorum. Çok şey varmış düşünecek. Beynim sulandı.
- Neyse ki bugün işe gideceğim.
- Bu arada google çok güzel olmuş bugün.
- Operim.
- Günaydın.

Posted 9 hours ago 14 notes

Kendime notlar:

Efes extra içme. İÇME DEDİM. Hele ki votka ile SAKIN KARIŞTIRMA. Kafam o kadar güzel ki o kadar olur. Kafamı sikemim on dakikadır bunu yazmaya çalışıyorum.

Posted 21 hours ago 10 notes

Bana hiçbir şeyi sevmе hakkı vermediler sevgilim. Ben de yattım uyudum. Manyak mıyım gidip de reçeli seveyim. Hayır ille de bir şey sevecek olsam gider kendime evcil hayvan alırım. Neyse ne diyordum. Heh işte yattım uyudum.

Reblogged 1 day ago from muskulpesentbirtavir 144 notes

Source: muskulpesentbirtavir

11:45

Bildiğin Beril işte.

Telefonum mazgala düşer diye çok korkuyorum. Adeta ödüm kopuyor. Cebte taşıyabilir boyattayım. Makyajdan genel olarak hoşlanmam, eyeliner süremem, allık dünyanın en saçma şeyi, rimel ne garip. Ama eyeliner sürerim.

Cecenlerde sordular; blogunu kitap haline getirir misin? diye. Hayır dedim. Ama teklif ederlerse kabul ederim.

Ayrıca; o burç hakkında hiç bi fikrim yok.

Bazen fotoğraf paylaşıyorum: flickr.com/photos/sosyalkedi

Sen yazabilirsin, ben mutlaka okurum: sosyalkedi@gmail.com sosyalkedi@hotmail.com

sor? mesela?

twitter formspring

Search

My blog All of Tumblr

+ Follow on tumblr.

Latest Tweets

⁶¹ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

10. Yağız Yılmaz⁶²

http://yagizyilmaz.tumblr.com/

Sık Kullanılanlar Yağız Yılmaz

+ Follow Join tumblr.

#

[05062011](#)  Click to play

157 Plays.

Pazar günleri ses kaydetmeyi seviyorum ya. Bu şarkı Doves 'un. Çok bilindik bi' şarkı da değil hani. Ama olay o zaten. Underrated song, from the underrated band kafası.

[02062011](#) 

⁶² Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.

11. zebramarch⁶³



⁶³ Erişim Tarihi: 09 Haziran 2011.