Geliş Tarihi/Submission Date: 19.09.2024
Kabul Tarihi/Acceptance Date: 01.03. 2025
DOI Number: 10.12981/mahder.1553004
Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 2025, Cilt: 18, Sayı: 49, 82-106.

Araştırma Makalesi
Research Article

FOLKLORUN AKTARILMASI SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: VANLI NİHAT HOCA ÖRNEĞİ

♦

A RESEARCH ON THE ROLE OF SOCIAL MEDIA PHENOMENA IN THE TRANSFER OF FOLKLORE: THE EXAMPLE OF "VANLI NİHAT HOCA"

Ümit OĞUR*

ÖZ: İletişim, elektronik teknolojilerin artmasıyla organik bağlamından uzaklaşarak sanal bir form kazanmıştır. Ortaya çıkan sanal haberleşme, yeni bir iletişim biçimi olmasının yanında halk sanatıyla bağlantılı kültür çıktılarının üretim, aktarım ve dönüşüm mekanizmalarını da dijitalleştirmiştir. Bunun sonucunda beliren dijital uzamlar, söz konusu ortamda güç kazanan fenomenleri (sosyal etkileyiciler) doğurmuştur. Sosyal medya uygulamalarıyla birlikte toplumsal figürlere dönüşen fenomenler ve bu olguyla stilize olan etkileşim bağlamları halkbilim araştırmalarının odaklandığı problem alanlarından biri haline gelmiştir. Çalışmada, iletişim teknolojilerinde yaşanan dijitalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan yeni folklor dinamikleri farklı bir açıdan ele alınmaktadır. Bu kapsamda dijital uzamlarda şekillenen ve kültürü; dönüştürme, yayma ve değiştirme fonksiyonlarıyla dikkat çeken fenomenlik olgusu irdelenmektedir. Bunun yanında çevrimiçi platformlarda "sosyal etkileyiciler" olarak konumlanan fenomenlerin folklor üretim ve yayılım süreçlerindeki rolleri tartışılmaktadır. Bu bağlamda, takipçileri ağırlıklı olarak Van bağlantılı kullanıcılardan oluşan "Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfası analiz edilmiştir. Söz konusu sayfada paylaşılan içerikler ve içeriklere yapılan yorumlar araştırma çerçevesinde incelenmiş; sayfanın sahibi Nihat Işık ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya fenomenliğinin, folklorun aktarılma ve yayılma süreçlerindeki rolü bağlamındaki değerlendirmelerle paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Folklor, Sosyal Medya, Fenomen Kültürü, Dijital Kültür, Kültür Aktarımı.

ABSTRACT: *In the study, new folklore mechanisms that emerged as a result of digitalization in communication technologies are discussed from a different perspective. In this context, the phenomenon shaped in digital spaces; It is examined with the functions of transforming, spreading and changing culture. In addition, the roles of phenomena positioned as "social influencers" on online platforms in the folklore production and dissemination processes are discussed. In this context, the "Vanlı Nihat Hoca" Instagram page, whose followers mainly consist of Van-related users, was analyzed. The content shared and comments made on the page were examined within the framework of the research, and interviews were held with the owner of the page, Nihat Işık. The results achieved; It was shared with evaluations in the context of the role of social media phenomenon in the transfer and dissemination processes of folklore.*

Keywords: *Folklore, Social Media, Phenomenon Culture, Digital Culture, Cultural Transfer*

* Dr.-Bir Kuruma Bağlı Değildir/Van-umitoguredb@gmail.com (Orcid: 0000-0001-8419-804X)

This article was checked by Turnitin.

Giriş

İnternetin gelişmesi, ulaşılabilir olması ve tüm dünyada yayılmasıyla birlikte sosyalleşmenin bağlamı değişmiştir. Web 2.0 altyapısının sağladığı olanaklarla birlikte kişiselleştirilebilir benlik sunum alanları türemiş ve ortaya çıkan etkileşim düzleminde yeni iletişim türleri ve kendini ifade etme biçimleri üretilmiştir. Bu noktada sosyal medya uygulamalarının belirgin etkisi göze çarpmaktadır. Facebook, X (Twitter) ve Instagram gibi platformlar sadece kişisel profil sunumlarında idealize edilmiş kimlik alanları yaratmakla kalmamıştır. Söz konusu sosyal medya uygulamaları aynı zamanda potansiyel etki alanlarıyla toplumsal reaksiyonları tetikleyen, manipüle eden ve geçici popüler kültür akımları üreten bir mekanizmaya dönüşmüştür. Lincoln Dahlberg, "katılımcı iletişim" olarak tanımlanan sosyal medya platformlarının, demokratik bir potansiyel barındırdığını savunmaktadır. Ona göre internet, bilgisayarlar arasındaki genel bir ağ olmanın ötesinde, bağlantı halindeki geniş halk kitlelerinin özerk kamusal alanlarda birikmelerinin önünü açmıştır (Dahlberg, 2015: 2). Böylece kültürü inceleyen sosyal bilim disiplinleri için –son dönemde hacmi giderek artan çalışmalarla- artık yeni sayılmayan önemli bir araştırma sahası ortaya çıkmıştır. Birlikte yaşayan insan topluluklarınca üretilen ve nesilden nesile aktarılan halk sanatı çerçevesindeki performansları ve üretimleri inceleyen folklor disiplini de son yıllarda artan bir ivmeyle bu yeni dijital sahaya odaklanmıştır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, mikro ilgi alanları üretmesinin yanında kültürel katmanların oluşmasını tetikleyecek medya enstrümanları ortaya çıkarmıştır. Bunun sonucunda yerel ve organik kültür örüntülerinin dijital platformlarda törpülenerek tek tipleştirilmesi gibi folklorun doğasına aykırı durumlar da görülmektedir. Burada; ana akım medyayı da içine alacak şekilde elektronik/dijital kitle iletişim araçlarının, endüstriyelleşmeyle bağlantılı erkler eliyle pazarlanabilir ortak bir kültür dayattığı yönündeki eleştiriler de konunun tarihsel ve teorik arka planı açısından göz ardı edilmemelidir (Çobanoğlu, 2000; Adorno ve Horkheimer, 2014: 53-58; Bronner, 2007: 56). Buna karşılık bugün gelinen noktada halkbilimsel yaklaşım, folklorik üretimlerin mekân ve topluluk gibi stabil kalıplardan bağımsız içgüdüsel yaratımlar olduğu görüşünü temele alarak performansa ve sürece odaklanmaktadır (Dundes, 1997: 75; Ben-Amos, 1971: 14-15; Çobanoğlu, 2019: 122-123; Bauman, 1988-1992). Nebi Özdemir'e göre halkbilimci "geçmişle oyalanmayarak" ve iletişim teknolojileriyle eşzamanlı yaklaşımlar üreterek halkbilimini kültür bilimine dönüştürmelidir (2021: 20). Bu doğrultuda görülmektedir ki dijital ortam; internetin sosyalleşme bağlamlarını dönüştürme gücünün ve kullanım yoğunluğunun artması sonucunda sosyal bilim disiplinleri için geçici bir değişken olmanın ötesine geçerek kendi gerçekliğini kabullendiren bir araştırma alanı olmuştur. Bu aşamada yeni bir araştırma olgusu olarak

dijitalleşmenin ve araştırma sahası olarak da sosyal medya uygulamalarıyla karakterize edilen dijital uzamın araştırılması için teorik çerçeveye ve elbette konuyla ilgili spesifik bir literatüre ihtiyaç duyulmuştur. Bu noktada halkbilimin öz teorik kaynaklarının yaptığı açılımdan hareketle erken dönem medya yaklaşımlarıyla Marshall McLuhan (2015, 2020), dijital ortamlardaki görsellerle anlatma eğilimini çözümlemek için Roland Barthes (1990, 1996) ve Jean Baudrillard (2011, 2016) ve ana akım medyanın popülerleşme dinamiklerini açımlayan Pierre Bourdieu (1997), Neil Postman (1990) ve George Ritzer (2011) gibi isimler ön plana çıkmaktadır. Yine folklorun dijital ortamda yayılma davranışlarını kendi ekosistemi içinde anlamlandırmayı kolaylaştıran yaklaşımıyla Richard Dawkins (2006) ve bu teorik çerçevenin yakın dönem temsilcisi Susan Blackmore (1999) özellikle internet *mem*lerinin dijital folklor kapsamında değerlendirilmelerinin önünü açmışlardır. Bunların yanında internet ortamındaki kitle davranışlarını analiz etmeye yarayan netnografi tekniğiyle Robert V. Kozinets (2010) önemli teknikler sunmaktadır. Alvin Toffler'in (1981, 2008) "Üçüncü Dalga" kavramsallaştırmasıyla çıkış noktası sunduğu, Walter J. Ong (2005) ve Jack Goody'nin (1992) sözlü kültürün dönüşümü üzerinden teorize ettiği ve nihayet Tok Thompson'ın "Posthuman Folklore (2019)" adlı çalışmasıyla ana hatlarını çizdiği "Dijital Folklor" alanı şekillenmeye başlamıştır. Trevor J. Blank'ın editörlüğünü üstlendiği "Folklore and The Internet: Vernacular Expression in a Digital World (2009)" isimli derleme eser internet folkloru araştırmaları için geniş bir perspektif ve literatür sunmaktadır. Ülkemizde ise Öcal Oğuz'un (2018) öncü girişimleri, Nebi Özdemir'in (2006, 2021) kültürü eş zamanlı izlediği çalışmaları ve Süleyman Fidan (2016), Erol Gülüm (2017) gibi isimler tarafından gerçekleştirilen kapsamlı araştırmalarla ve editoryal bir çalışma dizisi olarak "Dijital Kültür (1, 2, 3)" serisi (Özdemir, 2019; Balcı, 2020; Durmaz, 2021) gibi yayınlarla irdelenen internet folkloru, özgün bir araştırma alanı olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

Folklor disiplininin; tanımlı bir zamandan, sosyal tabakadan ve daraltılmış, izole bir kültürel çevreden bağımsız olarak değerlendirilmesi belli aşamalardan sonra gerçekleşmiştir. Folklorun akademik konumu, birlikte yaşayan insanların üretip aktardıkları orijinal yaratımların, "herhangi bir toplulukta" görülebileceği varsayımının yaygınlaşmasıyla netleşmiştir. Bu anlamda neredeyse tüm organlarıyla dijitalleşen yeni dünyanın sosyal alanlarında da folklorik üretimler görülmekte ve araştırmacılarca incelenmektedir. Dijitalleşme, bilginin üretilme ve yayılma süreçlerinde görülen kolaylık ve hız temelinde gelişmektedir. Web 2.0 arayüzünün devrim niteliğindeki özellikleriyle, dünyanın herhangi bir yerinden herhangi bir internet kullanıcısı, ürettiği veya alıntıladığı bilgiyi yayabilmekte ve bu bağlamda bir bilgi kaynağı gibi davranabilmektedir. İnternet kullanıcılarının ürettikleri içeriği çevrimiçi uzamda dolaşıma sokabilmeleri, beraberinde demokratik popülerleşme dinamikleri doğurmuştur. İnternette dolaşan bir içeriğin sanal halk tarafından takdir

görmesi, söz konusu içeriğin halkta bulduğu karşılıkla ilgilidir. Bu karşılık; samimiyet, duygudaşlık ve eğlendirme gibi değişkenlerin etkisiyle şekillenmektedir. Böylece üretilen içeriklerden bazıları kısa sürede çok fazla kullanıcıya ulaşabilmekte ve kendine ait büyük bir etki alanı yaratabilmektedir. Bu paylaşımlar aynı zamanda büyük kitleler tarafından benimsenen, taklit edilen ve günlük hayatta üzerine sohbetler edilen kısa süreli popüler kültür akımları da doğurmaktadır. Bu şekilde her an canlı ve devinim içinde seyreden bir kültür sirkülasyonu ortaya çıkmaktadır. Şekillenen bu çevrim içi sanal dünyada sosyal medya fenomenleri ön plana çıkmakta ve geniş kitleleri yönlendirme potansiyeline sahip sosyal etkileyicilere dönüşmektedirler.

Sosyal medya fenomenleri, internet ortamında ürettikleri içerikleri paylaşırken çoğu durumda daha fazla internet kullanıcısına ulaşmayı hedeflemektedirler. Bunun sonucu olarak ortaya konan üretim, beğenisine sunulduğu topluluğun organik değer ölçütlerine uymak durumundadır. Folklor ürünlerine bakıldığında, sözlü kültür döneminden bugünün dijital çağına kadar her dönemde doğrudan insanın doğal tepkileriyle yaşatıldıkları, canlı kaldıkları ve aktarıldıkları savunulabilir. Burada insanın içgüdüleriyle karar verdiği beğenme, özümseme, kültürel değer atfetme ve sonraki nesillere aktarmaya karar verme aşamalarında insan doğasında bulunan reflekslerin kritik öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, David Bidney'in "doğuştan getirilen potansiyeller aracılığıyla geliştirilen eylemsel ve zihinsel süreçlerin, insanın ihtiyaçlarına göre biçimlenmesi" şeklinde tanımladığı "superorganic" kavramıyla da (1967: 129-130) açıklanabilir. Benzer şekilde antropolojik yaklaşım birbirinden farklı sosyal yaşam stillerinin ardındaki "bütünlüğe" odaklanmakta ve otantik olanla otantik olmayanı bu geniş perspektifte değerlendirmektedir (Levi-Strauss, 2014: 27,31). Bu çerçevede internet ortamında folklorun varlığı, alanın teknik özelliklerinin yanında insan doğasıyla ilgili değişkenlerden de beslenmektedir denebilir. Sonuç olarak dijital uzamda internet fenomenlerinin folklor ürünlerini oluşturma, yayma ve dönüştürme gibi potansiyellerinin olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada sosyal medya fenomenlerinin bir kültür nesnesinin aktarılma süreçlerinde üstlendikleri rol, halkbilim disiplini açısından değerlendirilmektedir. Bu kapsamda Van kültürü ve güncel olaylarla ilgili paylaşımlarda bulunan ve an itibariyle 100 binden fazla takipçiye sahip "Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfası (URL-2) örneklem olarak tercih edilmiştir. İlgili Instagram sayfasının kent hafızasına gönderme yapan yakın zamana ait unsurlara ve "Vanlılık kültürü" başlığı altında doğrudan birlikte yaşama pratiklerine odaklanması bu tercihte etkili olmuştur. Söz konusu hesapta yer alan konuyla ilgili paylaşımların bir bölümü analiz edilerek çalışmaya dâhil edilmiştir. Seçilen paylaşımların folklorik bir anlama sahip olmasına, nesiller arası aktarıma konu olmuş davranış ve düşünce biçimleri içermesine ve bağlantılı olduğu halkın ortak kabulüne dayalı değerler taşımasına özen gösterilmiştir. İncelenen içerikler; halkbilimsel yaklaşımlar,

güncel medya teorileri ve henüz şekillenmekte olan dijital kültür literatürü temelinde yorumlanmıştır. Bunun yanında "Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfasının sahibi Nihat Işık ile bir dizi görüşme gerçekleştirilerek ortaya çıkan etki alanının bilinç/eylem düzeyindeki aşamaları incelenmiş; bu şekilde konuya derinlik kazandırmak amaçlanmıştır.

Dijital-Elektronik Ayrımı: Üçüncül Sözlü Kültür Dönemi

İlk insanla birlikte başlayan doğayla mücadele süreçleri, kendi içinde ateş, tekerlek gibi teknolojik çıktılar doğurmuştur. İlk zamanlar daha geniş zaman aralıklarında görülen sosyal hayatı dönüştürme gücüne sahip teknolojik üretimler, günümüze yaklaştıkça daha kısa sürelerde gerçekleşmeye başlamıştır. Tarihsel akışta her icat, bir yandan hayatı kolaylaştırırken diğer taraftan günlük yaşam pratiklerinde kalıcı dönüşümleri tetiklemiştir. Sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan endüstriyelleşme, 18. ve 19. yüzyıllarda yaşanan makineleşme ve bunun sonucu olarak gelişen fordist üretim, Avrupa insanının günlük yaşam alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. 1970'li yıllara gelindiğinde endüstri devrimi, üçüncü evresini olgunlaştırarak bugünün internet altyapılı dijital düzlemini şekillendiren dördüncü aşamasına geçmiştir (Özdemir, 2021: 57-58). Teknolojide yaşanan ilerlemeler ve makineleşme gibi tarihsel öneme sahip gelişmelerde olduğu gibi kültür süreçlerinde de belli aşamalar söz konusudur. Buna ek olarak teknolojik gelişmelerle kültürel dönüşümler arasında da doğrudan bir etkileşim görülmektedir. Literatürde önemli bir paradigma olarak kabul edilen Walter J. Ong'un sözlü kültür-yazılı kültür-ikincil sözlü kültür sınıflandırması bu bağlamda dikkat çekici sebep-sonuç mekanizmaları sunmaktadır. Ong, yazı öncesi dönemdeki iletişim türünü, matbaa gibi teknolojilerle sembolleşmemiş bir kültür uzantısı olarak ayırmakta ve bu evreye "birincil sözlü kültür dönemi" adını vermektedir. Bu dönemin ardılı olan yazılı kültür evresinde beliren ve radyo, televizyon gibi kitle iletişim teknolojilerinin şekillendirdiği ve bu elektronik araçların karakterize ettiği iletişim türlerini barındıran dönem ise Ong tarafından "ikincil sözlü kültür" olarak adlandırılmaktadır (2020: 23-24). Burada birincil ve ikincil sözlü kültür dönemlerinin, alfabe ve sözün aktarılma biçimleri gibi statik değişkenlerden dolayı topluluktan topluluğa farklılıklar gösterdiği, kısmen veya büyük oranda birlikte görüldüğü de belirtilmektedir (Goody, 1992: 13-15; Sanders, 2017: 61-71). Ayrıca okuryazarlık gibi tamamı okuryazar olmayan toplumlarda da uzun süre var olabilen bir zihin teknolojisi bile sözlü ve yazılı kültür süreçlerinin dinamik etkileşimiyle, onu kabullenen toplumların özel koşullarıyla ve belirli bağlamların detaylı analizleriyle değerlendirilebilmektedir (Fox, 2000: 11).

Ong'un kavramsal çerçevesinde yer alan ikincil sözlü kültür dönemi, TV ve radyo gibi ana akım medya unsurlarıyla şekillenen kitle iletişiminin sonucu olarak ortaya çıkan bir dönemdir. Buna karşılık bugünün dijital iletişim araçlarının ve yapay zekâ gibi siber eklentilerin domine ettiği dijital çağın iletişim bağlamı, Ong'un "ikincil" olarak adlandırdığı dönemden ayrılmaktadır. Özellikle mobil iletişimin ve sanal deneyimlerin standart hale

geldiği 2010 sonrası dönem, Ong'un teorisini kavramsallaştırdığı dönemin şartlarıyla belirgin ayrımlar içermektedir. Walter J. Ong, ikincil sözlü kültür şeklinde bir ayrım sunarken kâğıt temelinde gelişen yazıdan değil kablolara dayalı (Özdemir, 2021: 49) elektronik bir iletişim aracından doğan "söz"ün elektronikleşmesine gönderme yapmaktadır. Dijital çağda ise hâlihazırda var olan sözlü kültürün, yazılımlarla kodlanan sanal ve mobil platformlarda yine bu platformların arayüz yeterlilikleriyle yeniden üretilmesi söz konusudur. İnternet kullanıcılarının kullandıkları dil temelde dijital bir dildir ve bu dille gerçekleşen iletişim dijital kültürün sosyalleşme pratikleriyle örtüşmektedir. Bu açıdan bakıldığında ve son tahlilde bugünün dijital kültür ortamını, Ong'un "ikincil sözlü kültür dönemi"nden ayırmak gerekmektedir. Ong'un sınıflandırmasının dışında kalan bu yeni kültür dönemi, elektronik-dijital ayrımından beslenen bir bakışla ikincil dönemin bir devamı olarak düşünülmelidir (Oğur, 2024: 185-192). Bu anlamda ve önceki cümlelerde sunulan tartışmalardan hareketle söz konusu yeni kültür dönemine "dijital" veya "üçüncül" sözlü kültür dönemi şeklinde ardıllar önerilebilir. Elbette bu çalışmada ortaya atılan tartışmanın, detaylı araştırmalarla desteklenmesi, süreçte yapılacak analizlerle derinleştirilmesi ve konuyla ilgili yayınlarla kendi kavramsal çerçevesinin ve literatürünün oluşturulması gerekmektedir.

Folklor ve Dijitalleşme

Sanayi devrimi sonrasında Avrupa'dan başlayarak yayılan kentleşme eğilimi, kırsalda yaşayan toplulukların geleneklerinde deformasyona neden olmuş ve kitle iletişim araçlarıyla şekillenen popüler, tek tip kültür akımları belirmiştir. Bu dönüşüme kadar geçen süreçte kaybolmak üzere olan "eski" geleneklere odaklanan folklor disiplininin geleceğinin, teknolojik ilerlemelerle tehlikeye girebileceği dillendirilmeye başlanmıştır (Ben-Amos, 1971: 14-15; Kirshenblatt-Gimblett 1998: 302; Blank, 2009: 5; Dorson, 1978: 41). Çünkü folklor, büyük oranda sözlü gelenek temelinde gelişmiş ve söz konusu sözlülük teknik süreçlerden uzak, doğal davranışların bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Fakat endüstriyelleşme ve onun bir sonucu olarak modernite, geleneksel folklor anlayışının zeminini kayganlaştırmıştır. Özdemir, folkloru; endüstriyelleşmenin panzehiri olarak görmekte ve modernite karşısında kaybolma tehlikesi taşıyan gelenek unsurlarının altını çizdiğini ve dijital uzamın eş zamanlı etkileşim ortamının "sözlü kültürün özünü oluşturan" süreçler olduklarını ifade etmektedir (2021: 23, 53). Johann Gottfried Herder'in; kültürel sürekliliğin ve ulusal kimliğin temel unsuru olarak gördüğü sözlü gelenek, modernleşme tarafından baskılanmaktadır (Bauman ve Briggs, 2003: 163). Bugüne gelindiğinde ise dijital teknolojilerle gerçekleştirilen günlük sosyalleşme ritüelleri, sanal platformlarda üretilen geçici kültür uzantıları doğurmaktadır. Bu noktada folklor alanyazınındaki bakış açılarına bakıldığında; dijital iletişim platformlarının folklorun aktarılma ve yayılma süreçlerine destek olabileceği görüşünün de varlığı dikkat çekmektedir (Dundes, 1998: 151; Thompson, 2019: 103; Kirshenblatt-Gimblett 1998; Frank, 2011; Howard,

1997, 2008; Blank, 2009). Bu aşamada folklor ve dijital teknolojiler arasında, birinin diğerini belirgin ölçüde sınırladığı veya olumsuz etkilediği şeklinde bir yaklaşım kusurlu olacaktır. Örneğin Russell Frank, internet ortamında video klipler ve çeşitli görsel tekniklerle hikâye anlatma eğiliminin yeni bir folklor akımı başlattığını, buna karşılık geleneksel folkloristler için bu yeni akımın eskisi kadar eğlenceli olmayacağını ve sonuç olarak hiçbir zaman bu folklor mekanizmalarından birinin diğerinin yerini alamayacağını belirtmektedir (2011: 194). Elbette folklorun özünün ne olduğu konusunun (Thoms, 1965: 4-6; Boratav, 1969: 5-6) çeşitli yayınlarda dillendirildiği haliyle bugünün sanal dünyasında doğrudan bir karşılığının olmadığı rahatlıkla söylenebilir. Fakat folklor çalışmaları için önemli dönüm noktaları da bu tür çıkmazlar sayesinde olmuş, çözüm aşamalarında geliştirilen teoriler ve üretilen bakış açıları folklorun kavramsal zeminini derinleştirmiştir.

Folklor ürünlerinin zaman, kişi ve mekân düzeyinde hareket edebilen performanslar bütünü olması, literatürde organiklik momentinde açıklanmaktadır (Ben-Amos, 1997: 75). Bu çerçevede folklor; belirli bir zaman diliminde veya belirli bir gruba özgü performanslar bütünü olmaktan çıkarak doğrudan insana ait, ilhama dayalı yaratımların herhangi bir topluluktaki yansımaları şeklinde güncellenmek durumundadır. Konuya sosyal antropoloji çerçevesinden bakıldığında folklorlaşmaya uygun davranış kalıplarının, belli bir topluluğun tüm üyeleri tarafından kabullenilmesi de yine aynı şekilde insan doğasıyla ilgilidir. Kültür çalışmalarının halk estetiği şubesi olarak değerlendirilebilecek folklor disiplini; aralarında içsel bir ilişki ve tarihsel bir bağıntı bulunmamasına rağmen farklı toplumlarda aynı biçimde benimsenen (Benedict, 1971: 33) kültürel örüntülerin insan doğasındaki yansımalarına odaklanmaktadır.

Dijitalleşme, dünyanın farklı bölgelerinden insanların birbirleriyle kolay ve hızlı bağlantı kurdukları bir iletişim çağının genele yayılan teknik aşamalarını yansıtmaktadır. Dijitalleşme aynı zamanda dijital bir iletişim biçimini tanımlamaktadır ve bunun en somut uzantısı sosyal medya uygulamalarıdır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi yaygın uygulamalar; bir yandan günlük iletişim ritüellerini, halka ait pratikleri ve yaratıcı halk sanatını yeni bir bağlama taşırken diğer yandan folklorun ifade ve aktarım süreçlerindeki dominant güçlerin yeniden tanımlanmasının önünü açmaktadır (Peck, 2020: 24). Bu konuda en bariz örnek WhatsApp[1] uygulamasıdır. WhatsApp, internet altyapılı mobil cihazlardan bağlantı kurmayı kolaylaştıran bir yazılım olmasının yanında dünyanın büyük bölümünde günlük iletişim biçimlerini dönüştüren bir platformdur. WhatsApp ve benzeri yazılımların basit arayüzleri, kolay kullanımları ve

[1] WhatsApp, Yahoo'da uzun süre çalışan Jan Koum ve Brian Acton tarafından kurulan mesajlaşma ve arama hizmeti sunan dijital uygulamadır. WhatsApp, 2014 yılında Facebook CEO'su Mark Zuckerberg tarafından 19 milyar dolar ödenerek satın alınmıştır. An itibariyle 180'den fazla ülkede yaklaşık 2 milyar kullanıcıya sahiptir (URL-1; Winograd ve Hais, 2014: 4).

ücretsiz oluşları, bu uygulamaların yayılmalarında etkili olmuştur. Fakat kullanıcıların uygulamaları sanal marketlerden indirip mobil cihazlarına kurduklarında kişisel bilgilerin istenmesi, kamuoyunda mahremiyet endişeleri doğurmuştur. Bu nedenle söz konusu uygulamalara, Y kuşağından (1982-2003[2]) önceki kuşaklarda hâlâ kontrolcü bir çekingenlikle yaklaşılmaktadır. Bahsi geçen kuşaklar aynı zamanda geleneksel folklor dinamikleriyle büyüyen bireylerden oluşmaktadır ve bugünün dijitalize edilmiş folklorlaşma biçimlerine yabancılaşmaktadırlar. Bu anlamda dijitalleşmenin getirdiği anlık, kolay, etkili, ekonomik ve hızlı iletişim stilleri folklor alt başlığı özelinde kültürel bir ayrışmayı tetikleyebilmektedir.

Sosyal Medya, *Influencer* ve Folklor

Sosyal medya uygulamaları, bireyin günlük hayatı gibi özel alanları, -potansiyel olarak- diğer tüm internet kullanıcılarına açmayı kolaylaştıran yapısıyla yeni bir ünlülük mekanizması doğurmuştur. Bu oluşum, dijital öncesi dönemde karşılaşılan ve televizyon, radyo, gazete gibi ana akım medya unsurlarıyla sosyal hayata dâhil olan geleneksel ünlü profili ile bazı yönlerden ayrılmaktadır. Öncelikle dijital ortamda ünlülük, geleneksel versiyonundan farklı olarak demokratik seçilimlerle şekillenmektedir. Buna karşılık ana akım medya, kimin ünlü olacağına kendisi karar vermekte ve ünlü olmaya layık gördüğü figürleri sınırlı medya alternatifleri olan geniş halk kitlelerine hâlihazırda seçilmiş olarak sunmaktaydı. Bunun dışında ana akım medya ünlülerinin hareket alanları belli oranda daha önceden belirlenmiştir. Fakat dijital ortamda, yaratıcı içerik başlığı altında sınırsız üretim ve performans ihtimali mevcuttur ve bu şekilde çok sayıda mikro ünlü türemektedir. Geleneksel ünlü ile dijital uzamın ünlüsü arasındaki diğer belirgin fark ise söz konusu "mikro ünlüler"in yarattıkları ulaşılabilir yakınlık ve kullanılabilir özgünlük noktasında gözlenmektedir (Raun, 2018: 100). Dijital çağa gelindiğinde geleneksel medya ortamında yer alan bireyin pasif alıcı konumundan uzaklaşarak üretim sürecine dâhil olduğu ve bir yandan da tüketmeye devam ettiği gözlenmektedir. Alvin Toffler'in "üçüncü'dalga sosyosferi (2008: 264)" olarak öngördüğü toplumsal yapı bugün kendisini göstermeye başlamış; ekonomik sistem içinde tüketiciler, üretim araçlarının da sahibi olarak (2008: 260) "üretketici"ye[3] (Evren ve Kanlı, 2022: 127) dönüşmüştür.

Dijitalleşme sürecinde en belirgin katkıya sahip teknoloji, internet bağlantılı taşınabilir cihazlardır. Akıllı cep telefonları başta olmak üzere tabletler ve giyilebilir teknolojiler günlük hayatın büyük bölümünde yer almakta ve iletişimin aslî unsurları olarak konumlanmaktadırlar. Mobil

---

[2] Parantez içinde verilen tarih aralığı, alıntılandığı kaynak (Winograd ve Hais, 2014: 1) dışında farklı tarihlerle de gösterilebilmektedir.

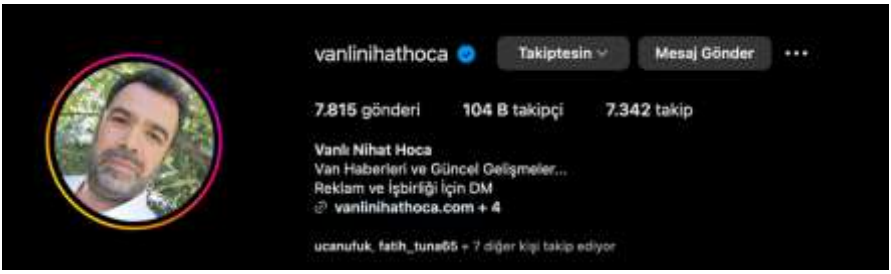
[3] "Üretketici" kavramı, atıf yapılan kaynakta Alvin Toffler'in "üreticiyi tüketiciden ayıran çizginin giderek bulanıklaşması" yaklaşımından hareketle üretilmiştir (Toffler'den aktaran Evren ve Kanlı, 2022: 127). Önerilen kavram; dijital iletişim araçlarının dünya genelinde yaygınlaşması ve bu araçları kullananların internet ortamında hem bilgiyi üreten hem de diğer kullanıcılar tarafından üretilen bilgiyi tüketenler olmalarına gönderme yapmaktadır.

sosyalleşme teknolojilerinin öncülü olan sabit telefonlara bakıldığında durum farklılaşmaktadır. Geleneksel iletişim araçlarından sabit telefonlar, cep telefonlarının aksine merkezileşmiş, resmî ve bireyüstü kurumsallaşmayı desteklemektedir (Geser, 2005: 31). İnternet bağlantılı taşınabilir cihazlar, mahrem alanların paylaşılmasının önünü açarak bireyselliğin yüceltildiği popüler profilleri ön plana çıkarmaktadır. Nihayet Web 2.0 teknolojisinin katılımcı etkileşimin önünü açması ve bu altyapıyı kullanan sosyal medya yazılımlarının iletişimi hızlı ve çok yönlü hale getirmesinin sonucu olarak sosyalleşme biçimlerinde dijital bir devrim yaşanmaktadır. Dijital öncesi dönemlerde yaşayan toplulukların günlük yaşam pratiklerinden sözlü edebiyat yaratımlarına kadar neredeyse her performans artık bu yeni sanal uzamda sergilenmektedir. Çevrimiçi alanlarda internet kullanıcıları açtıkları kişisel sayfalarında çeşitli türlerde içerikler üreterek yüksek etkileşim oranlarına ulaşmak için yaratıcı performanslar sunmaktadırlar. Yapılan paylaşımların belirli bir kısmı diğerlerinin önüne geçerek daha fazla kullanıcıya ulaşmakta ve söz konusu paylaşımların sahipleri olan internet kullanıcıları kayda değer bir kitleye ulaşabilen fenomenlere dönüşmektedirler. Söz konusu fenomenler internet ortamında "influencer"[4] olarak adlandırılmakta ve sosyal etki kapasiteleri; öncü, ideal ve yönlendirici olmalarına gönderme yapmak için kullanılmaktadır. Influencer'lar, ön plana çıkan özelliklerinden hareketle "sosyal medya etkileyicileri" ya da "dijital fikir liderleri" gibi ifadelerle de tanımlanmaktadırlar (Araç, 2023: 327). Dijital sosyalleşme ortamlarının yaygınlaşmasıyla günlük hayata eklemlenen sosyal medya fenomenleri, aynı zamanda yeni bir kanaat önderi tipini doğurmuşlardır. Danielle Harlan tarafından "Yeni Alfa" olarak tanımlanan söz konusu sosyal etkileyiciler, geleneksel algıların dışında; doğuştan getirdiği potansiyeli keşfedip bununla ilham veren, kendisinin en iyi versiyonunu bulmaya çabalayan ve hayattan zevk alarak motivasyon alanını genişleten önder stereotipini temsil etmektedirler (2017: xvi-xvii). Alışılmışın dışında karizmatik özellikleriyle sosyal alanlarda ön plana çıkan fenomenlerin ulaştıkları bu güç, aynı zamanda manipülasyon dâhil çok sayıda kontrolsüz potansiyeli de beraberinde getirmektedir. Çünkü sosyal medya fenomenlerinin, her zaman istendik bir etkilerinin olduğunu söylemek zordur (Lisichkova ve Othman, 2017: 41). Ek olarak dijital bir dünyaya doğan Z ve Alfa kuşakları[5] için

[4] Influencer'lar dijital ortamda standardın üstünde bir kitle tarafından takip edilen ve bu nedenle "nüfuzlu (Bor ve Erten'den akt. Demirbilek, 2021: 59)" olarak da adlandırılan toplumsal etkiye sahip internet kullanıcılarıdır. Influencer, içeriklerini paylaştığı sosyal medya platformundan onu takip eden kullanıcılar için ideal bir yaşam stili sunmaktadır. Bunun içine dünya görüşü, etik değerler ve kişisel gelişim özellikleri dâhildir. Influencer'lar aynı zamanda bireysel söylemin kamusal alandaki etkisi üzerinden değerlendirilmektedirler (Habermas, 2008: 11-12; Burghardt, 2020: 17).

[5] Z ve Alfa kuşakları; son yıllarda, özellikle pazarlama alanında, tüketici reflekslerini tanımlamak ve kategorize etmek amacıyla ortaya atılan teorik yaklaşım dâhilinde birbirini takip eden nesillere verilen adlardır. Kuşak teorileri; belli "sosyal an"lara maruz kalan

ünlülük[6] kavramı ve benliğin sunumu gibi kişisel alanların, aileden edinilen geleneksel etik anlayışla ne ölçüde uyuştuğu da şu an için karmaşıktır. Dijital araçlarla oluşan siber uzam içinde diğer internet kullanıcılarıyla etkileşime giren genç bireylerin mahremiyet gibi kişisel alanlardaki etik hatların incelendiği çalışmada (James vd., 2009); bireyin çevresiyle kurduğu çevrimiçi etkileşimin ego, güvenilirlik ve aidiyet temelinde şekillendiği ifade edilmektedir (20). Söz konusu etkileşim sonucunda sınırlı sayıda kullanıcının çeşitli faktörler doğrultusunda popülerleştiği ve 'fenomenlik' başlığı altında yönlendirme potansiyeli kazandıkları görülmektedir. Fakat bunun yanında sosyal medya fenomenlerinin, ellerinde bulunan etkileşim potansiyelini bir kültür nesnesini yayma, hatırlatma ve canlı tutma gibi imkânları da mevcuttur. Bu çalışmada da Van ilinin kültürel hafızasını canlı tutma, devam eden geleneksel uygulamaları gösterme ve güncel toplumsal refleksleri haber verme gibi içeriklerle dikkat çeken sosyal medya hesabı "Vanlı Nihat Hoca" (Görsel 1) incelenmiştir. Bu çerçevede sosyal medya fenomeninin; folklorun aktarılması ve yayılması süreçlerindeki rolü tartışılmıştır.



Görsel 1. Vanlı Nihat Hoca Instagram sayfasının profil kısmından bir görüntü (URL-2).

"Vanlı Nihat Hoca" Instagram Sayfası

Erişim tarihi itibariyle 100 binden fazla takipçiye sahip Instagram sayfasında "Van Haberleri ve Güncel Gelişmeler" şeklinde bir açıklama yer almaktadır (Görsel 1). Bu açıklamanın hemen altında reklam ve işbirliğine dair bir ifade yer almaktadır. İncelenen Instagram sayfasına bakıldığında yapılan paylaşımların Van ile ilgili fotoğraflar, güncel haberler, çeşitli ilanlar ve Van'da yapılması planlanan bazı etkinliklerin duyurularından oluştuğu görülmektedir. Ek olarak paylaşımların ortalama bin civarında beğeni aldığı ve bazı durumlarda yine binin üzerinde kullanıcı tarafından yorumlandığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle "Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfasının lokal sosyal medya hesabı standartlarında kayda değer bir etkileşim alanına

nesillerin yaklaşık 20 yıllık periyotlarla birbirlerinden ayrılması temeline dayanmaktadır (McCrindle, 2014; Strauss ve Howe, 1992).

[6] İfadede geçen "ünlülük" kavramı 1980 sonrasında belirginleşen "celebrity" kültüne vurgu yapmaktadır. Kavram "sıradan insan" ile "ünlü" arasına tanımlanmış, bürokratik bir sınır koymaktadır. Çalışmada sözü edilen ünlülük; özel, olağanüstü ve eşsiz olmanın idealleştirildiği bir statünün toplumun geri kalanı tarafından kabullenilmesi (Rojek, 2001: 149) bağlamında kullanılmaktadır.

sahip olduğu söylenebilir. Sayfanın sahibi ve aynı zamanda içerik üreticisi olan Nihat Işık[7] ile bir dizi görüşme gerçekleştirilmiştir.

> **Soru:** Sizi sosyal medya kullanımına yönlendiren genel motivasyonunuz nedir?
>
> **Nihat Işık:** *"Beni motive eden her şeyden önce kişisel bir tatmindir. Desem ki 'önceliğim memlekettir' bu eksik olur. Memleketimi düşünürüm de önceliğim kişisel bir tatmindir. Neticede bu işi bir hobi olarak yapıyorum. İnsanların beğenileri, yorumları ve yorumlarda benim eski nesille yeni nesli unutulmuş bir gelenek üzerinden birleştirdiğimin görülmesi beni tatmin ediyor. Öncelikli amacım iyi vakit geçirmek ve manevi anlamda bir tatmin yaşamak... Asıl amaçlarımdan biri de elbette Van'ı tanıtmak. İlk başlarda doğrudan popüler olayım gibi bir amacım yoktu. Öğrencilik döneminde şehir dışında kaldığım için bir memleket hasreti de burada etkili oldu. Bunun yanında insanların Van'a bakış açılarının ve başka bir şehirde yaşayan birinin Van algısının farklılaşması gerektiğini düşünerek de Van'ı tanıtmaya çalıştım "*

Sosyal medya, kullanıcılarına sağladığı bilgi merkezi gibi hareket edebilme özgürlüğü sonucunda, belli gruplar içinde hızlı ve etkin biçimde yüceltilen profillerin doğmasına zemin hazırlamıştır. Bunun diğer bir sonucu olarak internet ortamında demokratik seçimler sonucunda beliren şöhret (celebrity) olgusu dikkat çekmektedir. Işık'ın açıklamalarında da göze çarpan bu olgu, öncelikli olarak kişisel tatmin arzusunu da barındıran beğenilme ve takdir görme gibi doğal içgüdülerle açıklanabilir. Chris Rojek "*Celebrity*" adlı eserinde şöhret kültürünü "*sosyal formların heyecanlı, üretken ve dönüştürücü karakterlerinin, kültürel bilincin özü olarak kabul gördüğü kamusal alandaki önemli değişimin sonucu"* olarak tanımlamaktadır (2001: 198). Bu çerçevede toplum hayatında kültürel bir tözün yansıması olarak değer gören kişilerin diğerlerinden üretme ve dönüştürme gibi özelliklerle ayrıştıkları sonucuna ulaşılabilir. "Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfası kapsamında Nihat Işık'ın popülerleşmesi; mevcut kültüre karşı geleneği yeniden üreterek öncelemesi ve kültürel dönüşüm vizyoneri gibi davranmasıyla bağlantılı görülmektedir. Halkbilim çerçevesinden bakıldığında, ortak kabule dayalı değerler etrafında toplanan topluluklar için bir aradalık bilincini geliştiren her türlü temsil anlamlıdır. Bu anlamda sosyal medya; temsilcinin, kutsallaştırılan ayırt edici özellikleri tespit ederek söz konusu grubu bu şekilde olumlaması için ideal şartları sağlamaktadır. Geleneksel folklor anlayışıyla ele alındığında sözü edilen dijitalleşmiş halk davranışları, kültürel etkileşimin merkezine insanı değil insan gibi davranan nesneleri bıraktığı için geleneksel anlayışla algılanması güç bir bağlam yaratmaktadır. Buna karşılık teknolojiye dayalı iletişimin kültüre etkisinin

---

[7] İlk ve orta öğrenimini Van'da tamamlayan Işık (d. 1972, Van), İstanbul Üniversitesi'nde Sosyal Bilimler ve oradan geçiş yaptığı Hacette Üniversitesi'nde Sosyal Hizmetler alanında lisans eğitimi almıştır. 2013 yılında sosyal medya için içerik üretmeye başlayan Nihat Işık, kısa sürede çok sayıda takipçiye ulaşarak dijital ortamda etkili bir figüre dönüşmüştür. Işık, şu anda Van Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğünde sosyal hizmet uzmanı olarak çalışmaktadır.

yoğunlaşması, içinde insan olmayan kültür denkleminin de artık tartışılabileceğini dayatmaktadır (Özdemir, 2021: 162-163).

Soru: Paylaşımlarınızda nelere dikkat ediyorsunuz? Ürettiğiniz içerikleri hedef kitleye uygunluk yönünden revize ettiğiniz oluyor mu?

Nihat Işık: *"Yaptığım şeyi bir aktarım olarak görüyorum. Bunu yaparken kendi istediğim aktarımı yapıyorum. Kültürümüzde olan bir olguyu, bunu insanlar istediği için değil Van kültüründe olduğu için paylaşıyorum. Bu anlamda kendim için belirlediğim bir misyon var. Bu da Van'ın kültüründe ve geleneklerinde olan içerikler anlamına geliyor. Bu anlamda güncel olandan ziyade daha fazla unutulmaya yüz tutmuş gelenekleri aktarmayı tercih ediyorum. Fakat bu aktarımları yaparken sosyal medyanın dinamiklerini de gözetiyorum. Örnek olarak paylaşımda yüksek çözünürlüklü bir fotoğraf veya video kullanımı gibi aşamalarda dijital ortamın beklentilerini dikkate alıyorum. Burada sosyal medyanın dilini kullanmak önemli… Bu da durumu en kısa metinlerle anlatarak ve en vurucu kelimeleri seçerek mümkün oluyor."*

Dijital uzam, çevrimiçi bağlantı temelinde gelişen ortak kullanım alanları yaratmaktadır. İnternet kullanıcılarının sanal iletişim stilleriyle sosyalleştikleri dijital ortamlarda, süreçte geliştirilen çeşitli iletişim pratikleri göze çarpmaktadır. *Followlamak* (takip etmek) ve *likelamak* (beğenmek) gibi sosyal medya platformlarının arayüz özelliklerinden üretilen ve günlük konuşma diline eklenen birtakım ifadeler söz konusu duruma örnek olarak gösterilebilir. Burada, çevrimiçi ortamlarda şekillenen bir dilden söz edilebilir. Bu dil internet kullanıcılarından oluşan genel ağ sakinleri için ortak anlamlar barındıran ve üzerinde uzlaşılmış yeni bir iletişim tipini yansıtmaktadır. Sosyal medya fenomenlerinin de bu dile hâkim olmaları, ürettikleri içeriklerin, takipçilerinde duygudaşlık doğurabilecek bir biçimde sunulmasını sağlayabilmektedir. Yukarıda bir kesiti verilen görüşmede Işık'ın da ifade ettiği üzere (*"Örnek olarak paylaşımda yüksek çözünürlüklü bir fotoğraf veya video kullanımı gibi aşamalarda dijital ortamın beklentilerini dikkate alıyorum."*) sosyal medya dili şeklinde ifade edilen iletişim tipinin içine görseller, hareketli videolar ve çeşitli efektlerle zenginleştirilmiş grafik unsurlar da girmektedir.

Soru: Size göre Van kültürünün ayırıcı özellikleri nelerdir, kısaca anlatır mısınız?

Nihat Işık: *"Her şeyden önce Van'ın coğrafyasını, tarihini ve ev sahipliği yaptığı medeniyetlerin çeşitliliğini bir farklılık olarak görüyorum. Van'ın dili, yemeği, el sanatları, folkloru, müziği gibi farklı ve kaybolmaya yüz tutmuş farklılıkları ön plana çıkarmak istiyorum. Bu noktada tekdüzeliğe doğru giden yaşam biçimleri var. Ben Van 'ı diğer şehirlerden ayıran kültürel yapıya dikkat çekmek istiyorum."*

"Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfasına bakıldığında Van'a özgü yöresel yemeklerin paylaşıldığı ve bu içeriklerin yüksek etkileşim oranlarına sahip oldukları görülmektedir (Görsel 2). Van mutfağı başlığı altında değerlendirilebilecek "otlu peynir", "keledoş" ve "helise" gibi yöre gastronomisinden yemeklerin dijital ortamda ilgi görmesi, ilgili yemeklerin bölgede hâlâ tüketildiklerini göstermektedir. Bunun yanında söz konusu

yemeklerin Van kültürü çerçevesinde, belli bir kültüre aidiyet geliştiren paydaşlarca özel anlamlar içerdiği söylenebilir. İncelenen Instagram sayfasında paylaşılan yemek fotoğrafları ve toplum nezdinde benzer anlamları olan kültür nesneleri, sayfa sahibi tarafından unutulmasından endişe edilen folklor çıktıları olarak değerlendirilmektedir. Sayfa sahibi bir yandan şehrin kültürel değerlerini ön planda tutarak folklor birikimini bir döngüye dâhil etmek isterken diğer taraftan söz konusu folklorik değerler üzerinden özgün bir kent kültürü oluşturmayı amaçlamaktadır. Nebi Özdemir, kültürel bellek momentinde değerlendirdiği ve "etkileşimler ürünü ve bütünü" olarak ele aldığı kent kültürünün, ancak sözlü kültürün bireye değil topluluğa dönüştürme yeteneğiyle ortak bir mirasa dönüşebileceğini ifade etmektedir (2021: 881-886). Dijital bağlam, sosyalleşme pratiklerinin günlük konuşma diliyle yapılandırıldığı dijital bir dil sunmaktadır. Kullanılan dil, sosyal medya uygulamaları gibi yazılımların tanımladığı, dayattığı ve sunduğu teknik ifade biçimlerinin de etkisiyle dijitalleşmektedir. Özdemir'in altını çizdiği sözlülük ve ortak miras gibi kavramlarla bağlantılı olacak şekilde dijital ortamlarda kullanılan dil teknik nedenlerle ortaya çıkan bir sözlü kültür nesnesine dönüşmüş, kullanıcıların çeşitli psikolojik aidiyet süreçleriyle de ortak kabule dayalı dijital topluluklar üretmiştir. Bu noktada internet kullanıcılarının öz-tasarım süreçleriyle oluşturdukları profiller; yaş, ırk, sosyal statü gibi farklılıkları minimize ederek dijital bir halkın oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Görsel 2. Vanlı Nihat Hoca Instagram Sayfasından Bir Paylaşım (URL-3).

Soru: Z ve Alfa kuşakları, takipçilerinizin yüzde kaçlık bir kısmını oluşturuyor ve bu kitle daha önce görmediği bir halk geleneğiyle karşılaştığında nasıl tepkiler veriyor?

Nihat Işık: *"Takipçilerimin büyük bölümü 20-30 yaş aralığındaki kullanıcılardan oluşuyor. İkinci grup 20 yaşın altında, üçüncü grup ise 30 yaş ve üzeri takipçilerden oluşmakta. Paylaştığım eski Van geleneklerini hiç görmeyen kullanıcılar var. Aslında amacım biraz da bu. Kentinin kültürünü hiç tanımayan, bilmeyen bir kuşak var ve bence bu kuşak kültürüyle barışık değil.*

Bu nedenle de yaşadığı şehri sevmiyor ve şehrini koruma anlamında özenli davranmıyor. Benim amacım bu gençlere şehrini, kültürünü sevdirmek ve bu şekilde şehrine sahip çıkmasını sağlamak. Ben şehrimi seviyorum ve gittiğim başka şehirlerdeki kenti sahiplenme duygusunun Van'da da oluşmasını istiyorum. Bunun dışında Van, civar illerden çok göç alan bir şehir. Bu da durumu biraz daha zorlaştırıyor. Çünkü dışarıdan gelen insanlar kentin kültürel zenginliğini ya bilmiyor ya da özümseyemiyor. Bu nedenle de şehrin kültürünü sahiplenmiyor. Geniş çerçevede benim istediğim farklı kültürel ortamlardan Van'a yerleşen insanları ortak bir Van kültürü, kent kültürü etrafında buluşturmak. Ben memleketimi çok seviyorum, çocuklarımı bu şehirde büyütüyorum ve Allah nasip ederse bu şehirde öleceğim. Bu nedenle bu şehrin güzelliklerini, geleneksel ve tarihsel yapısını doğru bir şekilde insanlara anlatmak istiyorum.

Sosyal medya insanların kendilerini ifade edebilmeleri ve büyük kitlelere ulaşabilme açısından çok ekonomik ve kolay bir yol sunuyor. Ben de bu mecrada kazandığım gücü çok sevdiğim Van kültürünü ortak değerler tespit ederek yaşatmaya çalışıyorum."

Vanlı Nihat Hoca Instagram sayfasında, Van'ın 40-50 yıl öncesi gibi yakın tarihlere dayanan kültür nesneleri paylaşılmaktadır. İnternet kullanıcıları tarafından alımlanan bu içeriklerin toplumsal ve kültürel anlamı olan "bellek" olgusunu ortaya çıkardığı görülmektedir. Burada kültürel belleğin bireysel alanının dışında, bir topluma aidiyet mekanizmasıyla birlikte geliştirilen ortak değer bilincini yansıttığı söylenebilir. Dijitalleşmenin etkileşim bağlamlarını sanallaştırmasının bir sonucu olarak kültürel belleğin de dijitalleşerek; üretim, icra ve aktarım süreçlerinin dönüştürdüğü, dijital geleneğe uyumlu yeni bir döngüye dâhil olduğu görülmektedir (Özdemir, 2021: 171). Işık, "tarihsel arka planı olan bir kültürel birikimin Van'da yaşayan insanlar tarafından da sahiplenilmesi arzusuyla paylaşımlar yaptığını" ifade etmektedir. İncelenen paylaşımlarda Işık'ın, ulaştığı etki alanı ve fenomen kimliğiyle şehirde yaşayan farklı yaş gruplarından ve farklı sosyal çevrelerden insanları ortak bir kent kültürü çekirdeği etrafında birleştirme çabası da gözlenmektedir. Maurice Halbwach, bireyin tek başına kültürel bir oluşumu inşa edip saklamasının mümkün olmadığını, -örneğin- bir çocuğun düşünmeye başladığı ilk andan itibaren içinde yaşadığı toplumun "ortak düşünce dizisi"ne uyum sağlamak durumunda olduğunu belirtmektedir (1980: 60). Halbwach tarafından geliştirilen bu kolektif bağlam; bireyin, ait olduğu toplumun kültür nesnelerini anlamlı bulmasının, sahiplenmesinin ve bu şekilde sosyal bilinç kapsamında bir tatmin yaşamasının önünü açmaktadır. İlgili Instagram sayfasında paylaşılan "eski" geleneklerin dijital kültür ortamında karşılık bulması (uzamın jargonuyla etkileşim alması) az önceki cümlelerde ifade edilen psiko-sosyal süreçlerle ilgili olabilir. Dijital kültür ortamı, bireyi merkeze alma eğilimleri yaratmaktadır. Buna karşılık sosyal medya platformlarında paylaşılan folklor uzantılarının bireysel bellekle değil, bireyin toplumsal iletişim süreçlerine katılması sonucunda şekillendiği izlenmektedir (Assmann, 2015: 45). Ek olarak kültür dönemlerinin,

öncekinin yeni bir düzlemde sonrakine uyarlanması süreçleriyle güncellendiği (Özdemir, 2021: 378) tespitinden hareketle dijital ortamın söz konusu uyarlanma bağlamı olarak konumlandığı söylenebilir.

> **Soru**: Takipçi sayınızla paralel olarak kazandığınız geniş kitlelere ulaşma gücünüzü, unutulmuş halk pratiklerini ve uygulamalarını tanıtmak için kullanıyorsunuz. Burada bugünün kültürel yapısının dejenere olmasına karşı geliştirilen bir itiraz bilincinden mi besleniyorsunuz?
>
> **Nihat Işık:** *"Ben bunu bir itiraz olarak görmüyorum. Çünkü bugün insanları hazır giyimden terzilere veya hazır yeme alışkanlıklarından tamamı kendi üretimi olan yiyeceklere döndürmek mümkün değil. Ulaştığım iletişim potansiyelini daha çok, modern hayatın sıkıcı temposundan bunalan insanların unutulmuş ve artık ilginç gelen geleneklerle biraz nefes almalarını sağlamak için kullanmak istiyorum. Elbette bugün kaloriferli, doğal gazlı evlerde yaşamaya alışan biri için sobalı bir evin zahmeti yadırganamaz. Fakat sobalı ev örneğinden hareketle o kültürün de bugün bir yerlerde yaşatıldığını insanlara göstermek benim için önemli."*

Genel anlamda kültür ve dar çerçevede folklora bakıldığında zaman değişkeninin toplulukların alışkanlıklarında önemli yere sahip olduğu görülmektedir. Bu durum; içinde bulunulan zamana halk kültürü bağlamında ortak değerler atfederek ona tanımlanmış bir "ruh" eklenmesi sonucunda ortaya çıkan ortak kabule dayalı tarihsel evrelerde kendisini göstermektedir. Söz konusu evreler sanat, mimarî, edebiyat ve düşünsel eğilimleri bile etkileyebilen manyetik bir alanı andırmaktadır (Görsel 3). Bu dinamik, literatürde "zeitgeist[8]" olarak bilinen ve Türkçe'ye "zamanın ruhu" olarak çevrilen kavramla da yakından ilişkilidir. Folklor, bu noktada tarihsel bir evreyle bağlantılı olan ve zamanın ruhuna atfedilen belli geleneklere odaklanmaktadır. Folklor araştırmacısı için zaman; toplu halde insanın belli bir tarihsel aralıkta kabullenilen kültürel eğilimlere nasıl kolayca uyum sağlandığını (Halbwach, 1980: 89) açıklama potansiyeli açısından önemlidir. Işık'ın açıklamasına bakıldığında ise zamanın ruhunun kabullenildiği görülmekte fakat bunun yanında geçmişe karşı romantik bir yaklaşımın izleri de fark edilmektedir.

[8] Kavramın ilk kez Johann Gottfried Herder tarafından kullanıldığı düşünülmektedir (Frederick William Dame'den akt. Kızılkaya, 2018: 111-112). Pierre Bourdieu *zeitgeist* kavramını; ideolojik bir ortaklık olarak görmektedir. Bourdieu'ya göre *zeitgeist*, çok çeşitli fenomenlerin, düşüncelerin, günlük aksiyonların ortak zihinsel şemalarla şekillenmesinde pay sahibidir. O, bu durumu "temel kutuplaşma kümeleri" şeklinde ifade etmektedir (Bourdieu, 1991: 21).

Görsel 3. "Vanlı Nihat Hoca" Instagram Sayfasından Bir Paylaşım (URL-4).

Soru: Paylaşımlarınızda geçmişe özlem ve bu yönde bir romantizm fark ediliyor. Tarihsel arka planıyla idealize edilmiş bir Vanlı kültü mü oluşturmaya çalışıyorsunuz?

Nihat Işık: *"İnsanlar, yaşanan teknolojik süreçlerden sonra modernleşmeye başladılar. Bana göre insanlar bu nedenden dolayı mutlu değiller. Bir örnek olarak dijital ortamlarda üretilen bir müzik ile Van'ın eski düğünlerinde, "çevirmeli" dedikleri sadece sesle üretilen içinde teknolojinin olmadığı müzik arasında fark var. İnsanlar bugün artık birçok aktiviteden keyif almıyorlar. Bana göre insanların zevk alabilecekleri çok sayıda etkinlik Van'ın eski kültüründe mevcut. Bu durum yemek konusunda da böyledir. Teknolojinin nimetlerinden faydalanılsa da bir süre sonra standartlaşan hayat, eski geleneklerle yeniden canlı hale getirilebilir diye düşünüyorum."*

Sayfada yer alan paylaşımların büyük bölümü Van ile doğrudan bağlantılı olan internet kullanıcılarına hitap etmektedir. Sayfanın sahibi, bu doğrultuda gönderilerin büyük bölümünde "Van" ifadesini bir şekilde kullanarak hedeflediği kitlenin dikkat seviyelerini yüksek tutmaya çalışmaktadır. Bunun yanında paylaşılan gönderilerin Van'da belli bir süre bulunan ve şehirle romantik bağları bulunan kullanıcıları, popülize edilmiş bir kent milliyetçiliği etrafında bir araya getirdiği söylenebilir. Bu şekilde kendi dinamiklerini yaratan ve çeşitli topluluklara özgü davranışlar ve kültürel çıktılar aracılığıyla aidiyet geliştirilen bir halk kültürü şekillenmektedir. Sosyal medya fenomeni, doğru içerikleri ve dikkat çekici etiketleri kullanarak ulaştığı takipçi sayısıyla elde ettiği güç ile; Vanlılık fenomeni etrafında toplanan idealize edilmiş bir Vanlı kültü hayal etmektedir. Bu noktada fenomenin (N. Işık), Vanlılık olgusunu yüceltirken diğer grupları devalüe etmekten özellikle kaçındığı görülmektedir. İncelenen Instagram sayfasında; internet ortamındaki gruplaşmalarda görülen gömülü aidiyet ve marjinalleştirmeden farklı olarak dışlanma dinamiklerini sorgulayan (Bock, 2020: 64) ve etnik kökeni devre dışı bırakarak kent folkloru inşa etmeyi amaçlayan bir yaklaşım sezilmektedir.

Dijital ortamda etkileşim halinde olan internet kullanıcıları, özellikle duyguları tarafından yönlendirildiklerinde folklorik iletişimin güçlendiği,

toplumsal kimlik çerçevesinde halk anlatılarının ortaya çıktığı ve mitler, efsaneler ve halk inançları gibi sözlü kültür ürünlerinin tanıtıldığı bağlamlar gelişebilmektedir (Laineste, 2020: 220). Bu açıdan bakıldığında siber uzamda folklorun hem yeniden üretilebildiği hem de nesilden nesile transfer edilebildiği görülmektedir. Bu noktada dijital ortamın kendine özgü ifade biçimlerinin de bu üretim ve aktarım aşamalarında belirleyici bir rol üstlendikleri görülmektedir. Söz konusu ifade biçimlerinin başında görselleştirme gelmektedir ve bu teknik, dijital çağda tüm iletişim ve üretim süreçlerinde ön plandadır. Görselleştirme tekniği, diğer dijital iletişim teknikleriyle birlikte sosyal medya fenomenleri tarafından dikkat çekmek için sıkça kullanılmaktadır. Nitekim incelenen Instagram sayfasında da fenomenin mizahî içerik, güncel bir haber veya viral olmuş bir internet *mem*ini grafik eklentiler kullanarak oluşturduğu ve bu sayede dijital halkın kültürüne uygun şekilde görselleştirdiği (Bock, 2020: 64) görülmektedir.

"Vanlı Nihat Hoca" Instagram sayfasında farklı içeriklerde paylaşımlar yapılmaktadır. Sayfada yer alan gönderilerin büyük bölümünü ulusal ve yerel olmak üzere güncel haberler oluştururken etkileşim gönderileri, Van gelenek ve görenekleri, Van yemekleri, Van'ın tarihi yerleri ve doğal güzellikleri, çoğunluğu mizah unsurları içeren viral videolar gibi içerikler de görülmektedir. Bu araştırmada, çalışmanın konusuyla bağlantılı olarak Van'da unutulmuş veya sınırlı bir kesim tarafından uygulanan geleneksel ritüeller, bir önceki cümlede sözü edilen diğer içerik türleriyle birlikte ele alınarak kıyaslamaya tâbi tutulmuşlardır. Burada amaç, dijital uzamda internet kullanıcılarının zamanın ruhuna uygun davranışlarının bir sonucu olarak geliştirdikleri sanal-popüler kültürleşme süreçlerinin yanında folklorik değerlerle yakınlıklarının tespit edilebilmesidir. Yapılan paylaşımlara internet kullanıcılarının (takipçilerin) gösterdikleri ilgi değişkendir. Aşağıda yer alan tabloda (Tablo 1) Vanlı Nihat Hoca Instagram sayfasında 2024'ün ikinci yarısından itibaren paylaşılan farklı kategorilerdeki[9] gönderiler incelenmiştir. Belirlenen her kategoriden 50 adet[10] gönderi analiz edilerek başlıklandırılan konulardaki ortalama etkileşim oranları verilmiştir.

---

[9] İlgili Instagram sayfasında ağırlıklı olarak güncel haberler, etkinlik duyuruları, viral videolar, etkileşim (mizah, eleştiri, soru-cevap vb.) gönderileri ve Van kültürüne ait paylaşımların yapıldığı görülmektedir. Üretilen tabloda güncel haberler, viral gönderiler, etkileşim gönderileri ve Van kültürü ile bağlantılı gönderileri ele alan 4 kategori belirlenmiştir. Bu kategorilerde 2024 Ekim ayına kadar yapılan son 50 paylaşım seçilmiş ve gönderi başına düşen ortalama beğeni ve yorumlanma sayıları paylaşılmıştır.

[10] Araştırmaya dâhil edilen gönderilerin son 50 paylaşım ile ve belli bir zaman aralığıyla sınırlandırılmasının nedeni söz konusu sayfanın takipçi sayısının değişkenlik göstermesidir. Örneğin 5 yıl önce paylaşılan bir gönderi ile 2024 yılında paylaşılan bir gönderinin ulaştığı kullanıcı sayısı arasında dramatik bir fark olması, araştırma sonucunda elde edilecek verilerin doğru yorumlanmasını engelleyebilecektir. Tabloda (Tablo 1) belirtilen sayılar anlık olarak saptanan beğeni ve yorum sayılarını göstermektedir. Bu sayılar söz konusu gönderinin silinmesi, gönderiyle etkileşim içinde olan kullanıcının hesabını kapatması, beğenmekten vazgeçmesi veya yaptığı yorumu silmesi gibi nedenlerle süreçte değişebilecektir.

Tablo 1. Vanlı Nihat Hoca Instagram Sayfası Son 50 Gönderi Etkileşim Oranları (Ekim 2024'e kadar)

	Beğeni Topl.	Yorum Topl.	Beğeni Ort.	Yorum Ort.
Güncel Haberler	52.321	2.779	1046,42	55,58
Viral Paylaşımlar	134.475	2.675	2689,5	53,5
Etkileşim (Mizah, Eleştiri) Gönderileri	35.312	2.886	706,24	57,72
Van Kültürü	83.745	1645	1674,9	32,9

Tabloya (Tablo 1) göre yapılan paylaşımlar arasında internet ortamında viral olmuş video, görüntü veya ifadeler gibi içeriklerin kullanıcıların ilgisini daha fazla çektiği söylenebilir. Beğeni ortalamalarına bakıldığında viral içerikli gönderileri, Van kültürü ile ilgili içeriklerin takip ettiği görülmektedir. Güncel haberler ve sosyal medya fenomenliğinin gerektirdiği etkileşim amaçlı gönderiler ise sırasıyla daha sonra gelmektedir. Bu verilerden hareketle ilgili sayfayı takip eden internet kullanıcılarının Van'ın geleneklerini, unutulmak üzere olan folklorik ritüellerini, somut ve somut olmayan kültürel unsurlarını içeren gönderilere önemli ölçüde ilgi gösterdikleri sonucuna ulaşılabilir. Öte yandan yapılan paylaşımların sunuluş biçimleri, zamanlamaları, kurgusal yapıları gibi sosyal medya fenomeninin yetenekleriyle bağlantılı olan ve sadece sayılarla açıklanamayacak birtakım değişkenlerin varlığı da hesaba katılmalıdır. Buna rağmen canlı, değişken ve kısa süreli mikro kültür oluşumlarının sıklıkla görüldüğü sosyal medya platformlarında, bir şehrin gelenek başlığı altındaki folklor unsurlarının internet kullanıcıları tarafından ilgiyle karşılanması anlamlıdır.

Araştırma sürecinde Vanlı Nihat Hoca Instagram sayfasında paylaşılan Van kültürü başlıklı gönderilerin, kendi içinde ayrıştıkları görülmektedir. Bunlar, aşağıdaki tabloda (Tablo 2) da görüleceği üzere;

bölge gastronomisinin ağırlıkta olduğu yöresel yemekler,

fıkra, türkü, efsane, memorat ve bölgeye özgü dil özellikleri gibi sözlü kültür öğeleri,

özellikle düğün, toplantı ve davet organizasyonlarında görülen halk oyunları ve giyim kuşam folkloruna ek olarak halk hekimliği uygulamaları,

bölgenin tarihi, coğrafyası ve bunlarla kurulan duygusal yakınlığı merkeze alan aidiyet temalı içerikler olarak sıralanabilir.

Tablo 2. Vanlı Nihat Hoca Instagram Sayfası Son 50 Van Kültürüyle ilgili Gönderi Etkileşim Oranları (Ekim 2024'e kadar)

	Adet	Beğeni Topl.	Yorum Topl.	Beğeni Ort.	Yorum Ort.
Yöresel Yemekler	22	23.224	568	1055,6	25,8
Sözlü Kültür	6	7.296	165	1216	27,5
Gelenek/Ritüel	14	15.881	250	1134,3	17,8
Halk Oyunları/Giyim-Kuşam/Halk Hekimliği	5	27.905	457	5581	91,4
Tarihi Yapılar/Coğrafya	3	9.439	205	3146,3	68,3

Tabloda ilk olarak göze çarpan istatistik, yöresel yemekler başlığında kendisini göstermektedir. Değerlendirilen toplam elli paylaşımın neredeyse yarısının Van'ın yemek kültürüyle ilgili paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Burada özellikle Van kahvaltısının ülke genelindeki popülerliği ve bilinirliği hem paylaşım hem de etkileşim sayılarındaki fazlalığın nedeni olarak düşünülebilir. Van kahvaltısında yer alan yöreye özgü otlu peynir, murtuğa, kavut gibi orijinal yiyeceklerin yanı sıra kahvaltı menüsünde yer alan yemek sayısı da yapılan paylaşımların sıklığını ve etkileşim oranlarını açıklar niteliktedir. Yine bölgede sıkça tüketilen keledoş, tuzlu balık ve ayran aşı gibi yöresel yemeklerin Van'dan Türkiye'nin diğer şehirlerine giden Vanlılar için romantik anlamlar taşıması da söz konusu paylaşımların dinamizmini açıklayabilir. Tablo 2'de paylaşım sıklığı olarak ikinci sırada, gelenek çerçevesinde ele alınan geleneksel günlük yaşam pratiklerinin olduğu görülmektedir. Bunların arasında Ramazan ayındaki uygulamalar, bayramlarda yaşatılan gelenekler ve çeşitli düğün adetleri bulunmaktadır. Tabloda (Tablo 2) dikkat çeken diğer bir konu, sınırlı sayıdaki bazı içerik türlerinin beğeni ortalaması olarak sık paylaşılan gönderi türlerinden daha fazla etkileşim oranlarına sahip olmasıdır. Örneğin paylaşılan son elli gönderiden sadece beş tanesini oluşturan "Halk Oyunları/Giyim-Kuşam/Halk Hekimliği" kategorisinin ortalama beğeni sayısı diğer içerik türlerinden belirgin bir farkla ayrılmaktadır. Bu noktada dijital bağlamlardaki kullanıcı profilleri, sosyo-ekonomik statü ve yapılan paylaşımın kullanıcılarda uyandırdığı nostalji hissi açıklayıcı olabilmektedir.

Sonuç

Sosyal medya fenomenlerinin folklorun aktarılması ve yayılması aşamasındaki rollerinin ele alındığı vaka çalışmasında Instagram sayfası "Vanlı Nihat Hoca" incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda dijital ortamda gelenek unsurlarının ilgili Instagram sayfasında paylaşıldığı ve bu paylaşımların sayfanın takipçileri tarafından ilgiyle karşılandığı görülmüştür. Tablolaştırılan veriler üzerinden Van folkloruyla ilgili unsurların; güncel haberler, viral paylaşımlar ve etkileşim amaçlı içeriklerle yakın seviyelerde (bazı kategorilerde daha fazla) ilgi gördükleri saptanmıştır. Çalışmada ayrıca söz konusu Instagram sayfasında paylaşılan

Van kültürü temalı içerikler de kendi içinde halkbilimsel sınıflandırmaya tâbi tutulmuşlardır. Bunun sonucunda yöreye özgü yemeklerin paylaşım sıklığının daha fazla olmasına karşılık halk oyunları, halk hekimliği, geleneksel giyim-kuşam konulu gönderilerin ortalama olarak daha fazla beğenildikleri ve daha fazla yorumlanarak yüksek bir etkileşim oranı sergiledikleri görülmüştür. Bu noktada ilgili sayfayı takip eden sosyal medya kullanıcı davranışlarının, kent kültürü içinde çok fazla karşılaşmadıkları ama bir veya iki nesil önceki aile bireylerinde görüp içselleştirdikleri gelenek unsurlarıyla daha fazla özdeşlik kurmalarıyla ilgili olduğu düşünülmektedir. Bunun yanında yapılan paylaşımlara ve sosyal medya kullanıcılarının söz konusu paylaşımlara gösterdikleri tepkilere bakıldığında; sosyal medya fenomenleri aracılığıyla dijital ortamın dinamiklerine uygun şekilde paylaşılan folklor unsurlarının, internet ortamında ortalamanın üstünde bir ilgiyle karşılandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sayfanın sahibi Nihat Işık ile yapılan görüşmelerde fenomenlik olgusu ve bu yöndeki motivasyonlar irdelenmiştir. Bunun sonucunda fenomene dönüşme sürecinde kişisel tatminin belirleyici bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yapılan gözlemler ve görüşmeler ışığında; söz konusu Instagram sayfasında Van'da yaşayan heterojen grupların, tarihsel arka planı sunulan kent kültürü etrafında birleştirilmeye çalışıldığı gözlenmiştir. Dijital ortamlar, sanal iletişime dayalı akışkan, canlı ve geçici iletişim modelleri yaratmaktadır. Buradan hareketle incelenen sosyal medya hesabında sunulan içeriklerin, internet kullanıcılarında hangi bağlamlarda alımlandığı ancak sanal tepkiler üzerinden yorumlanabilmektedir. Bu sebeple bir önceki cümlede geçen yargı, dijital uzamın iletişim belirteçleri (beğenme, beğenmeme, yeniden paylaşma vd.) referans alınarak ifade edilmiştir. Bunun yanında Van kültürü başlığı altında somutlaştırılan yöresel yemekler, el sanatları, sözlü performanslar, ağız özellikleri ve önemli şahsiyetler gibi ayırt edici unsurlar, "Vanlılık" olgusu merkezinde nesneleştirilerek kültürel belleğe dayalı bir kent folklorunun inşa edilmesinde kullanılmıştır. Gelinen noktada; örnek olay incelemesine dayanan bu araştırma sonucunda sosyal medya fenomeninin, folklorun aktarılması ve tanıtılması sürecinde -şehrin tanıtılması, kişisel tatmin ve geçmiş romantizmi gibi motivasyonların da etkisiyle- etkin rol aldığı gözlenmiştir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*. (çev.: N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan) İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.

Araç, S. K. (2023). Sosyal medya etkileyicilerinin (influencer) tüketici psikolojisindeki rolü: Z kuşağı araştırmaları üzerine bir değerlendirme, *Nesne*, 11(28), 324-335.

Assmann, J. (2015). *Kültürel bellek: Eski yüksek kültürlerde yazı, hatırlama ve politik kimlik.* (çev.: A. Tekin) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Balcı, F. (2020). *Dijital kültür-2,* (ed. F. Balcı) İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.

Barthes, R. (1990). *Çağdaş söylenler.* (çev.: T. Yücel) İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.

Barthes, R. (1996). *Camera Lucida: fotoğraf üzerine düşünceler*. (çev.: R. Akçakaya) İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.

Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve simülasyon.* (çev.: O. Adanır) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2016). *Simgesel değiş tokuş ve ölüm.* (çev.: O. Adanır) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bauman, R. (1988). *Story, performance and event: contextual studies of oral narrative.* Cambridge: Cambridge University Press.

Bauman, R. (1992). "Performance". *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments,* (ed.: R. Bauman), 42-49, New York: Oxford University Press.

Bauman, R. - Briggs, C. L. (2003). *Voices of modernity: Language ideologies and the politics of inequality*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ben-Amos, D. (1971). Toward a definition of folklore in context. *The Journal of American Folklore*, 84 (331), 3-15.

Ben-Amos, D. (1997). Şartlar ve çevre içinde folklorun bir tanımına doğru. (çev.: M. Ekici) *Millî Folklor*, 33, 74-87.

Benedict, R. (1971). *Patterns of culture*. London: Routledge & Kegan Paul.

Bidney, D. (1967). *Theoretical anthropology*. New York: Schocken Books.

Blackmore, S. (1999). *The meme machine.* Oxford: Oxford University Press.

Blank, T. J. (2009). Toward a conceptual framework for the study of folklore and the internet. *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World*, (ed. T. J. Blank), 1-20, Utah: Utah State University Press.

Bock, S. (2020). "#LatinxGradCaps, Cultural citizenship, and the American dream, *Folklore and Social Media,* (ed. A. Peck-T. J. Blank), Colorado: University Press of Colorado.

Boratav, P. N. (1969). *100 soruda Türk halk edebiyatı.* İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Bourdieu, P. (1991). *The political ontology of Martin Heidegger*, (çev. P. Collier), California: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine.* (çev. T. Ilgaz), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bronner, S. J. (2007). *The meaning of folklore: the analytical essays of alan dundes*. (ed.: S. J. Bronner) Utah: Utah State University Press.

Burghardt, D. (2020). *Rekonstruktionen von subjektnormen und subjektivierungen eine qualitative studie über lifestyle-normen und deren relevanz für Youtuber.* Wiesbaden: Springer VS.

Çobanoğlu, Ö. (2019). Halkbiliminde yeni paradigmalar bağlamında internet folkloru. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*, 121-126. Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Çobanoğlu, Ö. (2000). Bilim felsefesi bağlamında halkbilimi ve halkbilimsel bilginin teleolojik serüveni. *Folklor/Edebiyat,* 6 (24, 2000/4) 27-42. Erişim Adresi: https://turkoloji.cu.edu.tr/ HALKBILIM/59.php (Erişim Tarihi: 14.01.2023).

Dahlberg, L. (2015). Which social media? A call for contextualization. *Social Media + Society*, April-June, 1–2.

Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. New York: Oxford University Press.

Dorson, R. M. (1978). Folklore in the modern World. *World Anthropology,* (ed. S. Tax), Paris: Mouton Publishers.

Dundes, A. (1997). Folklor nedir?. *Milli Folklor.* (çev. F. G. Mirzaoğlu). 36, 74-76.

Dundes, A. (1998). Halk kimdir?. *Millî Folklor*, (çev. M. Ekici), 37, 139-157.

Durmaz, U. (2021). *Dijital kültür-3*. (ed.: U. Durmaz) Kocaeli: Arı Sanat Yayınevi.

Evren, F. B. - Kanlı, İ. (2022), Folklorun dijitalleşmesine ilişkin temel sorunlar ve sınırlılıklar. *Millî Folklor*, 17(136), 126-139.

Fidan, S. (2016). *Âşıklık geleneği ve medya endüstrisi ilişkisi üzerine bir araştırma.* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Frank, R. (2011). *Newslore: Contemporary folklore on the internet*, Jackson: University Press of Mississippi.

Fox, A. (2000). *Oral and literate culture in England 1500-1700*. Oxford: Clarendon Press.

Geser, H. (2005). Is the cell phone undermining the social order? Understanding mobile technology from a sociological perspective. *Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society,* (ed.: G. Glotz vd.), Bielefeld: Transcript.

Goody, J. (1992). Oral culture. *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments,* (Ed.: R. Bauman), 12-21. New York: Oxford University Press.

Gülüm, E. (2017). *Gelenek kültürü kökenli dijital anlatım ve gösterimler.* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Habermas, J. (2008). *Between naturalism and religion.* (çev.: C. Cronin), Cambridge: Polity Press.

Halbwachs, M. (1980). *The collective memory.* (çev.: F. J. Ditter- V. Y. Ditter), New York: Harper & Row Colophon Books.

Harlan, D. (2017). *The new alpha.* New York: McGraw-Hill Education.

Howard, R. G. (1997). Apocalypse in your in-box: End times communication on the internet. *Western Folklore,* 56 (3), 295-315.

Howard, R. G. (2008). Electronic hybridity: The persistent processes of the vernacular web. *Journal of American Folklore*, 121(480), 192-218.

James, C. vd. (2009). *Young people, ethics, and the new digital media: A synthesis from the GoodPlay Project*. London: The MIT Press.

Kızılkaya, E. İ. (2018). Zeitgeist ve Michel Foucault'nun tarihsel a priori kavramı. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, 25, 109-130.

Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). Folklore's crisis. *Journal of American Folklore,* 111, 281–327.

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: doing ethnographic research online.* London: Sage.

Laineste, L. (2020). Folkloric narratives of the other in online forum comments. *Folklore and Social Media,* (ed.: A. Peck- T. J. Blank), Colorado: University Press of Colorado.

Levi-Strauss, C. (2014). *Modern dünyanın sorunları karşısında antropoloji.* (çev.: A. Terzi), İstanbul: Metis Yayınları.

Lisichkova, N. - Othman, Z. (2017). *The impact of influencers on online purchase intent,* Mälardalen University Unpublished Master's Thesis, Sweden.

McCrindle, M. (2014). *The abc of xyz: Understanding the global generations.* Australia: McCrindle Research Pty Ltd.

McLuhan, M. ve Powers B. R. (2015). *Global köy*. (çev.: B. Ö. Düzgören), İstanbul: Scala Yayıncılık.

McLuhan, M. (2020). *Gutenberg galaksisi: tipografik insanın oluşumu.* (çev.: G. Ç. Güven), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Oğur, Ü. (2024). *Dijital folklor: üçüncül sözlü kültür döneminde halk anlatıları*. Ankara: Grafiker Yayınları.

Oğuz, M. Ö. vd. (ed.). (2018) *İnternet folkloru: netlore ve netnografi.* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

Ong, W. J. (2005). *Orality and literacy the technologizing of the word*. New York: Routledge.

Ong, W. J. (2020). *Sözlü ve yazılı kültür: sözün teknolojileşmesi.* (çev.: S. P. Banon) İstanbul: Metis Yayınları.

Özdemir, M. (2019). *Dijital kültür.* (ed.: M. Özdemir) İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.

Özdemir, N. (2006). Sanal dünyanın köy monografileri. *Milli Folklor*, 18, 72, 23-36.

Özdemir, N. (2021). *Kültür bilimi araştırmaları* (e-kitap). Ankara: Akademi Kültür Yayınları: 1

Peck, A. (2020). Introduction: Old practices, new media. (ed.: A. Peck-T. J. Blank), *Folklore and Social Media*, Colorado: University Press of Colorado.

Postman, N. (1990). *Televizyon öldüren eğlence gösteri çağında kamusal söylem*. (çev.: O. Akınhay) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Raun, T. (2018). Capitalizing intimacy: New subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on Youtube. *Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 99-113.

Ritzer, G. (2011). *Toplumun McDonaldlaştınlması: çağdaş toplum yaşamının değişen karakteri üzerine bir inceleme.* (çev.: Ş. S. Kaya) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Foci.

Sanders, B. (2017). *Öküzün a'sı: elektronik çağda yazılı kültürün çöküşü ve şiddetin yükselişi.* (çev.: Ş. Tahir) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Strauss, W. - Howe, N. (1992). *Generations the history of America's future, 1584 to 2069*. United States of America: William Morrow Paperbacks.

Thompson, T. (2019*). Posthuman folklore*. Jackson: University Press of Mississippi.

Thoms, W. (1965). Folklore. *The Study of Folklore,* (ed.: A. Dundes), Berkeley: Prentice-Hall.

Toffler, A. (1981). *Gelecek korkusu şok.* (çev.: S. Sargut) İstanbul: Altın Kitaplar.

Toffler, A. (2008), *Üçüncü dalga.* (çev.: S. Yeniçeri), İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Winograd, M. - Hais, M. (2014). How millennials could upend Wall Street and corporate America. *Governance Studies at Brookings*, May, 1-19.

Elektronik Kaynaklar

URL-1: https://www.whatsapp.com/about (Erişim: 01.09.2024).

URL-2: https://www.instagram.com/vanlinihathoca/ (Erişim: 23.10.2024).

URL-3: https://www.instagram.com/p/C01nzusN4ab/ (Erişim: 24.08.2024.

URL-4: https://www.instagram.com/p/B4hrE0ZBbig/?img_index=4 (Erişim: 25.08.2024).

Extended Summary

As digitalization has penetrated into much of daily life, the focus of social science disciplines has shifted to virtual environments. Digital spaces, contain remarkable research objects, especially for branches of science that examine human behavior that is susceptible to evolution into culture, such as folklore. The developing internet infrastructure and digital age Technologies such as Web 2.0 which make human interaction multidimensional, have provided users with the opportunity to create their spheres of influence. In addition to ordinary internet users, each positioned as a news source in their own right, social media *phenomena* have emerged who can reach many more users and at some point become "opinion leaders". *Phenomena*s, on the one hand adjust their posts to a wide range of users on the other hand they include the people in their sphere of influence into a temporary, popular culture circle. These effects of *phenomena* have been seen as an important potential for tradition transmission within the discipline of folklore.

This study focuses on the ability of *phenomena* to spread, transform or produce a tradition or a *phenomenon* that is likely to become a tradition. At this point questions such as "can *phenomena*s revive a forgetten tradition?" or "what is the role of an *phenomena* in the emergence and spread of a trend that emerges on the internet" guide the study. The research is also interested in the extent to which daily socialization practices that have shifted to social media platforms as a result of digitalization overlap with traditional folklore outputs. In this context the research conducted and the correct interpretation of the data obtained as a result of the research are important in two respects:

1- Internet folklore (digital folklore) research can reveal what structural transformations folklore has undergone in the transition from the oral culture period to the digital culture period (oral, literal, electronic, digital).

2- Folklore research conducted in digital environments, on the one hand identifies new tradition patterns specific to the digital environment and on the other hand refers to the dynamic structure of folklore that constantly renews itself.

Digital culture studies naturally have a very limited and young literature. The majority of the studies include experimental research completed in the last 10 years. In this study the generally accepted basic folklore theories and the perspectives in current digital media studies including madia theories from the electronic era were evaluted together. In this regard the sustainable definition of the concept of "folk", which emerged as an extension pf the modern understanding of folklore that took shape in the twentieth century has greatly facilitated the digital folklore studies carried out today. However it can be said that digital culture studies which are gaining more and more volüme today, do not yet have an original conceptual framework on which an agreement is reached. Nevertheless detailed studies carried out in the process will eventually create a sub-discipline with clear boundaries by identifying applicable schemes.

In this study where the relationship between internet *phenomena* and folklore is examined, the personal characteristics of the *phenomena* are also discussed in addition to their roles in the transfer of tradition. Considering their areas of influence *phenomena* can be considered as a type of culture carrier. In addition it can be said that the culture carriers who took on the role of "Homeros" in the folkloric transmission process were special characters who left their

mark on society. Initially criticized by generation X and Y parents, social media *phenomenon* status is now widely perceived as a profession and formal training is provided by state-level institutions in this regard. This changing approach has enabled *phenomena*s to gain social acceptance in their real environments in addition to the identity characteristics they present in the digital environment.

The data obtained in the study were obtained through one to one interviews. In addition to a series of interviews with the owner of the Instagram page, Nihat Işık, the posts on the said Instagram page were also analyzed. The examined Instagram page includes content such as current news, announcements and viral videoas as well as Van's (a city in eastern Turkey) natural features, culture and traditional practices. In this regard the posts were eliminated and the focus was on the last 50 posts that included forgotten, preserved or transformed traditions that could be considered within the scope of folklore. The interaction rates of the posts evaluated with folklore theories were tabulated revealing the reactions of internet users to traditional elements. In addition the liking and commenting reactions of the users were interpreted through statistical results. Although some of the data obtained as a result of the research are quantitative, the results were largely interpreted with the qualitative observation technique. The research findings are presented on the basis of folklore discipline with the concepts of performance, transfer and transformation.

This study is essentially a case study. It aims to find cultural patterns suitable for making general evaluations through a micro sample. The "Vanlı Nihat Hoca" Instagram page, that was examined is not only a page where folkloric practices are shared. The Instagram page in question, on the one hand carries concern about traditions being forgotten while on the other hand it exhibits an attitude that affirms urban culture. The most obvious hypothesis of the research predicts the equivalent of this paradox among internet users. In this context one of the most striking results of the study is that social media users show above-average interest in shared tradition elements. The folklore related contents on the examined Instagram page are also divided into categories. In this context it was observed that regional dishes were shared more on the page but posts in the categories of folk medicine, traditional clothing and folk dances received more interaction. The interest shown by digital folk in the folkloric postd shared on the page may be related to reasons such as romanticism and belonging to the past. In the study interviews were also conducted with the owner of the Instagram page in question. As a result of interviews with the page owner an attempt was made to determine what the concept of "*phenomenon*" is and the motivations for becoming a *phenomenon*. At this point the page owner's effort to create an urban folklore based on cultural memory by reminding or identifying old and new traditions is noticeable. Through the case study examined, when the social media *phenomena* shares traditional items with folkloric meaning over the internet; (1) survival of tradition through repetition and (2) can maket he shared folklore object familiar to someone who sees it fort he first time, more importantly (3) it has the potential to transform communities into folk by referring to a common value. In this age where every aspect of social life is digitalized, increasing studies on internet *phenomena* and the transmission of folklore will enable internet folklore to produce more generalizable inferences.

"İyi Yayın Üzerine Kılavuzlar ve Yayın Etiği Komitesi'nin (COPE) Davranış Kuralları" çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir. / The following statements are included within the framework of "Guidelines on Good Publication and the Code of Conduct of the Publication Ethics Committee (COPE)":

Etik Kurul Belgesi/*Ethics Committee Approval:* Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Etik Kurul Başkanlığı. Toplantı Tarihi: 08.07.2024. Oturum Sayısı: 2024/14. (1) Evrak Tarih ve Sayısı: 12.07.2024-24034. (2) Evrak Tarih ve Sayısı: 12.07.2024-554048. */Van Yüzüncü Yıl University Social and Human Sciences Publication Ethics Committee. Meeting Date: 08.07.2024. Session Number: 2024/14. (1) Date and Number of Documents: 12.07.2024-24034. (2) Date and Number of Documents: 12.07.2024-554048.*

Çıkar Çatışması Beyanı/*Declaration of Conflicting Interests*: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarların potansiyel bir çıkar çatışması yoktur. / *There is no potential conflict of interest for the authors regarding the research, authorship or publication of this article.*