

YOUTUBE GEZİ KANALLARINDA TURİST KİMLİĞİNİN ANALİZİ

Ziyad Guliyev¹, Haluk Tanrıverdi²

¹Department of Radio TV and Cinema, Faculty of Communication, İstanbul University, İstanbul, Turkey

²Department of Tourism Management, Faculty of Economics, İstanbul University, İstanbul, Turkey

Corresponding author: ziyad86@mail.ru

Özet

Bu araştırma yeni medya ortamlarında inşa edilen kimliklerin analizine odaklanmaktadır. Kimlik inşasının tarihsel sürecine ilişkin genel bir çerçeve sunulmakla birlikte onun dijital ortamdaki değişimi incelenmiştir. Özellikle de Walter Benjamin tarafından detaylı araştırılan flaneur kimlik ve teknolojinin gelişimi ile birlikte onun değişimi araştırılmıştır. İlk dönemlerde Paris'in Pasajlarını gezen, şehire ve kültüre dışarıdan bakan flaneur zamanla Turizm sanayisi içerisinde belirli bir evrim geçirdi. Marshall McLuhan'ın 'Global Köy' kavramı doğrultusunda flaneur kimliğinin gezindiği, deneyimlediği mekanların sınırları da genişledi. Araştırmada flaneur kimliğinin teknolojinin etkisi ve dijital kültürle birlikte kazanmış olduğu cyberflâneur, dijital gezgin, flanör/turist gibi yeni özellikleri tespit edilmiştir. Araştırmanın ampirik boyutu Youtube üzerindeki seyahat kanallarının içeriğinin analiz edilmesi ile inşa edilmiştir. Kendi gezisini son teknolojik aygıtlar aracılığıyla kayda alan ve onu belirli bir anlatı biçiminde sunan birey modern zamanların flanörü olarak tespit edilmektedir.

Anahtar Kelime; *Turist Kimliği, Dijital Kültür, Anlatı,*

THE ANALYSIS OF TOURIST IDENTITY IN YOUTUBE TRAVEL CHANNELS

Abstract

A general framework of the historical process of identity construction has been presented with its variation in the digital environment has been examined. In particular, along with the development of detailed investigations in flaneur identity and technology and to his change has been researched by Walter Benjamin. In the first period, flaneur, who traveled to Paris's Passages overlooked the city and cultural outlook, has undergone a certain evolution within the tourism industry. In the direction of Marshall McLuhan's the concept of 'Global Village', the boundaries of the spaces where the flaneur identity is visited and experienced have also expanded. In the research, new features such as cyberflâneur, digital narrative, flaneur / tourist have been identified that the identity of flaneur is gained with the influence of technology and digital culture. The empirical dimension of the research was constructed by analyzing the contents of the travel channels on Youtube. Make your own journey through the latest technological devices and who presents it in the form of a certain narrative, is determined as the flaneur of modern times.

Keywords: *Toursit Identity, Digital Culture, Narration*

1. GİRİŞ

Web 2.0 imkanı ile birlikte, kültürün kendi mekan ve zaman kavramlarının önüne 'sanal' ibaresinin konması toplumun algısını değiştirdi. Kuşkusuz, belirli bir dönemde turizmin gelişmesi flanörün bir taraftan kendine has olan 'nötr' yapısını bozduysa da, diğer taraftan onun teknoloji aracılığıyla kitle tarafından görülmesi onu 'öteki' (hastalıklı, işsiz, avare) kimliğinden çıkardı ve 'turist', 'çantalı turist', 'gezgin kimliği'* gibi toplum tarafından saygı gören bir statüye yerleştirdi.

Modern dönem ve onu izleyen Post modern yaklaşımların yaşandığı günümüzde yeni medyanın gelişmesi ve dijital kültürün tüm alanları etkilemesi kaçınılmaz bir boyuta yükselmiştir. Bu araştırmanın amacı ‘*flaneur*’ün kapitalizmle birlikte turiste dönüşen tanımının yeni medya ile birlikte nasıl yeniden inşa edildiği, sanal boyutta, sanal mekân ve uzamda nasıl konumlandırıldığını analiz etmektir. Sanal ortamdaki ‘*flaneur*’ birer turist olmaktan çok artık aynı zamanda ilgilenen, mekânın ve kültürün verilerinden zevk alan bireydir. Diğer taraftan ise teknolojik araçlarla kendi düşünme eylemini, belleğinin işlevini yanındaki aygıta yüklemektedir.

Araştırmada vlogerlerin Youtube üzerindeki kanallarda kendi hikâyelerini video içerikler üretmek nasıl anlattıkları ve bu anlatının özellikleri analiz edilmektedir. Araştırmada inşa edilen yeni turist, flanör, gezgin kimliklerinin videoları incelenmektedir. Bu incelemeyle yeni medya, dijital kültür ve flanör kimlik ilişkisine ilişkin teorik bir anlama çabası gerçekleştirilirken, örneklerle konunun pratik yönüne de odaklanılmaktadır. Genel turist videoları ve turizm sanayisinin medya aracılığıyla pazarlama amacı olan ana akım medyadaki tanıtım videoları yanında, sanal mekanda kendilerine yer bulan ve turizmin kapitalist söylemleri ile hareket etmeyen gezginler de vardır. Araştırmada farklı ülkelere ve mekânlara seyahat ederek video üreten youtuberlerin flanör kimlik özellikleri incelenmektedir. Geleneksel turist kimliğinin aksine, flanör/turist kimliğinin kendi gezisini ‘kodlama’ ve ‘kodaçımalama’ sürecinin farklı dil ve söylemlerle oluştuğu iddia edilmektedir (Stuart;1974,87).

Araştırma amaçlı örneklem yöntemi temelinde ilerlemektedir. Bu anlamda turist/flanör özellikleri belirgin olan videolar seçilmiştir. Youtube üzerinde çok sayıda gezi videosu olduğu dikkate alınarak, Türk dilinde olan gezi kanalları seçilmiştir. Türkçe gezi kanalları içerisinde de abone sayısı sınırlama kriteri olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, Emre Durmuş (380,819) en çok abonesi olan kanal olarak tespit edilmiştir. Bu bağlamda belirtilmesi gerekir ki, flanör olarak ifade ettiğimiz youtuberler aslında bir bakıma turist kimliğinin farklı boyutu olarak da kendilerini konumlandırmaktalar. Keza ‘*Emre Durmuş*’ videolarındaki anlatı biçimi ve kendisini gerçek bir flaneur gibi sunduğu için örnekleme incelemeye alınmıştır.

2. YENİ MEDYA DİJİTAL KÜLTÜR İLİŞKİSİ

20.Yüzyılın ilk dönemlerinden başlayan politik, kültürel, sosyolojik değişimlerin merkezi noktasında teknoloji ve sanayide yaşanan ilerlemeler var olmuştur. Tarihin tüm dönemlerinde bireyler kendi gündelik hayatlarını anlamlandırma çabasıyla harekete geçerken, ihtiyacın ve arzın sonucu farklı icatlar geliştirmiş, bulmuşlardır. Bu anlamda çağımızın gerçekliği kendini farklı katmanlarda ‘*simule*’ (Baudrillard;1994) etmiş olsa da, temel arketipini oluşturan bazı kavramların özünde teknolojik gelişmeler yer almaktadır. Özellikle ‘web 2.0’ diye tanımlanan ve temelinde ‘yapay zekanın’ belirgin olmayan parçacıklarının saklandığı teknoloji karşı çıkılamaz bir biçimde, yönetilemez bir çehrede, durmadan bilgi üretmek, yeniden üretmek ve onu ‘tüket-üret’ çıkmazına sokmakla daha da karşı konulamaz boyutlara ulaşmaktadır. Bilgi durmadan çoğalırken, birey kendi belleğine yabancılaşmakta, kendi birikimini, düşünme yetisini ve belleğini arşiv gibi kullanma alışkanlığını kaybetmektedir. ‘*Cyberborg*’a dönüşme, bedenin siber uzantısı olan bilgisayar, insana bağlanmış bellek, yedek bir parçaya dönüşen bellek insanın işlevini görmektedir. Kim H. Veltman’in belirttiği gibi ‘*1999 senesinde 1.4 trilyon gigabyte veri üretilmiştir*’ (Donna; 2006). Kuşkusuz sonraki yıllarda bunun durmadan arttığına ilişkin çokça kaynaklar mevcuttur. Google tarafından tasnif edilmiş imge sayısı 2004 yılında 880.000.000 olarak belirlenmiştir.

Teknolojinin gelişmesi ile ‘dijital çağ’, artık seyahat deneyimini de ciddi anlamda değiştirmiş oldu. Sanal seyahatin internet aracılığıyla olanaklı olduğu ifadesi günümüz için yaygın olarak kullanılsa da, sanal seyahat ve gezgin kimliğinin tarihi daha eski dönemlerle ilgilidir.

Öncelikle, günümüzdeki sanal seyahat deneyimini betimlemek için altının çizilmesi gereken bazı önemli noktalar vardır: Veriler evreninde seyahat ve kurmaca anlatı içerisinde seyahat. Bunlardan ilki gidilecek mekâna ilişkin verilerin oluşturduğu evrende seyahat olgusudur. Burada panoramik reklamlar, herhangi bir mekanın haritaları, cep ulaşım kılavuzları, çeşitli seyahat şekilleri ve günümüzde

‘Google Earth’ uygulaması aracılığıyla şehrin arka sokaklarını, kuytu köşelerini gezmek, gidilecek mekânın videoları, mekânı deneyimlemiş, orada önceden gezinmiş turistin, sırtı çantalı turist/flanörün vlogları ve blog yazıları, destinasyona ilişkin geniş bir bilgi vermektedir. Dijital Çağda flanör aslında bilgisayar karşısında oturarak veya o her zamanki aylıklığını ekran karşısında yaşayarak, veriler evreninde, ‘düşünür-gezer’ olma isteğini gerçekleştirebilir.

Konunun diğer bir kısmında ise *kurmaca anlatı içerisinde biçimlenen seyahat deneyimi* yani romanların ve kurgu metinlerinin o ‘üst-anlatı’ (Ülkü; 2012) evreninde seyahat etmek, okumanın üzerinde aylıklık etmek, durmak düşünmek ve sorgulamak sürecinin deneyimlendiği bir evre vardır. Bu anlamda Victoria dönemi yazarlarından başlayan seyahat romanları bu kısma örnek olarak gösterilebilir (Byerly; 2012).

Kurgu metinlerinin yaratmış olduğu üst anlatı ve ütöpik mekânlar aslında ciddi bir araştırma konusudur. Viktorya döneminde geliştirilmiş sanal seyahat deneyimleri XXI. Yüzyılda yeni medyanın sunduğu seyahat deneyimi olarak sanal gerçeklik olgusuna karşılık gelmektedir. Yeni dönemde herhangi bir ‘web sitesinde’ gezinmek istersek, İnternet Explorer web tarayıcısını kullanır, ‘sanal tur’ (Wang, Yu, Fesenmaier; 2002) gerçekleştirir, sonra da eve döneriz. Bu aslında Viktorya döneminin panoramik reklamlarında yer alan ‘Niagara Şelalesine Ziyaret’ vaat eden seyahat kitaplarının yazar eşliğinde okuyucuya seyahati deneyimlemek çağrısına benzemektedir.

Genel olarak ilk aşamada Youtube üzerinden oluşturduğu içerikleri yeni medya dili ile anlatan gezer, turistler ele alınarak onların içerisinden en çok ilgi çekenler sıralanmıştır. Araştırma evreninde daha çok hikâye anlatısı, ‘*flaneur*’ kimliğin inşasına hizmet etmesi ve anlatılarında turist, flaneur, gezgin kimlikleri arasında bir benzerlik gösterdiği için seçilmiştir. Bu bağlamda seçilmiş Youtube kanalları ve onların betimleyici özellikleri aşağıdaki tabloda daha kapsamlı ifade edilmiştir. Ayrıca, yeni medya mecralarındaki içeriklerin izlenme oranı, abone sayısı, içerikte paylaşılan kanal sayısı sabit değildir. Bu unsurlar her saniye değişkenlik göstermektedir.

Araştırmamızda kullanılan yöntem içerik analizi olarak bilinmektedir. Analizde, dijital hikayelerin içerik analizi zamanı Jeo Lambertive ve Dana Atchley tarafından uygulanan Dijital Öykü Anlatımının yedi belirleyici unsuru kullanılmıştır. Bu açıdan dijital hikayelerin anlatımı sırasında ‘Bakış Açısı’, ‘Çarpıcı Bir Soru’, ‘Sesin Kullanım Üstünlüğü’, ‘Film Müziği’, ‘Ekonomiklik’, ‘Hız’ gibi ilkelerin ‘Emre Durmuş- Story teller’, ‘Biz Evde Yokuz’ ve ‘Rotasız Seyyah’ tarafından üretilmiş videolarda hangi düzeyde kullanıldığına bakılmaktadır. Klasik anlatı sanatının öyküleme tekniklerinin de kullanım biçimine bakılmıştır. Aynı zamanda Mimesis kavramı ile açıklanan ‘dinleyici/okur’ da burada Plato ve Aristo felsefesi perspektifinden analiz edilmiştir. Onun için analiz edilmiş her bir videonun içeriğine ilişkin olarak Dijital Öykü Anlatımı Merkezi tarafından belirlenmiş olan yedi ilke yaklaşımı kullanılmıştır.

Araştırma yeni medya araçlarının kullanarak kendi gezisini dijital ortamda inşa eden ve bu sürede de kendini bir flanör olarak konumlandıran bireyler üzerinedir. Bu nedenle de flanör kimliğinin kültürel, tarihi ve sosyolojik dokusu ile ilgilenen, gezindiği yere dışarıdan bakan ve onu tüm detayları ile inceleyen karakter özelliğinin inşası önemlidir. Araştırma anlatılardaki teknik ve yapısal özelliklere de baktığı için flanörün kullandığı anlatı tarzları, yaklaşım ve özne olarak kendini konumlandırma biçimi onu inşa eden önemli etmenlerdendir. Flanör gezisini bir veri, sanatsal ürün, bir içerik olarak yeniden inşa eder. Flanör, Pasajları sadece gözlemlemiyordu, aynı zamanda fotoğrafçıydı. Yeni medya olanaklarının yaygın kullanıldığı dönemin flanörü ise gördüğünü farklı mecralarla aktarmaktadır. Bu aktarım süreci kendine aynı zamanda bir hikâye anlatma, fikrini ve düşüncesini birilerine iletme amacını da taşımaktadır. Sonuç olarak ‘Story Teller-Emre Durmuş’ kanalından seçilmiş videolar içerik analizi yöntemi ile incelenecektir.

Tablo 4. Story Teller -Emre Durmuş Vloglarında İlişkin Veriler Tablosu

Kanal İsmi	Emre Durmuş-Story Teller
------------	--------------------------

Türü	Seyahat, Gezi, Kâşif,	
Oluşturulma Tarihi	9 Ekim 2011	
Kanalın Abone Sayısı	387,187 (erişim tarihi; 27 Mayıs 2018)	
Kanal Hakkında	‘2014 yılından beri dünyayı gezmeye çalışıyorum. Bu yola nasıl çıktığımı, deneyimlerimi ve maceralarımı seyahat blogumda anlatıyorum. Şimdi de Youtube kanalım üzerinden paylaşım yapmaya başladım. Umarım paylaşımlardan zevk alırsınız.’	
Kanalda Oynatma Listeleri	Venezuela	1
	Macera	29
	İlginç	8
	Brezilya	27
	Türkiye	6
	Benim Seçtiklerim	8
	Parti Ve Festivaller	14
	Güney Kore	3
	Tayland	9
	Dünya Turu Vlog	15
Video sayısı	177	
Toplam görüntülenme sayısı	38.108.761 (erişim tarihi; 27 Mayıs 2018)	

Araştırmada Emre Durmuş tarafından hazırlanmış videolar içerisinde en çok izlenen gezi videosundan ilk üçü örnekleme dâhil edilmiştir. İncelemeye dâhil edilmiş videolar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 5. Storyteller-Emre Durmuş’un Örnekleme Dâhil Edilen Videoları

*Video İsmi	Yayınlanma tarihi	İzlenme sayı	Konu	Blog yazısı
‘Sanırım Zengin Oldum- Krizi Fırsata Çevirmek’	15 Mayıs 2018	1.122.908	Venezuela’ya olan bir seyahat. Bu videoda ülkenin ekonomik durumunun gündelik hayat içerisinde n görme imkânı buluyoruz.	Yok
Bakın Meksika’da Türk Dönerini Nasıl Satıyorlar	10 Kasım 2017	1.858.987	Kent Mimarisi, şehir kültürü, gerçek flânörün bakışından	Yok
Fantastik Biznes Klass VIP deneyimi- Qatar Airway Boeing 787-8 Dreamliner deneyimi	10 Mart 2018	1.171.534	Turizm, seyahati uçak reklam, tanıtım, destekleyici ve ilginç bilgiler.	Yok
Hayalet Köyde Bir Gün- Terkedilmiş Rum Köyü	9 Haziran 2018	99.786	Gezi, doğa ve harabe bir köy.	Yok

Aslında örnekleme dâhil ettiğimiz üç videonun her biri kendi içinde farklı özellikleri ifade etmektedir. Bunlardan birincisi ülkenin ekonomik durumuna ilişkin bilgi verici, ikincisi gerçek turist flânör tanımını ifade edecek bir turist gezisi, üçüncüsü ise Youtube vlogluğunun parasal yönü ve pazarlamada ürün yerleştirme, viral reklam olgusu gibi değerler yeni medya dili ile farklı bir transmedia (çoklu medyalar) aracı kullanılarak ifade dilmektedir.

‘Sanırım Zengin Oldum- Krizi Fırsata Çevirmek’

Emre Durmuş seyahat için gitmiş olduğu Venezüella’da bozdurduğu 50 dolar karşılığında aldığı parayı ve bu bağlamda ülkenin ekonomik durumundan dolayı paranın değerden düşmüş olduğunu belirten bir video içerik üretmiştir. Videonun içerik analizine ve öykünün anlatı yapasındaki özelliklere ilişkin tanımlara öncelikle değinmek anlamlı olur. Toplam olarak 1, 228,837 (erişim tarihi;28.05.2018) görüntülenme, 23000 beğeni ve 2100 beğenmeme alan videoda 3453 yorum bulunmaktadır. Toplam

süresi 10 dakika 43 saniye olan bu video aslında gündelik hayat antropolojisi ve Venezüella'nın günlük hayatına ve ülkenin bulunduğu duruma ilişkin 'öteki' birinin gözünden çok geniş bir manzara sunmaktadır.

Örneklem kısmında değerlendirilen bu videoda aslında Emre Durmuş Venezüella'nın ekonomik durumuna ilişkin bilgi vermekle birlikte, anlatısında çok farklı kurgulama tekniği kullanması, kullandığı anlatı dili ve öyküleme biçimi açısından video değerli bir belgesel niteliği taşımaktadır. Kuşkusuz bu anlatıyı geleneksel belgesel olarak değerlendirmemiz mümkün değil, ancak konusu, anlatısal özellikleri açısından benzerlik teşkil etmektedir diyebiliriz. Emre Durmuş'un vloglarında ve ürettiği içeriklerde gerçek bir flanör kimliği görmek mümkündür. Bu kimlik de değişkendir. Bu bağlamda Emre Durmuş karakterini daha çok flanör/turist kimliğine yakın olduğunu belirtmemiz gerekir. Genelde parasız olarak, otostop çekerek farklı coğrafyalara seyahat eden ve amacı farklı kültürleri deneyimlemek olan Emre Durmuş dijital flanör-Turist kimliği tanımına çok uygun bir karakter inşa etmektedir.

Videonun ilk sahnesi videonun genel arketiptik konusu olan paranın değerden düşmesine ilişkin anlatıdan kesitle başlamaktadır. Lüks otelde yatakta oturmuş ve karşısına bir tomar para serpmiş olan Emre 'Zengin oldum abi, Zengin. (Elinde bir tomar parayla kendini yatağa atarak) *Bana bunun açıklamasını yapın. Bu paranın açıklamasını yapın*' demektedir. Bu videodaki ilk cümle ve ilk sahne tekniğidir. Geleneksel anlatı yapılarında da olduğu gibi hikâyedeki en önemli olayın ilk cümlede ilgi uyandıracak bir biçimde sunumu okunma, izlenme, dinlenme için ilgi uyandırmaktadır. Burada ilk cümle çok başarılıdır. Çünkü her zaman beş parasız ülkeleri gezen flanör/turist Emre Durmuş'un lüks otelde ve bir tomar yabancı parayla olan sahnesi ilgi uyandırıcıdır.

İlk sahneden videoyu izleyenler onun 'Bunun açıklamasını yapın' koşullandırmasına bağlanarak sorunun cevabını bulmaya yönelmek niyetindedir. Videonun sonraki görüntüsünde ise Emre sokakta elindeki kameraya konuşarak hikâyesini anlatmaya başlamasıdır. 'Şu anda Venezuela'nın başkenti Karakasta Dela Palas adlı oteldeyim...' der ve kamerayı yüzünden eski gotik bir mimariye çevirir. Konakladığı Karakasta Dela Palas otelinin binasını görüyoruz. Kurgulama yine başarılıdır, çünkü Emre Durmuş videolarını izleyenler onun genelde pansiyonlarda, parklarda veya birinin evinde konakladığını bilir. Emre otelin fiyatları, sunduğu olanaklarla ilgili anlatısına devam eder. Kuşkusuz, günlük olarak 7 dolar verdiği lüks otel bir taraftan da viral olarak reklam olunmaktadır. Belki de buna ürün yerleştirme de denilebilir. Ancak Emre'nin bu çekim için otel yönetiminden her hangi bir ücret alıp-almadığını bilemiyoruz. Onun için burada anlatıyı sadece flanör bir kimlik inşası, yapının ve sosyal hayatın denetleyicisi kısmında analiz etmemiz doğru olmazdı. Burada anlatı ve içerikte üretilmiş kimliğin flanör/turist olduğu görülmektedir. Anlatıcının hikayesini ekonomik bağlamda bir sunum yapma düşüncesi olmadan anlatması bile üretilmiş içeriğin Turizm ekonomisine ciddi anlamda hizmet ettiğinin altının çizilmesi gerekmektedir.

Resim 5. Emre'nin Paralarla Olan Sahnesinde Farklı Kareler



Kaynak: Emre Durmuş- Storyteller, Sanırım Zengin Oldum- Krizi Fırsata Çevirmek. <https://www.youtube.com/watch?v=YLqWMOLyWYc> (Çevrimiçi) 28 Mayıs 2018

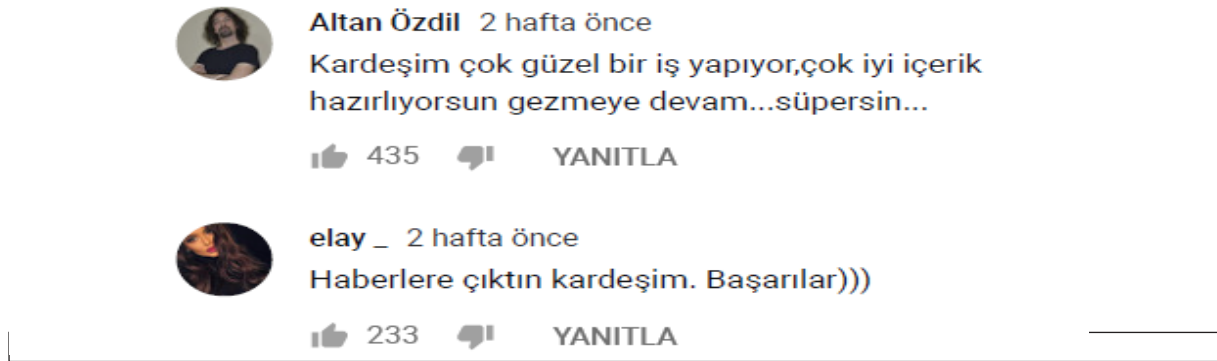
Video-Belgesel olarak da değerlendirilecek olan bu içerikle ilgili yapılmış yorumlar incelendiğinde, Emre Durmuş'un flanör hareketine ve bu yolculuğuna büyük bir desteğin olduğu görülmektedir. Emre'nin kendisinin yolculuğun hukuksal ve yasal sürecine, ülkeye giriş ve çıkış için vizesiz olanaklara, ulaşımına ilişkin verdiği bilgiler de sonraki turistleri daha özgün bilgilerle yardımcı olmaktadır.

'Sanırım Zengin Oldum-Krizi Fırsata Çevirmek' videosu için açıklama kısmında Emre Durmuş bu notları düşmüştür.

'Merhaba arkadaşlar, Venezuela'da ekonomik krizden dolayı oluşan iç karışıklığın paraya veya yaşama nasıl yansıdığını anlatmaya çalıştım. Zengin olmak deyimini resmen yaşadım diyebilirim. Videoda ekonominin nasıl bu hale geldiğini, 1 dolar ne kadar olduğunu gösteriyorum, anlatıyorum. Sonraki videolarda marketleri ve sokaklardaki durumları anlatıyor olacağım. Görüşmek üzere □'

Videoya ilişkin yapılmış toplam 3453 yorum konuya ilişkin farklı perspektifler içerse de aslında anlam itibarı ile birkaç başlık altında toplamak ve onların analizini yapmak açıklayıcı olur. Artık gönderen ve alıcı arasındaki sınırın erimesinin sonucu olarak bireylerin direkt etkileşimi konuya farklı perspektiflerden yaklaşma olanağı sunmaktadır. Burada durumu kendi ülkesindeki politik süreç ve iktidar yapıları ile kıyaslayanlar, anlatıcının kendisine ve anlatı biçimine ilişkin eleştirel yorum yapanlar da vardır. Ancak bu videonun birçok disiplin içerisinde okunması, politik, felsefi, ekonomik ve kültürel kod açılımının olabileceği için sınırlamalarla içeriğin analizini yapmak daha doğru bir yaklaşım olur. Emre Durmuş videolarını destekler nitelik taşıyan bu yorumlar aslında onun flanör bir gezgin olarak topladığı bilgilerin etrafında belirli bir kitlenin ilgisini çekmiş olduğu görülmektedir.

Resim 6. Emre Durmuş-Storyteller 'Sanırım Zengin Oldum-Krizi Fırsata Çevirmek' videosu için Altan Öznil yorumu



Kaynak: Emre Durmuş-Storyteller, Sanırım Zengin Oldum-Krizi Fırsata Çevirmek, Yorumlar, <https://www.youtube.com/watch?v=7iWvHihYPnI> (Çevrimiçi) 12 Mayıs 2018

'Sanırım Zengin Oldum-Krizi Fırsata Çevirmek' videosunun içerik analizine geçmeden önce, videodaki geçicilik (temporality) ve süre'nin (duration) burada özdeşleşme için çok önemli işleve sahip olduğu belirtilmelidir. Hikâyenin genelinde bu iki olgu çok değerli bir biçimde kullanılmıştır. Hikâyenin anlatı yapısının kurgulama tekniği, hızlı kesmeler, feedbacklar, değişen mekân ve dekor, çekim açılarının değişkenliği ritmik olguyu arttırırken, ilgiyi ve odaklanmayı daha da üst düzeye taşımaktadır.

Küngerü'ye göre dijital anlatılarla birlikte 'kendini ifade etme' miti de ortaya çıkmıştır. Genelde narsist bir yaklaşım olarak da benimsenecek olan, ancak narsist sunumunun daha çok kendini açık şekilde göstermediği anlatılar olarak da değerlendirilebilir. (Küngerü;2016)

BBC tarafından ‘mini-filmler’ (Helff, Woletz;2009) olarak ifade edilen dijital öykülerin, Andy Warhol ‘15 dakikalık ünlü olma’ savının da temelinde dayandığı bir eylem olduğu söylenebilir. Başka bir açıdan da yaptığını sunma ihtiyacı olarak da belirtilebilir. Aslında Youtube gezginlerinin sundukları videoların içeriklerine bakıldığında bu anlatıların ilk dönem seyahatnamelerinden pek de farklılık göstermediği görülmektedir. Ancak vlog ve videolar ise daha çok gündelik hayatın içine inerek bize görsel bir manzara sunmaktadır. Bu farklı kültürlerin gündelik hayatını kendisi deneyimlerken, bizim de medya aracılığıyla aynı günlük pratikleri simule etmek için olanak tanımaktadır. Sonuç olarak bu videolar gündelik hayatın antropolojisinin öğrenilmesi, farklı kültürlerin kitlesel olamayan alışkanlıklarının bilinmesi açısından ana akım medyanın yapmadığı, yapamadığı bir anlatı sunmaktadır.

Araştırmada örnekleme dâhil olan videoların analizi için benimsenen yaklaşım genel olarak Dijital Öykü Anlatım Merkezi tarafından ilk kısımlarında daha detaylı anlatılan yedi ilkeye göre incelenmiştir. Bu bağlamda Emre Durmuş tarafından üretilmiş olan ‘Sanırım Zengin Oldum- Krizi Fırsata Çevirmek’ videosunun analizi Tablo 6’da daha detaylı incelenmiştir.

Tablo 6. ‘Sanırım Zengin Oldum- Krizi Fırsata Çevirmek’ Videosunun Dijital Öykü Anlatımı Merkezi Yedi İlkesine Uygunluk Analizi Tablosu

Bakış Açısı	Venezüella’yı ziyaret eden Emre Durmuş ülkenin ekonomik krizini anlatısının ana konusu olarak belirler. Bozduğu paralar ve onların değersizliği ifade edilirken, bir taraftan da ülkenin durumuna ilişkin eleştirel bir söylem sergilemektedir.
Çarpıcı Bir Soru	‘Ben Bu paralarla ne yapabilirim?’ diye videonun ilk sahnesinde ilgi uyandırıcı görüntü ve soru gelmektedir. Emre videonun sonunda restorana giderek yediği yemek ve karşılığına verdiği bir sürü parayla aslında durumu daha net bir biçimde ifade etmiş olmaktadır. Restorandaki fiyat ve marketlerdeki boşluktan dolayı Venezüella’daki ekonomik durumu daha net görmek imkânı buluyoruz.
Duygusal İçerik	Lüks otelin çok ucuz fiyatı, ülke ekonomisinden dolayı değersizleşen paranın Emre’nin yatağında tomarla sunulmasındaki imgesel algılama, anlatıdaki kesinlik ve eğlenceli sunum duygusal bağ inşa etmekte ve özdeşleştirmeyi daha kolaylaştırmaktadır.
Sesin Kullanım Üstünlüğü	Burada doğal sesler kullanılmıştır. Bu da anlatının gerçekçiliğine ve videonun belgesel türünden bir nitelik taşıdığını göstermektedir.
Film Müziği	Özel müzikler kullanılmamıştır. Doğal sesler vardır.
Ekonomiklik	Videonun toplam süresi 10 dakika 48 saniyedir. Çekimlerin doğal ortamlarda yapılması ve genel olarak kamera ve kendisi olduğu için daha ekonomik olduğu görülmektedir.
Hız	İçerikteki hız unsurunu etkileyen en önemli faktör, kurgu ve sahnelerin farklı mekânlarda olmasıdır. Videonun ilk sahnesinde lüks otel odasının yatağında başlamaktadır. Emre bir tomar para ile ‘bu paraları ne yapabilirim?’ türünden bir soru soruyor. İkinci sahne çok güzel mimari yapıların bulunduğu şehirde Emre konakladığı lüks otelin önünde çekim yapmaktadır. Sonra kamera ile birlikte otelin resepsiyonuna yaklaşıyor, sonra Asansör sahnesi, otel odası, otel banyosu, otel küveti, bir restoranda yapılmış çekimler aslında çok daha kapsamlı değer verilmektedir. Bu sürede görseller ritmik, anlatı hızlı ve hareketlidir. Karakterin ve kameranın değişken açıları ve temposu aynı zamanda kurgu da ritmi ve hızı yükseltmektedir.

Sonuç olarak videodaki anlatının merkezinde kameraya konuşan bir kahraman ve onun anlattığı hikâyeye vardır. Burada diğer kurgusal yapılarıdaki gibi veya sinemadaki anlatıda olduğu gibi kahraman kendi oyunculuk yeteneğini sergilemiyor. Burada doğal bir durum aktarılmaktadır. Ancak bu durumu (Venezüella’da ekonomik kriz olgusunu) transmedia (çoklu medya) araçları ile birçoğu kişi duymuştur.

Ancak bu anlatıda özel ve izlenmek için ilgi çekici olan yabancı birinin, oradaki durumu pratik olarak yaşaması ve bunu bize sunmasıdır.

3. SONUÇ

‘Storyteller-Emre Durmuş’ ‘global köy’ün farklı sokaklarını gezinmektedir. Onun analiz ettiğimiz ‘Sanırım Zengin Oldum-Krizi Fırsata Çevirmek’, ‘Bakın Meksikada Türk Dönerini Nasıl Satıyorlar’ ve ‘Hayalet Köyde Bir Gün-Terk Edilmiş Rum Köyü’ videoları flanör kimliğin inşası sürecine etkisi bağlamında analiz edildi. Sonuçta Emre Durmuş Bakın Meksika’da Türk Dönerini Nasıl Satıyorlar’ videosunda yerel ayini deneyimlemesi, farklı sokakları ve geleneksel olarak turistlerin girmeyeceği, tehlikeli diye ilgilenmeyecekleri mekanlara bakması açısından gezgin/flanör olarak kendini inşa etmektedir. Aynı zamanda dijital flanörün görünür olmak, çok beğeni almak, izler kitle toplamak gibi kaygılarından dolayı da anlatısını monitör arkasında oturmuş ve onu izleyene anlatırmış gibi bir üslup kullanarak aktarmaktadır.

KAYNAKÇA

1. Hall, Stuart. “The Television Discourse-Encoding And Decoding.” **Education And Culture**, 1974, pp. 87
2. Emre Durmuş- Storyteller, <https://www.youtube.com/user/emredurmus1515> (Çevrimiçi) 06 Mayıs 2018
3. ‘Biz Evde Yokuz’, <https://www.youtube.com/user/bizevdeyokuz>(Çevrimiçi) 06 Mayıs 2018
4. ‘Rotasız Seyyah’, <https://www.youtube.com/channel/UCr44uwbQoXI9LjNiUdAo7g> (Çevrimiçi) 06 Mayıs 2018
5. Baudrillard Jean. **Simulacra and Simulation**. University of Michigan press. 1994
6. Haraway Donna, A Cyborg Manifesto: Science, Technology, And Socialist-Feminism İn The Late 20th Century. **The İnternational Handbook Of Virtual Learning Environments**, 2006, 117-158.
7. Kim H.,Veltman, ‘**Understanding New Media : Augmented Knowledge And Culture**’ University of Calgary Press, 2005.
8. Eliuz Ülkü, Melike G. Türkdoğan “Eski Bir Hikâyenin Yeniden Doğuşu: Kara Kitap’taki İzlek ve İmgelemin Metinlerarasılık Bağlamında İncelenmesi.” **Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic** 7/1 2012
9. Byerly Alison, **Are We There Yet?: Virtual Travel and Victorian Realism**. University of Michigan Press. 2012
10. Wang, Youcheng, Quaehee Yu, and Daniel R. Fesenmaier. “Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing.” **Tourism management** 23.4 (2002): 410.
11. Emre Durmuş- Storyteller, Hayalet Köyde Bir Gün- Terkedilmiş Rum Köyü <https://www.youtube.com/watch?v=YLqWMOLywYc> (Çevrimiçi) 22 Mayıs 2018.
12. Küngerü Aylan “Bir İfade Aracı Olarak Dijital Öykü Anlatımı.” **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi** 1.2, 2016
13. Helff Sissy, Woletz Julie, **Narrating Euro-African Life in Digital Space, Story Circle** Ed. by John Hartley, Kelly McWilliam. Wiley-Blackwell. 2009