

KARNAVALESK KURAMI VE INSTAGRAM ORTAMINA YANSIMALARI

Ece UYGUN
İstanbul Aydın Üniversitesi
ece-uygun@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1841-037X>

Deniz AKBULUT
İstanbul Aydın Üniversitesi
denizakbulut@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-0236-525X>

ÖZ

Enformasyon teknolojisi devrimi, özgürlükçülüğün yükselişi ve devletçiliğin ekonomik krize girmesi gibi 1970 yıllarında birbirinden bağımsız süreçlerin bir araya gelmesi ile Yeni Dünya şekillenmeye başlamıştır. Bu süreçlerin sonunda ise ağ toplumu düzeninin temeli atılmıştır. Zamansal ve uzamsal farklılıkların yok olması ile beraber “Gerçek Sanallık” denilen yeni bir kültür doğmuştur (Castells, 2008: 486). Geleneksel medya araçlarının yeni medya araçlarına evrilmekte olduğu bu süreci anlamak analitik bir gözlem ile mümkün olabilmektedir. Teknoloji, toplumların ihtiyaçları bazında kendini yenilemekte ve denetim halinde toplumu yeniden inşa edebilecek gücü elinde bulundurmaktadır. Bireyin hayatını idame ettirebilmesi için gerekli olan iletişimin gerçekleşebilmesi aşamasında bu yeni toplum düzeni birçok alternatif iletişim kanalı yaratabilmektedir. Diğer bir tanım ile elektronik ağlar yaşamımızın omurgasını oluşturmaktadır. Kültürlerin oluşması ve toplumsal yakınlaşmaların özünde insanların iletişim halinde kalmaları en büyük etkidir. Sosyal bilimlerde iletişim çalışmaları incelendiğinde tüm alanlar ile ilişkisi olduğu ve bu alanların birbirleri ile ilintili olduğu gözlemlenmektedir. Günümüz yeni medya ortamını Orta Çağ dönemine ait edebi eserlerdeki davranış ve insan ilişkileri bağlamında ele alabilmek mümkündür. Çünkü dönemsel bir akış ve yenilenme olsa da insanın bulunduğu ve yaşamın devamlılığı kapsamında iletişim ve beraberinde getirdiği etkileşim her zaman yerini korumuştur. İletişimsiz düşünilemeyen bir dünyada birey her dönem bu ihtiyacı karşılayabilmek için çeşitli oluşumlar içine girmiştir. Bu adımlardan biri olan karnaval düzeni ve içerisinde barındırdığı özellikler yeni medya iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşen iletişim şekilleri ile benzerlik gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmada Rus Dil Bilimci Mihail Bahtin’in karnaval ortamına özgü elde ettiği sonuçlar perspektifinden günümüz yeni medya uygulamalarından biri olan Instagram uygulaması incelenmektedir. Elde edilen bulgular sonucunda Mihail Bahtin’in söz ettiği özelliklerin birebir yansımalarının Instagram uygulamasında karşılıkları bulunduğu gözlemlenmiştir. Orta Çağ karnaval ortamına özgü olan tepetaklak dünya, grotesk, pazar yeri dili gibi kurama temel olan özelliklerin günümüz popüler kültür ortamında da karşılıkları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: iletişim, karnavalesk, Mihail Bahtin, yeni medya

THE REFLECTION OF KARNAVALESK THEORY AND INSTAGRAM

ABSTRACT

In the 1970s, such as the revolution of information technology, the libertarianism and the economic crushing of stateism, the new world began to form with the coming together of independent processes. As a result of this coexistence, the basis of network social order has been laid. With the disappearance of temporal and spatial differences, a new culture has been passed. Real Sanity. This process of evolving traditional media tools into new media tools is possible with an analytical observation.

Technology has the power to rebuild itself on the basis of the needs of the societies and to rebuild society in the event of supervision. This new society can create many alternative communication channels as soon as the necessary communication can be realized so that the individual can rescue his life. In other words, electronic networks are the backbone of our lives. At the core of the formation of cultures and social rapprochements, people have the greatest influence on communication. When communication studies are examined within social sciences, it is observed that they are related to all fields and are related to each other. It is possible to discuss today's new media environment in the context of the behavior and human relations in the literary works of the Middle Ages. Because, even though there is a periodical flow and renewal, the communication and the interaction that the person has and the continuity of life always maintain their place. In an unconventional world, the individual has entered into various forms in order to meet this need every time. It is observed that one of these steps is the carnival layout and the features it contains are similar to the forms of communication realized through new media communication tools. In this study, Instagram which is one of today's new media applications is examined from the perspective of results obtained by Russian Language Scientist Mikhail Bahtin peculiar to carnival environment. As a result of the findings obtained, it is observed that there are provisions in the Instagram application of the mirror images of the properties mentioned by Mikhail Bahtin. The properties that are fundamental to the establishment of the Middle Ages such as the upwelling world, the grotesque, the marketplace language are analyzed in the popular culture environment with the content analysis method.

Keywords: *communication, karnavalesk, Mihail Bahtin, new media*

GİRİŞ

Toplumsal olarak var olabilmenin gereksinimi iletişimdir. İnsanların en temel ihtiyaçlarını veya her hangi bir aktivitelerini gerçekleştirebilmek için iletişime ihtiyaçları vardır. Buldukları hayatı, çevrelerini yeniden üretebilmeleri ve bunu değerli hale dönüştürmesi, kuracağı sağlıklı iletişim ile ilintilidir. Nitekim bu süreç dönemsel birikimler ile kendini geliştirmiş geçmişten günümüze ucu açık ve yenilenebilir bir serüven haline gelmiştir. Çağlar arasında evrim geçiren ve sürekli alternatif şekiller üreten iletişim olgusu her insanın elde edebileceği bir durum haline gelmiştir. Günümüz iletişim ortamını Global Köy adlı kitabında tasvir eden McLuhan insanlık tarihini dört döneme ayırmaktadır. Kabile Çağı, Edebiyat Çağı, Basım Çağı ve Elektronik Çağ. Elektronik Çağ, günümüz iletişim yapısına göz kırpar niteliktedir (McLuhan, 2007: 89). Zamansal ve mekânsal farklılıkların ortadan kalktığı bu dönemde kültürel düzeyde farklılıkların da yok olduğu gözlemlenmektedir. İnternet aracılığı ile sağlanan iletişim çok hızlıdır ve giderek daha da aktif hale geleceği aşikârdır. Geleneksel medyadan yeni medyaya dönüşen bu sürecin temel belirleyici faktörü hızdır. İnsanlar iletişimi en hızlı ve en kolay nasıl gerçekleştirebilecekler ise onu tercih etmektedirler. Türkiye’de bu yeni terminolojinin ilk farkındalık kıvılcımı 2010 yılında Kuzey Afrika’da başlayan ve ‘Arap Baharı’ olarak nitelendirilen olaylar ile baş göstermiştir. Böylece insanlar yüzlerini sosyal medyaya dönmüşlerdir. Yaşanan bu gelişme Mc Luhan’ın *Global Köy* olarak betimlediği durumu açıklar niteliktedir. Diğer bir deyişle zamansal ve mekânsal uzaklıkların ortadan kalktığı kanıtlanmıştır. Medyanın kanıksanamaz gücü bir gerçektir. İletişimi disiplin haline getiren kuramcılar ve hali hazırda bu bilime katkı sağlayan tüm araştırmacıların göz ardı etmediği durum kuşkusuz insanoğlunun iletişimsiz var olamayacağı ve sadece bireysel olarak değil toplumsal olarak da var olabilmenin temel yapı taşlarından biri olduğudur.

İletişim çalışmalarının bir disiplin haline gelmesi diğer alanlardan çok geç bir döneme karşılık gelmektedir. Özünde insanın yaradılışından itibaren var olan bu olgunun bu kadar geç bir süreçte disiplin haline gelmesinde en büyük etken yarattığı güçtür. Bu güce sahip olanların kitle iletişim araçlarının güce ortak olmaya başlamalarıyla iletişim olgusunun önemini fark edebilmeleri gerçekleşmiştir (Güngör, 2016: 19). Kitleleri yönlendiren, ne düşünüleceğine karar verebilen veya propaganda aracı olarak kullanılabilen bu olgu elinde bulundurabilenlere büyük bir fayda sağlamaktadır. Diğer bir deyişle dünyayı yöneten egemen güçlerin en önemli silahı konumundadır. İletişimin gerçekleşebilmesi için en temel öğeler gönderici, ileti ve alıcıdır. Bu temel olguların yanında

iletinin aktarımını destekleyecek belirtiler de bulunmaktadır. Örneğin kodlama, iletinin kodlarla karşı tarafa aktarımı anlamına gelmektedir. Bunlar harf, sembol, mimik olabilir. Kodların aktarımı sürecinde yardımcı öge ise kanaldır. İletinin alıcıya hangi kanal aracılığıyla gönderildiği iletişimin gerçekleşebilmesi için önemli hususlardan biridir. Kanalların ise somut olarak kullanılması aşamasında –telefon kabloları ve telefon aygıtı- araç olgusu iletişim için destek sağlamaktadır. Aktarılan iletinin alıcıya ulaştığını ve ne gibi bir etkide bulunduğu, bir sonraki iletinin içeriğini ve kapasitesini belirleyen öge geri beslemez. Tüm bu iletişimi oluşturan unsurların gerçekleşeceği sosyo-kültürel ve diğer değişkenleri içerisinde bulunduran ortam da iletişimin temel ögelerinden biri konumundadır.

YENİ MEDYA KURAMLARI

Media kelimesi İngilizce kökenli ortam aracı, araç anlamına gelen medium sözcüğünden türemiştir. Türkçe olarak yaşantımızın içerisinde kitle iletişim araçları diye adlandırdığımız olguya karşılık gelmektedir. Kitle iletişim araçları sosyal hayat içerisindeki her türlü bilgiye, habere aktif katılım rolü ve paylaşımda bulunabilme şansı sağlamaktadır. Geleneksel medya kapsamında hali hazırda popülaritesini koruyan gazete ve televizyon, kitle iletişim araçları dendiğinde akla ilk gelen kanallardır. Günümüzde hayatımızın merkezinde konumlanan internet vasıtasıyla yeni bir terminoloji ortaya çıkmıştır. Yeni medya olarak adlandırılan bu kavram 1990 yılından itibaren müthiş bir ivme kazanan bilgisayar teknolojisi ile birlikte farklı boyutlara ulaşmıştır (Vural ve Bat, 2010: 3350). McLuhan'ın ünlü “medya mesajdır” ifadesi medyaya çağın çok ötesinde anlamlar yükleyerek sadece içerik bazında değil medyanın kendi doğasının da değişeceğini ön görmüştür. Bu perspektif yeni medyayı ve literatürüne kazandırdığı araçları bu noktada aydınlatmaktadır. Yeni medya olgusunun bu hızda hayatımızda var olmasının özünde internet kullanımının fazla olması neden olmaktadır. Türkiye’de 2017 yılı Nisan ayında yapılan ‘‘Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’’ verilerine göre hanelerin %80,7’si evden internete erişim imkânına sahiptir (TUİK, 2017). Bu sonuçların değerlendirilmesi kapsamında elde edilen bulgular ışığında yeni medya araçlarının sosyal hayatımızda ne denli bir konuma sahip olduğu ve bireylerin sanal ortamda bilgi akışına daha hızlı ve daha kolay bir şekilde ulaşabildiği ve geleneksel medyanın yanı sıra yeni medya araçları sayesinde aktif katılım rolüne sahip olduğu gerçeği dikkatlerden kaçmamalıdır.

Jorge Luis Borges’in *Yolları Çatallanan Bahçe* kitabında yer alan “Bir labirentler labirentiydi düşündüğüm; geçmişle geleceği kuşatacak ve bir yolunu bulup yıldızları da içine alarak yılan gibi kıvrıla kıvrıla dünya yüzeyine yayılacak bir labirent” ifadesi günümüzde internet ağı kullanım hızına ve her geçen zaman içerisinde hayatımızı tamamen saran bir olgu haline dönüşmesine göz kırpar niteliktedir (Kıpçak, 2016: 6).

Lev Manovich, *The Language of the New Media* adlı eserinde yeni medya tanımı içerisinde bilgisayar oyunları, web sayfaları, CD-ROM’lar ve internet gibi birçok terimin yer aldığından söz etmiştir (Manovich, 2001: 19). Manovich yeni medya tanımı içerisinde beş prensipten bahsetmektedir. İlk prensip sayısal temsil, yeni medyada ürünlerin oluşumunun sayısal kodlara bağlı olduğunu ifade etmektedir. Sesin çıkması veya görüntünün netlik kazanması için belli algoritmalara ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. İkinci prensip modülerlik olup bu kavrama yeni medyanın fraktal yapısı denilmektedir. Diğer bir tanımla yeni medyanın bağımsız parçalardan oluştuğunu ifade etmektedir. Bu kavrama bir web sayfasının tamamlanması için fotoğraf, video gibi diğer unsurların gerekliliği örnek verilebilir. Üçüncü prensip olan otomasyon prensibi ise, yeni medya uygulamalarında birçok işlemin otomatik olarak gerçekleşebildiğini tanımlamaktadır. Kayıt cihazı, kamera gibi araçlarda insan müdahalesinin yok olduğu vurgusu yapılmaktadır. Dördüncü prensip olan değişkenlik, sayısal temsil ve modülerlik prensiplerinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Nesnelerin kopyalanabilmesini açıklamaktadır. Burada söz konusu olan kopyalar değil versiyonlardır. Düzenli şekilde gerçekleşen site güncellemeleri buna örnek verilebilir. Son prensip ise kod çevrimidir. Kod çevrimi, Manovich için en önemli prensiplerden biridir. Bilgisayarlaşma olarak nitelendirilebilecek bu prensibin açılımı, bilgisayar ortamındaki her verinin kodlanarak daha kapsamlı bir dosya haline dönüşebilmesidir (Akgül ve Akdağ, 2017: 212).

Bir diğ er yeni medya kuramcısı Jan Van Dijk ise, yeni medyanın, telekomünikasyon, veri iletimi ve kitle iletişimini aynı ortamda birleştirdiğini ve bu sebeple ‘multimedya’ adı ile anıldığını ifade etmektedir (Dijk, 2006: 20). Yeni medya araçlarının içeriğinde dijital kod ve hiper metin özelliklerinin bulunması gerektiğini aksi takdirde geleneksel medya aracı olarak nitelendirilebileceklerine vurgu yapmaktadır. Sadece arama özelliğine sahip klasik telefonlar dijital kod ile çalışmazlar. Yeni mobil cihazlar internete ulaşım, fotoğraf, kayıt gibi birçok interaktif özelliği barındırdıklarından dolayı yeni medya aracı olarak tanınırlar. Van Dijk, yeni medyanın en belirgin ve dikkat çeken özelliğ inin uzak olgusunu ortadan kaldırması olduğunu açıklamaktadır. Coğ rafi ve sosyal hiçbir engelin tanınmadığı bu oluşum dâhilinde tek bir e-posta ile dünyanın en uzak merkezine aktarım yapılabilir.

Yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farklılıkları ele alan Dijk, yüz yüze iletişimde depolama potansiyelinin düşük olduğunu buna karşılık yeni medya araçlarının neredeyse sınırsız bir depolama özelliğ inin mevcudiyetini aktarmaktadır. Toplumun düzeni ve kontrol dâhilinde bir sistem çerçevesinde yönetilmesi aşamasında bilgilerin netliği ve depolama gücü yeni medya araçlarının kullanımının önemini özetler niteliktedir. Yüz yüze iletişimin en önemli özelliğ i ve hiçbir yeni kitle iletişim aracının sağlayamadığı özellik ise uyarı zenginliğ idir. Multimedya aracılığı ile her görüntü, ses, veri, aktarılabilir. Ancak bu uyarılar doğ al değil yapaydır (Dijk, 2006: 34). Birebir iletişimde beden dili, jest, mimik gibi davranışlar güçlü etkiye sahiptir. Dijk, yeni kitle iletişim araçlarını bir diğ er negatif özelliğ i olarak özel hayatın gizliliğ i hususundaki düşük potansiyelini eleştirmektedir. Yüz yüze iletişimde çok daha kuvvetli olan bu durum yeni medya araçlarında istenilen düzeye halen ulaşmamıştır. Her hangi bir interaktif katılım sağ lanan web sayfasında tüm verilerimiz yer almaktadır. Bu süreç tamamen bizim isteğ imiz dışında ve iznimiz dışında gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya hesaplarımızda paylaştığımız hatta daha sonra sildiğ imizi sandığımız tüm içerikler veri tabanlarında dolaşım izni olmaksızın yer almaktadır. Bu yeni terminolojinin kuramcılarında olan Manuel Castells, *The Guardian* tarafından ‘sanal âlemin ilk büyük filozofu’ olarak anılmaktadır. Castells, daha çok iletişim ve toplum bilimi alanında yaptığı araştırmalar ile tanınan bir sosyal bilimcidir. Ona göre dünyamızı anlamamızın en pratik yolu ağ toplumu adı verilen oluşumu iyi analiz etmekten geçmektedir. “Toplumların oluşabilmesi için gerekli olan etkileşim ağ ile benlik, ağ toplumu ile kimliğ in gücü arasında yaşanmaktadır. Birçok ileti alışılmış tüm kanallar dışında ortamda yeniden düzenlenir alıcının psikolojik durumu veya etkiye açıklığına gönderenin amacına uygunluğ una ya da beklentisine göre herhangi bir yerde ve zamanda iletilmektedir. Bu sanallık bizim gerçeğ imizdir. Çünkü davranış şekillendiren, hayalleri besleyen kategorileri ve imgeleri bu zamansız, mekânsız sembolik sistemler çerçevesi içinde inşa ederiz ve canlandırırız. Enformasyon çağının yeni toplumsal yapısı budur. Ben buna ağ toplumu diyorum. Çünkü zamanı ve uzamı aş an küresel akışlar içinde bir sanallık kültürü inşa eden üretim iktidar ve deneyim ağ larından oluşuyor”(Castells, 2007: 506). Castells ö ne sürdüğ ü kuramda ağ toplumu ile enformasyon toplumu arasındaki köprü olarak interneti işaret etmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığ ı İleri Araştırmalar Projeleri Kurumu (ARPA)'nın interneti kullanım amacı bağımsız haberleşme sağ lanabilmesidir. Ancak 1969 yılından itibaren erişim imkânı sağlayabilen herkes kullanmaya başlamıştır. Bu durumun sonu olarak üreten-kullanan hiyerarşisi ortadan kalkmıştır. 1994 yılı itibari ile ise internet dünya geneline yayılmıştır. Bu süreç sonucunda ise ağ toplumu oluşmaya başlamıştır.

Castells’in ağ toplumu kuramında üzerinde durduğ u dört temel olgu vardır. Enformasyon, Teknolojilerin Yayılması, Ağ Kurma Mantığ ı ve Teknolojilerin Yeniliğ i (Castells, 2004: 105). Bu özelliklerin bir arada olduğ unda kavramlaşabilmesi mantığ ından yola çıkılarak Castells’in ağ toplumu kuramının temel dayanağ ının sistematik bir bütünleşme olduğ u netlik kazanmaktadır.

Dijital Dünyada İletişim

Radyo, televizyon, gazete gibi kanallar aracılığıyla hayat bulan geleneksel medya yerini dijital platformlara bırakmıştır. Geliş en teknoloji ile beraber bireye interaktif bir katılım sağ layan bu etkileşim ile yeni medya ortamı yaratılmıştır. Sosyal medya olarak da tabir edilen bu platformda bireyler özgürce düşüncelerini, herhangi bir durum karşısındaki tutumlarını dile getirebilme ve dünyanın başka bir merkezinde meydana gelen bir olay hakkında dahi fikir beyan edebilme,

destekleme veya eleştirebilme imkânı bulmuşlardır. Sosyal medya insanlara kolay iletişim olanağı sağladığı gibi bugün birçok akademik çalışmaya konu olabilen bir alan haline gelmiştir. Sosyal bilimler, toplumu inceleyen bilim dalı olarak nitelendirilir. Bu noktada toplumu yönlendiren ve şekillendiren bu yeni oluşum her açıdan incelenmeye ve araştırılmaya değer bir konudur. Yarattığı “Yeni Dünya”, teknolojinin geldiği son noktayı betimlerken bunun yanı sıra bağımlılık ve bağıllık gibi “Yeni Dünya” rahatsızlıklarını beraberinde getirmiştir. Bugün günlük yaşantı dilimizde dahi sosyal medya dili diye tabir edilen bir dil oluşmuştur. Sosyal medyadan ve yeni medya düzeninden uzak olan birey bu terimlerin ne anlama geldiğini dahi bilmezken yeni düzene adapte olmuş birey için örneğin “Kaç takipçin var?” , “Çevrimiçi misin?”, “Kaç retweet oldu?” gibi cümlelerin kullanımı günlük hayatta olağan hale gelmiştir.

Sosyal medya uygulamaları 2000’li yıllarda sayılı iken bugün birçok insanın kullandığı akıllı telefonların içinde sayısız uygulamalar mevcuttur. Facebook, Instagram, Twitter gibi bilinen uygulamalar yeni satın aldığımız akıllı telefonlar, televizyonlar da zaten yüklü olarak piyasaya sunulmaktadır. Takip edilen teknolojinin insanların beklentileri doğrultusunda üretildiğini kabul edersek bu durumu dijital bağımlılık olarak açıklanabildiği bilinmektedir.

Sosyal medya ortamında birey her ne kadar özgür bir yapıya sahip olsa da yeni bir kimlik inşa etme gayretine girebilmektedir. Psikolojik olarak da incelenen bu durum oldukça yaygın bir hal almıştır. Kendi kişisel hesabının yanı sıra farklı isimler, farklı profiller yaratarak sahte hesaplar açılmaktadır. Bu durumun yeni medya düzenindeki karşılığı dijital maskedir. Birey kendini olmadığı gibi veya olmak istediği gibi gösterme arzusu gayretindedir. Dramaturjik teori ile toplum düzenini açıklayan sosyolog Erving Goffman dünyayı: ‘Her aktörün kendi rolünü oynadığı bir tiyatro sahnesi’ olarak betimlemektedir (Hülür, 2017: 338). Bu yaklaşım ışığında toplumda yaşayan her birey bir benlik imajı yaratır ve buna göre paylaşımlarda, etkileşimlerde bulunur. Sosyal medyanın verdiği imkân dâhilinde ise bu benlikler sayısız bir hal alabilir ve kişi birden çok role girebilir. Gerçek kişisel bilgileri ile açtığı hesapta dahi daha çok takipçi daha çok takip edilen hesap olma gayretinde bulunabilen birey, rutin hayatta eksik kaldığını sezdiği bir takım karakteristik hissiyatlarını tamamlayabilmek, dikkat çekme, sükse edinme çabası içine girebilmektedir. Bütün bu sosyal medya ve beraberinde getirdiği olgular incelenmeye ve araştırılmaya değer nitelikte bir düzenin parçalarıdır.

Sosyal medyanın toplumlara yönlendirme gücü ise yaşanan olaylar çerçevesinde inkar edilemez bir gerçektir. Makalenin giriş bölümünde bahsedilen ‘Arap Baharı’ Olayı sosyal medya araçları olmasaydı bu denli etkili olabilir miydi? Tartışmaya açık bir konudur.

MİHAİL BAHTİN VE KARNAVALESK KURAMI

Mihail Bahtin, Rus edebiyat ve dil felsefecileri arasında kendine has üslubu ile 1980 sonrası ABD’nin ve Avrupa’nın entelektüel dünyasına iz bırakmış edebiyat kuramcısıdır. İlk önemli yapıtı *Dostoyevski Poetikasının Sorunları*’dır. Ünlü yazar, Dostoyevski’yi biçimsel olarak çözümleyerek veya analiz ederek değil, biçimciliği bir kenara bırakıp edebiyat alanına kattığı devrim niteliğindeki yeniliklerin perspektifinden ele almıştır. *Romanda Söylem* adlı çalışmasında diyalojizm kavramına değinmiştir. Dil felsefesi ile yakından ilgilenen Bahtin söylemin önemini vurgularken söylemin gerçekleşme koşullarına da değinilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yapıtları ile edebiyat, kültür ve dil felsefesi alanlarına kattığı söylemler birçok kurama cevap niteliği taşımaktadır. Marksist eleştiriye yeni bir boyut kazandırarak toplumsal yaşamı kurmada dil ve edebiyatın önemine değinmiştir.

Günümüz Post kolonyalist ve Marksist eleştiri çalışmaları incelenirken Bahtin’in yapıtlarından en çok üzerinde çalıştığı diyalog ve karnaval kavramlarına değinmemek imkânsızdır. İngiliz yazar David Lodge, Bahtin’in öne sürdüğü kavramların ve yarattığı kuramların edebiyat eleştirmenlerine yeni kapılar açtığını, yapısalcılık sonrası döneme ışık tuttuğunu dile getirmektedir (Bahtin, 2004: 201).

Bahtin dilin sürekli çalışan ve üreten bir varlık olduğunu insanın soluksuz şekilde metin ürettiğini vurgulamaktadır. Söylemin meydana gelmesi için söyleyen ve dinleyen arasındaki bağın gereksinim olduğunu ifade etmektedir. Bu noktada Aristoteles’in dilin oluşumu için belirttiği kriterlere göz

kırpılmaktadır. Nitekim Aristoteles'e göre dilin gerçekleşebilmesi konuşan ve dinleyenin varlığı ile mümkün kılınabilmektedir. 1960 yıllarında Barthes ve Kristeva'nın çalışmaları sonucu ortaya çıkan metinler arasılık kuramı ile postmodernistlerin her eserde bir önceki eserlerden hava solunduğu görüşü pekişmektedir. Bu aşamada ise Bahtin'in söylem bütünlüğü çalışmaları önem kazanır. Çünkü Bahtin'e göre bir söylem ancak başka bir söylem ile anlam kazanmaktadır. Saussure, dilin göstergeler diziminden oluştuğunu ifade ederken Bahtin, diyalojik yapısına vurgu yaparak sabit bir düzeyde kalamayacağını belirtmektedir. Kimi kuram ve kuramcılarla aynı çizgide kimilerine meydan okur nitelikte bıraktığı eserler ile Sovyet Rusya'nın önde gelen düşünürlerinden olan Bahtin'in karnaval incelemeleri günümüz yeni medya araştırmalarını dil ve söylem açısından incelemede önemli bir kaynak olmaktadır.

Karnaval, birçok kesimden topluluğun yılın belli dönemlerinde bir araya gelerek, yarı gerçek yarı oyun şeklinde hayatın tüm hiyerarşik düzenine karşı çıkılarak bireylerin farklı bir biçimde iletişime geçtiği sahnedir. Karnaval ortamı alışılmışın dışında, olağan yaşamın seyrinden uzaklaşması ile gerçekleştirilen tepe taklak bir dünya düzenine işaret eder. Karnaval katılımı gerektirir ve dışarıdan izlenilemez. İzleyici, katılımcı farklılığı yoktur. Karnavalın kendine has geliştirdiği yasalar gereği herkes karnaval süresince karnavalesk bir yaşam sürer. Karnaval meydanlarında hayata geçirilen ve ortamı özgür kılan ilk kural eşitsizliğin yok edilmesidir. Tüm yasaklar, kısıtlamalar, dindarlık, hiyerarşik düzen askıya alınır. Tüm otoritelerin yok sayıldığı bu süreç tuhaflikleri da beraberinde getirir. Karnaval meydanlarında en çok rastlanan olguların başında, tüm kısıtlamaların ortadan kalkmasıyla beraber saygısızlık gelir. Küçük düşürme, küfür, müstehcenlik, kutsal değerlere itaatsizlik gibi sosyal yaşamı derinden sarsacak davranışlar belirir.

Karnaval ortamına özgü imgelerin başında gelen tepe taklak dünya düzeninde ilk somut adım kuşkusuz tahttan indirme -kralın soytarı, soytarının kral ilan edilmesi- ritüelleridir. Bu ritüel bir düzen dâhilinde ve seremoni eşliğinde yapılır. Ancak bu durum sadece karnaval zaman dilimine has bir davranıştır. Karnaval otoritenin bir nebze güç kaybettiği anda ortaya çıksa da onu yıkmaya cesaret edemez. Çünkü karnaval ortamı her ne kadar özgür bir oluşumu betimlese de özünde gerçekleşebilmesi ve halka sunulabilmesi için izni otoriteden alır.

Gülmek, karnavalın en belirgin özelliğidir. Karnavala has gülme şekli normal yaşamda asla müsaade edilemeyecek davranışlara izin niteliği taşır. Gülümsemek en katı ortamları bile yumuşatabilecek kudrettedir. Bu gücün rüzgârı ile dogmatik kilise kuralları birey tarafından alt üst edilebilir. Bahtin'in karnavala özgü olarak belirttiği gülme evrensel boyuttadır. Birçok kesimden, farklı kültürlerden toplulukların bir araya geldiği karnaval ortamında en dikkat çekici somut nesne maskedir. Birey kendini en özgür ve kısıtlamalar olmadan ifade edebileceği böylesine rahat bir ortamda dahi maske kullanımını tercih etmektedir. Bahtin, bunu insanın doğası gereği göstermek istediği davranış kalıplarını saklama niyetinde olanların çıkış kapısı olarak ifade eder. Maske mesajdır. Birey karnaval ortamında maskenin yarattığı psikolojik rahatlama ile özgürce davranır. Bu özelliği ile karnaval ortamının iki yüzlü yapısı açığa çıkar. Normal düzende asla cesaret edilemeyecek davranışlar çıkış alır. Karnaval meydanında sessizlik tanımı yoktur. İçerisinde yüksek sesle kahkahalar, argo, küfür gibi konuşma kalıpları barındırır. Çığırkanlık başrollerden biridir. Tahttan indirme, tahta çıkarma gibi seremoniler de çığırkanların rolü büyüktür. Bir haberi yaymak için veya dikkatleri belirlenen noktaya çekmek için çığırkanlar karnaval süresince hareket mili görevi üstlenirler. Bahtin'in karnaval incelemelerinde grotesk biçiminden oldukça söz ettiği görülmektedir. Özellikle grotesk biçimin temelinde bulunan beden tahribi kalıbı karnaval meydanlarının olmazsa olmaz yapı taşlarından biridir. Fenomen yapıdaki bireyleri bir cansıza benzetme veya alaşağı etme yaygınca rastlanan bir davranıştır. Alternatif iletişim şekilleri arayışında olan toplumlar karnaval ortamında o dünyaya özgü dil yaratır. Kısaltmalar, lakaplar gibi kendiliğinden gelişen bir dil üretilir. Karnavala kayıtsız kalmak veya sadece izleyici olarak kalabilmek olağan dışıdır. Dolayısıyla her birey bu yeni iletişim şekline adapte olmak durumundadır. Özgür ifadenin olduğu ve dogmatik kuralların yok edildiği kendine has dil üreten bu yapıda argo kelimeler türer ve kartopu gibi gittikçe büyür ve durdurulamayacak bir hal alır.

Bahtin, karnavalı hiyerarşik yapının tamamen yer değişimi sonu gelmez bir aşırılık, yozlaşma temelinde hibrid bir düzen olarak ele alır (Stallybros, 1986: 6-8). Zamanla törpülenen bir olgu olarak hayatın merkezinde konumlanan karnaval tüm dünyanın eğlence anlayışına ayna görevi üstlendiğinden dolayı karnavalesk sıfatını kullanmamıza olanak tanır. Karnavalın doğası popüler kültür ile bağıntılıdır. Halk var ise karnaval vardır. Her ne kadar kapitalizm ile kitle kültürüne dönüşmeye yönelse de popüler kültürün de temelinde halk vardır. Karnavalın geçici de olsa sağladığı özgür ortam ve sonu gelmez hazzı popüler kültür de sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları popüler kültürün sağladığı rüzgar ile daha hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Geleneksel medya düzeninin yerini alan yeni medya araçları ise bu oluşumda etkili araçlardır. Tüm bunlar göz önüne alındığında ise yeni medyanın da karnavallaştığı görülür.

Yeni Medya Aracı Olarak Instagram

Instagram, Kevin Systrom ve Mike Kreiger tarafından 6 Ekim 2010 tarihinde kurulmuştur. ABD’de Stanford Üniversitesinden mezun olan bu iki girişimci Silikon Vadisinde uzun süre çalıştıktan ve deneyim elde ettikten sonra sosyal medyada kolayca fotoğraf paylaşabilmeye olanak sağlayan Instagram fikrini tasarlamışlardır (sosyalmedya.co, 2017). Uygulamanın kuruluşundan çok kısa bir süre sonra 100 milyon üyeye sahip olmuştur. En yaygın sosyal medya uygulamalarından Facebook ve Twitter’den farklı olarak fotoğraf paylaşımını temel alan uygulama bu doğrultuda fotoğraflara farklı efektler uygulanabilmesine olanak sağlamaktadır. Kullanıcıları daha net, daha pürüzsüz bir ten veya çeşitli ek uygulamalar ile olduklarından daha farklı gösterebilme özelliğine sahip olması kullanıcıların ilgisini hızla çekmesine sebep olmuştur. Uygulama, hesapların herkese açık olmasına imkan tanıdığı gibi isteyen kullanıcıların gizlilik seçeneğini aktif hale getirmesiyle sadece izin verdiği diğer kullanıcıların hesaplarına erişimine izin verebilmektedir. Instagram ismini çok hızlı anlık kamera anlamına gelen Instant Camera ve telgraf anlamına gelen Telegram sözcüklerinin bileşiminden almaktadır. Çok kısa bir süre içerisinde dünyada hızla yayılan uygulamanın kırılma anı ise Facebook’un uygulamayı satın alması ile başlamıştır. Bu noktada 1 milyon dolara satılan bu yeni trend tüm dünyada ilgiyi bir kez daha üzerine çekmeyi başarmıştır. Kullanıcıların, kendi hayatları ve sosyal çevrelerine paylaşım yapmaları hızla devam ederken tüm dünyada ekol olmuş kişilerin takipçi sayıları milyonları aşmaya devam etmektedir. Bunun yanı sıra yaptıkları ilgi çekici paylaşımlar ile hiç tanımayan, celebrity olmayan kullanıcıların da ‘*instagram fenomeni*’ adı altında tanınabilmekte ve hatta bu takipçi sayıları ve popülerite ile ciddi gelirler elde edebilmektedir. Instagram uygulamasının küresel hal almasında, uygulamanın özellikleri arasında yer alan #hashtag adı verilen etiketli paylaşımlar büyük paya sahiptir. Bu etiketli paylaşım ile o esnada dünyada en çok konuşulan, paylaşım yapılan, konu, durum, özel gün vs. gibi ortak ilgi alanları tüm dünyada aktif instagram kullanıcılarının daha kolay erişimine olanak sağlamaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Mihail Bahtin, dil felsefesi üzerine yaptığı çalışmalar ile birçok edebiyat kuramcısına mentor olmuştur. Karnaval ortamı betimlemelerinde sıkça söz ettiği bulgular göz önüne alındığında günümüz yeni medya ortamında karşılıkları bulunduğu gözlemlenmektedir. Birçok akademik çalışmada Bahtin’e özgü terimlere, örnekler dahilinde yer verilse de yeni medya iletişim araçları ile yakından benzerliği yeteri kadar karşılaştırılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal medya uygulamalarından olan Instagram üzerinden karnaval ortamına has imgelerin yer alıp almadığı, o döneme ait özelliklerin yeni medya ortamındaki karşılıklarının ne olduğu açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Karnaval dünyası ve Bahtin’in karnavalesk niteliklerinin diğer sosyal medya hesapları üzerinden incelenmiş ancak milyonlarca kullanıcıya sahip Instagram uygulaması temel alınarak yapılmış bir çalışmanın olmaması araştırmanın önemini oluşturur.

Evren ve Sınırlılıklar

Bu çalışmanın evrenini yeni medya iletişim kanallarından biri olan sosyal medya uygulaması Instagram oluşturmaktadır. 2017 verilerine göre Instagram uygulamasında toplam 700 milyon hesap bulunmaktadır. Paylaşımların içeriği kapsamında Mihail Bahtin’in karnavalesk kuramıyla özdeş paylaşımlar ve hesaplar ele alınacaklar. 700 milyon hesap arasından ayırım yapılabilmesi söz konusu olmadığından sınırlılık olarak karnavalesk niteliklerinden olan çığırkanlık, tepe taklak dünya, grotesk

söylem biçimi, gülme, argo sözcük kullanımı gibi imgelerin yer aldığı ve en az 100 takipçi sayısına sahip olan paylaşım ve hesaplar ele alınmıştır.

Metodoloji

Araştırmanın konusu kitle iletişim araçları ile ilgili olması sebebi ile yöntem bilim olarak günümüzde ileti ve paylaşım çözümlerinde kullanılan yöntem olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Lasswell, II. Dünya Savaşı zamanında propaganda çalışmaları üzerinde araştırmalar yaparken Adolf Hitler'in propaganda bakanı Goebbels'in kitle iletişim araçlarıyla yaptığı propagandaları incelemiş, sebep-sonuç ilişkisi bağlamında çözümler yapmıştır (Berelson, 1953: 21-25). İçerik analizi yöntemi ile ilgili yapılan tanımların en belirgin olanı 'yazılı ya da görüntülü materyalin sistematik analizidir' açıklaması kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişimi içerdiği söylenebilir (Aziz, 2015: 133). Evren ve sınırlılıklar göz önüne alınarak Instagram uygulamasında yer alan paylaşımlarda Mihail Bahtin'in karnavalesk kuramı imgelerine karşılık gelen özellikler belirlenerek çözümler yapılmıştır. Karnaval meydanına özgü nitelikler ile Instagram uygulamasındaki benzerlikler içerik analizi tekniği ile yorumlanacaktır.

Araştırma Soruları

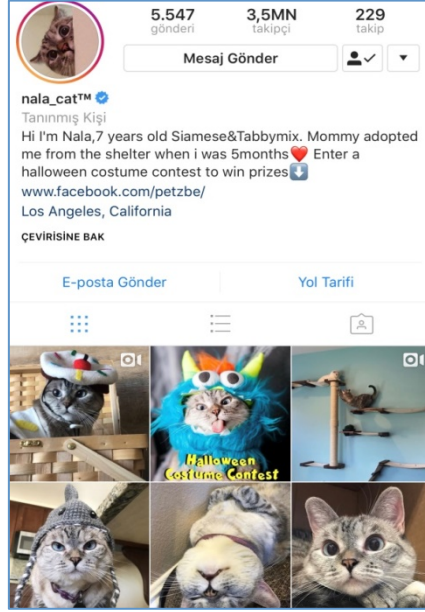
Çalışmada şu sorulara cevap aranmaktadır:

- 1- Karnaval ortamına özgü olan maske kullanımı ve beden tahribi'nin kullanımı Instagram paylaşımlarında tercih edilmekte midir?
- 2- Karnaval meydanlarında bulunan çığırkanlar Instagram ortamında nasıl bir dönüşüm ile yer almıştır?
- 3- Karnavalesk kuramının temel yapı taşı olan gülmenin, Instagram paylaşımlarındaki rolü nedir?
- 4- Karnavalın tepe taklak dünya tabiri ile argo sözcük kullanımı Instagram uygulamasına nasıl yansımıştır?

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırma örnekleri ele alınırken belirlenen sınırlılıklar dâhilinde en az 100 takipçi sayısına sahip ve karnavalesk kuramı öğelerinin kullanıldığı hesaplar aranmıştır. Bu doğrultuda *nala_cat* adlı hesabın 3.5 MN takipçi sayısı ve grotesk anlatış tarzını barındırdığı içerikler, *komedio.kulda* hesabının *Silvester Biberone* başlıklı beden tahribi ögesini içinde barındırdığı paylaşımı, *Tanrı* adlı parodi hesabın kutsal değerlere başkaldırı içerikli paylaşımı, *otuzdansonra* isimli hesap sahibinin 5.735 beğeni alan argo kelimeler içeren paylaşımı, *cagritanerr.gt* adlı hesabın Instagram ortamına has bir dil ile paylaştığı ve 3.361 beğeni alan içeriği, *trendyolcom* isimli dünyaca ünlü alışveriş sitesinin resmi hesabından yaptığı karnavalesk kuramının çığırkanlık özelliğine karşılık gelen paylaşımı ve *sultan.mehmet.han* adlı parodi hesabın İstanbul boğazında konum bildirerek Fatih Sultan Mehmet'in kendisi içerik paylaşıyor gibi yaparak karnaval ortamına özgü olan maske imgesinin günümüzde kullanım şekli ve dijital maskeye uyarlanması örnekleri incelenmiştir. Hesaplar iki hafta süre ile takip edilmiş olup, beğeni ve takipçi sayılarında herhangi bir azalma yaşanmamıştır.

Karnavalesk Kuramının Tepetaklak Dünya Özelliğinin Yansıması



Şekil 1. nala_cat Hesabının Görünümü

Dünyada en çok takipçi sayısına sahip kedi hesaplarından biri olan nala_cat, California dan hesap açmıştır. Açıklama kısmındaki ‘ ‘ Merhaba, ben Nala, 7 yaşında siyam - tabby karışımıyım. Annem beni 5 aylıkken barınaktan evlat edindi. Cadılar bayramı kostümleri kazanmak için lütfen giriş yapınız’ kısmı sanki kedinin konuşabilme yetisine sahip olduğu izlenimi yaratmaktadır. Karnaval ortamına özgü olan tepetaklak dünya imgesi bu iletide açıkça kullanılmıştır.

Karnavalesk Kuramı Tepetaklak Dünya Özelliğinin Yansıması



Şekil 2. nala_cat Paylaşımının Görünümü

nala_cat isimli hesabın diğer bir paylaşımında ise kediye, insana özgü bir başka özelliği yüklemişlerdir. Paylaşımının altında bulunan 'İyi hissediyorum' iletisi kedinin hissiyatını belirtebildiğini ifade etmektedir. Bu iki paylaşımın da anlaşılacağı üzere Mikhail Bahtin'in dile getirdiği tepetaklak dünyada, bilinen, kabul görmüş, doğal akışın aksine her şeyin tepetaklak olduğu bir dünyanın varlığı söz konusudur.

Karnavalesk Kuramı Grotesk Biçim Anlatışında Beden Tahribi Özelliğinin Yansıması

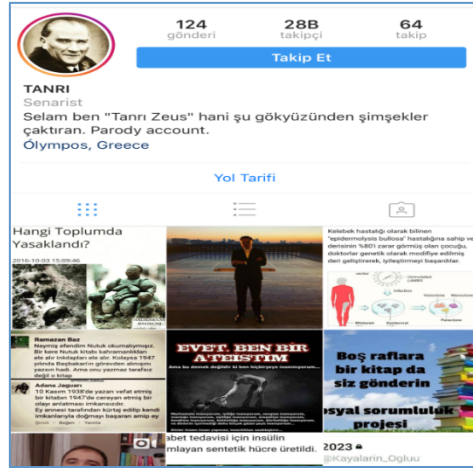
komedi.okulda adlı kullanıcının paylaştığı bu karede ünlü aktör Sylvester Stallone bir film sahnesinde ağzı açık bir şekilde rolünü oynamaktadır. Kullanıcı bu kareyi dolmalık biberin görüntüsüne benzeterek ünlü oyuncunun ismini de değiştirerek mizah üretmiştir. Benzettiği sebze ve görüntüdeki çirkinlik bazında övmekten çok dalga geçer bir boyutu vardır.



Şekil 3. komedi.okulda Paylaşımının Görünümü

Bu paylaşım araştırma soruları içerisinde bulunan karnaval ortamındaki beden tahribi imgesi ile birebir örtüşmektedir. Grotesk biçimin beden tahribi özelliğinin yanı sıra karnaval meydanlarındaki hicivlerin genelde sosyal fenomenleri bir cansıza veya çirkin varlıklara benzetme, eleştirme, alaşağı etme yaygınca görülmektedir. Instagram uygulamasında insanların rahatça sergiledikleri bu eleştiri şekli karnaval ortamlarının vazgeçilmez unsurlarından biridir.

Parodi Hesap İle Kutsal Değerlere Başkaldırı



Şekil 4. Tanrı Hesabının Görünümü

Bu örnekte bir parodi hesap incelenmektedir. İsmi Tanrı olarak belirleyen bu kullanıcı biyografi kısmına senarist yazarak ilk adımda iğnelemesini yapmıştır. ‘Selam ben Tanrı Zeus hani şu gökyüzünden şimşekleri çaktıran’ açıklaması ateist bir birey olduğunu takipçilerinin ilk aşamada fark etmelerini sağlar niteliktedir. Hesabı açtığı yer olarak Zeus’a ithafen Yunanistan olarak belirlemiştir. Hesabın tüm paylaşımları Türkçe’dir. Paylaşım karnaval ortamının en belirgin özelliği olan maske kullanımı ile dini değerlere başkaldırı ifadelerinin Instagram uygulamasındaki karşılığı niteliğindedir. Sosyal medyada ilahi güçlere, kutsal sayılan değerlere yapılan saygısızlık günden güne çoğalmaktadır. Özgürlük adı altında yapılan bu paylaşımlar, çok da eleştiriye maruz kalmaktadır. Takipçi sayıları göz önüne alındığında kullanıcıların hem çekinip hem de bu denli merakla takip etmeleri bilinen tüm tabuların yıkılabileceği endişesini beraberinde getirmektedir. Mihail Bahtin karnaval incelemelerinde en çok bu olgunun üzerinde durmuştur. İnsanların sıkıcı ve disiplin içeren gündelik hayatlarından uzaklaştıkları karnaval ortamlarında ilk sergiledikleri aşırılık ilahi güçlere karşı yapılan başkaldırılardır. Normal hayatlarında asla cesaret edemeyecekleri sözlü veya yazılı ifadelerini korkmadan çekinmeden ortaya koymaları şaşırtan bir davranış şeklidir. Karnavalesk nitelikleri bazında incelediğimiz Instagram uygulaması ve diğer tüm kullanıcı bazından işleyiş gösteren sosyal medya uygulamaları bu psikoloji alt temelli paylaşımları kapsamaktadır.

Karnaval Ortamının Argo Söylem Özelliğinin Karşılığı



Şekil 5. Otuzundansonra Hesabının Paylaşım Görünümü

otuzundansonra adlı Instagram kullanıcısının 'büyüme istiyorduk, çünkü b.k vardı...!' paylaşımı Instagram ortamında sıkça paylaşılan içeriklere örnek niteliktedir. İnsanların günlük hayatlarında da sıkça konuşmalarında yer verdiği argo sözcükler sosyal medya ortamlarında daha rahat ve açık bir şekilde aktarılabilir. Karnaval ortamı dur durak bilmeyen bir gürültü hiçbir zaman kapanmayan ağızlar, bol kahkaha, bol mizah ve bol küfür içermektedir. Dışkı veya pis bir durum üzerinden aşağılama, insanı yerme, kendini eleştirme gibi unsurların sık sık görüldüğü karnaval meydanı konuşma biçimi olarak ele alındığında da Instagram ile benzer özellikler içermektedir.

Karnaval Ortamına Has Bir Dil

cagritanerr.gt adlı bol takipçi sayısına sahip bu profilin paylaşımı 'seri beğen, 10 yorum yap, +500 takipçi kazan' mesajı içermektedir. Instagram mecrasında fenomen olmak isteyen bir çok kullanıcı bu tarz yöntemler ile takipçi kazanabilmekte ve bir sınıra ulaştığında Instagram yönetimi tarafından mavi tik ile ödüllendirilmektedirler.

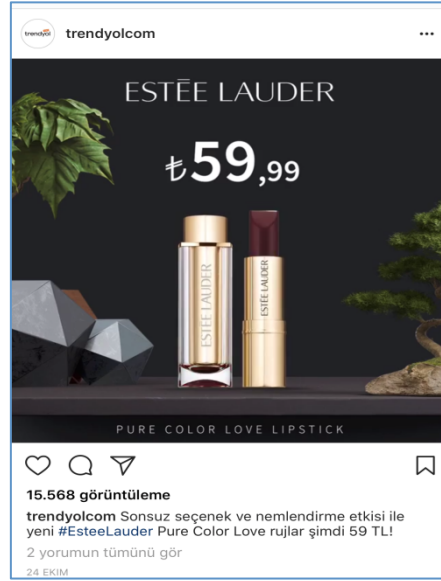


Şekil 6. cagritanerr.gt Hesabının Paylaşım Görünümü

Tanınmış kişi olmak yolunda büyük çaba sarf eden birçok kullanıcı için bu bir nevi kendini öne çıkarabileceği bir özelliktir. Pazar yeri dili olarak adlandırılan bir söylem biçimi karnaval meydanlarında oluşmuştur. İnsanların konuşma şekli karnaval ortamına has ve orada zaman geçiren yabancı olmayan her bireyin anlayabileceği gibi şekillenmiştir. Kısaltmalar, yabancı terimler, aslında normal gibi duran ama argo sözcükler, daha önce yapılmış bir espri ya da hicivden alıntılar buna örnek verilebilir. Instagram uygulamasına has beğeni, yorum, takipçi gibi terimler Instagramda profili olan ve biraz da olsa akışa hakim tüm bireylerin anlayabileceği terimlerdir. Uygulamayı daha önce kullanmamış sosyal medyadan uzak yaşayan bir çok birey bu dili ilk defa duymuş olabilirler. Bu da her ortamın her alanın kendine has bir dili olduğunun göstergesidir. Karnavalesk kuramının insanları bir araya getirdiği karnaval meydanlarındaki iletişim biçimi günümüz sosyal medya alanlarındaki ile birebir benzerlik göstermektedir.

Çığırkanlık Özelliğinin Instagram Ortamına Yansıması

trendyol alışveriş uygulaması Türkiye’de milyonlarca takipçisi olan bir sitenin uygulamasıdır. Paylaşımında ise: ‘sonsuz seçenek ve nemlendirme etkisi ile yeni # EsteeLauder Pure Color Love rujlar şimdi 59 TL! ile bir indirim kampanyasından söz etmiştir. 15.568 gibi sayısı oldukça fazla kullanıcı tarafından görüntülenmiştir. Alışveriş sitelerinin yeni pazarlama şekillerinden olan ünlü sosyal medya mecralarında yaptıkları bu paylaşımlar şirketin kendi sitesine yönlendirme yapabilme özelliği sayesinde sık sık başvurulmuş bir yöntem haline gelmiştir. Pazar meydanı dilinin olmazsa olmaz özelliklerinin arasında çığırkanlık gelir. Karnaval ortamında bir satış veya dikkatleri üzerine çekmeye çalışan her birey bağırır. Düşüncesini ya da ticaret anlamında pazarladığı her türlü içeriği yüksek sesle bağırarak ya da pankartlarla dile getirir. Instagram ile karşılaştırıldığında durumun benzer yönleri ortadadır. Dünyaca ünlü bir ruj markası Trendyol alışveriş sitesinin Instagram profilinde neredeyse bir çığırkanlık edası ile sergilenmektedir. Bunun en çarpıcı örnekleri yılın belirli aylarında indirim giren marka profillerinin indirim içerikli paylaşımlarında görülür.



Şekil 7. Trendyol.com Hesabının Paylaşım Görünümü

Karnaval Maskesi

sultan.mehmet.han adlı kullanıcı yaptığı paylaşım ile Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'un fethi sırasındaki bir portresini paylaşmıştır. Ancak bunu yaparken kullandığı dil sanki Fatih Sultan Mehmet'in kendisinin yaptığı bir paylaşım gibi dile getirmiştir. Eleştiri ve hiciv içermeyen bu paylaşım çok da fazla beğeni kazanamamıştır.



Şekil 8. Sultan.mehmet.han Hesabının Paylaşım Görünümü

Mihail Bahtin'in karnaval ortamında birey maskesiz düşünülmemektedir. En etkili mesaj niteliği taşıyan bu maske kullanımı günümüz sosyal medya ortamlarında da sık sık karşılaştığımız bir özelliktir. Parodi hesapların yanı sıra sosyal fenomenler adıyla açılan hesaplar dijital maskenin geldiği son noktayı belirtir niteliktedir. Karnaval meydanı tepe taklak dünya kavramında krallar soytarı, soytarılar ise kral haline dönüşür. Bilinen tüm değerler alt üst edilirdi. Ancak maske kullanımı her zaman alaşağı etmek yerle bir durumuna dönüştürmek için kullanılmaz mevcut fenomenleri bazen tetiklemek daha çok övmek gücüne güç katmak içinde kullanılabilirdi. Instagram uygulamasında parodi hesaplar genel anlamda bireyi eleştirmek ve mizah yüklü paylaşımlar yapmak adına açılır ancak benzer örnekteki durumlarda söz konusudur. Paylaşımında Fatih Sultan Mehmet'i eleştiri söz konusu değildir. Yaşasaydı bunu paylaşırdı mantığı çerçevesinde bir saygı veya övgü söz konusudur. Beden tahribi veya yalan bir içerik mevcut değildir. Dijital maske takılıp o kişiymiş gibi yapma deyimi ile

birebir örtüşen bir durumdur. Karnavalesk kuramının Instagram uygulaması ile ortak özellikleri karşılaştırıldığında birebir örtüşen kavram maske göstergesidir.

<i>Paylaşım Hesabı</i>	<i>İçerik</i>	<i>Anlam Çıkarımı</i>	<i>İçerik Özelliği</i>	<i>Karnavalesk Niteliklerine Uyum</i>
nala_cat	kedi	Konuşabilen kedi	Hayvanlara konuşabilme yetisi	Tepetaklak dünya özelliği ile birebir uyum görülmektedir.
nala_cat	kedi	Hissiyatını belirten fotoğraf	Hayvanlara İnsana özgü bir özelliği dayatma	Tepetaklak dünya özelliği ile birebir uyum görülmektedir.
komedio.kulda	Silvester Biberone	Sylvester Stallone 'u bibere benzetme	Beden Tahribi	Grotesk biçim anlatışında beden tahribi özelliğine sıkça başvurulur.
Tanrı	Tanrı Zeus	Doğa Üstü güç imgeleri	Parodi Hesap ile değerlere başkaldırı	Karnaval ortamında bireylerin ilk gösterdiği aşırılık ilahi güçlere normal hayatlarında söyleyemeyecekleri veya benzetme yapamayacakları sözleri dile getirmektir.
otuzundansonra	Argo Paylaşım	Düşüncenin argo dil ile aktarımı	Sosyal medya ortamında sıkça rastlanan argo sözcük kullanımı	Karnavalesk kuramının en temel belirleyici özelliklerinden biri argo söylemin aşırılığa kaçması, insanların hiç çekinmeden bu söylemlerde bulunabilmesi yer alır.
cagritanerr.gt	500 takipçi kazan	Takipçi sayısı arttırma özelliği vurgusu	Instagram ortamına has bir dil	Karnaval ortamının kendine has üslubu, kısaltmaları, söylemleri oluşmaktadır. Nitekim Instagram kullanıcıları arasındaki bu örnekteki gibi.
trendyolcom	Yeni Ürün Fiyat Bilgisi	Markanın ürün tanıtımı	Kampanyayı abartılı şekilde sunma	Karnaval ortamının çığırkanlık özelliği Instagram paylaşım akışında da görülmektedir.
sultan.mehmet..han	Savaş Anında Sultan Mehmet Mehmet Han	Sultan Mehmet'in savaş anı	Dijital maske kullanımı	Karnaval maskesiz düşünülemez. Dijital maske karnaval nitelikleri taşıyan sosyal medya ortamında vazgeçilmez unsurdur.

Tablo 1. Instagram Paylaşımlarının Karnavalesk Analizi

SONUÇ

Şüphesiz toplumların var olabilmesi, gelişmesi ve insan ilişkilerinin bir düzen dâhilinde gerçekleşebilmesi için iletişim gerekli olan bir ihtiyaçtır. Günümüzde geleneksel medya araçları teknolojinin sunduğu imkânlar ile yerini yeni medya araçlarına bırakmıştır. Bu makalenin temel araştırma kapsamı göz önüne alındığında, yeni medya iletişim araçları vasıtası ile yapılan paylaşımlar Mihail Bahtin'in karnavalesk kuramına özgü imgeleri ile karşılaştırılmıştır. Yeni medya uygulamaları, sosyal bilimler kapsamında incelemeye değer görülen yeni bir alandır. Geleneksel medya araçlarının

günümüzde değeri ve kullanım miktarı azalmamıştır. Aksine yeni araçlar ile harmanlanarak iletişim için gerekli olan araçların nitelikleri değer kazanmıştır. Toplumların birbirleri ile yakınlaşması, zaman, mekan gibi farklılıkların ortadan kalkması ile kültürler de zamanla benzerlik gösterir hale gelmiştir. Dolayısıyla iletişim araçları sadece çekirdek grup insan ilişkilerini değil küresel düzeyde insan ilişkilerini ifade etmektedir.

Birey her zaman iletişim ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyacı karşılayabilmek için çeşitli aktivitelere katılımı söz konusudur. Mihail Bahtin'in üzerinde çalıştığı karnaval meydanlarının tarihsel arka planına bakıldığında bahsedilen ihtiyaç doğrultusunda ortaya çıktığı görülmektedir. Bahtin, karnaval ortamındaki insan ilişkilerini, davranışları, tercih edilen nesnelere sebep-sonuç bağlamında edebi bir bakış açısı ile çözümlenmiştir. Günümüzde ise ağ toplumu adı verilen yeni bir düzen kurulmuştur. Ağ toplumunda şüphesiz iletişim çok daha hızlı ve ulaşılabilir bir değer kazanmıştır. Ancak iki dönem arasındaki ortak payda insandır. İnsanların iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için kullandıkları araçlar her ne kadar değişse de düşünce ve davranış kalıpları aynı kalmıştır. Dolayısı ile Bahtin'in karnaval ortamı incelemeleri tarih ve zamanın koşullarına göre belirlenip ağ toplumu temelli insan davranışları ile karşılaştırıldığında değişen tek olgunun araç olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya araştırmaları kapsamında Mihail Bahtin'in karnavalesk kuramına sıkça değinildiği gözlemlenmektedir. Çünkü içerdiği özellikler ve taşıdığı kendine has üslup ile birebir örtüşmektedir. Genel perspektiften bakıldığında, tepetaklak dünya, çığırtkanlık, beden tahribi, grotesk imgeler, mizah ve gülme özellikleri ile Instagram uygulamasında karşılıkları bulunmaktadır. Birçok insanın bir araya geldiği sosyal ortamlarda maske kullanımı sıkça tercih edilmektedir. Orta Çağ Avrupa'sından günümüze kadar ulaşmış olan bu mesaj şekli hiçbir değişime uğramadan varlığını sürdürmektedir. Instagram uygulamasının kendine has özellikleri arasında yer alan #hashtag kullanımı aynı karnaval ortamının çok uluslu yapısı gibi paylaşımın dünya çapında yayılmasına olanak tanır. Popüler kültürün kendi kendine ürettiği bir dil vardır. Argo, müstehcenlik, aşırılık, kısaltma içeren pazar yeri dili bu noktada da Instagram ile benzer nitelikler göstermektedir. Sonuç olarak Instagram küresel bir karnavalesk niteliği taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Aydoğan, F., (2009), *Eleştirel Perspektiften Yeni Medya, Marmara İletişim Dergisi, Cilt: 15, İstanbul.*
- Aziz, A., (2015), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Nobel Yayınları, İstanbul.*
- Bahtin, M., (2001), *Karnavaldan Romana. Edebiyat Teorisinden Dil Felsefesine Seçme Yazılar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.*
- Bahtin, M., (2004), *Dostoyevski Poetikasının Sorunları, Metis Yayınları, İstanbul.*
- Bahtin, M., (2005), *Rabelais ve Dünyası. (Çev.) Çiçek Öztekin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.*
- Baldini, M., (2000), *İletişim Tarihi. Çev. Gül Batuş, Avcıol Basımevi, İstanbul.*
- Borges, L., (1995). *Yolları Çatallanan Bahçe, İletişim Yayınları, İstanbul.*
- Bozkurt, V., (2000), "Gözetim Toplumu ve İnternet", *Birikim Dergisi, Sayı: 136.*
- Brandist, C., (2011), *Bakhtin Ve Çevresi, Doğu Batı Yayınları, İstanbul.*
- Castells, M., (2008), *Bin Yılın Sonu, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.*
- Castells, M., (2010), *The Rise of Network Society. 2nd. Ed. With a New Preface. United Kingdom: Wiley-Blackwell Publishers.*
- Castells, M., (2004). "An Introduction to the Information Age" *The Information Society Reader, Editör: Frank Webster, Routledge, Londra.*
- Fiske, J., (2014), *İletişim Çalışmalarına Giriş, Pharmakon Yayınevi, Ankara.*
- Goffman, E., (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, Metis Yayınları, Ankara.*
- Güngör, N., (2011), *İletişim Kuramları Ve Yaklaşımları, Siyasal Kitabevi, İstanbul.*
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2017, TUİK, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, (Erişim Tarihi 15.03.2018).
- Kıpçak, N., "Yeni Karnaval Olarak Yeni Medya: Karnavalesk Nitelikleri İle Twitter" *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Bilim Dalı Doktora Tezi, İstanbul, 2016.*
- Manovich, L., (2001), *The Language of New Media, Cambridge: The MIT Press.*

- McLuhan, M.,(2007), Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul .*
- Neuman, L.,(2016), Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Yayın Odası, Ankara.*
- Sosyalmedya.co, <http://sosyalmedya.co/instagram/> (Erişim Tarihi 15.03.2018).*
- Yaylagül, L., (2015), Kitle İletişim Kuramları, Egemen Ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yayınları, İstanbul.*