

**SOSYAL BİLİMLERDE YENİ BİR YÖNTEM ÖNERİSİ OLARAK
NETNOGRAFYA: AVANTAJLAR, DEZAVANTAJLAR VE ETİK İLKELER**

Deniz AŞKIN*

Öz

Gündelik hayatı derin bir şekilde dönüştüren internet tabanlı iletişim teknolojileri, toplumsal düzeyde gerek simetrik gerekse de kurgusal hayatların kurulmasına imkân vermektedir. Somut düz çizgisel zeminden soyut ve kurgusal bir zemine aktarılan bu yeni kültür gruplarının araştırılması kuşkusuz klasik yöntemleri aşan yeni teknikleri gerektirmektedir. Bu yönüyle günümüz dünyasında kültürün inşa edildiği ya da kurgulandığı yer olarak dijital alanın derin bilgisinin anlaşılması için netnografik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Zira dijital ortamda ortak kodlar etrafında bir araya gelen bireyler, gerçek hayatta var olan kültürel değerleri yaşatmaya çalıştıkları gibi, gündelik hayatta dışı vuramadıkları duygu ve düşünceleri kapsamında da bir kültür inşa etme eğiliminde olabilmektedirler.

Netnografya çalışmalarının bilhassa, kısa zamanda önemli oranda veri toplama imkânı sunması, alanın sınırlı ve belirli olması, hedef odaklı kişilere ulaşımın kolaylığı, ekonomik olması gibi önemli avantajlar sunmasına rağmen bazı noktalarda da dezavantajlara sahiptir. Yöntemin, özellikle bireylerin dijital alana yansıttıkları kimliklerinin gerçek hayatta bir karşılığının olmama ve verilerin yanıltıcı olma ihtimali, kullanıcıların doğal ortamlarından soyutlanması gibi üretilecek bilginin bilimselliğini ve nesnelliğini büyük oranda etkileyecek birtakım dezavantajları da mevcuttur. Doğal olarak yeni etik tartışmaları da gündeme getiren netnografya çalışmalarında halen cevaplanmayı bekleyen sorular olmasına rağmen, büyük oranda var olan etik ilkelere uygunluk aranmaktadır. Bu yönüyle bu çalışmanın temel amacı, son dönemlerde gündelik hayatımızı derin bir şekilde etkileyen iletişim teknolojileri ile inşa edilen dijital alan kültürlerini incelemenin bir yöntemi olarak netnografyayı sosyal bilim alanları için anlaşılabilir

*Doç. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, daskin@beu.edu.tr; ORCID: 0000-0003-0827-0534

Makale Gönderim Tarihi: 21/11/2024, Makale Kabul Tarihi: 10/05/2025

kılmaktır. Ayrıca çalışma, netnografya yöntemi ile ortaya çıkan etik sorunları, yöntemin avantaj ve dezavantajlarını irdeleyerek, olası çalışmaların daha sağlam bir zeminde ilerlemesini sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Online Etnografya, Dijital Alan, Online Çalışmalar, Sanal Gruplar, Sanal Eğilimler

Netnography as a New Method Proposal in Social Sciences: Advantages, Disadvantages and Ethical Principles

Abstract

Internet-based communication technologies, which deeply transform everyday life, enable the establishment of both symmetric and fictional lives at the societal level. The study of these new cultural groups, transferred from a concrete linear ground to an abstract and fictional one, undoubtedly requires new techniques that go beyond classical methods. In this respect, to understand the deep knowledge of the digital realm as the space where culture is constructed or fabricated in today's world, netnographic studies are essential. This is because individuals who come together around common codes in digital environments not only try to preserve the cultural values that exist in real life, but may also be inclined to construct a culture based on emotions and thoughts that they cannot express in their everyday lives.

Despite offering significant advantages, such as the ability to gather a large amount of data in a short time, the field's limited and specific nature, ease of access to target-focused individuals, and cost-effectiveness, netnography also has some disadvantages in certain areas. The method has several potential drawbacks that could significantly affect the scientific rigor and objectivity of the produced knowledge. These include the possibility that the identities individuals reflect in the digital realm do not correspond to their real-life identities, the risk of misleading data, and the abstraction of users from their natural environments. Although there are still questions to be answered in netnography studies, which naturally raise new ethical debates, compliance with existing ethical principles is largely sought. In this context, the primary aim of this study is to make netnography, as a method for examining the digital cultures constructed through communication technologies that deeply influence our daily lives, more comprehensible for social science fields. Additionally, this study aims to provide a more solid foundation for future studies by addressing the ethical issues arising from the netnographic method, exploring its advantages and disadvantages.

Keywords: Online Ethnography, Digital Space, Online Studies, Virtual Groups, Virtual Trends

Giriş

Son dönemlerde Türkiye'deki akademik çalışmalarda dikkat çeken netnografya¹, günümüz dünyasında dijital alandaki gelişmeleri anlamak için oldukça önemli bir araştırma yöntemidir. Nitekim Türkçe literatürde netnografyanın “ne”liğine odaklanan çalışmalar (Büker, 2014; Özbaş Anbarlı, 2020; Özgen ve Argan, 2020; Saka, 2021; Yarar, 2023; Tiryaki, 2023; Kulluk, 2024,) bu yeni yöntemi Türkiye akademisine farklı perspektiflerle tanıtırken, yöntemin saha çalışmalarında kullanımı da (Akturan, 2007; Dahan ve Levi, 2012; Varnalı, 2013; Bakı, 2014; Özbölük ve Dursun, 2015; Cengiz ve Başaran, 2016; Cebeci ve Küçükkancaş Esen, 2017; Şafak, 2017; Eşitti, 2018; Nakip ve Gökmen, 2022; Tiryaki ve Uzun, 2023) gün geçtikçe kayda değer bir mesafe kat etmektedir. Ancak bütün hayatımızı baştan sona sarmalayan dijital alanın, kendine has bir yöntem olan netnografya ile incelenmesinin yeterli oranda kabullenildiğini ve kullanıldığını söylemek mümkün değildir. Zira gerçek hayatın simetrik boyutunu ve bazen daha fazlasını barındıran sanal mekân, genelde bütün bilim alanları ama özelde sosyal bilimler için sınırsız bir çalışma alanı sunmaktadır. Bu minvalde gündelik hayata aktarılanlardan daha fazla ve çeşitli verilere ulaşabileceğimiz bu çalışma sahası, bilhassa sosyoloji, tarih, psikoloji, edebiyat, turizm, iletişim, tüketim vb. alanlara çalışma verileri sunmakta ve yeni perspektifleri gerekli kılmaktadır. Nitekim günümüz toplumunun “ağ toplumu” (network society) (Castells, 1996) veya Internet çağı (age of the Internet) (Turkle, 1995) diye tanımlama tartışmalarını dikkate aldığımızda bu tür yeni çalışma alanlarının ne denli gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Öyle ki, 7/24 aktif olabilen ve her zaman için bir canlılığın olabileceği sanal mekân, görünürde gerçek hayattan daha fazla veri toplamaya imkân tanımaktadır. Bireylerin bilhassa özel alana çekildiklerinde aktif oldukları bu alanlar, toplumun anlaşılması için sınırsız bir veri kaynağı sunabilmektedir. Deyim yerinde ise ışıkların sönmediği bir dünyaya göndermede bulunan sanal alan, her zaman için veri toplama sürecinin devam ettiği bir araştırma sahası niteliğindedir. Kullanıcıların gerek kamusal gerekse de özel alanda iken dâhil olabildikleri, gerçek ya da sahte kimlikler üretebildikleri, dış dünyada duyuramadıkları, anlatamadıkları ya da dışarıya aktardıklarında yetersiz bulup bunu bütün insanlığa duyurma uğraşına girdiği bu saha, yine araştırmacılar için uçsuz bucaksız bir alandır. Bu minvalde bu çalışmanın temel çıkış noktası, günümüzde gittikçe yaygınlaşan ve gündelik hayatın odağında yer alan sanal dünyayı anlamaya, incelemeye ve araştırmaya yönelik olarak kullanılan netnografya ya da online etnografya olarak tanımlanan yöntemin Türkçe literatürüne katkıda bulunmak ve bu alandaki boşluğu doldurmaktadır. Sanal

¹ Bu çalışmada “online etnografya” “dijital etnografya” “webnografya” ve “netnografya” aynı anlama işaret ederken, metinde bütünlük sağlanması amacıyla “netnografya” kullanımı tercih edilmiştir.

çalışmaların süreç içerisinde daha da artacağı gerçeğini göz önüne aldığımızda, gelecekte yeni yöntemlerin veya var olan klasik araştırma yöntem ve tekniklerin online alana uyarlanacağını ifade etmek mümkündür. Nitekim yakın gelecekte, online tarih araştırmaları, online sosyolojik çalışmalar gibi yeni çalışma alanlarının akademide daha fazla görünür olacağını tahmin etmek zor değildir. Zira internet tabanlı iletişim teknolojilerinin, sınırsız düzeyde veriyi içine dahil ederek ilerlemesi yeni çalışmaları ve yöntemleri zorunlu kılmaktadır.

Sanal alandaki tüketici topluluklarını anlamak ve analiz etmek maksadıyla 1990'lı yıllarda R. V. Kozinets (1998; 2002, s. 2015) tarafından geliştirilen netnografya, etnografyanın temel özelliklerini barındırmaktadır. Ancak netnografyanın çıkış noktası her ne kadar etnografyaya dayansa da çalışma sahası itibarıyla kesin bir şekilde birbirlerinden ayrılırlar. Nitekim etnografik yöntem kuşkusuz, bireyin gündelik hayatı içerisinde araştırma alanına dâhil olup gözlemler ve/ya yüz yüze görüşmeler yapmaya yönelik teknikler barındırırken, netnografyada araştırmacı, bu veri toplama tekniklerini dijital ortamda uygulamaya çalışır. Daha açık bir ifade ile etnografya, somut gündelik hayata katılım ile derin bilgiye ulaşırken, netnografya dijital alana aktarılan veriler üzerinden “sonsuz” ve “sınırsız” bir kulvarda hareket ederek sahanın derin bilgisine ulaşmaya çalışmaktadır. Bu yönüyle netnografyanın etnografyada olduğu gibi gerçek hayata katılımlı bir seçeneği yoktur. Ancak netnografya, dijital alana aktarılanlar üzerinden bireyin/grubun/topluluğun derin bilgisine ulaşabilir. Öyle ki, günümüz teknolojik imkanların etnografyanın araştırmacıya sunduğundan daha fazlasını sunabildiğini gündeme getirmektedir. Etnografik çalışmaların veri toplama sürecinde kullanılan (katılımlı) gözlem, görüşme, odak grup görüşmeleri, metin analizleri netnografik çalışmalarda da kullanılabilmeyle beraber, dijital alan “sınırsızlığı” içinde araştırmacıya dünün bilgisine ulaşmayı da mümkün kılmaktadır.

İnternet tabanlı dijital teknolojileri bağlamında hızla değişen ve dönüşen sosyal ve kültürel hayat, daha önceki klasik yöntemlerle anlaşılamayacak derecede kompleks özellikler kazanmaktadır. Bilhassa internet tabanlı iletişim teknolojileri ile yeniden kurgulanan ve inşa edilen bireylerin/toplulukların/toplumların gündelik hayatı yeni bir bakış açısına ihtiyaç duymaktadır. Nitekim etnografyanın dijital alana aktarılan bu formunun ilk örnekleri çok büyük oranda müşteri eğilimlerinin analizi için kullanılmış ve halen de bu alanda kullanılmaktadır (Heinonen ve Medberg, 2018, s. 658; Kulluk, 2024, s. 94) Bu da genel anlamda yeni tüketici eğilimlerini anlamak, bireylerin tüketim ihtiyaçlarına cevap vermek gibi çıktılarla gündelik hayata yansımaktadır.

Netnografya, Rheingold'un (1993) "sanal cemaat" tanımlaması doğrultusunda yeni bir alanı kendisine çalışma sahası olarak kabul eder. Gerçek yaşama paralel olarak kurulan bu cemaatler, bireylerin kurguladıkları veya gerçek hayata referansla sundukları kimlikler üzerinden yeni bir dünyaya göndermede bulunur. Fiziksel mesafenin ve mekânın artık geçersiz olduğu bu yeni mecrada, bireyler yeni bir boyut ile var olmaktadır. Nitekim toplumsal değişiminin bir göstergesi olarak internetin bilgi alışverişine işaret eden bu boyut, gerçekliğin sanal bir alemde tekrardan inşa edildiğini de gündeme almaktadır. Bu bağlamda toplumsal olguların araştırılması ve incelenmesi bağlamında geliştirilen yöntem ve veri toplama tekniklerinin gelişen ve değişen toplumsal gerçeklik ile yeniden ele alınma ihtiyacı aşîkârdır. Zira eski yöntemler yeni değişimlere cevap vermede yetersiz kalabilmektedir (Aksoy, 2013; Heinonen ve Medber, 2018). Bu kapsamda son zamanlarda bireylerin gündelik hayatında önemli bir yer tutan internetin ve bu imkânın sunmuş olduğu sanal grupların da araştırılması ve değerlendirilmesi gereken önemli bir konudur. Kişilerin sanal ortamda birbirlerinden etkilenme, yönlendirme ya da gündelik hayatın dışında olması ile zaman ve mekân değişkenleri bağlamında düşünüldüğünde reel dünyadan daha fazla bireyin kişisel dünyasına müdahil olduğunu görmek mümkündür. Nitekim günümüz imkânları çerçevesinde düşünüldüğünde internet tabanlı teknolojilerin her an için ulaşılabilir bir konumda olması ve bireylerin bunları takip etme durumu, araştırma alanının yeni boyutlarına işaret ederken gündelik hayatın da artık tek bir boyutlu olmadığını göstermektedir.

Bireyin hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olabildiği bu alanda aktifliğe ve pasifliğe kendisi karar verebilecek seçeneğe sahiptir. Nitekim internet olanaklarının artması ve dünyayı çevrelemesi sürecindeki yeni gelişmeler ile birlikte daha önceki tüketici konumundaki kullanıcılar kurmuş oldukları hesaplar vasıtasıyla aktif bir üretici konumuna geçerek "internet çağı"nda yeni bir boyut kazanma imkânı elde etti (Coleman, 2010, s. 490). Bu nedenle bireylerin gündelik hayatlarını veya daha fazlasını dijital ortama aktardıkları bu süreç, araştırmacılar için de bu alandaki içerikleri ve kültürleri de analiz nesnesi yapma zeminini sundu. Zira toplumsal gerçeklikte bu kadar önemli bir karşılığı olan sanal dünya gündelik hayata alternatif yeni bir alan inşa etmektedir (Rokka ve Moisander, 2009, s. 2010). Bu alan gerektiğinde kurgu olabileceği gibi gerçek dünyanın bir yansıması da olabilmektedir. Dijital medyada inşa edilen bu yeni kültür ve kimlikler sosyolojik olarak, kişiliğin toplumsal görüntüsünü veya kurgusunu sunması hasebiyle, önemli bir karşılığa sahiptir. Öyle ki, zaman ve mekân kavramının anlamsız kaldığı bu yeni alanda kültürün dahi üretimi ve tüketimi için verimli bir alan sunulmaktadır.

Netnografyada Veri Toplama ve Çalışma Süreci

Medyanın kendi içerisinde bir analiz nesnesi olmasını sağlayan yeni imkânlar, daha önce ulaşılması mümkün olmayan veya zor olan kapalı gruplara erişimi de kolaylaştırmaktadır. Henüz tam anlamı ile ulaşıl(a)mamış, anlaşıl(a)mamış sanal grupların olduğu gerçeğini de göz önüne aldığımızda bu sürecin önümüzdeki dönemlerde daha fazla bir merak ile ele alınacağı öne sürülebilir. Bu durum aynı zamanda farklı metotların sanal dünyanın araştırılması için uygunluğu tartışmasını da gündeme getireceği su götürmez bir gerçekliktir (Hine, 2005: 1). Nitekim Escobar'a (1994, s. 212) göre yenileşmenin ortaya çıkardığı şartların sonucunda sosyal bilimciler, toplumları yeni bir bakış açısı ile incelemeye başlamaktadırlar. Zira yeni teknolojik gelişmeler, sürecin sadece teknik bir ilerleme olmanın çok daha ötesinde, bireyin gündelik hayatını, hayatı anlayış tarzını, sevgi ve tepkilerini ve buna yönelik sosyal tutumlarını somut düz çizgisel bir zeminden soyut dijital bir zemine kaydırarak klasik metotlarla anlaşılamayacak derecede dönüştürmüştür. Aynı şekilde sanal alanda meydana gelen grup kültürlerini derine inerek anlamaya çalışan netnografiya, bir yöntem olarak "neden" sorusunun cevabını bulmaya odaklanır. Bu anlamıyla kendi içerisinde etnografiyanın temel veri toplama tekniklerini kullanabilmektedir (Skageby, 2018, s. 411). Bu yönüyle netnografiya, klasik etnografiya yönteminin dijital alana uyarlanmış formuna işaret eder. Ancak kurallar ve teknikler genel olarak aynı olsa da ikisinin farklı dünyalarda veri toplaması itibarıyla birbirlerinden kati bir şekilde ayrılırlar. Zira gerçek gündelik hayata göndermede bulunan etnografiyanın aksine netnografiya, zamandan ve mekandan bağımsız olarak çoğunlukla gerçek dünyaya referansla yeni bir hayatın inşa edildiği ya da kurgulandığı bir alan üzerine odaklanır. Örneğin etnografik metot, araştırmacıya sosyal olaylara dahil olma fırsatı sağlarken, araştırmaya tabi tutulan kişilerin hem istedik hem de istenmedik davranışlarını gözlemlene ve onların derin bilgisine ulaşma imkanı sunmaktadır. Bu durum araştırmacı için bir konunun bütün yönleri ile değerlendirilmesi açısından bir fırsat olarak görülebilir. Ancak sanal alan, netnografik çalışmalarda araştırmacıya sadece kullanıcıların istedik düşüncelerine ulaşma imkânı verir. Diğer bir ifade ile sanal ortamda bireyler belli konular hakkındaki düşüncelerini ifade ederken araştırmacıya, eğer dijital alana aktarmadıysa, fikrin arka planın oluşması sürecinde etkili olan kaynakları göstermez. Bu durum ise araştırmacının geniş kapsamlı bir çalışmaya dahil olmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla mevcut verinin arka planındaki yazışmaları, görselleri, videoları, metinleri vb. araçlar üzerinden ortaya konulmasını gerektirebilmektedir (Kozinets, 1998, s. 336). Bu yönüyle netnografiya, internet tabanlı iletişim teknolojileri üzerinden üretilen gruplara

odaklanarak onların inşa edilen kültürel değerlerini, eğilimlerini, tutum ve davranışlarını yine dijital alana dâhil olarak inceleme girişimidir.

Tablo 1. Netnografya ve etnografya yöntemlerini temel özellikleri ile karşılaştıran tablo

	Netnografya	Etnografya
Tanım	Dijital toplulukların online ortamdaki kültürel pratiklerini ve sosyal etkileşimlerini inceleyen araştırma yöntemi.	Bireylerin ve toplulukların gündelik hayat akışı içinde sosyal ve kültürel özelliklerini inceleyen araştırma yöntemi.
Kullanım Alanları	Dijital medya içerikleri, online ortamdaki sosyal, politik, ekonomik, kültürel vb alanlardaki gruplar, tüketici grupları, formlar veya sanal düzlemde kurulan farklı grup ve sayfalar.	İnsan topluluklarının gelenekleri, kültürel yapıları, davranışsal özellikleri veya daha küçük düzeydeki kurumsal alanlar.
Veri Kaynakları	Twitter, Facebook, Instagram, YouTube gibi sosyal medya platformları, bloglar, forumlar, çevrimiçi oyunlar, çevrimiçi gruplar vb. dijital alanlar.	Bireylerin bir arada yaşadığı alanlar (küçük topluluklar/gruplar, köyler, şehirler, işyerleri, okullar vb).
Veri Toplama ve Analiz	Online ortamdaki katılımlı ya da katılımsız gözlem, içerik analizi, söylem analizi veya metin madenciliği.	Araştırmacının katılımcı ya da katılımsız bir şekilde fiziksel alanda gözlem süreci, mülakatlar, fotoğraf çekimi vb.
Araştırma Yöntemi	Nitel araştırma yöntemlerine dahildir.	Nitel araştırma yöntemlerine dahildir.
Araştırmacının Rolü	Araştırmacı, online gruba katılırken kendini ve niyetini açıklayabilir ya da daha nesnel veriler alabileceğini düşünerek kimliğini açıklamayabilir.	Araştırmacı bizzat gözlemler ve görüşmeler yaparak aktif bir şekilde sahada bulunur.

Sosyal Bilimlerde Yeni Bir Yöntem Önerisi Olarak Netnografiya: Avantajlar,
Dezavantajlar ve Etik İlkeler

Veri Doğruluğu ve Güvenilirlik	Örneklem grubundaki bireylerin anonim veya sahte kimlik(ler) kullanma riski ile bilgilerin teyit edileme gerekliliği ya da edilememe riski	Araştırmacı sahada bulunduğu için daha güvenilir bilgilerin alınma durumu.
Zaman ve Mekân	Zaman ve mekân sınırlaması yoktur; online platformlarda veri üretimi sürekli olarak gerçekleşir.	Araştırma belirli ve sınırlı fiziksel bir mekânda ve zamanda gerçekleşir.
Etik Konular	Katılımcıların mahremiyeti, etik sorumluluk, onay sorunu ve gizli verilerin kullanımı ile henüz mutabık olunmayan araştırmacının konumu gibi durumlar.	Katılımcı rızasının alınması, araştırmacının etik sorumluluğu.
Avantajlar	Geniş bir yelpazede veri toplama imkânı, zaman ve mekân sınırsızlığının veri toplamak için kullanımı, gündelik hayata aktarılmayan davranış tutumlarının incelenmesi ve ekonomik olma boyutu	Sahayı ve araştırmaya dâhil olanları derinlemesine araştırma imkânı, gerçek hayatın akışkanlığı içinde güncel ve objektif verilerin toplanması.
Dezavantajlar	Sahte hesap kullanıcıların varlığı, anonim kimlikler, çalışma alanındaki bilgi kirliliği ve yüz yüze görüşme eksikliği.	Ekonomik maliyet, zaman ve mekân sınırlılığı, araştırmacının sahada karşılaşılabileceği riskler.

Kozinets (2015, s.79), netnografinin genel itibariyle, sanal ortamda aynı kategoride belli miktardaki verinin toplanması ve analiz edilmesi için kullanıldığını ifade etmektedir. Bu yönüyle, etnografiya da olduğu gibi araştırılan grubun derin bilgisine ulaşmaya çalışan bir yaklaşımla, netnografiya da sanal grupları, çalışma sahası olan dijital alandan elde ettiği veriler üzerinden incelemekte ve onların derin bilgisine ulaşmayı amaçlamaktadır. Benimsediği özellikler bakımından nitel çalışma metodları altında inceleyebileceğimiz netnografiya (Beckman ve Langer, 2005a), bir kültür analizi misyonu ile dijital alanların araştırılmasına dayanmaktadır. Ancak netnografiya, çalışma sahasının dijital ve sonsuz olması

hasebiyle kendisine spesifik bir grup belirleyerek hareket eder. Araştırmacı belirlediği gruba dâhil olarak çalışma süresince, dijital alandan notlar toplayarak, onların toplu olarak analizini gerçekleştirir. Bu yönüyle veri süresinde araştırmacı, yazılı metinleri, grup üyelerinin mesajlaşmalarını, paylaşımlarını ya da mail verilerini kullanabilir (Beckmann ve Langer, 2005b). Günümüz bağlamında değerlendirdiğinde netnografik bir çalışma yapan araştırmacı, yukarıda ifade edilen materyallerin yanında, üyenin herhangi bir ürüne, yazıya ya da görsele yaptığı yorumları ve puanlandırmayı da kullanabilirken, online görüşmelere/toplantılara katılarak bir gözlem yapma imkanına da sahiptir. Bu yönüyle dikkat edildiğinde teknolojinin gelişmesi ile birlikte netnografik çalışma zemini ve alanı da genişlerken aynı zamanda veri haznesinin zenginleştiğini de söylememiz mümkündür.

Derinlemesine görüşme bireylerin gündelik hayatlarında derin/içkin anlamı ortaya çıkarmak için önemli bir metottur. Bu süreçte açık uçlu sorular, araştırmacıya beklenmedik ama önemli verilerin sağlanması açısından oldukça önemli bir imkân sunar. Bu yönüyle yeni bir kültür inşasına giren internet kullanıcısının derin bilgisinin açığa çıkarılması, araştırmacıya daha derinlikli bir bakış açısı da sunmaktadır (Denzin ve Lincoln, 2013). Bu noktada nasıl ki etnografik çalışmalarda araştırmacı, derinlemesine bilgi elde edebilmek, grup kültürünü anlayabilmek için hedef grubun gündelik hayatına dahil olması, onlarla zaman geçirmesi gerekiyorsa, netnografik yöntemde de benzer bir şekilde araştırmacı, araştırmak istediği sanal gruba dahil olmalı, üyelerin yorumlarını, paylaşımlarını takip etmeli, online toplantılarına katılmalıdır. Araştırmacı bu şekilde hedef kitlenin sanal mecrada ürettiği/inşa ettiği kültürü derinlemesine inceleme ve araştırma imkânı bulabilecektir (Hine, 2000, s. 85). Öyle ki Hogg vd. (2004, s. 244) göre araştırmacı kapsamlı ve detaylı bilgiyi elde edebilmek için hedef dijital grubun bir parçası olmalıdır. Zira araştırmacı ancak bu şekilde derinlemesine bilgiye ulaşabilir.

Netnografik çalışmalarda örneklemelerin zarar görmemesi noktasında araştırmacının azami dikkat etmesi ve verilerini de bu minvalde seçmesi gerekmektedir. Bu yönüyle klasik etnografyadan kısmen ayırabileceğimiz netnografya, neyin veri olarak kullanılıp kullanılamayacağını araştırmacı belirler. Zira etnografik çalışmalarda bilhassa görüşmeler esnasında birey araştırmacı tarafından kullanılmasını istediği bilgiyi daha özenle ve seçerek aktarmaktadır. Bu kısmen de olsa araştırılan kişinin/grubun çalışmada belirleyici bir role sahip olmasını sağlayabilmektedir. Ancak netnografik çalışmalarda belirleyici güç büyük oranda araştırmacının elindedir. Araştırmacı dijital alana aktarılan her bir metni, yorumu, görseli, videoyu veri olarak kullanabilir. Bu da kendi içinde bir takım tartışmaları beraberinde getirme ihtimalini de barındırabilmektedir. Burada

ise araştırmacı, başta bireyin özel hayatının gizliliği ve onun zarar görmemesini birincil kriter olarak her zaman hatırlamalıdır. Araştırmacı bu anlamda yeri geldiğinde haberi kullanmak için izin almayı gündeme getirmeli (Langer ve Beckman, 2005a, s.194) veya verinin önemine inanıyorsa onu, anonim bir kimlik ile aktarmayı düşünebilmelidir (Xun ve Reynolds, 2010, s. 20).

Netnografik çalışmalarda araştırma deseninin hazırlanmasından sonra sahadan en azami verimi ve veriyi alabilmek için bir sahanın/grubun belirlenmesi ihtiyacı doğmaktadır (Prior ve Miller, 2012, s. 508). Ancak bunun özenle ve bilinçli bir seçim sürecinden geçmesi gerekmektedir. Zira araştırmacının çalışmasının önemli argümanlarını toplayacağı bu alan, beklentileri karşılayabilmelidir. Çalışma sahası belirlenirken de Maclaren ve Catterall (2002, s. 323) ifade ettiği gibi araştırmacının pusuya yatması (lurking) elzemdir. Bu şekilde grup hakkında daha detaylı ve nesnel bilgiye sahip olma fırsatı oluşmaktadır. Fox ve Roberts (1999) bu sürecin normal gündelik hayatta araştırmacının gruplara dahil olmasından farklı olmadığını vurgulamaktadır. Ancak kanaatimizce sanal alan, gerçek hayattan daha fazla sürprizlerle doludur. Grubun yeterli veriyi sağlayacak şekilde aktif olup olmadığı, gruba dahil olan kişilerin kimliklerinin gerçek olup olmadığı, kendilerini ne derece sunabildikleri, grubun mahiyetine ne ölçüde uydukları gibi sorular çalışmadan alınacak verilerin kalitesini ve araştırmacının amacını belirleyecek bir durumdur. Bu yüzden araştırmacı, araştırma deseninin temel beklentilerini bulup bulmayacağını sanal gruptaki gözlemlerinden sonra karar vermelidir. Öyle ki bu durum bazen çok uzun zamanı alabilir. Nitekim gerçek hayatın dışarıdan gözlenebilir özelliğinden yoksun olan sanal alan, araştırmacı için en önemli ve zorlu bir sürece tekabül eder. Bu nedenle araştırmacı veri toplayacağını düşündüğü sanal grubu terk etmek zorunda kalabilir ve yeni gruplara bakma ihtiyacı hissedebilir. Bu nedenle netnografik çalışmalarda, alan seçiminin, etnografik çalışmalarda olduğu gibi titiz bir şekilde seçilmesi gerekmektedir. Nitekim, araştırmacı için uygun veri akışı, grubun diline, kültürüne, temel ortak kimlik kodlarına yönelik aşinalık, doğru ve geçerli verilerin toplanması için hayati öneme sahiptir. Ayrıca sınırsız bir mecraya göndermede bulunan dijital alanın, her noktası veri toplama için uygun olmayabilir. Bu nedenle kapsayıcı ve dışlayıcı bir mahiyeti olan alan seçiminde (Burrell, 2009, s. 182), bireyleri bir araya getiren temel ortak kodlara dikkat edilmeli ve gerektiği takdirde belli bir dönem aralığı seçilmelidir.

Netnografik çalışmalarda araştırmacı sanal ortamlarda kurgulanan/inşa edilen kimliklere her daim kuşkulu yaklaşmalıdır. Bu alanın bireye gerçek hayatı yansıtmayan bir kimlik inşa etme fırsatı vermesi itibarıyla de araştırmacı yaş, cinsiyet, coğrafya gibi demografik bilgiler üzerinde bir değerlendirme yaparken daha dikkatli olmalıdır. Nitekim bireylerin mevcut yaşı değil de olmak istediği

yaşını veya diğer demografik özelliklerini de değiştirme potansiyeli oldukça yüksektir. Bu durum online kullanıcıların karşı taraftaki kullanıcıları etkileme noktasında bir düşünce ile kendini gerçek hayatta olunduğundan daha farklı sunma durumunu ve riskini de gündeme getirebilmektedir (Kretz, 2010, s. 394: Gibbs vd. 2006, s. 153). Jensen Schau ve Gilly'in (2003, s. 387) de ifade ettiği gibi kullanıcıların ideal bireyi inşa edebildiği bu ortamlarda yanlış bilgileri de verme potansiyellerinin yüksek olduğunu unutmamak gerekir. Dolayısıyla her zaman sanal alana aktarılan kişilerin gündelik hayatta bir karşılığının olmadığı da hatırlanmalıdır.

Netnografyada sahanın sosyal bilimlerde kullanılan diğer yöntemlerinkinden farklı olduğuna da dikkat etmek gerekir. Nitekim sosyal bilimlerde çalışma sahası olarak tabir edilen somut mekân, burada soyut bir düzleme çekilmiştir. Bununla beraber çalışmaya dahil edilen kişilerin zaman ve mekan kavramından kopmaları onların tek bir mekan ile sınırlı olmadığını ve olmayacağını da göstermektedir. Bu bağlamda sanal ortamda inşa edilen gruplarda mekan açısından bir homojenlikten bahsetmek mümkün değildir. Öyle ki, kimlikler ve aidiyetler soyut alanda bir araya gelmekte ve kimlik kodları/hassasiyetler/kültürler çerçevesinde faaliyetler gerçekleşmektedir. Nihayetinde paylaşımlar, tartışmalar, misyon ve vizyon gibi gündelik hayatımıza yön veren durumlar, bu noktada tekrardan inşa edilebilmektedir. Zira sanal mekân sunmuş olduğu imkânlar ile kullanıcıların gündelik hayat aktivitelerini yeni bir alana taşımalarına imkân tanımaktadır. Bu alanın tartışma, fikir alışverişi, sosyo-politik gelişmelerin müzakere edilmesine zemin sunmasından dolayı Jones'ın (1997) tabiriyle *yeni kamusal alan* (new public space) olarak tanımlamaya müsait bir özellik de sergilemektedir. Hatta buradaki kamusal alanın gündelik hayatın kamusal alanından daha demokratik bir özellik sergilediğini ifade etmek de mümkündür. Nitekim sanal alanda bireylerin konuşma ya da yazma imkanlarının genel olarak eşit olması kullanıcılara kendilerini ifade etme fırsatı vermektedir. Bu yönüyle sanal kamusal alan, demokrasinin gelişimine önemli katkıları olan yeni bir alana işaret eder (Papachariss, 2002, s. 11). Bu noktada netnografik çalışmalar, daha gerçekçi sonuçların elde edilmesini de sağlayabilmektedir.

Kozinets'e (2010, s. 98) göre netnografik çalışmalarda çalışılmak istenen gruba yönelik veriler farklı şekillerde toplanmaya müsaittir. Birincisi araştırmacının elde etmek için çaba sarf etmesine gerek kalmadan doğrudan dijital alandan kopyalayarak elde ettiği verilerdir. Bu veriler araştırmacının genel bir değerlendirme yapmasına, olaylar arasında bağlantı kurmasına imkân verir. İkinci olarak, araştırmacının bizzat katılımını gerekli kılan, mesajlaşma, mailleşme, gibi yollarla elde edilen verilerdir. Bu verilerde araştırmacı yeri

geldiğinde durumun detaylandırılmasını isteyebilirken, konunun daha derinlemesine incelenmesini mümkün kılabilir. Diğer bir veri kaynağı ise, araştırmacının gözlem yolu ile dijital alanda elde ettiği verilere dayanmaktadır. Araştırmacı gözlem süresince üyeler arasındaki etkileşimi dikkatle izleyerek gerekli notları almaktadır. Bu noktada sahadan farklı yollarla elde ettiği verileri birleştiren araştırmacı, hedef grup hakkında daha detaylı ve genel bilgileri elde edebilmektedir. Bunların yanında araştırmacı online toplantılara, tartışmalara gözlemci-katılımcı olarak dahil olabilirken grup bilgisini, kültürünü ve üyeler arasındaki iletişimin bilgisine ulaşabilmektedir.

Netnografyada, bu teknikler ile sanal alanlardaki görsellerden, metinlerden, gözlemlerden ve yazışmalardan toplanan veriler detaylı bir şekilde gözden geçirilip elendikten ve kategorik bir ayırıma tabi tutulduktan sonra analiz edilir (Hakken, 1999; Mitra ve Cohen, 1999). Bu bakımdan etnografyada olduğu gibi, bireylerin davranışlarının doğal incelenmesi söz konusu olamaz. Bunun yerine kullanıcıların belli bir düşünme ve muhakemeden sonra meydana geldiği kabul edilen düşüncelerine odaklanılır. Bu yönüyle etnografya ve netnografya çalışmalarının analizi temel anlamda birbirinden ayrılır. Nitekim bu farklılığın görüşme noktasında da belirgin bir şekilde ortaya çıktığını ifade etmek mümkündür. Etnografik çalışmalarda bireyler ile yüz yüze gerçekleşen çalışmalardan farklı olarak netnografya da görüşmeler teknolojik bir ara yüz ile gerçekleşmektedir. Bu kapsamda son dönemlerde teknolojik gelişmelerin etkisi ile özellikle sosyal bilimlerde bilim üretim alanlarının değişmesi ile veri toplama yöntemlerinin de değiştiği görülmektedir. Sosyal ilişkilerin mekânsal ve boyutsal değişimine işaret eden bu dönüşümler, doğal olarak sosyal bilimlerde daha önce kullanılan geleneksel yöntemleri de bazı noktalardan işlevsiz kılmaktadır. Bu yönüyle yeni alan doğal olarak veriyi ve veri toplama tekniğini de dönüştürmektedir.

Netnografyanın Avantajları ve Araştırmacıya Sunabildikleri

Gerek akademik gerekse de güvenlik konularında, yöneticilerin dikkatini çekmeye başlayan sanal mekân, sınırsız bir alanın kapılarını açmaktadır. Bir taraftan var olanın yansıması olarak bireyin/toplumun anlaşılması diğer taraftan olası tehlikeleri bertaraf etmek için önemli bir zemin sunan bu alan, yeni bir yöntemi de gerekli hatta zorunlu kılmaktadır. Bu denli gündelik hayatımızın bir parçası haline gelmiş konulara eğilen yöntemin, kuşkusuz araştırmacıya da sunduğu bir takım avantajları mevcuttur. Öncelikle ifade etmek gerekir ki, netnografya, araştırmacının çalışma grubunu gerçek dünyanın bütün karmaşıklığından soyutlayarak belli kodlar etrafında incelenmesini mümkün kılar. Öyle ki, birçok boyutu ile yaşadığımız gündelik hayat, yeri geldiğinde acıyı,

özlemi, sevgiyi, üzüntüyü, mücadeleyi, ağlamayı, gülmeyi vb. duyguları aynı alanda yaşamaya imkân verirken; netnografya çalışmalarında araştırmak için seçilen gruplar, genel olarak bu kategorilerin herhangi birine veya ikisine odaklanan duyguların yoğunlaştığı mecralara dönüşmektedir. Dolayısıyla bireylerin spesifik amaçları için kurdukları bu yöndeki farklı grupların fonksiyonları birbirinden ayrılabilir. Bu yönüyle bir grup kullanıcıların sadece eğlence ihtiyacını giderirken, bir diğer grup kültürel değerlerini yaşatmak için kurulabilir. Bu anlamıyla netnografyada verilerin toplanması süreci daha bütünlüklü olabilir.

Kozinets (1998, s. 5) etnografyanın üç çalışma alanı için avantajlı olduğunu vurgulamaktadır. Birinci olarak, netnografya dijital alana aktarılan ancak gündelik hayatta farklı nedenlerden dolayı görünür ol(a)mayan, fark edemediğimiz grupların çalışılması için önemli bir yöntem dönüşmektedir. Zira hâkim kültürün, siyasetin, değerlerin baskısından dolayı gündelik hayatta var olamayan, kendini ifade edemeyen dışlanan grubun siber alanı kullanarak ortaya çıkması çok daha muhtemeldir. Nitekim bu siber alan bireylere sınırsız bir hareket alanı sunarken, yeni kurgusal ya da gerçek kültürlerin de ortak paydada bir araya gelmelerine imkân vermektedir. Bu yönüyle fiziksel hayatta görünür olmayan grupların incelenmesi bazı açılardan oldukça önemli olabilir. Dolayısıyla dijital alandaki çalışmalar bazen tehlikesiz ve şiddet içermeyen gruplara ve onların derin bilgisine yoğunlaşabilirken bazen de “tehlikeli” “dışlayıcı”, ötekileştirici, şiddet içerikli grupların ifşasının sağlanmasına da imkân verebilir. Burada özellikle sanal medyada bir araya gelerek belli sınıflara yönelik kin ve nefreti barındıran bu tür gruplar, gerçek dünyanın ötesinde bir anlama ve mekâna sahiptirler. Birbirlerini şiddet konusunda örgütleyen, motive eden bu tür gruplar gerçek hayata yansısı ile çeşitli sonuçları olabilmektedir. İkinci olarak Kozinets’e göre bu yöntem ile siber alanda üretilen kültürleri inceleme fırsatı buluruz. Bu şekilde içine doğduğumuz verili kültürden ziyade siber alanda yeni baştan üretilen kültürlerin anlaşılması için zemin ve teknik sunulmaktadır. Üçüncü olarak ise, gündemdeki konuların dijital alana yansımalarını ve nasıl yeniden kurgulandıklarını inceleyebiliriz. Bu yönüyle netnografya, etnografyanın ötesinde yeni imkanlar sunmaktadır. Zira klasik etnografya fiziksel alana yansıyan boyutuyla toplumu anlamaya odaklanırken, netnografya daha geniş bir ölçekte gündelik hayatta farkına var(a)madığımız, çoğu zaman gözden kaçan ya da kaçırılan grupları ve toplulukları anlamamıza da imkân vermektedir.

Netnografik yöntem araştırmacıya araştırdığı günün öncesinde ne olduğunu dijital alana aktarılan video, metin, yorum gibi farklı kaynaklardan anlama ve bunlardan kapsamlı ve nesnel bir çalışma yapma imkânı sunmaktadır.

Bu şekilde araştırmacı, sadece araştırmaya başladığı günden itibaren değil, hedef kitlenin geçmiş dönemlerde ne tür yorumlar yaptığını, eğilimlerini, düşüncelerini de hesaba katarak genel bir grup analizi ortaya koyabilmektedir (Tunçalp ve Lê, 2014, s. 60). Diğer bir ifade ile netnografik çalışmalarda araştırmacı, sanal alana aktarılan metin, yorum ya da görseller üzerinden geçmişin verisine de ulaşabilmektedir. Bu şekilde bugünün dün ile bağlantısının daha kolay bir şekilde kurulmasına imkân veren bu durum, araştırmacının süreklilik ilkesince kopukluklar yaşamadan toplumsal gerçekliği araştırılmasına imkân verir.

Veri toplama aşamasında da netnografik yöntemin avantajları öne çıkmaktadır. Araştırmacı kullanacağı yorum, düşünce veya tartışma yazılarını kopyalayabilir. Bu durum ise araştırmacıya kısa zamanda önemli ve kapsamlı verilere erişme avantajı sunmaktadır (Kozinets, 2002, s. 44). Etnografyaya göre daha az zaman alan netnografya, araştırmacının daha kısa zamanda daha fazla bireye ulaşmasını da mümkün kılarak, görüşme tekniğinin kısa zamanda ve daha az maliyetle uygulanmasını sağlayabilmektedir (Xun ve Reynolds, 2010, s. 19). Aynı şekilde fiziksel mekândan bağımsız olması hasebiyle belirli konular etrafında fikirlerin toplanması ve bu nedenle çalışma konusu için verinin üretimi oldukça hızlı olması netnografya için önemli bir avantaj olarak görülebilir. Ayrıca online ortamlardaki görüşmelerin başka kişilerin etki alanına kapalı olması hasebiyle gerçekliğe daha yakın ve daha nesnel verilerin üretimi mümkün olabilmektedir.

Netnografyanın Dezavantajları veya Aşamadıkları

Sanal ortamda inşa edilen gruplar ve kültürler gerçek hayattakinden çok daha çeşitli ve farklı olabilmektedir. Bu noktada araştırmacının veri sahası olarak belirlediği gruplarının temsil gücünün ne kadar olduğuna yönelik bir eleştiri zemini doğmaktadır (Belz ve Baumbach, 2010, s. 306). Nitekim gerçek hayattan elde edilen veriler kısmen ve temkinli de olsa diğer grup üyeleri hakkında bir fikir verme potansiyelini kendi içinde barındırır. Ancak sanal ortamdaki parçalı grupların gerek kurgu olmasının muhtemel olması gerekse de küçük olması hasebiyle genelleme noktasında birtakım tartışmaları gündeme getirmektedir. Nitekim Kozinets (2002, s. 65) çalışmanın bu tür risklerini bertaraf etmek için sanal ortamdan elde edilen verilerin desteklenmesi maksadıyla gerçek hayattan da örneklemeler seçilerek desteklenebileceğini öne sürmektedir. Bu yönüyle araştırma sonuçlarının bu muhtemel riskini göz önünde bulundurarak olası problemleri bertaraf etmek için farklı çevirim içi-çevirim dışı gruplardan da destek ve teyit alınması da gerekebilmektedir. Nitekim sanal medya kullanıcılarının kendilerini sahte/kurgusal kimlikler veya takma isimler (*pseudonymous identities*)

üzerinden ifade ettiği gibi (Gibs vd, 2010; Ellison vd. 2017), sanal ortamdaki kimliğin bazen beklenti içinde olabileceği ve bu nedenle ideal özellikler ile donatıldığı ihtimalini de göz önüne alarak (Frankel ve Siang, 1999, s. 5) araştırmanın daha detaylı yapılması beklenebilir. Bu noktada kullanıcının kimliğinin gerçek hayatta bir karşılığının olup olmadığını tespit etmek durumunda kalmak, netnografya çalışmalarının dezavantajları arasında görülmektedir. Ancak diğer taraftan kişilerin dijital alana aktardıkları bu kimliklerinin gerçek olması durumunda yeni risk kapılarının açılacağını da düşünmek gerekiyor. Nitekim netnografyada verilerin sanal ortamdan alınması ve isteyen kişilerin sanal ortamlarda bulunan bu yazılara ulaşma durumu kişileri zor durumda bırakabilmektedir (King, 1996, s. 119). Öyle ki, bazı durumlarda kişinin düşüncelerinin ondan habersiz alınması analiz edilmesi ve yayınlanması bu araştırma yönteminin dezavantajı olarak görülebilir.

Kozinets (2010, s.129) de bu bağlamda netnografyanın beş farklı dezavantajını vurgulamaktadır. Birincisi, internet alanının sınırsız miktarda kaynağa sahip olmasından dolayı, araştırmacı gördüğü her bir bilgiyi/belgeyi toplama eğilimindedir. Bu da sonraki süreçte ayıklama ve kategorilendirme noktasında bazı problemler ile araştırmacının odaklanmak istediği noktanın gözden kaçmasına neden olabilmektedir. İkinci olarak, dijital alanda literatür taramasının kolay olması, kendi içerisinde bazı durumlarda istenilenin gözden kaçmasına, ancak istenmeyenin ön plana çıkmasına ve süreç içerisinde bir probleme dönüşmesini beraberinde getirebilmektedir. Üçüncü olarak, kaynak elde etmenin kolay olması, onları kaybetme noktasında bir problemi de doğurduğu ile ilgilidir. En küçük bir hata, geniş bir kaynağı, emeği boşa çıkarabilmektedir. Bu durum araştırmacının her daim dikkatli olmasını gerektirmektedir. Dördüncü olarak, bilgisayar sisteminin araştırmacıyı kodlama tuzağına (*the coding trap*) düşürme ihtimalidir ki, araştırmacı elde ettiği devasa veriyi depolamaya çalışabilir. Beşinci olarak, bilgisayar ortamı araştırmacıya önemli oranda verileri kategorik değerlendirme zemini sunabilir. Ancak bu durum bireyin artık kendi başına bir fikir geliştirmesi önünde bir engele de dönüşebilir. Öyle ki günümüzde yapay zekâ tabanlı yazılımların kullanıcıya sunduğu olanaklar düşünüldüğünde bireyin düşünme yeteneğinden dahi uzaklaştığı ve fikir üretme noktasında nasıl da pasifize edildiğini göstermektedir. Bu yönüyle farklı fikirlerin üretilmesine, dönüştürülmesinde önemli bir veri kaynağına dönüşen sanal alan, sunduğu imkanların yanında önemli oranda bir dezavantajlılık ve yeni problem kaynakları ürettiğini de hatırlamak gerekir.

Sanal gruplar çok büyük oranda ortak bir duygu, düşünce veya kimlik etrafında bir araya gelme durumundadırlar. Özellikle işletmeler için düşünüldüğünde “değerlendirici” konumundaki tüketiciler farklı kültürel ve sosyal

sermayelere sahip oldukları için kopuşlar çok hızlı olabilmektedir. Bu yönüyle akışkan ve esnek bir ortaklık bünyesinde bir araya gelen bu kişilerin tüketim ürünleri kapsamında birleşmeleri, onları diğer hedef odaklı gruplardan ayırmaktadır (Kozinets, 1999, s. 254; Brown vd, 2007, s. 3). Diğer taraftan etnografiya çalışmalarında araştırmacı, dahil olduğu grubun gündelik hayatındaki tutum ve davranışlarını doğal ortamı içinde inceleyebilme imkanına sahiptir. Ancak netnografiya çalışmalarında sahanın nispeten daha kontrollü ve yapay tutumlarının olma ihtimalinin yüksek olduğunu hatırlamak gerekir. Ayrıca netnografik çalışmalarda verilerin sanal ortamdan alınmasından kaynaklı olarak bireylerin deşifre problemi olabilmektedir (Kozinets, 2002, s.62). Bu noktada kişisel düşünceleri ve fikirleri alınan bireylerin başka kişiler tarafından hedef gösterilme durumu söz konusu olabilir. Bununla beraber kullanıcılar, psikolojik olarak baskı hissetme ve verilerin yayınlanması sonrasında çeşitli risklerle karşı karşıya kalabilirler (King, 1996: 119). Bu durum netnografik çalışmaların araştırdığı grup veya bireylere göre farklılık göstermekle beraber, veri toplamayı daha titiz olmayı gerektirirken bu süreci daha riskli kılabilir. Ayrıca netnografik çalışmaların odaklandığı grubun ve grup üyelerinin sınırlı olması bir dezavantaj olarak görülebilir (Kozinets, 2002, s. 62). Başka bir ifadeyle, çalışmaya dâhil edilen kişilerin sınırlı olması, çalışmanın da sınırlı ve genelleştirme noktasında daha temkinli olunasını gerektirmektedir.

Netnografik çalışmaların önemli dezavantajlarından birisi de dijital alana aktarılan bilgilerin gerçek hayattan *damıtılmış olan* ile sınırlı olmasıdır. Daha açık bir ifade ile bireyler gündelik hayatlarının sadece belli bir kısmını dijital alana aktarma ve bu noktada da seçici olma eğilimindedirler. Bundan dolayı araştırmacının hedef kitle hakkında yeterli oranda bilgi sahibi olmak için etnografik çalışmadan daha fazla zaman harcaması gerekebilir. Gündelik hayat üzerinden düşündüğümüzde, sanal alanda bireyin geçmişte ne tür bir eğilime sahip olduğunu tahmin edebiliriz. Ancak bu düşüncelerin zamanla değişebilme ihtimalini göz önünde bulundurarak, bazen dijital alana aktarılanları fevri bir yansıma olarak düşünmek de mümkündür. Bu nedenle araştırmacı elde edebildiği çeşitli ancak gündelik hayata göre sınırlı verinin derin bilgisine ulaşmak için çalışmasını görece daha uzun bir zamana yaymak durumunda kalabilir.

Yukarıda vurgulandığı üzere netnografiya çalışmaları çoğunlukla tüketim eğilimlerini anlamak ve pazarlama stratejilerini geliştirmek amacıyla yapılmaktadır. Ancak burada özellikle pazarlama sektöründe geri dönütlerin sayfa veya ürün sahibi tarafından da kullanılma durumu olduğunu unutmamak gerekir. Satıcıların sattıkları ürünlerin daha fazla kişi tarafından alınması amacıyla sahte (fake) hesaplar üzerinden kişileri yanıltıcı yorumlar yaptırabilmektedir. Bu nedenle pazarlama sektörünün netnografik çalışmalarda

bu hususu dikkate alması ile veri kaynaklarının seçimi noktasında daha hassas davranılması gerekliliğini hatırlatmak gerekir.

Netnografik Çalışmalarda Etik İlkeler ve Tartışmalar

Netnografik çalışmalarda sahanın araştırmacıyı görünmez kılması, farklı formlar veya üretilen kimlikler ile veri toplanması, alanın dijital ve sınırsız boyutu yeni etik tartışmaları da gündeme getirmektedir. “Hangi verilerin toplanması etik problemleri doğurur?”, “Araştırmacının veri toplama sürecinde nasıl bir konumda kalması gerekir?”, “Hangi bilgiler ifşa edilebilir ve kullanılabilir?”, “Hedef kitle araştırmacının farkında olmalı mı?” gibi sorular netnografya çalışmaları ile gündeme gelmektedir. Ancak internet tabanlı verileri kullanmanın nasıl bir prosedür gerektirdiğine yönelik çalışmalar 1990’lardan beri devam etmesine rağmen (Buchanan 2006, s. 14 Pritchard, 2012 s. 191; Kozinets, 2010: s. 6, 136), bu alanın halen etik boyutu üzerine bir konsensüsün olmadığını (Kozinets, 2010, s. 6), ancak bunun hali hazırda yapılan çalışmalar (bkz. AOIR²) ile netlik kazanacağı söylenebilir. Buna karşın daha önceki yöntemlerde dikkate alınan temel kriterler etrafında bir araya gelmek ve etik kuralları tespit etmek mümkündür. Bu yönüyle netnografik çalışmalarda daha önceki yöntemlerde göz önünde bulundurulmuş, özel hayatın gizliliği, ayrımcılık ve dışlamaya yönelik ifadeler, fiziksel ya da psikolojik sağlığı tehdit edici durumlar/söylemler, kişinin özel hayatının gizliliğine saygı, var olan bilgilerin çarpıtılması ya da genel olarak yayımlandığında bireyin/grubun/topluluğun zarar görmesine neden olacak ifadelerin kullanılmaması gerekir. Çalışma, bilimsel kaygılar, nesnel bilginin üretimi ile çalışmaya dâhil olan kişilerin mutlak iyiliğini ve güvenliğini korumak esasıyla yapılmalıdır.

Netnografya yöntemini geliştiren Kozinets (2002, s. 66), bu yöntemin etik kurallarını da dört madde altında incelemektedir. Ona göre araştırmacı ilk olarak, kendi kimliğini ve amacını açık bir şekilde ortaya koyarak grup üyelerini bu noktada aydınlatmalıdır. İkinci olarak araştırmacı kişiler hakkında kullanacağı bilgilerin gizliliği ve anonimliği noktasında araştırmaya katılanları ikna etmelidir. Böylece bireyler ifade ettikleri düşünceleri yüzünden risk alma durumunu ortadan kaldıracaklardır. Üçüncü olarak araştırmacı araştırdığı grubun geri dönütlerini beslemeyen bir tutum sergilememelidir. Daha açık bir ifade ile, araştırmacı tartışmaların yönünü tayin etmemeli ve bu noktada polemiğe girmemelidir. Dördüncü olarak, araştırmacı özel ve kamusal alan arasında ayrı bir yer edinmelidir. Bu durum ise araştırmacının grup üyeleri ile iletişim kurarak onların bilgilerini kullanacağına yönelik bilgilendirmeyi vermesini ve izin almayı gerekli

² <https://aoir.org/about/> (Erişim tarihi: 09.05.2025).

kılmaktadır. Ancak her ne kadar yöntemi geliştiren Kozinets bu anlamda bir çerçeveye ortaya koymaya çalışsa da sonraki çalışmalarda bu ilkeler yeniden tartışmaya açılmıştır. Örneğin Langer ve Beckman'ın (2005a) dijital alana aktarılan veriler için tekrardan izin almanın gerekli olmadığı vurgusuna mukabil, hassas çalışmalarda durumun farklı bir şekilde değerlendirmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. Ya da King'e (1996, s. 122) göre kamusal alana bırakılan bir düşünce yazısı artık kişisel olmaktan çıkmış ve bilimsel amaçlar için kullanıma müsaittir.

Sanal alandaki bütün hareketlerin, kelimelerin, etkileşimlerin kayıt altına alınma durumundan dolayı, hangi boyutların araştırma için kullanılabileceği konusu da önemli bir soru işareti olarak öne çıkmaktadır. Nitekim bireyin kayıt altına alınabilen bütün bu benliğinin/kurgusunun, tutum ve davranışlarının bilimsel araştırmalarda kullanımı için dahi olsa, bireyi rahatsız eden bir boyutu olma durumu mümkündür. Bazı araştırmacılara göre bireyin sanal alana aktardıkları her şeyin onların rızası dâhilinde olduğu ve dolayısıyla dışarıdan kullanıma müsait bir hale geldiği vurgulansa dahi bunun geniş kapsamlı düşünülmesi gerekmektedir (Kozinets, 2010, s. 137). Nitekim bu tür çalışmalarda bireyin kurgusal da olsa mahremiyet ve özel hayatının gizlilik hakkının korunması gerektiğine yönelik tutum, hâkim olmalı ve araştırmacı böyle bir riski minimize etmeye çalışmalıdır (Buchanan 2006, s. 15).

Ancak fiziksel alana referans ile ortaya konulan bu tartışmaların ötesinde netnografik çalışmalarda etik ile ilgili yeni problemlerin de ortaya çıktığını ifade etmek gerekir. Bunlar daha çok, bireyin kişisel bilgilerinin gizliliğinin nasıl muhafaza edileceği, güvenilirliğin nasıl test edileceği, aktarılan kimliklerin gerçek mi kurgusal mı olduğu soruları etrafında toplanmaktadır (Skageby, 2007, s. 287-288; Xun ve Reynolds, 2010, s. 20). Dijital alandaki verilerin nasıl ve hangi şekilde kullanılabileceğine yönelik yasal zemin, günümüzde her ne kadar referans noktasını fiziksel alandan alsa da yakın gelecekte buna yönelik yeni düzenlemelerin olacağını ifade etmek mümkündür. Bilhassa, bireyin kendi rızasıyla dijital alana aktardığı, özel alandan çıkarıp kamulaştırdığı bir bilginin başka kaynaklar tarafından nasıl ve ne kadarının kullanılabileceğine yönelik tartışmaların günümüzde artık önemli bir yer tuttuğunu göz önüne aldığımızda bu yöndeki beklentinin de arttığını söyleyebiliriz. Nitekim bireyin kendi rızasıyla kamusal alana mal ettiği bir bilginin kullanılmasının tartışmalı bir konu olduğunu ifade eden Beaven ve Laws (2007, s. 130) bunun halen gelişim sürecinde olduğuna dikkat çekmektedir. Bu anlamda Kozinets'in (2002) ifadesiyle dijital alana aktarılan bireyin kimliğinin ve düşüncesinin özel mi kamusal mı noktasında bir ayırımında bulunmayı gerektirmekte ve zamanla çözülmeyi bekleyen sorunlar arasında yer almaktadır. Ancak bu durum netnografik yöntemin kendi sınırlarını

belirlemesi ile olacak bir durum olmaktan öte, kişisel verilerin korunmasına yönelik tartışma zemininde yönetim organlarınca sınırların belirlenmesi ile netliğe kavuşacağı kanaatindeyiz. Zira sanallığın, zamanı ve mekânı geçersiz kılan özelliği ile küresel ölçekte yeni bir tartışma zemini inşa ettiği hatırlanmalıdır.

Sonuç

Netnografi, teknolojik bir ara yüz ile oluşturulan online grupların çalışılmasını mümkün kılan bir araştırma yöntemidir. İnternet kullanıcılarının algı, karar ve eğilimlerini tespit etmeyi amaçlayan bir yöntem olarak netnografya, etnografyanın online gruplara uyarlanışına işaret etmektedir. İlk olarak 1990'lı yıllarda Kozinets tarafından tüketici davranışlarını incelemek amacıyla geliştirilen yöntem, geçen süreçte sosyal bilimlerin farklı bilimlerinde de kullanılmaya başlandı. Özellikle gündelik hayatın simetrisinin ve bazen de daha fazlasının inşa edildiği dijital alan, sosyal bilimciler için yeni çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Nitekim sosyoloji, turizm, psikoloji, iletişim, coğrafya gibi alanlarda sosyal bilimlere önemli bir veri hazinesi sunan dijital alan, toplumun ve toplumsallığın anlaşılması noktasında artık hayati bir öneme sahiptir. Bu yönüyle iletişim teknolojilerinin gelişimi ile her geçen gün kendini yenileyen ve bireyin gündelik hayatını daha da derinden etkileyen dijital alan, araştırmacılar için önemli veri kaynakları sunmaktadır. Kendi içerisinde gerek alt üst ve kurgusal kültür öğelerini görebileceğimiz bu alan, gerçek gündelik hayata paralel bir zemin hazırlamaktadır. Böylece ilk olarak tüketici davranışlarının analiz edilmesi amacıyla geliştirilen netnografya, son dönemlerde artık neredeyse bütün kültürel tutumların görüleceği ve analiz edilebileceği bir yöntem dönüşmektedir.

Sanal gruplar, aynı fikirde ya da benzer hassasiyetlere/kimlik kodlarına sahip kişilerin gerçek hayata paralel veya kurgusal boyutlarla bir araya gelerek dijital zeminde oluşturdukları gruplara işaret etmektedir. Kısa zamanda ve ekonomik olarak gerçekleştirilebilen netnografya, alandan daha detaylı bilgi toplamayı mümkün kılan tekniklere sahiptir. Bununla beraber gerçek hayatın yapmacıklığından sıyrılma imkânı vermesinden dolayı daha doğal ve gerçek düşüncelere ulaşmayı mümkün kılması açısından bilimsel verilerin üretilmesine uygun bir zemin sunmaktadır.

Günümüz iletişim teknolojilerinin yaygın ve etkileyici boyutu düşünüldüğünde birçok noktada avantaj sağlayan netnografyanın bazı noktalarda dezavantaja dönüşen özelliklerinin de olduğunu vurgulamak gerekir. Henüz bir söz birliğine varılmasa dahi, araştırmacının grupta kendi kimliğini ve niyetini açıklaması çalışmanın nesnel veriler toplamalarının önüne geçebilmektedir. Diğer bir ifade ile araştırmacının, grupta kimliğini ve niyetini

açıklaması, yapay verilerin dijital alana aktarılmasına neden olabilir. Ayrıca ortamın, araştırmacının veya farklı etmenlerin etkisinden uzaklaşmasına olanak tanıyan netnografik yöntem, bireylerin bu alanı manipüle etmesine de imkân verebilmektedir. Nitekim kimliğin farklı kullanıcı adları ile saklanması, sanal gruplarda dezenformasyona neden olabilmektedir. Ayrıca netnografik çalışmalarda veri olarak kullanılabilir yüklü miktarda envanter olduğu için bunların hangisinin gerçek anlamda çalışma kapsamına girip girmediği, hangisinin önemli ya da önemsiz olup olmadığı araştırmacı için bir handikaba dönüşebilir. Bu nedenle veri potansiyeli olan yazı veya görsellerin ayıklanması süreci araştırmacı için zaman noktasında bir dezavantaj olarak görülebilir.

Günümüz bilimsel çalışmalarında oldukça önemli bir noktaya konumlandırılan etik boyut, kuşkusuz yeni yöntem denemelerinde de önemini muhafaza etmektedir. Öyle ki, mahremiyet olgusunun yeniden gözden geçirildiği, sınırların bulanıklaştığı, değerlerin tekrardan tartışmaya açıldığı sanal mecralarda, etik boyutun çok daha önemli bir yer tutacağını ifade etmek mümkündür. Ancak tüm bunlara rağmen, hali hazırda netnografya çalışmalarının etik ilkeleri noktasında bir konsensüsün olmadığını vurgulamak gerekir. Buna rağmen akademik çalışmalarda göz önünde bulundurulması gereken prensiplerin netnografya çalışmalarında da dikkate alınması yönünde bir eğilimin olduğu kabul edilmektedir. Özellikle, bireyin özel hayatının gizliliği, mahremiyet hakkı, dışlayıcı ve ötekileştirici ifadeler ya da var olan bilgilerin çarpıtılması noktasında mevcut etik ilkelerin dikkate alınması gerekmektedir. Bu yönüyle klasik yöntemlerde dikkat edilen etik kurallara uyma ve yeni tartışmalı sorularda da genel bir konsensüse varana kadar verilerin daha titiz bir şekilde kullanılması gerektiği ortadadır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar, çıkar çatışması bildirmemiştir.

Kaynakça

- Aksoy, L. (2013). How do you measure what you can't define? The current state of loyalty measurement and management", *Journal of Service Management*, 24 (4), 365-381.
- Akturan, U. (2007). Tüketici davranışlarına yönelik araştırmalarda alternatif bir teknik: etnografik araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6 (17): 237-252.
- Baki, Z. S. (2014). *İnternet folkloru/netlore bağlamında sözlü kültürün dönüşümüne netnografik yaklaşımlar: Katılımcı sözlük örnekleri*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Beaven, Z. & Chantal L. (2007). Never let me down again: loyal customer attitudes towards ticket distribution channels for live music events: a netnographic exploration of the us leg of the depeche mode 2005–2006 world tour, *Managing Leisure*, (12), 120–142.

- Beckmann, S. C. & Langer R. (2005b), Netnography: Rich insights from online research, https://stosowana.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/10/670005_beckmann_langer_full_version.pdf
- Belz, F. M. & Baumbach, W. (2010). Netnography as a method of lead user identification, *Creativity and Innovation Management*, 19 (3), 304–313.
- Brown, J., Broderick, A. & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online communities: conceptualizing the online social network, *Journal of Interactive Marketing*, 21 (3), 2-20.
- Buchanan, E. (2006). Introduction: Internet research ethics at a critical juncture, *Journal of Information Ethics*, 15(2): 14-17.
- Burrell, J. (2009). The field site as a network: A strategy for locating ethnographic research, *Field Methods*, 21(2), 181–199.
- Büker, Z. (2014). Etnografi ve çevrimiçi etnograf, *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri içinde*, Mutlu Binark (Der.). Ayrıntı Yayınları, 123-170.
- Castells M. (1996). *The rise of the network society*. Cambridge, MA: Blackwell
- Cebeci, G. & Küçükkancabaşı Esen, S. (2017). Netnografi yöntemi, kullanılarak arabesk ve Türk sanat müziği sanal topluluklarının incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18 (1): 129-142.
- Cengiz, H. & Başaran, S. (2016). Cep telefonu kullanıcılarının tüketici tecrübelerinin değerlendirilmesi: Online tüketici yorumları üzerine netnografik bir inceleme. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8 (1): 73-92.
- Coleman, G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual Review of Anthropology* 39: 487–505.
- Dahan, Y. G. S., & Levi, A. E. (2012). Netnografya: Sosyal mecralarda tüketici araştırmaları üzerine yeni bir metot. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(3), 33-54.
- Denzin, N. & Lincoln, Y. (2013). The discipline and practice of qualitative research, Denzin, N. & Lincoln, Y. (eds.), *Collecting and Interpreting Qualitative Materials* (s. 1-44) Sage: Thousand Oaks, CA.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441.
- ESCOBAR, A. (1994). Welcome to cyberia: Notes on the anthropology of cyberculture", *Current Anthropology*, 35(3), 311-231.
- Eşitti, B. (2018). Bir netnografya bakışı ile helal turizm deneyimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 6 (1), 54-67.
- Fox, N. & Roberts, C. (1999). GPs in cyberspace: the sociology of a virtual community, *The Sociological Review*, 47 (4), 643-71.
- Frankel, M. S. & Siang S. (1999). Ethical and legal aspects of human subjects research on the internet, American association for the advancement of science (AAAS), A Report of a Workshop June 10-11, <http://www.aaas.org/spp/sfrr/projects/intres/report.pdf>,

- Gibbs, J. L.; Nicole B. E., & Rebecca D. H. (2006). Self-Presentation in online personals the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33 (2), 152-77.
- Hakken, D. (1999). *Cyborgs @ Cyberspace?* New York: Routledge.
- Heinonen, K. & Medberg, G. (2018). Netnography as a tool for understanding customers: implications for service research and practice. *Journal of Services Marketing*, (6). 657-679.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*, Sage Publications, London.
- Hine, C. (2005). Virtual methods and the sociology of cyber-social-scientific knowledge. C. Hine (ed.), *Virtual Methods Issues in Social Research on the Internet* içinde (s. 1-16). Berg: New york
- HOGG, M. K.; Carolyn F. C. ve Pauline M. (2004). The (Re-)configuration of production and consumption in empty nest households / families, *Consumption Markets & Culture*, 7 (3), 239-259.
- Jensen Schau, H. & Gilly, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. *Journal of Consumer Research*, (30), 385-404.
- Jones, S.G. (1997). The internet and its social landscape, S.G. Jones (ed.) *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*, içinde. (s.7-35). Thousand Oaks, CA: Sage.
- King, S. A. (1996). Researching internet communities: proposed ethical guidelines for the reporting of results, *Information Society*, 12 (2), 119-127.
- Kozinets, R. V. (1998), On netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture, Joseph Alba ve Wesley Hutchinson (ed), *Advances in Consumer Research* içinde (S. 66- 371). Provo, UT: Association for Consumer Research,
- Kozinets, R. V. (1999). E-tribalised marketing? the strategic implications of virtual communities of consumption. *European Management Journal*, (17), 252-64.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39, (1), 61-72.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. London: sage publications.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*, London: SAGE.
- Kretz, G. (2010). Pixelize me': a semiotic approach of self-digitalization in fashion blogs, *Advances in Consumer Research*, (37), 393-399.
- Kulluk, R. (2024). Sosyal bilimlerin araştırma yaklaşımlarında yeni yönelimi: dijital etnografi deseni. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10 (1), 95-115.
- Langer, R. & Beckman, S. (2005a). Sensitive research topics: Netnography revisited, *Qualitative Market Research: An international journal*, 8(2), 189-203.
- Maclaran, P. & Miriam C. (2002). Researching the social web: Marketing information from virtual communities, *Marketing Intelligence & Planning*, 20 (6), 319-326.
- Mitra A., & Cohen, E. (1999). Analyzing the web: Directions and challenges. S. Jones (Ed.), *Doing internet research* içinde (s.179-202). London: Sage.

- Nakip, M., & Gökmen, A. (2022). Netnografinin muhakemesi ve pazarlama araştırmalarında kullanılması. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 9(3), 2158-2179. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.1097390>.
- Özbaş Anbarlı, Z. (2020). Dijital etnografi: Dijital uzamı anlamak için bir yöntem. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 10(20).
- Özbölük, T., & Dursun, Y. (2015). Pazarlama araştırmalarında paradigmal dönüşüm ve etnografinin dijital evrimi: Netnografi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (46), 227-247.
- Özgen, C. & Argan, M. (2020). Netnografi: Genel özellikleri ve spor bilimleri alanında kullanılabilirliği". *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(10) Yıl Özel Sayısı, 5044-5064.
- Papacharissi, Z. (2002) *The virtual sphere: The internet as a public sphere*, *New Media & Society* 4 (1), 9–36.
- Prior, D. D. & Miller, L. M. (2012). Web ethnography: Towards a typology for quality in research design, *International Journal of Market Research*, 54 (4), 503-520.
- Pritchard, K. (2012). Autopilot? A reflexive review of the piloting process in qualitative ereseach, *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 7(3), 338–353.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*, reading, MA: Addison-Wesley.
- Rokka, J. (2010). Netnographic inquiry and new translocal sites of the social, *International Journal of Consumer Studies*, 34(4), 381-387.
- Rokka, J. & Moisander, J. (2009). Environmental dialogue in online communities: negotiating ecological citizenship among global travellers, *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 199-205.
- Saka, E. (2021). Dijital etnografi literatürüne bir bakış. *Strata*, 8, 71–84.
- Skageby, J. (2007). Semi-public end-user content contributions: A casestudy of concerns and intentions in online photo-sharing, *International Journal of Human-Computer Studies*, 66 (4), 287–300.
- Şafak, D. (2017). "Etnografiden netnografiye sanal ortamda kurşun dökme: "Sen bi kurşun döktür". *Milli Folklor*. 29 (116): 156-168.
- Tiryaki, S. (2023). Sosyal medya araştırmalarında yeni bir bakış açısı: Netnografi. *SDÜ İfade Dergisi*, 5(1), 54-62.
- Tiryaki, S., & Uzun, B. (2024). Fanatic or Ultras: Tribune Culture in Turkey. *Communication & Sport*, 12(5), 888-907.
- Tunçalp, D. & Lê, P. (2014). (Re)Locating boundaries: A systematic review of online ethnography, *Journal of Organizational Ethnography*, 3 (1), 59-79.
- Turkle S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster

Sosyal Bilimlerde Yeni Bir Yöntem Önerisi Olarak Netnografiya: Avantajlar,
Dezavantajlar ve Etik İlkeler

Varnalı, K. (2013). *Dijital kabilelerin izinde, sosyal medyada netnografik araştırmalar*. İstanbul, Türkiye: MediaCat

XUN & Reynolds J. (2010). Applying netnography to market research: The case of the online forum, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 18, (1), 17–31.

Yarar, F. N. (2023). *Dijital etnografi ilkeler, yaklaşımlar, teknikler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.