

Yeni Medyada Hikaye Anlatıcılığına Doğru: Kişisel Blog Anlatılarında Vladimir Propp'un Biçimsel Analizi

Bilgesu Savcı¹

¹ Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara

bilgesu.erenus77@gmail.com

Özet: Sözlü kültürden yazılı kültüre dek büyük dönüşümler geçirmiş olan anlatılama etkinliği/anlatı kavramı, yeni medya ile birlikte okur/yazar pratiklerinde medyana gelen değişimler neticesinde geleneksel medyada görülen anlatılardan ayrılmaktadır. Bu çalışmada yeni medya metinlerinden olan kişisel web bloglarında üretilen ve dolaşıma sokulan anlatılar Vladimir Propp'un biçimbilimsel yöntemi model alınarak incelenmiş, anlatıların oluşturucu bölümleri tespit edilerek herhangi bir düzenlilik ilkesinin bulunup bulunmadığı sorgulanmıştır. Böylece hem blog anlatılarının ne'liği tartışmalarına katkı sunulmuş, hem de klasik anlatıbilim yöntemlerinden olan biçimbilimsel analizin kişisel blog anlatıları gibi yeni medya metinlerine uygulanabilir olduğu gösterilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Sözlü anlatı, yazılı anlatı, anlatı kuramı, Vladimir Propp, postklasik anlatı kuramı, yeni medya, web blogları, hikâye anlatıcısı, ozansılık.

Abstract: Narration has changed through the evolution process of communication and media culture of human beings. As one of the most commonly used new media, web blogs are the atmospheres in which people produce and share personal and independent narratives. These narratives differ from the traditional media texts not only in the context of the medium and non-traditional written language usage but also in the context of the audience. This study aims to analyse the narratives produced and published on private web blogs by using the morphological analysis method used by Vladimir Propp for classification of the Russian folktales.

1. Giriş

Hikâye anlatıcılığına, hikâye etmenin insanlık tarihi kadar eski bir örüntü olduğunun ön kabulü ile bakıldığında, onun insan kültürünün değişen dinamikleriyle birlikte kaçınılmaz bir biçimde değişmekte olduğu görülür. Nitekim ilksel bağlamda hikâye anlatıcısı, insanlığın yalnızca enformasyon alışverişine dayalı olmayan iletişim kültürünün, iletişim teknolojilerinin bugünkü anlamıyla gelişmemiş olduğu dönemdeki etten ve kemikten aracı(sı) iken, bu araç/aracı zaman geçtikçe yerini matbaa, radyo ve televizyon gibi canlı olmayan araçlara bırakmıştır. Toplumsallaşma süreci, yapı içinde konum almayı/konumlanmayı gerektirirken, konumlar ve işlevler de bireyler arasında pay edilir. Böylece, yaşamın

devamlılığı için sürdürülmesi gereken diğer gündelik işlerde olduğu gibi anlatı oluşturma ve bu anlatıları aktarma işlevi de belirli konumlardaki kişilere pay edilirken, geriye kalanların payına düşen dinleyici olmaktadır. Sözlü kültürdeki hikaye anlatıcılığının ilk dönemlerine bakıldığında da genellikle doğada karşılaşılan olayları yorumlayanların veya Tanrılar ile iletişim kuranların yine seçilmiş kişiler olduğu görülür. Yazılı kültürde ise matbaanın yaygınlaşmasıyla birlikte gazete, dergi ve kitap gibi medyaların yazar kişisi için yine belirli editoryal süreçleri zorunlu kıldığı görülmektedir. Dolayısıyla herhangi bir yazarın –yazar kişisi de sıradan biri değil, çeşitli açılardan “seçilmiş” kişidir- kaleme

aldığı bir metnin dolaşıma sokulması yine bir grup kişinin elindedir. Ne var ki, yeni medya ile birlikte gerekli ağ donanım cihazlarına sahip olan hemen herkesin, kişisel bir engeli bulunmadığı sürece, hikayeler üretip bu hikayeleri “kolaylıkla” ve “hızlı” bir biçimde dolaşıma sokabildiği/ paylaşabildiğine tanık olunmaktadır. Bu durum günümüzde bireylerin kendi kendilerinin hikaye anlatıcıları olduklarını ve bu bağlamda yeni medyanın *ozansız* [1] bir niteliğinin bulunduğunu düşündürmektedir. Örneğin geleneksel anlamda “okuyucu” kişinin yeni medyanın sağlıklarını neticesinde yatay bir ilişkileneyle “yazar” da olabileceği; yeni medya ortamlarında üretilmiş bir metne doğrudan müdahale edebileceği gibi, özgün içerikler üretmekte de özgür olduğunu belirtmek gerekir.

Yeni medya ortamlarında üretilerek dolaşıma sokulan anlatı metninin yapısı da geleneksel medya metninden farklılık göstermektedir. Dilbilgisel yazım kurallarına bağlı kalmanın zorunlu olmaması, anlatı konusunun “yazar” kişinin dilediği biçimde şekillenmesi ve anlatı örgüsünün –giriş, gelişme, sonuç gibi- önceden verili bir çerçeve içinde inşa edilmek zorunda olmaması sıklıkla karşılaşılan olgulardır. Bu nedenle yeni medya metninin içerik analizi esnasında, geleneksel medya metninin analizi için kullanılan yöntem ve yaklaşımların yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada yeni medya metninden olan kişisel web blog anlatılarının ne’liğine odaklanılmakta ve 38 kişisel web blog anlatısı Vladimir Propp’un klasik anlatıbilim yöntemlerinden olan biçimbilimsel analiz yöntemi model alınarak incelenmektedir. Çalışma kapsamında söz konusu 38 blog anlatısı öncelikle oluşturucu bölümlerine ayrılmış, ardından bu oluşturucu bölümlerin bir düzenlilik ilkesi içerip içermediğine bakılmıştır.

Bu çalışmada öncelikle anlatının sözlü ve yazılı kültürde ne’liği ve hikaye anlatıcısının

kim’liği ile Vladimir Propp’un biçimbilimsel analizine kısaca değinilmekte, yeni medyanın ne’liğinden günümüz anlatılarına etki eden bileşenleri çerçevesinde bahsedilmekte ve yeni medya ortamlarından olan bloglarda anlatının genel özelliklerine değinilerek son olarak araştırma bulguları sunulmaktadır.

2. Sözlü ve Yazılı Anlatının Genel Özellikleri

Sözlü Anlatı

Sözlü anlatılar yapısal olarak konuşma diline yakınlığı, soyut olmaktan ziyade somut olgular üzerine kuruluşu, gündelik yaşam pratiklerini yansıtan niteliği, anlatı içinde anlatı barındırması açısından düz çizgiselden ziyade “sıçramacı” oluşu, her aktarıldığı ana ve hitap edilen topluluğa göre yeniden biçimlenmeye uygun esnekliği gibi özelliklerinden dolayı roman, öykü, şiir, haber metinleri vb. geleneksel yazılı anlatılardan ayrılmaktadır. Öte yandan sözlü anlatılar, yalnızca yazar ile metin ilişkisinde olduğu gibi dilin yazınsal olarak kullanımı üzerinden değil, iletişimin diğer unsurlarından olan jest, mimik ve hareket gibi unsurlar ile birlikte oluşturulduğundan ve örneğin akıcılığı büyük oranda anlatıcının performansına dayandığından gücünün çoğunu da etkileşimden alır. Anlaşılmaktadır ki sözlü anlatıların yapısı üzerinde anlatının kendisiyle dolayımlandığı ve aktarıldığı hikâye anlatıcısının rolü yadsınamayacak denli büyüktür.

Hikaye Anlatıcısının Kim’liği

Benjamin (2015), Nikolay Leskov’un hikâye anlatıcılığı üzerine kaleme aldığı bir yazıda, iki tür hikâye anlatıcısının olduğundan bahsetmektedir [2]. Bunlardan biri yurdunun dışına serüven yaşamaya giden, diğeri ise yurdunda kalarak o yörenin anlatılarında ustalaşan kişidir. Biri gezdiği diyarlardan topladığı ve oralarda edindiği tecrübeleri, diğeri ise içinde doğup büyüdüğü bölgede yeşermiş hikâyeleri aktarır [3]. Benjamin’e göre “hikâye anlatıcısı anlattığı şeyi ister

kendisine ait ister kendisine anlatılmış olsun tecrübeden al[maktadır]. Ve bunu tekrar, hikâyesini dinleyenlerin tecrübesi haline getirir” [2015: 286] [4]. Fiske ve Hartley’e göre ozan, “dilin aracısı” konumunda, “kültürün ihtiyaçlarına göre biçim verdiği” mesajları içinde bulunduğu kültüre göre sözel olarak aktaran kişidir. Bu aktarma esnasında ozan, kimliği ve kişisel özellikleriyle orada değildir. Ozanın oradaki varlığını doğrulayan şey sergilediği performans ve anlattığı hikâyedir. Bu nedenle tümüyle sözlü olan anlatısının içeriği de “metnin veya anlatıcının bireysel taleplerine göre” değil, hikâyenin ulaşması amaçlanan “göz ve kulaklar”a göre biçimlenir. Ayrıca, ozan kültürün doğrudan merkezinde yer alır fakat otorite sayılan yine de dinleyicilerdir [4]. Görülmektedir ki sözlü anlatı en başta hikâye anlatıcısı gibi bir unsur içermesi ve dolayısıyla etkileşime açık olması yönünden bile yazılı anlatıdan farklılık göstermektedir.

Yazılı Anlatı

Sözlü kültür ve sözlü anlatının yerini, matbaa ile hızla yaygınlaşan yazıya ve yazılı anlatıya bıraktığı kültürlerde, anlatıların tek tek bireylerin zihinlerinde oluşturdukları, açık bir biçimde konuşmacı olmayan, mimiksiz veya etkileşime büyük oranda kapalı bir biçime doğru evrildiği görülür. Nitekim hikâye etme etkinliğini gerçekleştirirken yazarın karşısında hikâye anlatıcısının etrafını saran canlı bir topluluk bulunmamakta, onun yerine metne erişimi yazar ancak sözünü tamamladıktan sonra gerçekleşecek ve büyük ölçüde yazarın zihninde kurgulanmış bir okuyucu topluluğu bulunmaktadır. Yazarın zihni ve yazılı harflerin sabitliğine dayanan yazılı anlatı, “konuşma diline yabancı bir kapanım özelliği sunar” [6]. Bu kapanıklık yazılı anlatının belirli bir yüzeye işlenmesi ve dolaşıma sokulduktan sonra değiştirilememesinden kaynaklanıyor görünmektedir. Yaşamın ve toplumsal ilişkilerin doğrudan içinde bulunarak ve büyük ölçüde bunların müdahaleleriyle şekillenen, aktarılan ve saklanan sözlü

anlatıdan farklı olarak yazılı anlatı, “en karanlık gerçekçiliğe giriştiği zaman bile, [gerçekliği] yatıştırır, çünkü onun yardımıyla, eylem kapanık, tanımlanmış, adlaştırılmış bir edimi dile getirir. Anlatının bir adı vardır, sınırsız bir dilin yıldırısından kurtulur: Gerçeklik cılızlaşır ve bildikleşir, bir biçim içine girer, dilin dışına taşmaz; [...]” [7]. Yazılı anlatının bu özelliği dolayısıyla, onun sözlü anlatıya göre daha kontrol edilebilir ve sansürlenebilir olduğunu söylemek de mümkündür. Yazı, sözlü anlatının şimdiki zamana sıkıca bağlı ve dinamik yapısından farklı olarak, gerek şimdiki zamanın gerekse geleneksel anlamıyla tarihin içinde bir yarık, bilinmeyen bir zamanın tanıklığını yaratabilir.

2. Vladimir Propp ve Biçimbilimsel Analizi

Propp çok çeşitli masalların ne olduğunun bilinebilmesi için ele alınan masal metnlerinin yani “bütüncü”nin belirli bölümlerine ayrılarak sınıflandırılması gerektiğini belirtir. Propp bu sınıflandırmanın “kategorilere” ve “konu”lara göre yapılamayacağını çünkü söz konusu kategorilerin ve konuların kişiden kişiye ve masaldan masala farklılık göstereceğini, böylece bir masalın birden fazla sınıfa dahil olabileceğini iddia etmektedir [8]. Bu nedenle masal anlatılarını en küçük birimlerine yani kişilerin eylemlerine dek ayırmak gerektiğini savunur. Böylece masalların “oluşum” kuralları ortaya çıkmış olacak ve bu kurallar masalın ne’liğine dair bilimsel bulguları ortaya çıkaracaktır. Propp bu anlayıştan hareketle “olağan üstü masallar” olarak tanımladığı ve “Aarne ile Thompson’ın dizininde 300 ile 749. numaralar arasında sınıflandırılmış” masallar arasında 100 masalı örneklem olarak seçerek biçimsel analizin bütüncesini oluşturmuş olur. Propp bu incelemenin ilk aşamasında olağanüstü masalarda kişi ve yer adları değişse de kişilerin eylemlerinin değişmediğini gözlemlemiştir. İncelemenin geri kalan kısmında masalın değişmeyen unsurları olarak kişilerin eylemlerini veya Propp’un ifadesiyle “kişilerin işlevleri” temelinde çizilmiş bir yol izlenir. İlk olarak masalda kaç işlevin

bulunduğu sorusuna yanıt aranması gerektiğini düşünen Propp, yaptığı inceleme sonucunda “işlevlerin şaşırtıcı biçimde yinelendikleri”ni gözlemler [9]. Propp’un kişilerin eylemlerinden hareketle, olağan üstü masallarda tekrar ettiğini düşündüğü 31 işlev bulunmaktadır.

Propp’un metodunun bugünün anlatı çalışmaları açısından önemi bulunmaktadır. Bugün belirli bir yazın “tür”ü altında toplanmaya çalışılırken yazın anlayışına egemen görüşlerce dışlanan ve içinde özellikle sözlü anlatının öğelerini taşıyan, konularına göre çeşitlilik gösteren, çoğu kez multimedya biçimselliği ile oluşturulmuş ve yer aldıkları ortamın paylaşım ve dolaşım özelliklerinin biçime yansıdığı gözlenen dijital anlatıların kendi yapısal biçimlerine sahip anlatılar olup olmadıkları tartışmasında Propp’un metodu oldukça kullanışlı görünmektedir. Vladimir Propp’un olağanüstü halk masallarına uyguladığı biçimbilimsel yöntemin anlatının ne’liği tartışmalarında, anlatıların hangi bileşenlerden meydana geldiğini ve mevcut bir düzenlilik ilkesinin olup olmadığını sorgulaması bakımından önemli bir noktada durduğundan bahsedilerek, bu çalışmanın örneklemine uygulanabilirliği gerekçelendirilmeye çalışılmıştır. Nitekim blog anlatılarının oluşturucu bölümlerinin saptanması ve bu oluşturucu bölümlerin herhangi bir düzenlilik içerip içermediğinin sorgulanması, blog anlatılarının konularına göre ayrıştırılarak “tür”leştirilmesinden daha sağlıklı görünmüştür. İlerleyen bölümlerde açıklanacağı gibi blog anlatılarının hem meydana geldikleri ortamlar hem de yaratıcılarının konumları itibarıyla belirli türler altında toplanmasından önce ne’linin anlaşılması bu çalışmanın öncelikli sorunsalını meydana getirmektedir.

3. Yeni Medyanın Ne’liği

“Yeni medya” terimi geleneksel medyadan (kitap, radyo, televizyon) farklı olarak sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, İnternet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelendirmek için kullanılmaktadır. Böylece bu

terim “bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunlarla bağlantılı sosyal bağlamları, iletişim becerilerini arttıran cihazları, bu cihazları kullanarak geliştirilen iletişim etkinlikleri ile pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya örgütlenmeleri kapsamaktadır” [10]. Yeni medyanın bileşenleri değerlendirilirken, beşeri alanda meydana gelen diğer değişimlerin de göz önünde bulundurulması önemli bir husustur. Nitekim yeni medyanın bireylerin kendi hikayelerini anlatmalarına olanak sağlayan yapısı, bu çağın bireylerde yaratmış olduğu ihtiyaçlarla birlikte değerlendirilmelidir. 21. Yüzyılda gündelik yaşam pratiklerinin öneminin anlaşılmasıyla birlikte, sosyal bilimler ve iletişim alanındaki çalışmalar büyük ölçüde gündelik yaşamın anlatılarına odaklanır olmuş ve büyük liderlere, belirli bir sınıfa, uluslara veya “yüksek” edebiyat zümresine ayrılan anlatı alanı artık sıradan insanın da kendi hikayelerini yazabildiği bir alana dönüşmüştür. Hikaye anlatıcılığının başlangıç aşamasından beri gözlenen bu olgu televizyonun iletişim ve medya kültürü içinde yer alma biçiminde de görülmektedir. Nitekim Fiske ve Hartley “bardic television” (ozansız televizyon) kavramıyla birlikte, televizyonun dönemin anlatıcısı olduğunu ileri sürmüştür [11]. Dolayısıyla hikayeleri yine “seçilmiş” bir grup televizyon yapımcısı, aktör, aktrist veya programcılar anlatır olmuşlardır. Yeni medya ortamlarında, kişilerin herhangi birileri tarafından seçilmeyi beklemeden, kendi anlatılarını oluşturma ve paylaşma olanağı bulunur. Böylece şimdiye dek hikaye dinleyicisi, okuyucusu olan alımlayıcı konumundaki bireyler artık anlatıların yaratım sürecine doğrudan katılmaya başlamışlardır. Peki, yeni medya bu açılardan bakıldığında ve ileriki bölümlerde de açıklanacağı üzere Fiske ve Hartley’den esinle “ozansız” olarak nitelenecek bu özelliğini nereden almaktadır? Yeni medyanın hangi bileşenleri kişilerin kendi hikaye anlatıcıları olmalarında rol oynamıştır?

Dijitallik ve Multimedya Biçemselliği

Dijital özelliğinden dolayı, yeni medya içerikleri, geleneksel medya içeriklerine oranla daha hızlı dağıtılabilmekte, dolaşıma sokulabilmekte, kopyalanabilmekte, depolanabilmekte, sansürlenip engellenebilmekte veya kaybolup silinebilmektedir. Söz konusu algoritmalarından oluşan dijital dosya sistemlerinin tamamı ise 1 ve 0'lardan oluşan bir kod sistemine dayanmaktadır [12]. Bu noktada "İnternet televizyon ve film gibi eski multimedya, uygulanan bütün medyanın dijital bir kodu paylaşmasıyla ayrılır. Dijital karakter yalnızca bu medyayı karşılıklı çevrilebilir yapmakla kalmaz, onların kolayca kopyalanmasını ve başka betimlerin içine yerleştirilmesini de sağlar"[13]. Böylece geleneksel veya basılı olan bir metinde metnin içine yalnızca bir takım görseller yerleştirilebilirken bugünün dijital metinlerinin içine video, ses ve diğer bağlantı sağlayıcı öğeler yerleştirilebilmektedir. Çoklu ortam olarak Türkleştirilen multimedya, "bilgisayarda metin, grafik, ses ve canlandırma öğelerini birleştirerek sunan ortam," iletişim araçları/oramları olarak tanımlanabilir görünmektedir. Multimedya biçemselliği ise, "telekomünikasyon, veri iletimi, kitle iletişimi gibi iletişimin farklı boyutları ile imge, ses, metin ve sayısal veri gibi farklı veri türlerinin bir arada bulunmasıdır" [14]. Örneğin en fazla metin ögesi barındıran ortamlardan biri olan web bloglarında, kişiler bir metnin içine farklı amaçlarla aynı anda ses, görüntü ögesi veya video ögesi yerleştirebilmektedirler. Dolayısıyla iletilmek istenen mesaj veya anlatı içeriği, birden fazla biçimin içiçe geçmesiyle bir bütün oluşturmaktadır. Bu iki olgu sözlü anlatıda hikaye anlatıcısının dinleyicilerine söz ile aktardığı bir hikayeyi jest, mimik, hareket veya müzikal enstrümanların kullanımı gibi dilsel olmayan iletişim öğeleri ile anlatı sürecini bir tür performansla dönüştürmesine "Yeni medya 'tüketicilerinin medya içeriklerini arşivleme, notlar ekleme, düzenleme ve yeniden dolaşıma sokmayı

benzetilebilir. Böylece yeni medya metni oluşturan kişiler, Ong'un deyiimiyle sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş döneminde "kulağın göze teslimi" [15] tam olarak tekrar tersine çevrilmese de kulağın hakkının yeniden teslim edildiği söylenebilir.

Etkileşimsellik

Etkileşimsellik, yeni medyanın sözlü kültür ile ilişkilendirilmesine neden olan en önemli özelliklerden biridir. Nitekim etkileşimsellik hikaye anlatıcısı ile (bu noktada yazar da düşünülmelidir) dinleyici arasında büyük oranda matbaa ve ardından radyo ve televizyon ile kopuklaşmış bağın yeniden kurulması anlamına gelmekte ve birey ile yapay zekâ (veya arayüzler) arasında gerçekleşebileceği gibi bireylerarası da olabilmektedir. Böylece geleneksel medyada izleyici pasif bir biçimde "üretmiş" anlatı içeriklerine maruz kalırken yeni medya ile kullanıcının metinlerle daha fazla ilişki kurduğu, bilgi kaynaklarına daha hızlı ulaştığı, metinleri ve ortamları dönüştürdüğü ve içerik oluşturabildiği görülmektedir. Bu bağlamda, "yeni medyada bireyler hedef kitle film veya televizyonun 'izleyici'si veya edebiyatın 'okuyucusu' olmaktan ziyade içerik üreten birer 'kullanıcı'ya dönüşmekte" [16] ve dolayısıyla geleneksel medya ortamlarına kıyasla yine daha "kolay" ve hızlı bir biçimde etkileşim içine girebilmektedirler.

Hipermetinsellik ve Kullanıcı Türevli İçerik

"'Hiper' öneki Yunanca 'üstünde, ötesinde veya dışında' sözcüğünden türemiştir. Bu nedenle hipermetin 'kendi dışında ve ötesinde' diğer metinlere bağlantılar ağı sunan bir metni tanımlayagelmektedir" [17]. En fazla belirli bir görüntü ve/veya metinden oluşan geleneksel medya metninden farklılık gösteren hipermetinler, doğrusal olmayan okuyucu pratiklerini gerekli kılarlar. Bu noktada izleyici, okuyucu veya dinleyici olmaktan ziyade, her tür içeriğin kullanıcısı, yaratıcısı ve dağıtımıcısı olan bireylerin

ikincil/edilgen bir konumdan birincil kaynak veya etkin bir konuma geçtiklerini ve böylelikle “katılımcı” bir kültürün oluştuğunu söylemek mümkün görünmektedir. Jenkins’e göre kullanıcı türevli içerik üretiminin içinde yeşerdiği katılımcı kültür; “... sanatsal ifade ve sivil katılıma dair engellerin görece daha az olduğu, yaratım ile paylaşımın ve tecrübeli katılımcıların acemilere enformasyon aktardığı bir tür resmi olmayan akıl hocalığının büyük ölçüde desteklendiği bir kültürdür. Bir katılımcı kültürde, üyeler katkılarının değerli olduğunu ve diğer insanlarla bir derecede sosyal bir bağlantı içinde olduklarını hissederler (en azından üyeler, yarattıkları şeyle ilgili diğerlerinin düşüncelerini önemserler)” [18].

4. Bloglarda Anlatı

Blog veya weblog sözcüğü “Web” (İnternet) ile “log” seyir defteri veya olay ve gözlemlerin düzenli, sistematik yazımı sözcüklerinden bir araya gelmiş ve ilk kez 1997’de bir İnternet sitesi için kullanılmıştır [19]. Günümüzde çok sayıdaki blog içeriğine bakıldığında, insanların ilgi alanına giren neredeyse her konuya göre en az bir blog sayfası bulmak mümkündür. Ayrıca büyük oranda multimedya biçimselliği ile hipermetinselliğin görüldüğü ve melez bir ortam olan bloglarda ortak özelliklerden bahsedilebileceği gibi belirli blogları daimi bir türler grubu altında değerlendirmek zor görünmektedir. Yeni medyanın ve özellikle de blogların geleneksel medyadan farklı olarak kişisel anlatıların üretimine olanaklı yapısı, bu ortamlarda yer alan kişisel anlatıların sözlü kültür geleneğine yakınlığını düşünmeye izin verir niteliktedir. Bu bağlamda bir toplanma yeri, köy meydanı veya kısaca insanların birbirleriyle hikayelerini paylaştıkları ortamlar olarak görülebilcek bloglardaki anlatı dilinin haber bildiriminde bulunur gibi açıklayıcı veya soyut değil gündeliğin konuşmacı ve diyaloga açık bir dili olduğu görülmektedir. Nitekim geleneksel medyanın izleyici, okuyucu veya dinleyici topluluğunu uzun yıllar boyunca pasif ve yalnızca alımlayıcı konuma itmesinin dışına

çıkılan ortamlar olarak bloglarda blog yazarı kendi hikayesinin anlatıcısıdır. Bu bağlamda blog anlatılarında konuşmanın ve bir diyalog içinde olmanın yarattığı “erişilebilirlik”ten bahsetmek mümkündür. Bu açıdan konuşmacı ve gündelik dil kullanımına yakın olan blog anlatıları, “konvansiyonel yazının ifade ve gramer kurallarının devre dışı kaldığı yeni bir dilsel pratiği örnekler niteliktedir” [20].

5. Kişisel Blog Anlatılarının Biçimbilimsel Analizi

Araştırma kapsamında farklı tarihlerde farklı blogcular tarafından yazılmış 38 farklı özgün blog anlatısı değerlendirmeye alınmıştır. Bu anlatıların oluşturucu bölümleri saptanmaya çalışılırken, hikayenin deneyimleyicisi ve aynı zamanda anlatıcısı olan blog yazarının blog anlatısını oluştururken konuyu doğrudan aktarmak dışında ne tür eylemlerde bulunduğu gözlenerek bu eylemlerin diğer blog anlatılarında tekrar edip etmediğine bakılmıştır. Blog yazarının metin boyunca yalnızca bir hikayeyi aktarmakla kalmayıp aynı zamanda metne sözlü anlatıya dair özellikler de kazandırdığı bölümler, metnin anlatı konusu dışındaki diğer oluşturucu bölümleri olarak adlandırılmıştır.

Metnin oluşturucu bölümlerini belirleme aşamasında ilk adım, araştırmanın örneklemini oluşturan anlatılardaki kişilerin tespiti ve bu kişilerin anlatı içindeki işlevlerinin belirlenmesi olmuştur. Seçilen blog anlatılarında, anlatıya konu olan eylemlerin daima anlatıcı, yani birinci tekil şahıs “ben” kişisi tarafından gerçekleştirildiği gözlenmiştir. Anlatının konusunu oluşturan yeni bir durumla karşılaşma, okuma, izleme, hissetme, yargıda bulunma, düşünme, sevinme gibi daha bir çok farklı eylemin öznesi “ben” kişisidir. Her ne kadar zaman zaman üçüncü tekil (o) ve çoğul (onlar), birinci çoğul (biz), ikinci tekil (sen) ve çoğul (siz) şahıslar anlatının farklı yerlerinde görülse de, anlatı merkezinin birinci tekil şahıs (ben) olduğu belirlenmiştir. İncelemeye alınan blog anlatılarının değişmeyen kişisi olan “ben” in tespitinin ardından bir diğer adım “ben”

kişisinin anlatılar içindeki işlevidir. Bu noktada blog metinlerine sorulan soru şu olmuştur: “Ben” kişinin/hikaye anlatıcısının anlatı içinde kaç işlevi vardır? Anlatıcının 10 farklı işlevinin olduğu görülmüştür:

1--Girizgah yapılıdır (*Hazılanma*): Bir kaç cümle anlatının giriş kısmına hazırlanılır. Kimi zaman anlatının konusuyla ilgili olduğu düşünülen video, resim, fotoğraf veya gif gibi metin dışı öğelerin kullanımı ile gerçekleştirilir. Bazen anlatının gerekçelendirilmesi veya bir süredir neden yazılmadığının sebebinin kısa bir açıklamasını içerir.

2--Yeni bir olgu veya “şey” ile karşılaşılır (*Karşılaşma*): Anlatının konusuna giriş niteliğindeki bu kısımda anlatıcı daha önce içinde bulunulmamış bir durumu, karşılaşılmamış bir olguyu veya yapılmamış bir eylemin mevcudiyetini kısaca belirtir. “Ben” kişinin en çok görüldüğü yerlerden biridir.

3- Konu anlatılır (*Aktarma*): Bazen başlıkta, bazen ise girizgahta ipucusu verilen ve anlatının merkezini oluşturan bölümdür. Anlatı konuları çeşitlilik göstermektedir ve bu açıdan herhangi bir kategoriye tabi tutulmamıştır. Konuyu, herhangi bir nesne, bir film, bir kitap, bir resim, bir mekan, herhangi bir olay, olgu veya gerçeklik oluşturabilir. Genellikle konuyu oluşturan olgu veya olaylar ard arda sıralanır. Bu bölüm anlatının aktarıcısı olan ben kişinin üçüncü tekil veya çoğul kişilere en fazla yer verdiği kısımdır.

4- Zaman verilir (*Zamanı Çerçeveleme*): Anlatı konusunun zamanının belirtildiği bölümdür. Konuyu oluşturan karşılaşmanın, olay veya olgunun ne zaman gerçekleştiği veya gerçekleşeceği, ne kadar sürdüğü, ne sıklıkla yaşandığı, başlangıç ve bitiş zamanı gibi belirli bir anın betimlendiği bölümdür. Böylece anlatı zamanı çerçevelenmiş olur.

5- Anlatı kişinin “ben” olduğu belirtilir (*“Ben”i vurgulama*): Anlatının aktarıcısı olarak birinci tekil şahıs (ben) kişinin,

genellikle anlatı konusunun aktarıldığı bölümlerde en az bir cümle ile verilmesidir. Anlatıcı böylece hikayenin kime ait olduğunu doğrudan belirtmiş olur.

6-Ortaklık kurulum (*Ortaklaşma*): Anlatıcının genellikle okuyucuya soru sorma, okuyucunun ağzından yorum yapma ve cevap verme, okuyucunun da benzer bir hikayesinin olduğu varsayımıyla örtük (yalnızca eklerle) veya açık bir biçimde “biz”, “hepimiz”, “insanlar” gibi ifadelerle hikayeyi yalnızca kendi hikayesi olma durumundan bir anlığına çıkardığı kısımlardır.

7-Seslenişte bulunulur (*Seslenme*): Anlatıcının bazen “sevgili okuyucu”, “sen”, “siz”, “arkadaşlar” ifadeleriyle hitap ettiği ve bazen de diğer yollarla özelleştirdiği (“akademisyen”), anlatıyı okuyacağını düşündüğü kişi/kişilere hitap ettiği kısımlardır.

8--Çıkarım yapılır/tespitte bulunulur (*Sonuca varma*): Anlatıcı bahsettiği konudan sonuçlar çıkarır. Genellikle bu işlevi takiben dilek, öğüt veya tavsiye verme/isteme gelir. “Ben” kişinin sıklıkla görüldüğü bir diğer işlev budur. Bu işlev genellikle metnin sonunda yer almakla birlikte kimi zaman metnin ortalarında veya başında da görülebilmektedir.

9-Dilek sunulur veya tavsiye/öğüt verilir/istenir (*Öğüt verme*): Anlatıcı muhtemel okuyucudan bir şeyler ister, bir dilekte bulunur veya çıkarım sonucuna bağlı olarak öğüt veya tavsiye verir. Ben kişisi bu bölümde de sıklıkla görülmektedir.

10--Selam ile anlatı sonlandırılır (*Vedalaşma*): Anlatıcı anlatıyı sonlandığı bu bölümde “sağlıcakla kalın”, “hoşçakalın”, “görüşmek üzere” gibi veda ifadeleri veya kimi zaman küskünlük ileten ifadeler kullanarak bu bölümü inşa eder.

6. Bulguların Değerlendirilmesi

Bu çalışmada blog yazarının anlatı konusunu aktarmak dışında metni oluştururken salt aktarma eylemi dışında ne tür eylemler gerçekleştirdiğine; ne tür konuları nasıl anlattıklarına değil anlatıları nasıl oluşturduklarına bakılmış ve bu eylemlere anlatıcının “işlevleri” adı verilmiştir. Blog anlatılarında görülen bu 10 işlevin, çalışmanın örneklemini oluşturan anlatılarda dikkat çekici bir biçimde tekrar etmesi, blog anlatılarının tip’ler altında sınıflandırılabilceğini göstermektedir. 10 işlevin tümünün aynı anda görülmediği blog anlatıları, başka tip’ler altında toplanabilir niteliktedir fakat bu çalışmada düzensizliklerden oluşan ikinci bir işlevler düzenine rastlanmamıştır. Nitekim 10 işlevin tümünün aynı anda görülmediği blog anlatıları düzenliliğin görüldüğü anlatılardan sayıca çok daha azdır ve yeni bir tip grubu oluşturmamaktadır. Öyle sanılmaktadır ki örnekleme çok daha fazla sayıda blog anlatısının oluşturduğu bir biçimsel analizle, birden fazla anlatı tip’inden bahsetmek mümkün hale gelecektir.

7. Sonuç

Çeşitli ağ tabanlı uygulamalardan oluşan yeni medya ortamlarında daha önce salt alımlayıcı veya tüketici konumunda olan kitlelerin kendi içeriklerini üretebilmelerinin birden fazla yolu bulunmaktadır. Kişisel bir web blogu oluşturma bu yollardan biridir. Blog ortamında alan sağlayıcısının veya uygulamaların izin verdiği ölçüde istenilen her türlü içeriğin üretilmesi ve dolaşıma sokulması mümkündür. Bu içeriklerin üretilmesi aşamasında uyulması gereken biçimsel veya etik kurallar çoğu kez bulunmamaktadır. Dilsel ve/veya dilbilimsel kurallar da bu uyulması zorunlu olmayan kurallardandır. Dolayısıyla yeni medya ve özellikle kişisel web blog anlatılarında edebiyat zümrelerince belirlenmiş ve yazı ile sabitlenmiş dilsel ve/veya dilbilimsel çerçevenin dışında gündelik yaşamın diline olan yakınlık göze çarpmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kişisel web bloglarında yer alan bazı anlatıların geleneksel medya metinlerine oranla daha

konuşmacı olduğu ve etkileşime daha fazla izin verdiği anlaşılmaktadır. Yalnızca blog yazarlığı/okuyuculuğu bağlamında değil, diğer toplumsal paylaşım ağlarında da benzer nitelikte bir olgunun ortaya çıktığını belirtmek gerekir. Kişiler Twitter, Facebook ve Instagram’dan daha pek çok toplumsal paylaşım ağına dek çeşitli ortamlarda önemli buldukları hemen her konuyla ilgili içerik üretebilmekte ve dolaşıma sokabilmektedirler. Çevrimiçi imza kampanyaları, hukuki süreçlere çevrimiçi müdahaleler, anında paylaşım ile toplumsal olaylara yönelik canlı tanıklık, geleneksel medya içeriklerinden farklı olarak “genel izleyici” haberlerinin kişisel hikayeler olarak görünürleşmesi ve çok çeşitli sosyal örgütlenmelerin tamamı, kişi veya grupların ürettikleri içerikler temelinde şekillenmektedir. Böylece, iletişim ve medya kültürü tarihinde belki de ilk kez hem bireysel hem de kolektif olarak hikaye oluşturma ve aktarma eylemi aynı anda pek çok kişiye pay edilmiş görünmektedir. Dolayısıyla pay edilenin hikaye anlatıcılığı veya ozanlık olduğu, bunun ise yeni medya ortamlarında gerçekleştiğini iddia etmek yanlış olmayacaktır.

Son olarak, bireylerin “kendi” ortamlarında toplumsal konulara nasıl değindikleri, hangi ifadelerle yer verirken hangilerinden kaçındıkları gibi konular, anaakım medya ideolojilerinin incelenmesi kadar önemli görünmektedir. Öte yandan geleceğe dair eşitlikçi bir yaşam tahayyülünün gerçekleşebilmesi için de dolaşımda olan içeriklerin eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesi, eleştirel medya okur yazarlığının geliştirilmesi gerekmektedir. Nitekim yeni medyanın dağılım ve erişim özelliği, geleneksel medyaya oranla çok daha güçlüdür. Bu açıdan daha fazla bireyin daha nitelikli bir biçimde yeni medya ortamlarında nasıl katılım göstereceği, özellikle genç insanların özgün içerik üretimine nasıl teşvik edileceği, kadınların yeni medya ortamlarında etkili bir biçimde nasıl varlık gösterebilecekleri gibi konular bugün üzerine düşünülmeyi bekleyen konulardır.

Kaynaklar

[1], [5], [11] Fiske, J., Hartley, J. (2003). *Reading Television*. New York- London: Routledge.

[2], [3], [4] Benjamin, W. (2015). “Hikaye Anlatıcısı: Nikolay Leskov’un Eseri Üzerine Gözlemler”. (çev. T. Turan), *Büyülü Gezgin* (çev. K. Yükseler), sonsöz olarak içinde (ss. 279-321). İstanbul: Everest Yayınları.

[6], [7] Barthes, R. (2006). *Yazının Sıfır Derecesi*. (çev. T. Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.

[8], [9] Propp, V. (2008). *Masalın Biçimbilimi ve “Olağanüstü Masalların Dönüşümleri”*. (çev.M. Rifat ve S. Rifat). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

[10], [14] Binark, F.M. (2014). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (Der.) M. Binark, içinde (ss. 15-25). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

[12], [13] Çomu, T. (2012). *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: YouTube Örneği*. Ankara: Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

[15] Ong, W. (2013). *Sözlü ve Yazılı Kültür-Sözün Teknolojileşmesi*. (çev. S.

Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayınları.

[16], [17] Lister, M., J. Dovey, S. Giddens, I. Grant ve K. Kelly (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.

[18] Jenkins, H. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture*. Cambridge: the MIT Press.

[19] Rettberg, J.W. (2008). *Blogging*. Cambridge: Polity Press.

[20] Depeli, G. (2015). “Kadın Bloggerlar: Yeni Dil, Yeni Kadınlık, Yeni Tartışmalar”. *Folklor Edebiyat* 2015 Sayı 83 içinde (ss. 271-294).