

Sözlü Kültürden Dijital Kültüre Hikâye Anlatımı: Youtuberlar Üzerine Kültürel Bir Çözümleme

ÖZET

- Nil Çokluk

Arş. Gör. Dr. Hatay Mustafa
Kemal Üniversitesi
nilcokluk@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2919-4000

- Yunus Emre Ökmen

Arş. Gör. İstanbul Üniversitesi
yunusemreokmen@gmail.com
ORCID ID: 000-0001-9704-8040

Sosyal bir varlık olan insanın en temel güdülerinden biri anlama ve anlatma ihtiyacıdır. İnsan, duygu ve düşüncelerini bir şekilde diğer insanlara iletme istemektedir. Bu durum insanın hikâye anlatma ve dinleme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Kültür dönemlerinden ilki olan sözlü kültür döneminde kültürün taşıyıcısı olarak geleneksel hikâye ve anlatıcıları vardır. Buna karşılık bugün dijital dönemde dijital hikâyeler ve dijital hikâye anlatıcıları ortaya çıkmış ve kültürü bu yapılar şekillendirmeye başlamıştır. Çalışmanın amacını, yaşanan kültürel dönüşümle hikâye anlatıcılığının geçirdiği dönüşümü karşılaştırmalı bir şekilde incelemek oluşturmaktadır. Çalışmada, geleneksel ve dijital hikâye anlatıcılığının unsurları doğrultusunda Youtube hikâye anlatıcılarının hikâyeleri çözümlenmiştir. Kuramsal olarak hikâye anlatıcılığı ve kültürden beslenen bu çalışma, nitel desen temel alınarak içerik analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın evreni dijital hikâye anlatıcılarıyken, örneklem olarak 2017-2018 yıllarında YouTube tarafından belirlenen dört farklı kültüre mensup değişim elçisi seçilmiştir. Çalışmanın sonucunda sözlü kültürde belirli kesimlere ulaşabilen hikâyelerin dijital teknolojilerle küresel bir boyut kazandığı ortaya konmuştur. Bu teknolojiler hikâye anlatımını, anlatıcıyı ve dinleyiciyi dönüştürmüştür. Çalışma sonucunda hikâyenin temel bileşenlerinin değişime uğradığı ortaya konmuşsa da Youtuberların hikâyelerinin içeriğine bakıldığında hikâye formunun çok da değişmediği, hikâyenin temel unsurlarını barındırdığı bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, İletişim, Hikâye Anlatımı, Dijitalleşme, Dijital Hikâye Anlatımı, Youtuberlar

Geliş Tarihi 01.08.2020

Kabul Tarihi 05.10.2020

Yayın Tarihi 19.10.2020

Storytelling from Verbal Culture to Digital Culture: A Cultural Analysis on Youtubers

- **Nil Cokluk**

PhD Res. Assist. Hatay Mustafa
Kemal University
nilcokluk@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2919-4000

- **Yunus Emre Okmen**

Res. Assist. Istanbul University
yunusemreokmen@gmail.com
ORCID ID: 000-0001-9704-8040

ABSTRACT

One of the main motives of human as a social entity is the need to understand and explain. Human wants to share his feelings and thoughts to other people. This situation reveals the human need to tell stories and to listen. In the oral culture period, there are traditional stories and narrators as the carrier of the culture. On the other hand, digital stories and storytellers have emerged in the digital age and these structures have begun to shape the culture. The aim of the study is to examine transformation of culture and storytelling in a comparative way. In the study, the stories of Youtube storytellers were analyzed in line with the elements of traditional and digital storytelling. This study, which is theoretically based on storytelling and culture, was conducted using content analysis technique based on a qualitative pattern. While the universe of the study was digital storytellers, change ambassadors from four different cultures determined by YouTube in 2017-2018 were selected as the sample. As a result of the study, it was revealed that stories that can reach certain segments in oral culture have gained a global dimension with digital technologies. These technologies have transformed storytelling, narrator, and listener. In conclusion when the content of the stories of YouTubers is examined, it was revealed that the basic components of the story have changed. However, it has been found that the story form has not changed much and contains the basic elements of the story.

Keywords: Culture, Communication, Storytelling, Digitalization, Digital Storytelling, Youtubers

GİRİŞ

Bir hikâyenin neyi gerektirdiği iletişim alanında çalışma gerçekleştiren herkesin kendine sorduğu bir sorudur. Bir hikâye en temelde iletişim kurmak amacıyla anlatılır. Kaynak konumundaki hikâye anlatıcısı, alıcı konumundaki dinleyiciye/izleyiciye hikâyenin ana fikrini, bir başka ifadeyle mesajını, fiziksel veya sanal bir ortamda iletmeye çalışır. Bu nedenle hikâye anlatımının temel amacının iletişimi sağlamak olduğu söylenebilir.

Hikâyelerin anlatılması ve hikâyelerin hayata geçirilmesi, çağlar boyunca insanla birlikte yol almıştır. Hikâyeler insanın iletişim kurmasına, öğrenmesine, sorunlardan uzaklaşmasına, rahatlamasına, dönüşmesine ve iyileşmesine olanak sunan önemli yapı taşlarıdır. İnsanın dünyayı nasıl yorumladığı ve nasıl iletişim kurduğu hikâye kullanımıyla açıklanabilir (Allen & Krebs , 2007, s. 47). Hikâye anlatımı insanların elindeki en güçlü iletişim biçimidir. Hemen her medeniyet tarafından kendi kültürüne dâhil edilen hikâye anlatımı insanın eğlenmesini, öğrenmesini ve ikna olmasını sağlayan, hafızada en kolay tutulan iletişim aracıdır (Hegarty, 2011, s. 84). Bu önemli aracın iletişim bilimlerinin bütün dalları tarafından kullanılması bu durumla ilişkilidir.

McLuhan'dan Ong'a, Innis'den Havelock'a kadar birçok farklı düşünür insanın iletişim kurmasına olanak sağlayan medyanın insanların dünyayı algılayış biçimini ve toplumu etkilediği konusunda fikir birliği sağlamıştır (Baldini, 2000, s. 5-8). Tarihsel süreç içerisinde toplumların iletişim biçimlerini şekillendiren belirli teknolojik buluşların olduğu görülmektedir. Bu buluşlar toplumsal iletişim biçimlerini ve kültürel yapıyı birçok bakımdan etkilemektedir.

McLuhan (2001) "Araç, mesajdır" diyerek içinde bulunulan döneme ve koşullara bağlı olarak iletişim biçiminin belirlenebileceğini kastetmiştir. Örneğin mağara duvarlarına çizilen ilk resimler, insanın anlatma ve paylaşma ihtiyacının başlangıcı olarak kabul edilebilmektedir. O dönem iletişim kurmak ya da düşünceleri ifade etmek için kullanılan iletişim araçları, duvara çizilen figürler ve yakılan ateşlerin dumanları olmuştur. Daha sonra uzun bir süre sözlü kültür, yazılı kültür, basılı kültür ve elektrik-elektronik kültür dönemleri yaşanmıştır. Her dönem iletişim biçimi ve araçları değişmişse de değişmeyen tek şeyin kültürün taşıyıcısı olan hikâyeler olduğu söylenebilir.

Hikâye ve hikâye anlatıcıların iletişim alanında gelişimi bu şekilde özetlenebilirken, son dönemde geleneksel hikâye anlatıcılarının pek kalmadığı görülmektedir. Benjamin (1993) bu durumu çocuklardan birisi hikâye dinlemek istediğinde anlatacak kimsenin artık bulunamayacağını ifade ederek desteklemektedir. En temel iletişim biçimlerinden olan hikâye anlatımının kullandığı araç deneyimin aktarılmasını sağlayan ağızdan ağıza iletişimdir. Deneyimlere anlatıcılar da dinleyiciler de ihtiyaç duymaktadır. Bu bakımdan geleneksel hikâyelerde deneyimle hikâyenin değeri arasında paralel bir ilişki bulunmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ve dijital kültürün ortaya çıkmasıyla birlikte, tüketicilerin aradığı ve tükettiği içeriklerin sayısı artmış, içerikleri anlatanın kimliğinden çok içeriklere ulaşmak önem kazanmıştır. Böylelikle anlatıcının deneyimine olan ihtiyaç git gide azalmıştır. Özellikle Benjamin, deneyime olan ihtiyacın azalması ve insanların hikâye anlatıcılarından öğrendiği içeriklere farklı kaynaklardan ulaşması üzerine çok önemli saptamalar yapmıştır. Romanla başlayan ve teknolojiyle daha üst evrelere çıkan geleneksel anlatımın yozlaşması, deneyime duyulan ihtiyacın sonradan çıkan dijital araçlara kaymasına bağlanmıştır (Sevim, 2010, s. 509-516). Özetle hikâye anlatımında anlatıcının ötesinde araca duyulan bir ihtiyaçtan söz etmek mümkündür.

Buradan hareketle çalışmada, sözlü kültür döneminden dijital kültür dönemine uzanarak, insanların anlattıkları hikâyelerin uğradığı değişimi kültürel yönleriyle ortaya koymak amaçlanmaktadır. Sözlü kültür döneminde insanlar sadece konuşarak hikâyeler anlatırken, modern dönemle birlikte kitle iletişim araçları ortaya çıkmış; radyo, televizyon, sinema gibi araçlarla hikâyeler anlatılmıştır. İçinde bulunduğumuz dijital kültür dönemindeyse iletişim araçları ve iletişim biçimi bir kez daha değişime uğrayarak, internet tabanlı platformlara kaymıştır. Böylelikle geleneksel hikâyeler yerini dijital hikâyelere bırakmıştır. Yaşanan bu değişim dijital çağın koşulları göz önünde bulundurularak kültürel yönleriyle ifade edilmeye çalışılmıştır.

İnternet teknolojisinin dayandığı en önemli iki unsurdan ilki, bilgisayarlar arasındaki ağdır. İkincisiyse içeriklerin dijitalleştirilmesidir (Kogut, 2003, s. 1). Bu noktada hikâye anlatıcılığının dijitalleşmesi de medya araçlarının internetin yapısal hükümlerine uyma zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. İnternet teknolojisinin temelinde, uydular arası sayısal bir haberleşme söz konusudur. İçerikler sayısallaştırılarak aktarılmaktadır. İnternetle birlikte yeni medya kavramı doğmuş ve yeni medya araçları insanların günlük hayatına girmiştir. Birtakım

hikâye anlatma ya da birtakım hikâye dinleme ihtiyacı da yeni medya araçlarına uyacak şekilde yapılmaya başlanmıştır. Geline nokta da dijital hikâye anlatımı, Youtube gibi görüntü ve sese dayanan yeni mecralarda kendine özgü bir yapı oluşturmuştur.

Sonuç olarak geleneksel hikâye anlatıcılığı kavramının ve yapısının görüntü ile fotoğrafın devreye girmesiyle değiştiğini belirtmek mümkündür. 19. yy'dan sonra görüntü toplumlarının ortaya çıkması, görüntünün toplumun beklenti ve ihtiyacına daha çabuk cevap vermesi, görüntüye olan talebi artırmıştır. Görüntünün icat edilmesi düzenli bir hikâye anlatıcılığı yapısı ortaya koymamıştır. Fotoğraf, sinema, televizyon ve yeni medyadaki görüntülü uygulamalar gibi teknolojilerin gelişmesiyle, hikâye anlatıcılığının yapısı görüntülü dönem içinde de farklılıklar göstermiştir. Herkesin anlatacak bir hikâyesinin olması, insanların başkalarının hikâyelerini ya da deneyimlerini dinlemeye ihtiyaç duyması, bu alana olan talebi git gide arttırmıştır.

Ticari anlamda bu talebi ve potansiyeli görenler tarafından YouTube gibi görüntülü uygulamalar üzerinden medya kanalları kurulmaya başlanmıştır. Kullanıcılar bu kanalda hikâyelerini anlatacağı içerikler üreterek hem kendi hedef kitlesini oluşturmuş hem de maddi anlamda kazanç sağlamaya başlamıştır. Bu noktada, dijital hikâye anlatıcılığı kavramını sosyal, ekonomik, ideolojik, psikolojik olarak ele alma ve anlama ihtiyacı doğmuştur. Çalışmada dört farklı kültürden Youtuber'in dijital hikâyeleri hikâyenin unsurları doğrultusunda içerik analiziyle çözümlenerek kültürel dönüşüm bağlamında ele alınmaktadır. Hikâye anlatıcılığının dijitalleşmeyle birlikte nasıl dönüştüğünü ortaya koymak çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

1. KÜLTÜRÜN TAŞIYICISI OLARAK HİKÂYE VE HİKÂYE ANLATIMI

Söz ilk çağlardan beri insan için önemli bir iletişim aracıdır. Hikâye anlatmanın tarihi de bir iletişim aracı olan söz kadar eskilere dayanmaktadır. İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana hikâye ve hikâye anlatımı insan hayatında önemli yer tutmuştur. İnsanlar mağaralarda ateş etrafında yaşadığı dönemlerden itibaren birbirleriyle hikâyeler aracılığıyla iletişim kurmuştur. Bu nedenle insanın var oluşundan bu yana hikâyelerin insanları birbirine bağlayan unsurlar olduğu ve kültürün nesilden nesile aktarılmasını sağladığı söylenebilir. İnsanlar hikâyeleri kendilerini anlatmak, anlam yaratmak, dünyayı anlamlandırmak, değerleri öğretmek ve

değişime başkalarını entegre etmek için kullanmaktadır. Diğer bir deyişle, gündelik yaşamın her alanında karşımıza çıkan hikâye anlatımı, geçmiş deneyimleri paylaşmak ve yeni yaşanan gelişimleri aktarmak için kullanılan kültürel unsurlardır.

Kültürün taşıyıcısı olan hikâye anlatıcılığı; “insanın deneyimlerini paylaşma yeteneği, bir olay ya da durumu kuşaktan kuşağa aktaran gelenek zinciri, yaşam deneyimine dayanan bir tür bilgelik” (Sütcü, 2013, s. 76) olarak tanımlanabilir. Bu anlatıcılık türü, sözlü kültürün egemen olduğu çağlardan kalan bir sanattır. Sözlü kültürün hâkimiyet sürdüğü çağlarda hareket ve taklitler aracılığıyla birçok kültürde varlık gösteren hikâye anlatımı yüz yüze gerçekleşmiştir. Birçok toplumda, hikâye anlatımı sözlü edebiyatın kendini var ettiği bir alan olarak görülmüştür. Ancak bu, hikâye anlatımının, eylemsel anlatım araçları konusunu içermediği anlamına gelmemektedir (Sekmen, 2015, s. 3).

Sözlü kültürden yazılı kültüre geçişi anlamak açısından en çok incelenen tür anlatı olmuştur. Çünkü “birincil sözlü kültürden ileri okuryazar ve elektronik bilgi işlem kültürüne süregelmış en yaygın sözel anlatım türü” hikâyedir. Pek çok sanatın bel kemiği olan hikâyeye bir bakıma sözel sanat biçimlerinin en önemlisidir (Ong, 2014, s. 164-165). Yazının ortaya çıkışından çok eskilere uzanan bir geleneğin ifadesi olan hikâyeye anlatma Homeros’un İlyada ve Odyssea’sında, Doğu kültüründe ise Binbir Gece Masalları, Nasrettin Hoca Fıkraları, Dede Korkut Hikâyeleri ve meddah anlatılarında kendini göstermiştir (İnceelli, 2005).

Deneyimle ilgili kültürel bir yapıyı ifade eden, anlatıcı ve dinleyiciyle bir bütün oluşturan hikâyeye, insan hayatında bir değişimden bahsetmelidir, yani hikâyeye hem ani bir dönüş barındırıp hem de insanların bilmediği bir şeyden söz etmelidir. Amaçsız bir hikâyeye yoktur, yani hikâyeler öylesine anlatılmaz. Bir hikâyeye daima anlam ve değer yargılarıyla yüklüdür, aksi halde o bir hikâyeye değil, basit bir olaylar dizisi olarak kabul edilir (Fulford, 2014, s. 19). Gelecek kuşaklara deneyimleri ileten bir iletişim biçimi olan hikâyenin üç önemli unsuru vardır. Lipman (1999, s. 12-17) hikâyeye anlatımında kullanılan bu üç önemli unsurun; hikâyeye anlatıcısı, dinleyici ve hikâyeye olduğunu belirtmiştir. Hikâyeye anlatımında hikâyeye anlatıcısı ön plana çıkmakta ve hikâyeyi şekillendirmektedir. Julian Barnes (Akt. Aytumur, 2012, s. 74), insanı hikâyeye anlatmak için tasarlanmış bir makineye benzeterek, insanın vücut dilinden, sentaksa, vurgusundan zamanlamasına kadar hikâyeye anlatmak için mükemmel bir biçim ve forma sahip olduğunu belirtmiştir. Hikâyeye anlatımının hangi formu olursa olsun hikâyeyi kimin anlattığı

önemlidir. Önerme tanımlanmış olabilir, ancak bu önerme yaratıcı bir anlatıcının elinde etkili bir hale gelmektedir (Aytemur, 2012, s. 46).

Hikâyeyi etkili kılan hikâye anlatıcılarının temel işlevi sadece insanları eğlendirmek değil, aynı zamanda insanlara deneyimlerini aktarmak, geçmişi koruyarak gelecek kuşaklara yol göstermek böylece kültürel dinamiklerin kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlamaktır. Hikâye anlatıcıları anlattığı hikâyelerle, iyi ve kötü olanı anlatarak toplumsal düzenin sağlanmasında da önemli rol oynamaktadır. Bugün gelinen noktada dijital teknolojilerin insanlara sosyal bir ortam yaratması hikâye anlatıcılığının önemini arttırmıştır. İnsanların sosyal hayatta sıkça faaliyet gösterdiği dijital ortamlarda hikâye anlatımı ile dünyanın her yerindeki insanlarla etkileşime geçmek mümkün hale gelmiştir. Hikâye anlatırken başarılı bir anlatıcı her zaman kendini dinleyici yerine koymalıdır. Başarılı bir anlatıcı olabilmenin en önemli kuralı ise özgün olabilmektir. Özgün olabilmek içinse sürekli gözlem yapmak ve inandırıcı olmayan duygu ve düşüncelere yer vermemek gerekir. Başarılı bir anlatıcı olmak için anlatıcı kendini motive edecek unsurları bulmalıdır. Çünkü motive olan bir anlatıcı tutkulu olur, tutkulu olan bir anlatıcı dinleyicileri/izleyicileri de harekete geçirir ve hikâyenin bir parçası haline getirir. Dinleyici/izleyici hikâyenin bir parçası haline gelirse hem anlatıcıyı hem de hikâyeyi hafızasında tutması kolaylaşır (Elgin, 2016). Benjamin, anlatıcılığın “hikâyeleri tekrarlama sanatı” olduğunu ve hikâyelerin insan aklında tutulmayınca da bu sanatın yok olacağını söyler. Hikâyelerin dinlenirken onları eğirip dokuyan biri olmadığını söyleyen Benjamin’e göre (1993, s. 69) dinleyici/izleyici hikâyeyi dinlerken ne kadar çok odaklanırsa dinlediği hikâye belleğinde o kadar fazla yer edecektir. Kendini anlatıya kaptıran dinleyici/izleyici hikâyeleri dikkatlice dinler ve hiç zorlanmadan kendini hikâyeleri yeniden anlatırken bulur. Benjamin’e göre, hikâye anlatma yeteneğinin çağlar boyunca sürüp gelmesini sağlayan ağ işte bu şekilde örülmüştür.

Pek çok kişinin kullandığı etkili bir iletişim aracı haline gelen hikâyeleştirme ve hikâye anlatıcılığına insanlık tarihi kadar eski yapılar olarak yaklaşıldığında hikâye anlatımının toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel ve teknolojik dinamiklerin değişmesiyle birlikte kaçınılmaz bir şekilde değişmekte olduğunu söylemek mümkündür. Hikâye anlatıcılığı, insan yaşamına büyük etki eden iletişim teknolojilerinin bugünkü haline gelmesinden önce sadece insanların bir araya gelmesiyle, yüz yüze, sözel bir biçimde gerçekleşirken değişen iletişim teknolojileriyle birlikte farklı formlarda da kendini göstermeye başlamış, küresel bir forma

bürünmüştür. Hikâye anlatıcısını oluşturan insanın yanı sıra radyo, televizyon, yeni iletişim ortamları gibi kitle iletişim araçları da hikâye anlatımını etkileyen araçlar haline gelmiştir.

Kitlesel hikâyeciliğin tarihine bakıldığında teknolojik gelişmelere paralel ilerleyen bir düz çizgiden bahsetmek mümkündür. Teknolojinin olanaklarıyla uyumlu bir şekilde önce romanlar, sonra filmler, sonra radyo, televizyon ve en son olarak da internet üzerinde kitlesel hikâyecilik kendini göstermiştir. Teknolojik olanakları dışarıda bırakırsak hikâyeleri ve bu hikâyelerin içeriğinin kitle kültürü doğrultusunda aynı yönde ilerlediğini, aynı hikâyelerde aynı karakterleri yarattığını görmek mümkündür. Bunun en iyi kanıtı kitle kültüründe başarıya ulaşmış eserlerin büyükanne ve büyükbabaların kendilerini yakın hissettiği kalıplara yakın olmasıdır (Fulford, 2014, s. 110).

Kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlayan hikâyeler teknoloji çağında kitlelerle iletişim kurmanın temel unsuru haline gelmiştir. İş yaşamı, eğitim, eğlence gibi birçok alanda hikâye anlatımı kullanılmaktadır. Eski çağlarda belirli sosyal ortamlarda varlığını sürdüren hikâyelerin gelişen teknoloji aracılığıyla bugün birçok insana bir tuşla ulaşma imkânı vardır. İçinde bulunulan yüzyılda hikâye anlatıcılığı tamamen yeni bir anlam kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarının birer sosyal mecraya dönüşmesiyle yöneticiler, eğitimciler, siyasetçiler, iletişimciler, kısacası gündelik yaşamın her alanında bulunan insanlar hikâyeleriyle karşılarında bulunan insanları etkilemek, ikna etmek ve kendilerini dinletmek için birer hikâye anlatıcısına dönüşmüştür. Dijital iletişim ve sanal gerçekliğin egemen olduğu günümüzde de varlık gösteren hikâye anlatımı tarihsel süreçte teknolojilerle aracılıdırılmış birer unsur olarak kendini göstermektedir. İletişim teknolojileri aracılığıyla iletilerin dünyanın her yanına ulaşması sebebiyle hikâye anlatımı iletişim çağında önemli bir unsur haline gelmiştir.

2. HİKÂYE ANLATIMINDA KULLANILAN KÜLTÜREL UNSURLAR

Toplumsal yapı üzerinde etkili olan hikâyelerde kullanılan unsurları bilmek toplumun çağlar boyunca geçirdiği dönüşümleri ve geldiği noktayı anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Bu durumu anlamak için de toplumların kökenlerinde bulunan hikâye anlatıcılığının temellerini oluşturan mitolojileri bilmek gerekmektedir. Çünkü mitolojiler ilk çağlardan beri insan yaşamına anlam vermeye çalışan hikâyeleri ifade etmektedir. Bu nedenle

hikâyeleri incelerken, hikâyelerin temelinde yer alan mit, metafor, kahraman, sembol ve ritüel üzerinde durulması gereken kültürel unsurları oluşturmaktadır.

Levi Strauss (2013, s. 10) bir kültürü ve toplumu anlamayı sağlayacak metaforik bir kavrama tarzına sahip yapıyı ampirik gerçeklikle değil, gerçeklik üzerine inşa edilmiş modellerle ilişkili bir kavram olarak görür. Levi Strauss'a göre (2013, s. 11) yapının iradesi bireyi kuşatır. Birey bilinç düzeyinde bu yapının farkında değildir ve çoğu zaman farkında olmadığı ve görmediği yapılara göre düşünür, konuşur ve eylemde bulunur. Levi Strauss'un bu yaklaşımı metaforların ortak bir yaratım olduğunu ortaya koymaktadır. Bir toplum içinde grubun etkisiyle eylemde bulunan bireyler, hikâye anlatımında içinde bulunduğu toplumsal grubun kültürel öğelerini kullanır. Bu düşüncenin, hikâyelerin kolektif bir yaratım olduğu fikrini desteklediği söylenebilir. Fulford (2014, s. 64) hikâyelerin kolektif bir yaratım sürecinin işleyişini devraldığını ve bu yaratımın hikâyelerin bir kurguya dönüşmesine yol açtığını belirtir. Kolektif bir yapıya sahip olan bu kurgular, toplumun ortak değerlerini içeren unsurların etkisiyle oluşturulur. Buradan hareketle hikâyelerin ortak bir yaratım olduğu ve ortak kültürel unsurları barındırdığı söylenebilir.

Mitolojik hikâyeler ne kadar nedensiz, anlamsız ve saçma gibi görünse de dünyanın her yerinde yeniden üretilmektedir (Levi-Strauss, 2013, s. 45). Özellikle günümüzde 17. ve 18. yüzyıllarda hüküm süren rasyonalitenin insanı tek başına açıklayamaması insanı ve hikâyesini anlamak için mitolojileri önemli unsurlar olarak ön plana çıkarmıştır. İnsanın en temel edimlerinden biri olan iletişimin sosyolojik ve psikolojik öğeler taşıması nedeniyle kültürel unsurların hikâye anlatımında önemsenmesine ve çözümlenmesine çalışılmaktadır.

2.1. Mit ve Metaforlar

Mit (myth) kelimesi temelde söz veya konuşma anlamları taşıyan Yunanca muthos/mithos kelimesinden türemiştir. Mit genel olarak sözlü bir şekilde anlatılan hikâyeleri ifade etmek için kullanılır (Batuk, 2009, s. 28). Son derece karmaşık olan kültürün bir gerçekliği olarak ele alınan mit, farklı ancak birbirini tamamlayan nitelikteki fikirlere göre değerlendirilip yorumlanabilmektedir. Eliade mit'i şu şekilde tanımlamaktadır: "Mit kutsal bir hikâyeyi anlatır; en eski zamanda, başlangıçtaki masallara özgü zamanda olup bitmiş bir olayı anlatır. Bir başka deyişle mit, doğüstü varlıkların başarıları sayesinde, ister eksiksiz olarak bütün gerçeklik yani Kozmos olsun, isterse onun yalnızca bir parçası (sözgelimi bir ada, bir bitki türü, bir insan

davranışı, bir kurum) olsun, bir gerçekliğin nasıl yaşama geçtiğini dile getirir.” Mitler kutsal hikâyeler olarak kabul edilir ve gerçekliğe başvurduğu için gerçek hikâyeleri ifade eder (Eliade, 2001, s. 15-16). Buradan hareketle mitlerin gerçek yaşamdan beslenen insan hikâyeleri olduğu söylenebilir. Yani mitlerin uydurmaca olduğu düşüncesine karşılık bunları, insanların içinde bulunduğu kültürün ve doğanın bir ürünü olarak tanımlamak mümkündür.

Mit, eski hikâyeler ya da söylenceler olarak tanımlanırken mitlerden ayrılmayan metaforlar ise, genellikle benzetme olarak bilinir, fakat benzetmeden farklı olarak bir şeyi başka bir şeyle temsil etmek amacıyla kullanılır. Diğer bir deyişle metaforlar bir şeyin sembolik bir şekilde anlatılmasını ifade eder. Janet Martin Soskice, metaforları şu şekilde tanımlar: “...başka bir şeyi düşündüren terimlerle ilgili bir şeyden söz eden mecaz bir konuşma şeklidir.” (Akt. Snævarr, 2010, s. 29). Birer söylence olarak tanımlanan mitler mecaz anlatımlarla bezenmiş hikâyelerdir. Bu nedenle hikâye anlatımında metaforlar mitlere eşlik eden unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir bütün olarak ele alınması gereken mitler hikâyeleştirmede kullanılan mecazları ifade eden metaforlarla birlikte hikâye anlatımında önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçeğin kutsal bir şekilde aktarılması olarak tanımlayabileceğimiz mitler hikâyeleştirmenin kalbinde yatar çünkü modern hikâye anlatımında da insan yaşamına ve deneyimlerine dair mesajları iletme çabası vardır. Aynı şekilde anlamları üzerinde fikir birliği sağlanmış metaforlar da insanların hikâyelerde kullandığı sembolleri anlamlandırmaya olanak sunmaktadır. Hikâyeleştirmede yaratılmaya çalışılan anlam ve aidiyet duygusu kolektif bir yaratım olan mitler ve metaforlarla mümkündür. Çünkü mitler ve metaforlar bir kültürde tarihsel süreç boyunca evrilen ve üzerinde uzlaşma sağlanan unsurları ifade eder. Bu nedenle insanların kendi varlığına ve düşünüşüne yakın imgeleri bulduğu hikâyeler insanlar üzerinde daha etkili olmaktadır.

2.2. Kahramanlar

Hikâye anlatıcılığında önemli bir unsur da mitolojilerde kendine yer bulan kahramanlardır. Genel olarak hikâyelerde yer alan kahramanların evrensel özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Hikâyede kahramanın içinden geçtiği belli dönüm noktalarına hemen hemen her hikâyede rastlamak mümkündür. Başlangıç, yerinden-yurdundan ayrılış ve yurduna geri dönüş şeklinde üç aşamada gerçekleşen kahraman yolculuğu aslında gerçek yaşamda

insanların karşılaştığı durumları yansıtan bir yapıya sahiptir. Bu nedenle insanın varlığı ile ilgili olan hikâyelerde kahramanların kullanımı önem teşkil eder. İnsanlar bu yolla kahramanın yaşadıklarıyla kendi yaşamları arasında bir bağlantı kurarak hikâyenin içine girme imkânı bulur. Joseph Campbell (2004), kahramanı "kişisel ve yerel tarihi kısıtlamalara, geçerli normal insan biçimlerine karşı savaşılabilecek durumda olan insan" olarak tanımlamıştır. Bir başka deyişle, kahraman aslında toplumda bulunan yerleşik yanlıgilara karşı çıkarak kendi başına bir varoluş sergileyebilen bireyi temsil etmektedir. Bunun günümüz insanının ulaşmak istediği bir aşama olduğu düşünülürse hikâye anlatımında birey, kahraman ile kendi arasında bağlantı kurma eğilimi içindedir.

Walter J. Ong soluk kişiliklerin sözlü zihnin belleğinde tutunamayacağını belirtir. Kahramanın zihinlerde iyice yer etmesi için bir tip oluşturması gereklidir. Bilge Nestor, Kızgın Akhilleus, Akıllı Odysseus, Her şeye kadir Mwindo gibi (Ong, 2014, s. 88). Bu durumun dijital ortamda var olan anlatılar için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Oluşturulan bir hikâyenin, akılda kalıcılığı, hikâyenin yayılmasını ve hatta uzun süreler konuşulmasını sağlayan belli özelliklere sahip bir tip veya kahraman içermesi gereklidir.

Hikâyelerde bulunan kahraman mitleri insanın fiziksel ve psikolojik hayatında kendi yolculuğunun bir ifadesidir. Kahraman gerçek hayatta insanların yapmak istedikleri şeyleri yapar. Bu nedenle kahraman hikâyelerde insanın kendini bulmak istediği kişi olarak tanımlanabilir. Hikâyenin insanların duygu dünyalarına hitap etmesi açısından kendi yapmak istediklerini yapan bir kahramanın hikâyedeki varlığı dinleyici/izleyici açısından ilham vericidir. Bu nedenle kalıcı bir hikâye anlatmak isteyen anlatıcılar, hikâyelerinde dinleyicilere/izleyicilere ilham kaynağı olabilecek kahramanlar yaratmalıdır.

2.3. Ritüeller

Mitoloji ve ritüeller ilk çağlarda yapılanmış, kurumsallaşmış ve binlerce yıl boyunca insanlığın sıkı sıkıya sarıldığı bir yaşam biçimini oluşturmuştur. Bu yaşam biçiminden kopmak bir yana uzaklaşmak bile söz konusu olmamıştır (Ateş, 2001, s. 15). Bu nedenle hikâye anlatıcılığında kullanılan önemli unsurlardan biri de ritüellerdir. Ritüeller, eski çağlardan bugüne aktarılan sözlü veya uygulamalı bir şekilde gerçekleşen toplumsal olguları ifade etmektedir. Ritüeller toplumsal katılımı gerçekleştiren ve sembolik bir dile sahip olan olgulardır. Bunlar dini olabileceği gibi din dışı konuları da içerebilmekte, bireysel veya toplumsal

özellikler taşıyabilmektedir. Toplumsal özellikler taşıyan ritüellerin hikâye anlatımında önemli olmasının en büyük sebebi bunların toplumsal duyguları harekete geçiriyor olmasıdır.

Max Gluckman, ritüeli, törensel faaliyetlere benzeyen ancak mistik düşünceleri de içine alan faaliyetler olarak tanımlamıştır. Katılımcının mutluluğunu etkileyen ritüel hem tekil hem tekil olmayan bir faaliyet türüdür. Rit ise, tekil anlamında ritüeli ifade eden bir kavramdır. Toplumsal ilişkilerin ritüel bir yapı içinde ifade edilmesi eğilimini vurgulamak üzere de ritüelleşme kavramı kullanılmaktadır (Akt. Karaman, 2010, s. 229). Evrensel özellikler barındıran ritüeller, birçok toplumda farklı şekillerde ortaya çıksa da benzer işlevlere sahip unsurlar olarak varlıklarını sürdürür. Tarihsel süreç boyunca var olan ritüeller en eski insan ile modern insan açısından benzerlikler gösterir. İnsanın doğayı kontrol etme amacıyla başvurduğu ritüeller hikâyelerde duyguları harekete geçiren unsurlar olarak kullanılabilir. Çünkü hikâyeleştirmede ritüeller anlam yaratma konusunda yardımcı bir işlev görür. Bu nedenle hikâye anlatımında mistik özellikler taşıyan ve mitlerle bir arada hayatına devam eden ritüellerin kullanımı doğayı kontrol altına alma ve anlama çabası içinde olan insanın duygularını harekete geçirerek hikâyenin kalıcı olmasını sağlar.

2.4. Semboller

İletişimi temelde kaynak, mesaj ve alıcı şeklinde tanımlamadan önce insan ilişkilerinin sembolik etkileşimi açıklanmaya çalışılmıştır. Sembolik etkileşim sembollerle gerçekleştirilen ilişki olarak tanımlanabilir. Bu bakış açısına göre “iletişim gerçeğinin üretildiği, tutulduğu, tamir edildiği ve dönüştürüldüğü” sembolik bir süreci ifade eder (Erdoğan, 2011, s. 74). İletişim, paylaşılan anlamlı sembollerin yaratılması aracılığıyla gerçekleşir. Sembollerle kişisel ve toplumsal gerçeklikler inşa edilir, tutulur, onarılır ve dönüştürülür (Erdoğan, 2011, s. 75). “Semboller aynı zamanda dinleyicide duygusal reaksiyon yaratmak için kullanılabilir. Bu durumda semboller bir etki yaratmak amaçlı tetik mekanizması işlevini görür” (Erdoğan, 2011, s. 211). Deneyimlerin başkalarına aktarılması olarak ifade edilecek hikâye anlatıcılığında bir gerçeklik inşa edildiğinden semboller önemli yer tutar. Burada gerçeklik hikâye anlatıcısı ve dinleyicilerin etkileşimiyle inşa edilir.

Fromm “sembol dilinin herkes tarafından öğrenilmesi gereken tek yabancı dil” olduğunu söyler. Fromm'a göre eğer bu dil anlaşılırsa bilgeliğin en önemli kaynaklarından biri olan mitoslar da anlaşılabilir. Ayrıca Fromm sembollerini anlamının, insanın benliğinin

derinliğine inilmesine ve gizli yönlerinin anlaşılmasına yardımcı olacağını belirtir (Fromm, 1992, s. 21).

İnsanın bir toplum içinde varlık göstermesinin temel özelliklerinden biri olan sembolse dil deneyimlerden gerçek, hayali iletişim ve ilişki geliştirmeyi sağlar. Hikâyelerde semboller aracılığıyla gerçek olmayanlar gerçeğe dönüştürülür, böylece hayatın bir parçası olarak varlık sürdürür. Hikâyelerde kullanılan temel öğelerden biri olan semboller genel olarak insanlar arasında anlamı üzerine uzlaşmaya varılmış insan etkileşiminde kullanılan araçları ifade eder. Hikâye anlatıcılığında kullanılan semboller hikâyenin dikkat çekmesini ve akılda kalmasını sağlayarak dinleyicinin/izleyicinin hikâyeyi yorumlamasına ve inşa etmesine olanak sunar. Diğer bir deyişle, dinleyiciler/izleyiciler hikâyeye semboller aracılığıyla entegre edilir. Böylelikle semboller anlatıcı ve dinleyici/izleyici arasında bir etkileşimin ortaya çıkmasına olanak sağlar.

3. HİKÂYE ANLATIMININ DÖNÜŞÜMÜ: DİJİTAL HİKÂYE ANLATIMI VE KÜLTÜR

İnsanlığın ilk çağlarından bugüne kadar yaşanan toplumsal değişimle kültür de çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Bu durum toplumsal yaşamda önemli yer tutan kültürün farklı dönemlere ayrılmasını gerekli kılmıştır. Toplumsal yaşamda temel kültür dönemleri beş farklı dönemde değerlendirilmektedir. Bunlar; sözlü kültür, yazılı kültür, basılı kültür, elektrik ve elektronik kültür olarak sınıflandırılmıştır. Son olarak toplumsal iletişimi biçimlendiren farklı iletişim araçlarının devreye girmesiyle bu dönemlere dijital kültür de eklenmiştir (Baldini, 2000, s. 6). Kendine özgü özelliklere sahip olan bu kültür dönemlerinde var olan teknolojik yenilikler baskın iletişim biçimini şekillendirmiştir. Bu noktada sözlü kültür döneminde ağızdan ağıza anlatılan hikâyeler, dijital kültür döneminde yeni medyadaki uygulamalarla farklı bir boyuta taşınmıştır.

Dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerle birlikte geleneksel kültür yeni bir kültüre doğru evrilmeye başlamıştır. Teknolojinin gelişip yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan yeni dünya ve yaşayış tarzları alışkanlıkları dönüşüme uğratarak kültürün içerisinde şekillenen bireylerin yeni bireylere dönüşmesine neden olmuştur. Diğer bir ifadeyle, insan zihninin geliştirilmesiyle yakından ilgili olan kültür, dijitalleşmeyle birlikte yeni zihinlere sahip bireyleri ortaya

çıkarmıştır. Dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni anlamlar ve semboller kültür içerisinde yer alan örgütlenmiş anlam sistemlerini dönüştürmeye başlamıştır. Bu durumun en önemli nedeni yeni medya uygulamalarının gündelik yaşamın her alanına nüfuz etmeye başlamasıdır.

Dijital çağda gündelik yaşamda baskın bir şekilde yer alan yeni medya ve uygulamalarının özelliklerini, pek çok farklı kategoride sıralamak mümkündür. Bu konuda araştırmalar yapan bilim insanlarının birçoğu kendi kategorisini oluşturmuştur. Yeni medya hakkında farklı amaçlar için farklı kategoriler oluşturmak mümkün olsa bile, hepsinin birleştiği ortak noktalar bulunmaktadır. Bu ortak noktalardan hareketle, dijital hikâye anlatımında teknolojinin, en çok da sayısallaşmayla gelen uydu ve internetin önemine bir kez daha vurgu yapmak gereklidir. Bu bağlamda, dijital hikâye anlatıcılığında yeni medyanın nasıl avantajlar getirdiğini tablo ile göstermek faydalı olacaktır.

Yeni medyanın kabul görmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, insanlar arasındaki iletişim ve diyalog kurma biçimleri de değişime uğramıştır. Toplumun mizah anlayışı dahi, yeni medyada yaşanan örnekler üzerinden şekillenmeye başlamıştır. Yeni medyanın sunduğu platformlar göz önüne alındığında her platformun hikâye anlatılabilecek bir alan yarattığını söylemek mümkündür. Hikâye anlatıcılığı ilk başta yazıyla sınırlıyken, sonradan görüntüyle hikâye anlatmaya imkân veren iletişim teknolojileri ortaya çıkmıştır. Günümüzde görüntülü hikâye anlatma, yeni medyanın en gözde araçlarından biri haline gelmiştir.

Tablo 1: Kazandırdığı Pratiklik Açısından Yeni Medyanın Avantajları

Kullanıcı odaklı içerik üretme,
İçerik üreten ve tüketenler arasında etkileşimsellik,
“Dijital demokrasi” bağlamında eşitlikçi bilgi alışverişi,
Yayınlanan içeriklere çevrimiçi ve anında katılım,
Sınırsız içerik üretimi, sınırsız izleme ve paylaşma,
Zaman ve mekân sıkıntısı olmadan içeriklerle etkileşim.

Hikâye anlatımının kasabadan kasabaya dolaşıp hikâyelerini anlatan halk ozanlarından hikâyelerini basılı olarak aktaran hikâye yazarlarına doğru evrilmesi ve teknolojinin hızla gelişmesiyle hikâyelerin sinema, televizyon, bilgisayar gibi kitlesel iletişime olanak sunan mecralara uyarlandığını söylemek mümkündür. Bu doğrultuda hikâye anlatıcılarının kendi

çağlarında bulunan teknolojileri hikâyelerini anlatmak için kullanma olanağına sahip olduğu belirtilebilir. Günümüzde de hikâye anlatıcıları kitle iletişiminde olanak veren dijital medyanın sunduğu platformlarda hikâyelerini anlatabilmektedir (İnceelli, 2005, s. 134). Bu durum dijital hikâye anlatıcılığını da gün geçtikçe ön plana çıkarmaktadır. Böylelikle hikâye anlatıcılığı dijital kültür ortamına uyarlanmaktadır.

Hikâyelerin dijital biçime dönüştürülmesini ifade eden dijital hikâye anlatımı, dijital çağın en önemli iletişim biçimlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital hikâye anlatımı temel olarak; “interaktif dijital bir ortamda, ses, resim, grafik, hareketli grafik, görüntü, müzik ve metne dayalı anlatımın sunulması süreci” (Figa’dan Akt. Uslupehlivan ve Erden, 2004, s. 2) olarak tanımlanabilir. “Dijital hikâyeler; görüntü, ses, müzik ve anlatımla birleşen dokunun gücüyle birlikte karakterlere, durumlara, deneyim ve kavramalara derin bir boyut ve akılda kalıcılık katarak meydana gelirler” (Rule’den Akt. İnceelli, 2005, s. 3). Dijital hikâyelerin belirtilen bu unsurları, dijital hikâyelerin bütünü oluştururken yalnızca belli bir kısma denk düşmektedir.

Tablo 2: Geleneksel ve Dijital Hikâye Anlatımının Farkları

Geleneksel Hikâye Anlatımı	Dijital Hikâye Anlatımı
En önemli organ kulaktır	En önemli organ gözdür
Bellekte tutmak önemlidir	Ezbere gerek yoktur, Yaratıcılık önemlidir
Anlatıcı sayısı azdır, sınırlıdır	Anlatıcı çoktur, anlatıcı olmak kolaydır
Dinleyen sayısı çok sınırlıdır	Dinleyen sayısı sınırsız, küreseldir
Kahve, köy evi gibi mekânlar vardır	Mekân sınırlaması yok, stüdyo ve sanal stüdyolar vardır
Teknik bilgi ve donanımına gerek yoktur	Teknik bilgi, donanım ve güncel teknoloji kullanımını gerektirir
Anında etkileşim olabilir	Hikâye anlatılıp yayımlandıktan sonra da etkileşim olabilir
Sosyal, ekonomik, ideolojik kaygılar ön planda değildir	Sosyal, ekonomik, ideolojik kaygılar ön plandadır. Ve amaç olabilir

Yeni medyada anlatılan dijital hikâyelerin, çoklu teknolojiyi kullanması bu hikâyelerin etkisini arttırmıştır. Kullanıcıların görüntülü hikâye anlatma isteklerini fark eden yeni medya platformları bu duruma kayıtsız kalmamıştır. Neredeyse görüntüye imkân veren tüm yeni medya platformları, görüntülü hikâye anlatma, fotoğraf ve video paylaşma alanları yaratmıştır.

Bunlardan bazıları “*hikâyeni paylaş*” söylemine özellikle yer vermiştir. Bu konuda çalışma yapan Manovich (2001) ülkeden ülkeye paylaşılan görüntülü içerikleri analiz etmeye çalışmıştır. Belli ülkelerde gezim görelim fotoğrafları yüksek oranda paylaşılırken, başka ülkelerde yüksek oranda yeme-içme fotoğraflarının paylaşıldığını belirten Manovich, kullanıcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi gibi öznel verilerine göre fotoğrafların anlamının değiştiğine dikkat çekmiştir.

DigitalAge ve Mediacat (2017) iş birliğiyle çıkarılan ve kuşaklar açısından yeni medyayı analiz eden “Sosyal Medya” başlıklı dergi incelendiğinde Youtube’da en çok izlenen videoların müzikler olduğu göze çarpmaktadır. Müzik videolarının yanı sıra Youtube üzerinden en çok izlenen videoların dijital oyunlara büyük önem veren “Z Kuşağının” tercih ettiği videolar olduğu belirtilmiştir. Burada dijital hikâye anlatıcılığı kavramı devreye girmektedir. Dijital anlatıların içerikleri, tema ve grafikler bakımından dijital oyunlarla paralellik göstermektedir (Yolcu, 2016). Üretilen içerikler sanki dijital oyunun devamı ya da bir parçası gibi algılanabilmektedir. Bu noktada dijital hikâye anlatıcılarının içerikleri, sınırlanamayacak kadar açık uçludur. Oyun merkezli ya da oyuna benzer üretilen içerikleri tüketen geniş bir kitle Z kuşağından oluşmaktadır.

Sözlü kültürden dijital kültüre giden yolda hikâyenin yapısı, hikâyenin zamanı ve mekânı, anlatıcının konumu pek çok farklı açıdan değişim ve dönüşüme uğramıştır. Sözlü kültürde sadece anlatıma dayanan hikâyelerin, dijital kültür döneminde yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı görüntü ve ses teknolojisiyle formu değişime uğramıştır. Dijital kültür döneminde, görüntünün sağladığı olanaklar sayesinde saatlerce konuşmadan ya da sayfalarca yazmadan tek bir görüntüyle hikâye anlatmak mümkün hale gelmiştir. Bu durum hikâye anlatımında kullanılan içeriklerin ve anlatıcının yapısında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Değişime uğrayan hikâye anlatımı dijitalleşmiş ve gündelik yaşamın her alanına yayılmıştır.

4. HİKÂYE ANLATIMI BAĞLAMINDA YOUTUBERLAR ÜZERİNE ÇÖZÜMLEMELER

4.1. Amaç

Bu araştırma dönüşen hikâye anlatımının dijital ortamlara yansımaları kültürel boyutlarda incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Sözlü kültür ve dijital kültürde anlatıcı ve dinleyici/izleyicinin geçirdiği dönüşüm nasıldır?
2. Sözlü kültür ve dijital kültürde anlatılan hikâyelerin benzerlikleri ve farklılıkları nelerdir?
3. Dijital teknolojiler hikâye anlatıcılığını nasıl etkilemiştir?
4. Hikâye anlatımında kullanılan unsurlar dijital hikâyelerde nasıl kullanılmaktadır?

4.2. Evren ve Örneklem

Kuramsal olarak hikâye anlatımı ve kültüre dayanan bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinin ilkeleri benimsenerek yapılmıştır. Çalışmanın evrenini dijital hikâye anlatıcıları oluşturmaktadır. Örneklemi ise, 2017-2018 yılları arasında YouTube tarafından dünya genelinde seçilmiş değişim elçilerinden¹ (Creators for Change), dört farklı kültüre mensup Youtuberlar oluşturmaktadır. YouTube'daki kanalı için belirli periyotta ve belirlediği temalarda içerik üreten kullanıcılar olan bu dört Youtuber'ı şu şekilde sıralamak mümkündür: Türkiye'den İker Gümüşoluk, Amerika'dan Beleaf In Fatherhood, Arap bölgesinden Raneem Al Muhandis, Uzakdoğu'dan TheMingThing. Youtuberlar Amerikan, Ortadoğu, Türk ve Uzakdoğu kültürlerine mensup kişilerden seçilmiş böylelikle farklı kültürlere mensup Youtuberların hikâyeleri karşılaştırılmıştır.

¹ Değişim elçisi, YouTube Creators for Change (Youtube) adlı girişiminin bir parçasını oluşturmaktadır. Bu girişim zorlu meselelerle ilgili üretken diyalogları teşvik etmek ve dünya üzerinde olumlu bir etki bırakmak için YouTube'u kullanan yaratıcı içerik üreticilerini ön plana çıkaran ve tüm dünyada devam eden bir girişimdir. Değişim elçisi, hassas ve zor olan konuları kanallarında işleyerek, sosyal konular hakkında daha fazla farkındalık yaratacak, sosyal medyadaki olumsuzlukları olumluya çevirecek ve bunu günlük hayata da uyarlayacak rol model içerik üreticisi olan Youtuberlara verilen addır.

2016 yılından itibaren Youtube tarafından seçilen değişim elçileri ürettikleri içeriklere göre gelecek ve umut vadeden YouTuberlardan oluşmaktadır. YouTube seçtiği değişim elçilerine teknik ve içerik eğitimi vererek yatırım yapmaktadır. Değişim elçilerini Silikon Vadisi, Samsung Teknoloji Merkezi, NASA gibi öncü kuruluşlara götürerek vizyonlarını genişletmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada analize dâhil edilen YouTuberların videoları seçilirken iki konuya dikkat edilmiştir. İlki seçilecek videonun yüksek etkileşim almış olması, ikincisi ise, kültürel çözümlenmeye imkân verecek farklı verilerin videoda gösterilmiş olmasıdır. Bunun yanı sıra değişim elçileri, umut vadeden YouTuberlar olarak değerlendirilmeleri, farklı kültürleri temsil etmeleri, videolarda kültürel anlamda çözümlenmeye uygun unsurların bulunması, bir televizyon kanalı gibi birçok izleyiciye ulaşabilmeleri, reyting oranlarının yüksek olması sebebiyle örnekleme dâhil edilmiştir.

4.3.Yöntem

Araştırmanın amacına uygun şartları sağlayan videolar seçilerek içerik analizi tekniğiyle analize dâhil edilen YouTuberların hikâyeleri çözümlenmiştir. Neuman (2014, s. 49) içerik analizi tekniğinin, yazılı belgelerde veya diğer iletişim araçlarında (örn. Fotoğraflar, filmler, şarkı sözleri, reklamlar vs.) bulunan içerikleri, bilgileri ve sembolleri incelemek için kullanılan bir teknik olduğunu belirtmiştir. İçerik çözümlenmesi çoğu kez nicel olarak değerlendirilse de, göstermiş olduğu eksikliklerden dolayı nitel yöntemde de kullanılabilir (Mayring, 2011, s. 116). Nitel içerik çözümlenmesi, bu tekniğin avantajlarını sayılaştırmadan kullanmaktır. Nitel içerik çözümlenmesini değerli kılan yönü; örtük anlam yapılarına odaklanabilmesi, metinde açıkça karşılaşılamayan ve sayısal olarak ifade edilemeyen yönleri açığa çıkarabilmesinden kaynaklanmaktadır (Ritsert'den akt. Mayring, 2011, s. 117). Bir içerik analizi yapmak için, analiz edilecek bir materyal gövdesi belirlenir ve ardından içeriğin belirli yönlerini kaydetmek için bir sistem oluşturulur. Araştırmaya dâhil edilen dijital hikâyeler içerik analizinden faydalanarak çözümlenmeye çalışılmıştır. Anlatıcının ve hikâyenin genel özelliklerinin ortaya çıkarılması için hikâye anlatımı literatüründe yer alan ve hikâyelerde sıklıkla kullanılan unsurlar üzerinden kategoriler oluşturulmuştur. Diğer bir ifadeyle videolar kahraman/lar, mit ve metaforlar, ritüeller ve semboller açısından kategorize edilerek analiz edilmiştir.

Bunun yanı sıra analizi yapılandırmak ve güçlendirmek amacıyla nitel araştırmada sıklıkla kullanılan doküman incelemesine de (Yıldırım & Şimşek, 2016) başvurulmuş, konuyla ilgili teorik altyapı oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmada, kuramsal temellerin anlatıldığı

“Kültürün Taşıyıcısı Olarak Hikâye ve Hikâye Anlatımı”, “Hikâye Anlatımında Kullanılan Kültürel Unsurlar”, “Hikâye Anlatımının Dönüşümü: Dijital Hikâye Anlatımı ve Kültür” bölümleri doküman incelemesine başvurularak oluşturulmuştur.

Videoların genel yapısını tek bir tabloda incelemek amacıyla literatürdeki çalışmalardan faydalanılmıştır. Bu kapsamda Mutlu Binark’ın (2015) “Yeni Medya Araştırma Yöntemleri” kitabında gösterilen Tuğrul Çomu’nun tez çalışmasında kullandığı ve Van Dijk’in çözümleme modelinden faydalandığı grafik temel alınarak hikâyelerin biçimsel bir analizi yapılmıştır. Böylelikle Youtuberların videoları hakkında temel bilgiler (hikâyelerinin başlığı, izlenme sayısı, yüklenme tarihi, yorum sayısı, tanımı gibi) açıklanmıştır.

4.4. Bulgular

4.4.1. Youtube Değişim Elçisi İlker Gümüşoluk Üzerine Bir Çözümleme

2018 yılında Youtube tarafından değişim elçisi olarak seçilen İlker Gümüşoluk, çözümlemenin yapıldığı tarihte (02.01.2019) 58.081 takipçiye sahiptir. 49 değişim elçisi içerisinde tek Türk olma özelliğine sahip olan Gümüşoluk, Türk kültürüne mensup olması sebebiyle analize dâhil edilmiştir.

Tablo 3: İlker Gümüşoluk’un İlker ve Firuze Videosunun Genel Analizi

Başlık:	YouTube Creators For Change // İlker and Firuze
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=8CnSf5E38-s
Süresi:	7:28
Yüklenme Tarihi:	12 Kasım 2018
İzlenme Sayısı:	57.829
Beğenilme Sayısı:	2400
Beğenilmeme Sayısı:	105
Yorum Sayısı:	197
Tanımı:	İlker and Firuze is a short movie describing the some men's perspective on women in Turkey. This project was made possible by the YouTube Creators for Change Program. For more info go to www.youtube.com/yt/creators-for-change #CreatorsforChange Check out the other creator films of the #CreatorsforChange campaign by my talented fellow YouTubers on this playlist: yt.be/cfc/ilker gumusoluk
Kategori:	Kişiler ve Bloglar

Tablo 4: İlker Gümüşoluk'un Videosunun Hikâyesinin Kültürel Unsurları Bağlamında Analizi

	Görüntübirim	İçerikbirim
Kullanılan mit ve metaforlar	Anne ve Baba, Aile büyükleri Evlilik Fiziksel Güç Savaş/Mücadele	İlker kendisini sorumlu hissettiği anne babasına ve aile büyüklerine âşık olduğu, evlenmeyi düşündüğü kız olan Firuze'yi tanıstırmaktadır. Aşk ve bağlılık hisleri olan İlker sevdiği kızla bütünleşmek istemektedir. Bunun yanı sıra Firuze ile gittiği kafede Türk erkeğinde yoğun olan sahiplenme, kıskançlık ve koruma duygularıyla kız arkadaşı hakkında yorumlar yapan erkeklere öfkelenip fiziksel şiddet uygulamaktadır. Ardından kendi kendini sorgulamaya başlayan İlker yakın bir arkadaşıyla İstanbul'da bir gece buluşup dertleşmektedir. Arkadaşının kendisine uygun bir kız olmadığını söylemesi üzerine Firuze'den ayrılmaktadır. Ancak unutmaya çalışsa da Firuze'yi unutamamaktadır. Bir gece kendini Taksim'de eğlence hayatına bırakmakta ve ardından kararını vermektedir. Hikâyesinin sonunda geleneğin dayattığı kalıplara rağmen âşık olduğu kızla evlenerek geleneklerle mücadele etmekte, duyguları için savaş vermektedir.
Kahramanlar	İlker, klasik giyimi olan (ceket-pantolon) bir Türk gencidir. Firuze, yeşil saçlı, şort, tişört ve fileli çorap giyinen bir genç kızdır. Aynı zamanda aşırı bir makyaja sahiptir ve dövmesi de vardır. Anne-Baba ve Aile Büyükleri, İlker'in anne- babası ve aile büyükleri görünüş olarak tipik geleneksel Türk ailesinin bireylerini temsil etmektedir.	İlker daha mazbut bir aile çocuğunu yansıtan bir kahramandır. Çok iyi bir gelire sahip olmayan İlker, geleneksel aile yapısına rağmen postmodern yaşam tarzına sahip bir bireyi temsil etmektedir. Belli dönüm noktalarından geçen İlker, bir yandan ailesiyle geleneksel bir yaşantıya sahip, diğer yandan barlara eğlencelere giden bir genci temsil etmektedir. Gelenek ve duyguları arasında sıkışıp kalan kahraman sevdiği kız için mücadele etmekte ve geri dönmektedir. En sonunda kendi kıyafetini ve tarzını sevdiği kıza benzetmekte, Firuze'yi değiştirmek yerine kendini değişime uğratmaktadır. İlker, toplumda bulunan yerleşik yanlıgilara karşı çıkararak kendi başına bir varoluş sergileyebilen bireyi temsil etmektedir. Firuze yeni nesil bir meslek olan Youtuber'lık yapan bir genç kızdır. Tüm yaşantısı geleneksel Türk aile yaşantısından farklılık göstermektedir. İyi bir gelire sahip olan Firuze, aykırı giyimiyle dikkat çekmektedir. Firuze'nin giyim tarzı cesur, seksi ve sıra dışı özellikler taşımaktadır. Özgürlüğüne düşkün ve özgüveni yüksek olan Firuze, İlker'in ailesi karşısında rahat tavırlar sergilemektedir. Firuze günümüz toplumunda geleneklerden bağımsız yaşam tarzına sahip bir bireyi temsil etmektedir. Anne-baba ve aile büyükleri ise, gelenekçi bir yapıya sahip olan kahramanlardır. İlker'in evlenmek istediği kızın giyimi, mesleği ve yaşam tarzını onaylamadıklarından Firuze'nin ailelerine ve oğullarına uygun bir gelin adayı olmadığını düşünmektedir.
Ritüeller	Aile Tanışması Dost Sohbeti	İlker evleneceği kız olan Firuze'yi ailesine tanıstırmaktadır. Türk Aile geleneğinde grup birlikteliğini ve bilincini yansıtan bu ritüelde tüm aile büyükleri toplanmış, gelin adayı Firuze hakkında yorumlar

		<p>yapmaktadır. Aile büyükleri bir yandan Firuze'nin hayatı hakkında sorular sormakta, diğer yandan oğullarına uygun olmadığına dair argümanlar oluşturmaya çalışmaktadır. Böylelikle ailelerine uygun olmadığını düşündükleri gelin adayı ile oğullarının evliliğinin doğru olmayacağını belirterek gençler üzerinde baskı oluşmaktadır.</p> <p>Hikâyenin başka bir bölümünde gençler arasında yaygın bir ritüeli temsil eden dost sohbeti görüntülenmektedir. Ailesi tarafından evlenmek istediği kızın onaylanmaması üzerine aşkı ve ailesi arasında çıkmaza giren İlker, arkadaşıyla dertleşmekte ve kendisine akıl danışmaktadır.</p>
Semboller	<p>Cep telefonu Örtülü Televizyon Çay, börek Vapur Taksim Sokakları Farklı Ülkelerin Bayrakları Galata Kulesi/Köprüsü Sokak Köpeği</p>	<p>Gündelik yaşamın vazgeçilmez bir aracı olan cep telefonu iletişimin önemli bir parçası olarak hikâyenin çeşitli yerlerine yerleştirilmiştir. Videoda geleneksel Türk evlerinde örtüyle üzeri kapatılan televizyon göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra İlker'in evleneceği kızı ailesine tanıştırmaması sırasında Türk kültüründe gündelik yaşamda önemli bir yer tutan ve birlikteliği/biraradalığı temsil eden çay ve börek aile büyüklerine ikram edilmektedir. İstanbul gecelerinde kendini arayan İlker'in dışarda olduğu sırada şehirle özdeşleşen vapur, Taksim sokakları, Galata Kulesi, Galata Köprüsü hikâyede yer almaktadır. Bunun yanı sıra kozmopolit yapıyı temsil eden farklı ülkelerin bayraklarının yer aldığı Taksim sokaklarında aşk acısı çekerek dolaşan İlker'in yalnızlığını sembolize eden bir sokak köpeği gösterilmektedir.</p>

4.4.2. Youtube Değişim Elçisi Beleaf In Fatherhood Üzerine Bir Çözümleme

2018 yılında Youtube tarafından değişim elçisi olarak seçilen Beleaf In Fatherhood, çözümlemenin yapıldığı tarihte (09.05.2019) 169 bin 557 takipçiye sahiptir. 49 değişim elçisi içerisinde bulunan Amerikalı Fatherhood, Amerikan kültürünü yansıtmaması, farklı anlatım dili ve çekim tekniklerinden dolayı analize dâhil edilmiştir.

Tablo 5: Beleaf In Fatherhood'un Why We Celebrate Chirstmas Videosunun Genel Analizi

Başlık:	Why We Celebrate Christmas
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=4YDQQNYN8Aw
Süresi:	10:26
Yüklenme Tarihi:	24 Aralık 2018
İzlenme Sayısı:	14.032
Beğenilme Sayısı:	1000
Beğenilmeme Sayısı:	16
Yorum Sayısı:	Bu video için yorumlar devre dışı bırakılmıştır.
Tanımı:	I have to have this conversation every year but I never get tired of it because it's so fundamental to our faith. Enjoy this new video with a a little bit of throwback feel.
Kategori:	Eğlence

Tablo 6: Beleaf In Fatherhood'un Videosunun Hikâyenin Kültürel Unsurları Bağlamında Analizi

	Görüntübirim	İçerikbirim
Kullanılan mit ve metaforlar	Aile Noel Noel Baba	Videonun genelinde Neol hazırlığı yapan bir aile görüntülenmektedir. Hazırlık sürecine ailenin tüm bireyleri küçüklü büyüklü katılmaktadır. Aile metaforu videoda birbirine bağlılığı ve birlikteliği vurgulamaktadır. Aile bireyleri arasında yakın bir ilişki, işbirliği söz konusudur ve aile bireyleri Noel için ortak hareket etmektedir. Çam ağacı, Noel Baba gibi birçok sembole sahip olan Noel miti videoda ailenin Hıristiyan geleneğine bağlılığını göstermektedir. Hediye verme metaforundan çam ağacı süsleme geleneğine kadar Noel'e ait tüm gelenekler hikâyeye yerleştirilmiştir. Aile babası Noel baba şapkasıyla çocuklarının dileklerini gerçekleştiren kişiyi temsil etmektedir.
Kahramanlar	Baba Anne Çocuklar Videoda görüntülenen aile tipik bir Amerikan ailesini temsil etmektedir. Anne, baba ve çocuklar gündelik kıyafetleriyle hikâyede yer almaktadır.	Baba hikâyede ailesine bağlı bir bireyi temsil etmektedir. Aynı zamanda Noel hazırlığı sırasında çocuklara dini bilgiler veren baba hikâyede bir öğretmen özelliği de taşımaktadır. Anne de aynı şekilde Noel hazırlığına aktif bir şekilde katılmakta ve diğer yandan çocuklarla ilgilenmektedir. Çocuklar ise Noel hazırlığı sırasında ailelerinin etrafında oyun oynamakta, zaman zaman Noel hakkında yeni şeyler öğrenmektedir.
Ritüeller	Noel Hazırlığı Hikâye Anlatımı Kutlama Hediye Verme	Hikâyede Hıristiyanlar açısından çok önemli bir ritüel olan Noel kutlamaları için hazırlık yapılmaktadır. Hikâye temelde bu hazırlık üzerine kurulmuştur. Bunun yanı sıra Baba çocukları etrafına toplayıp onlara hikâye anlatmaktadır. Anlattığı hikâyelerle neden Noel kutladıklarını açıklayarak bu kutlamanın dini yönünü açıklamakta ve Hıristiyanlığa dair bilgiler vermektedir. Ayrıca videoda hediyeler görüntülenmekte ve Noel kutlamalarında yaygın bir şekilde kullanılan hediye verme ritüeli de yer almaktadır. Bunun yanı sıra hikâyede Noel hazırlığı yapılırken kutlamalar sırasında yaygın bir olarak yapıldığı gibi şarkı söylenmektedir. Şarkılar Hıristiyanlık ve Noel ile ilgili postmodern şarkılardır.
Semboller	Yeni Yıl Ağacı Neol Baba Şapkası Aile Fotoğrafi Duvardaki Tablolar	Hikâyede Noel'in en önemli sembollerinden olan yeni yıl ağacı yer almakta ve hikâye bu ağacın hazırlanması etrafında dönmektedir. Ayrıca babanın başında bir Noel baba şapkası yer almaktadır. Şapka çocukların dileklerini gerçekleştirmeyi ve çocukları mutlu etmeyi temsil etmektedir. Videoda şöminenin üstünde duran ailenin düğün fotoğrafı birlikteliği ve mutluluğu sembolize etmektedir. Ayrıca duvarda yer alan tablolar (home, pray, gather....) bakıldığında hem aileyi hem de inancı temsil eden sembollerin yer aldığı görmek mümkündür.

4.4.3. Youtube Değişim Elçisi Raneem Al Muhandis Üzerine Bir Çözümleme

2018 yılında Youtube tarafından değişim elçisi olarak seçilen Raneem Al Muhandis, çözümlemenin yapıldığı tarihte (12.05.2019) 195.192 takipçiye sahiptir. 49 değişim elçisi içerisinde Arap kökenli olması ve Arap kültürünü temsil edebilen değişim elçisi olması sebebiyle örnekleme dâhil edilmiştir.

Tablo 7: Raneem Al Muhandis'in Arabamı Yeniliyorum Videosunun Genel Analizi

Başlık:	شكلي لنفس الجديدة سيارتي حولت!! (Arabamı yeniliyorum)
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=NWFFYZUrbkc
Süresi:	6:24
Yüklenme Tarihi:	16 Nisan 2019
İzlenme Sayısı:	335.618
Beğenilme Sayısı:	8300
Beğenilmeme Sayısı:	492
Yorum Sayısı:	517
Tanımı:	اللازم من أكثر لي تشبه صارت و ،، لي تشبه سيارتي أخلي بأني مجنوننة فكرة جتتي (Arabamın bana benzemesi için çığınca bir fikrim var ve sonunda arabamda benim gibi olmaya başladı 😊😊😊)
Kategori:	Kişiler ve <u>Bloglar</u>

Tablo 8: Raneem Al Muhandis'in Videosunun Hikâyesinin Kültürel Unsurları Bağlamında Analizi

	Görüntübirim	İçerikbirim
Kullanılan mit ve metaforlar	Yenilenme ve Yeniden Doğuş	Hikâyede yenilenme miti kullanılmıştır. Raneem hikâyesinde kendisine benzeyen bir araba satın almak istediğini anlatmaktadır. Aldığı arabayı kendine benzetmek için yeni baştan yaratarak yenilenme mitini kullanmıştır. Kahraman satın aldığı arabayı bir araba dizayn dükkanına götürerek değişime uğratmakta arabayı yeni baştan yaratmaktadır. Böylece kendisine benzediğini söylediği yeni bir araba ortaya çıkmaktadır. Bu durum karşısında çok mutlu olan Raneem hayallerini gerçekleştirdiği için duygularının doruğa ulaştığı yeniden bir doğuş sergilemektedir.
Kahramanlar	Raneem postmodern görünümlü bir kahramandır. Kahraman gri bir başörtüsüne sahiptir. Bunun yanı sıra yine gri tonlara sahip parlak pembe kürklü bir pelerin giymiştir. Ayrıca Raneem'in ayağında spor ayakkabıları vardır.	Arap olan kahraman hem başörtülü hem de modern kıyafetlere sahip biridir. Kahramanın renkli kişiliği kıyafetlerine de yansımaktadır. Raneem kıyafetlerinde genellikle parlak renkli tercih eden enerjik, neşeli ve hareketli bir bireyi temsil etmektedir. Ayrıca Arap kültüründe çok yaygın olmayan şekilde özgür, bağımsız, sıra dışı bir genç kız karakteri taşımaktadır. Kahraman bir hayali olan ve o hayali gerçekleştirmek için onun peşinden giden bir karakteri temsil etmektedir.
Ritüeller	Günü Planlama Satın alma	Raneem hikâyesinde tipik bir sabah ritüelini gerçekleştirerek uyanmakta ve bugün bir suç işleyeceğini söyleyerek gününü planlamaktadır. Raneem hikâyesinde bir araba alarak postmodern dönemin en önemli ritüelleri arasında yer alan satın alma ritüelini gerçekleştirmektedir. Arabaya manevi ve duygusal bir değer yükleyen Raneem psikolojik olarak kendisini mutlu ve tatmin edecek bir isteği gerçekleştirmektedir.
Semboller	Cep Telefonu Oyuncak Araba Boya ve diğer malzemeler	Hikâyede cep telefonu kahramanın hem eğlence, hem araştırma, hem iletişim aracını sembolize etmektedir. Kahraman hikâye boyunca tüm faaliyetleri cep telefonu aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Raneem hikâyesinin temel unsuru olan arabayı sembolize eden oyuncak bir arabaya sahiptir. Oyuncak araba kahramanın hayal ettiği arabayı sembolize etmektedir. Bunun yanı sıra videoda yer alan boya ve diğer malzemeler yenilenmeyi ve yeniden doğuşu sembolize etmektedir. Bu malzemelerle araba yeni baştan yaratılmakta ve istenen dönüşüm gerçekleşmektedir.

4.4.4. Youtube Değişim Elçisi TheMingThing Üzerine Bir Çözümleme

2018 yılında Youtube tarafından değişim elçisi olarak seçilen TheMingThing, çözümlemenin yapıldığı tarihte (20.05.2019) 518.126 takipçiye sahiptir. 49 değişim elçisi içerisinde farklı bir ülke ve farklı bir kültürü temsil eden TheMingThing, kendine özgü farklı bir anlatım tarzı olması sebebiyle örneklem olarak alınmıştır.

Tablo 9: TheMingThing'in Driving Malaysian Videosunun Genel Analizi

Başlık:	DRIVING MALAYSIAN (Vol. 2) - You & The Road
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=TdJezCUeP1Y
Süresi:	6:35
Yüklenme Tarihi:	30 Nisan 2019
İzlenme Sayısı:	52.129
Beğenilme Sayısı:	1800
Beğenilmeme Sayısı:	59
Yorum Sayısı:	103
Tanım:	Its not enough just to know your vehicle, you gotta know how to use them Malaysian roads. This is the only correct way to drive in Malaysia - according to Malaysians, Volume TWO!
Kategori:	Komedi

Tablo 10: TheMingThing'in Videosunun Hikâyesinin Kültürel Unsurları Bağlamında Analizi

	Görüntübirim	İçerikbirim
Kullanılan mit ve metaforlar	İtaatsizlik metaforu Değersiz insanlar/toplum	Hikâye tamamen kural tanımazlık ve itaatsizlik üzerine kurulmuştur. Malezya'da trafik kuralları üzerine oluşturulan videoda sürücülerin kuralları tanımaması ve kuralların aksine hareket etmesi anlatılmaktadır. Hikâyede kural tanımayan Malezyalı toplum değersiz insanlar olarak anlatılmaktadır.
Kahramanlar	Erkek Kız Ming Erkek, Ming ve kız videoda gündelik kıyafetleriyle görüntülenmektedir. Özel bir kıyafet seçimi yoktur.	Gündelik yaşamın içinde sıradan bireyler olarak tanımlanabilecek olan kahramanlar genç, dinamik, enerjik ve espirili kahramanlardır. Kahramanlar hikâye boyunca doğal davranışlar sergilemektedir. Ming ve kız hikâyede öğretici konumunda yer alırken erkek hikâyede öğrenen konumundadır.
Ritüeller	Kuralları Öğretme Davranış Kalıbı sunma	Hikâye Malezyalı olmayan erkek kahramana Malezya'daki trafik kurallarını öğretme ritüeli üzerine kurgulanmıştır. Hikâyede değişime başkalarını entegre etme ve davranış kalıbı sunma ritüelleri vardır. Gündelik hayatta önemli olan trafik kuralları videoda kültürel açıdan anlatılmaktadır. Bilinenin aksine evrensel kuralların yerine Malezya'ya özgü kuralların varlığı uygulamalı bir şekilde Malezya kültürüne yabancı olan kahramana öğretilmektedir. Yeni bir kültüre giriş yapan birey için bu kuralları öğretme ve topluma entegre etme söz konusudur.
Semboller	Trafik işaretleri Trafik ışıkları Cep Telefonu Park Yeri Polis	Hikâyesinin başında kız Malezyalı olmayan erkek kahramana renklerin anlamını ve ne kadar renkli bir toplum olduklarını anlatmaktadır. Ardından bir köşeye geçip ana teması trafik kuralları olan hikâyede kız tarafından çeşitli trafik işaretleri Malezyalı olmayan erkeğe gösterilerek anlamları sorulmaktadır. Malezya sürücüleri açısından işaretlerin neyi sembolize edildiği açıklanmaktadır. Bu sembollerin evrensel anlamlarının dışında Malezya sürücüleri açısından farklı anlamları olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin yeşil, kırmızı ve sarı ışığın anlamlarının yer aldığı videoda yeşilin hız, sarının daha hızlı, kırmızının ise gözlerini kapatıp gaza basmayı sembolize ettiği belirtilmektedir. Hikâyede park yeri ile ilgili Malezya'ya özgü kutsal kurallar da anlatılmaktadır. Park yerinde bulunan bir Malezyalı arabaların park etmesi gereken yerde cep telefonu ile ilgilenmektedir. Bu durum kural tanımazlığı sembolize etmektedir. Bunun yanı sıra otoritenin kişiye özgü uygulamaları hikâyede polisin uygulamaları ile sembolize edilmiştir.

SONUÇ

Hikâye anlatımı, bir sanat formu olmasının yanı sıra profesyonel bir iletişim aracı olarak son yıllarda sıkça kullanılmaya başlanmıştır. İnsanlar artık tiyatrolar, radyo ve televizyon, iş yemekleri, kütüphaneler, okullar ve dini organizasyonlar için özel hikâyeler yaratmaktadır. Bunun yanında terapistler, öğretmenler, topluluk organizatörleri, avukatlar, sağlık çalışanları, satış elemanları, kamu konuşmacıları, işletme yöneticileri çeşitli çalışmalarında hikâye anlatımını bir iletişim aracı olarak kullanmaktadır (Lipman, 1999, s. 11). Böylelikle hikâye anlatımı sözlü kültürde olduğu gibi içinde bulunduğumuz dijital kültürde de iletişim gerektiren her alanda etkin bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hikâye anlatımının dijital kültürde önemli hale gelmesiyle Youtube gibi dijital mecralarda içerik işçileri varlık göstermeye başlamıştır. İçerik işçileri, içeriği oluşturan anlatıcı kadar dinleyici/izleyiciyi de oluşturan bir grubu temsil etmektedir. Çünkü içeriği üretmek kadar içeriğe yorum yapmak, beğenmek veya paylaşmak da bir tür içerik üretimidir. Fuchs bu konuyu çarpıcı örneklerle ele alarak, kullanıcıların aslında nasıl tüketici konuma geçtiğini, Elwin Toffler'in "Prosumer" (Aydoğan, 2017, s. 71-86) kavramıyla anlatmaya çalışmıştır. Videolar para verilerek izlenmemesine rağmen, izlenen her video kazandırılan her tık kullanıcıları tüketici konumuna düşürmektedir. Bu durum dijital hikâye üretimi ve anlatımı açısından önem teşkil etmektedir. Analize dâhil edilen Youtuberlar'ın hikâyelerini anlattığı videolardaki etkileşim göz önüne alındığında dijital mecraların yarattığı içerik işçilerinin hikâye üretimi üzerindeki etkisini görmek mümkündür. Bu durum sözlü kültürdeki hikâye anlatımında yer alan dinleyici/izleyicinin dönüşümünü ortaya koymaktadır. Geleneksel hikâye anlatıcılığında yine belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkan dinleyici/izleyicinin hikâye üzerindeki yorum biçimi teknolojiyle aracılandırılmıştır. Bunun yanı sıra dijital hikâyeler sözlü kültürde baskın olan geleneksel hikâyelerden farklı olarak internetin sağladığı imkânlarla geniş kesimlere ulaşabilmektedir. Sözlü kültürde hikâyeler belirli kesimlere ulaşabiliyorken dijital teknolojilerle küresel boyutta dolaşıma girebilen dijital hikâyeleri on binlerce insana anlatmak mümkün hale gelmiştir. Söz gelimi analiz edilen Youtuberların hikâyelerinin on binlerce kişi tarafından izlendiğini görmek mümkündür. Bu bağlamda hikâye anlatımı, anlatıcı ve dinleyicinin sözlü kültürden dijital kültüre geçirdiği dönüşümün teknolojiyle aracılandırıldığını

belirtmek mümkündür. Bir başka açılımla hikâye anlatımının etkisini belirleyen bir unsur da görüntüye, sese, kullanıcıların yorum ve beğenilere imkân veren teknolojidir.

Youtuberların anlattığı hikâyelerin içeriğine bakıldığında hikâye formunun çok da değişmediğini hikâyenin temel unsurlarını barındırdığını belirtmek mümkündür. Geleneksel hikâyelerde olduğu gibi dijital hikâyelerde de kültürel unsurlara rastlamak mümkündür. İlker Gümüşoluk'un İlker ve Firuze videosuna bakıldığında ilk çağlardan beri Türk kültürünün önemli bir parçası olan evlilik ve aile gibi unsurların ön plana çıktığını gözlemlemek mümkündür. Beleaf In Fatherhood'un Why We Celebrate Christmas adlı videosunda da Batı kültürünün önemli bir bileşeni olan Hristiyanlık ve aile unsurlarına sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Ayrıca Raneem Al Muhandis'in Arabamı Yeniliyorum videosu da Arap kültüründe önemli olan lüks yaşamı ön plana çıkaran bir hikâyeyi işlemektedir. Didaktik öğeleri fazlasıyla içeren TheMingThing'in Driving Malaysian videosunda ise kuralların önemli olduğu Uzakdoğu kültürünün yansımalarını görmek mümkündür. Bu bağlamda Youtuberlar'ın anlattığı hikâyeler geleneksel hikâyelerle içerik anlamında benzerlikler taşısa da birtakım farklılıkların göze çarptığını söylemek mümkündür. İlker Gümüşoluk'un videosunda işlenen aile ve ilişki biçimi, Beleaf In Fatherhood'un videosunda kullanılan aile ve din unsurları, Raneem Al Muhandis'in videosundaki tüketim biçimi, TheMingThing'in videosunda kuralları öğretme biçimi postmodern öğeler taşımaktadır. Bu özellikleriyle dijital hikâyelerde kullanılan unsurların geleneksel hikâyelerden ayrıldığını belirtmek mümkündür.

Hikâyeyi hikâye yapan içerdiği kahramanlar, mitler, metaforlar, semboller, ritüeller gibi kültürel unsurlardır. Analiz edilen Youtube hikâyelerine bakıldığında geleneksel hikâyelerin içerdiği kültürel unsurları bulmak mümkündür. Ancak bu kültürel unsurların değişime uğradığı söylenebilir. Sözgelimi İlker Gümüşoluk'un videosunda Türk aile geleneğinde önemli yer tutan birliktelik ve evlilik unsurları geleneksel ve modern olanı bir arada barındırmaktadır. Hikâyede göze çarpan önemli bir unsur da Türk geleneksel kültüründe önemli yer tutan örtülü televizyonun yanı sıra cep telefonu gibi dijital teknolojilerin sunduğu sembolleri bir arada görmek mümkündür. Batı kültüründe önemli yer tutan Noel'i anlattığı hikâyesinde Beleaf In Fatherhood da daha geleneksel kültürel unsurları görmek mümkündür. Aile, Noel, birliktelik, inanç gibi unsurların yoğun bir şekilde yer aldığı hikâyede baba çocuklarına kutsal hikâyeler anlatmaktadır. Yani hikâye içinde hikâyeye rastlamak mümkündür. Bu hikâyelerin tamamı geleneksel Noel metaforları, sembolleri, kahramanları ve ritüelleriyle işlenmiş didaktik

özelliğlere sahiptir. Raneem Al Muhandis'in hikâyesinde ise İlker Gümüşoluk'ta olduğu gibi geleneksel ve modern öğeleri bir arada görmek mümkündür. Baőı kapılı olan kahraman bir yandan modern, renkli ve gösteriőli giyim tarzına sahiptir. Anlatıcının hikâyesinin tamamında bu zıtlıkları görmek mümkündür. Bu bağlamda Arap kültüründe baskın bir şekilde görülen bir yandan geleneğe uygun diğer yandan modanın sunduğu parlak ve gösteriőli kıyafetleri bir arada kullanmaktadır. Bunun yanı sıra inancın ön plana çıktığı Arap kültürünün de gösteriő ve tüketim gibi olguları olumlamamasına rağmen hikâyede gösteriőli bir arabanın yer aldığını görmek mümkündür. TheMingThing'in tamamen didaktik unsurlar taşıyan hikâyesinde Malezya kültürüne ait birçok ayrıntı yer almaktadır. Diğer kültürlerle mensup hikâye anlatıcılarından farklı olarak bu hikâye anlatıcısı kendi kültürüne yabancı birinin adaptasyon sürecini hikâyeleőtirmektedir. Bu bağlamda Malezya'da baskın olan kurallara itaatsizliği anlatarak kültürün özelliklerine vurgu yapmaktadır.

Youtberların videolarında anlattığı hikâyelerin tamamının kültürel unsurlar barındırdığını belirtmek mümkündür. Kimi hikâyelerde bu kültürel unsurların dönüşüm geçirerek geleneksel ve moderni bir araya getirdiğini söylemek mümkündür. Bu durum hikâye anlatımının sözlü kültürden günümüz dijital kültürüne kadar yaşadığı değişimlerle dönüşüme uğradığını göstermektedir. Youtuberların kullandığı kültürel unsurlara bakıldığında mensubu oldukları kültürün birçok özelliğini modern özelliklerle birleőtiren dijital hikâye anlatıcıları hikâyeyi ve hikâyenin unsurlarını farklı bir forma sokmuştur. Çalışmanın sonunda elde edilen bu analizler dijitalleşme ve hikâye anlatımı konusunda yapılacak çalışmalar için fayda sağlayacaktır. Hikâye anlatımının gündelik yaşamda sıklıkla kullanılan Youtube üzerinden incelenmesi, bu ve buna benzer mecralarda yer alan hikâyelerin analizinin yapılması yaşanan dönüşümü ortaya koyarak iletişim literatürüne katkı sağlayacaktır.

EXTENDED ABSTRACT

One of the most basic motives of the human being, who is a social entity and needs others to communicate, is the need for understanding and explain. Naturally, human wants to share its feelings and thoughts to other people. This situation reveals that the need of human understanding and listening to story. Throughout the historical process, human develop ways of communication by using storytelling in all areas of life.

During the oral culture period, there are traditional story and traditional storytellers as a carrier of the culture. It can be said that these first stories usually take place in village houses and traditional coffeehouses. After the period of oral culture, periods of written culture and printed culture began. Thus printed books and pages began to replace traditional storytellers. In this period, books came to the fore as the carrier of the stories. As a develop of electrical and electronic culture, technological and innovative stories has been started telling. Mass media has started to give the people information, entertainment and news needs. An important development that emerged with the development and widespread of mass media is that stories begin telling with the image. This has enabled storytelling to acquire a new form. Especially with the development and diffusion of digital technologies, digital stories and digital storytellers emerged, and these began to shape culture. Widespread use of internet, applications, and social media, it is possible to tell / listen to stories at anytime and anywhere. Creating and accessing stories has become very easy in the digital age.

It can be said that the most used medium for video and audio storytellers is YouTube, which emerged as a social media platform as a result of developing and widespread technology. The number of Youtube users and content producers are one of the most important indicators in this matter. In this way concept of YouTuber has began to use as a producer content in a certain period and themes for their channel on YouTube. Moreover, being Youtuber has been seen as a new profession.

In the first part of the study, the title of “Story and Storytelling as the Carrier of Culture” is discussed. Since the beginning of human history, stories and storytelling have taken an important place in human life. For this reason, it can be said that since the existence of human, stories are the elements for connecting people and stories ensure culture is passed on from

generation to generation. People use stories for explain themselves, create meaning, make sense of the world, transfer values, and integrate others into change.

In the second part of the study, cultural elements used in storytelling are discussed. It is necessary to know the mythologies that roots of societies to understand the basis of storytelling. Because mythologies that represent in stories have been trying to give meaning to human life since the early ages. For this reason, while examining the stories, the cultural elements of stories such as myth, metaphor, hero, symbol and ritual must be emphasized. This section focuses on how to understand the major cultural codes via elements of story.

In the following part, which is called as a “Transformation of Storytelling: Digital Storytelling and Culture”. It has been tried to express how traditional storytelling turned into digital storytelling by using technological innovation. Based on this, the advantages and disadvantages of both types of storytelling have been identified. In addition, the differences between traditional storytelling and digital storytelling have been revealed.

In the last part of the study, which titled as "Analysis on YouTubers in the Context of Storytelling" the contents of the digital storytellers were analyzed. Firstly, selected videos were expressed structurally. After that, the videos were analyzed in terms of elements of story according to four different cultures.

The aim of the study is examining the relationship between traditional storytelling and digital storytelling in terms of cultural transformation. Also the study aims to analyze the stories in a culturally comparative way through YouTube storytellers. Thus, the study aims to reveal the interaction between storytelling, technology and cultural elements. Besides that, the study, which is based on storytelling and culture theoretically, was made by adopting the principles of content analysis technique. The analysis was made in the direction of the elements of the story such as myth, metaphor, hero, ritual and symbol. In addition, the document review technique was used to enrich the research. In the research of the study the population can be described as a digital storyteller, while the sample has described as a Creators for Change who selected by YouTube as change agent from four different cultures in 2017-2018. It is possible to list the selected Youtubers as follows: Ilker Gümüşoluk are from Turkey, Beleaf in Fatherhood from America, Raneem Al Muhandis from Arabs, Themingthing from the Far East.

According to analyzed Youtube stories, it is possible to find the cultural elements of traditional stories. However, it can be said that these cultural elements have been transformed. For example, in the video of İlker Gümüşoluk, he merged the traditional and modern elements for unity and marriage conception. In the story it is possible to see symbols which are offered by digital technologies such as mobile phones as well as covered television, which has an important place in Turkish traditional culture. It is possible to see more traditional cultural elements in Beleaf in Fatherhood in his story, which tells about Christmas which has an important place in Western culture. The father tells his children sacred stories in the video, which includes intensive elements such as family, Christmas, togetherness and faith. In other words, it is possible to see the story within the story. All of these stories have didactic features embroidered with traditional Christmas metaphors, symbols, heroes and rituals. In the story of Raneem Al Muhandis, it is possible to see traditional and modern items together as in İlker Gümüşoluk. The hero, who has a head door, has a modern, colorful and showy clothing style. It is possible to see these contrasts in the whole story of the storyteller. On one hand she uses bright and flashy clothes offered by the fashion on the other hand she uses hijab which is traditional in Arab culture. In addition to this, it is possible to see that a flamboyant car is shown in the story. Although the Arab culture, in which belief comes to the fore, is not affirmed as flamboyant and consumption. When we look at the TheMingThings's video there are many details of Malaysian culture, which is completely didactic. Unlike storytellers from other cultures, this storyteller tell the adaptation process of someone alien to his culture. In this context, he emphasizes the characteristics of the culture by explaining the disobedience of the rules prevailing in Malaysia.

As a result, it has seen that the stories arise from the need of people to tell and listen, and they continue to exist in different forms in every period. It is understood from the videos analyzed that the stories are not independent from the current culture rather than they have many cultural codes. Additionally, the technology and communication tools of the current period is affect the structure of the stories. It can be said that the story made by a single storyteller in verbal culture has shifted to internet-based applications with the development of technology. Audio and video stories have become widespread in the digital culture period. It is seen that storytelling is an effective tool in every field that requires communication in the digital culture, as in verbal culture.

KAYNAKÇA

- Allen, R., & Krebs, N. (2007). Dramatic psychological storytelling. *Dramatic psychological storytelling* (s. 31-41). içinde London: Palgrave Macmillan.
- Ateş, M. (2001). *Mitolojiler ve semboller / Anatanrıça ve doğurganlık sembolleri*. İstanbul: Aksiseda Matbaası.
- Aydoğan, F. (2017). *Yeni medya kuramları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Aytemur, S. (2012). *Hikâye oksijendir*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Baldini, M. (2000). *İletişim tarihi*. (G. Batuş, Çev.) İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Batuk, C. (2009). Mit, tarih ve gerçeklik sorunu üzerine notlar. *Milel ve Nihal İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 27-53.
- Benjamin, W. (1993). *Son bakışta aşk*. (N. Gürbilek, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Binark, M. (2015). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Campbell, J. (2004). *The hero with a thousand faces*. New Jersey: Princeton University Press.
- DigitalAge. (2017). *Sosyal medya*. İstanbul: DigitalAge.
- Elgin, İ. (2016). Hikâyeleştirerek anlatmanın yolları. *Capital*.
- Eliade, M. (2001). *Mitlerin özellikleri*. (S. Rifat, Çev.) İstanbul: Om Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Fromm, E. (1992). *Rüyalar masallar mitoslar*. (A. Arıtan, & K. Ökten, Çev.) İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Fulford, R. (2014). *Anlatının gücü /Kitle kültürü çağında hikâyecilik*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Hegarty, J. (2011). *Hegarty on advertising: Turning intelligence into magic*. Thames &Hudson.
- İnceelli, A. (2005). Dijital hikâye anlatımının bileşenleri. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4(3), 132-142.
- Karaman, K. (2010). Ritüellerin toplumsal etkileri. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010(21), 227-236.
- Kogut, B. (2003). Introduction: The internet has borders. B. Kogut içinde, *The global internet economy* (s. 1-40). Cambridge: The MIT Press.
- Levi-Strauss, C. (2013). *Mit ve anlam*. (G. Y. Demir, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Lipman, D. (1999). *Improving your storytelling*. Atlanta: August House Publishers.

- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. London: The MIT Press.
- Mayring, P. (2011). *Nitel sosyal araştırmaya giriş*. (A. Gümüş, & S. Durgun, Çev.) Ankara: Bilgesu Yayınları.
- McLuhan, M. (2001). *The medium is the message an inventory of effects*. (J. Agel, Dü.) Corte Madera: Gingko Press Inc.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Essex: Pearson Education Limited.
- Ong, W. J. (2014). *Sözlü ve yazılı kültür /Sözün teknolojileşmesi*. (S. P. Banon, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Sekmen, M. (2015). *Yaratıcı drama ve oyunculuk etkinliği olarak hikâye anlatımı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Sevim, B. A. (2010). Benjamin'in kavramlarıyla kültür endüstrisi : “Aura”, “öykü anlatıcısı” ve “flaneur”. *Uluslararası Sosyal araştırmalar Dergisi*, 3(11), 509-515.
- Snævarr, S. (2010). *Metaphors, narratives, emotions: Their interplay and impact*. Amsterdam: Rodopi.
- Sütcü, Ö. Y. (2013). Ortak bir dünya deneyimi: Hikâye anlatıcısı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 6(2), 76-92.
- Yıldırım , A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Yolcu, Ö. (2016). *Sosyal medya ve sinema: Türk filmlerinin sosyal medya kullanımı*. İstanbul: E-Kitap.
- Youtube. (tarih yok). *YouTube creators for change*. <https://www.youtube.com/intl/tr/creators-for-change/> adresinden alındı