



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ



1st International Cultural Informatics, Communication & Media Studies Conference Proceedings E-Book

Kuşadası, 3-4 May 2018
ISBN: 978-975-8254-69-9



MEMBERS OF THE ORGANIZING COMMITTEE
President of the organization



Halim Esen, (Dr.)

Dean of Adnan Menderes University, Faculty of Communication.

Coordinators of the Conference



Mustafa Özgür Seçim, (Dr.), Christos Kalloniatis, (Dr.)

Members of the organizing committee:

Mustafa Özgür Seçim, (Dr.), Adnan Menderes University

Christos Kalloniatis (Dr.), University of the Aegean.

İçten Duygu Çallı, (Dr.), Adnan Menderes University

Onur Tatar (Dr.), Adnan Menderes University

Sumru Yıldırım, Adnan Menderes University

Mustafa Aslan (Dr.), Adnan Menderes University.

Ioana Albu (Dr.), University of Oreda.

Maria Sideri (Dr.), University of the Aegean

Fahme Dabaj (Dr.), Eastern Mediterranean University.

Alexandros Baltzis (Dr.), Aristotle University of Thessaloniki.

Scientific Board

Dr. Halim Esen, Adnan Menderes University.

Dr. Oğuz Adanır, Dokuz Eylül University.

Dr. Suat Gezgin, Istanbul University.

Dr. Murat Ataizi, Anadolu University.

Dr. Erhan Eroğlu, Anadolu University.

Dr. Aytekin Can, Selçuk University.

Dr. Süleyman Karaçor, Selçuk University

Dr. Cem Zeytinoğlu, East Stroudsburg University.

Dr. Hikmet Seçim, Uluslararası Kıbrıs University.

Dr. Filiz Tiryakioğlu, Anadolu University.

Dr. Pantelis Vatikiotis, Kadir Has University.

Dr. Asaf Varol, FıratUniversity.

- Dr. Huriye Kuruoğlu, EgeUniversity.
Dr. Ebru Uzunoğlu, Izmir University of Economics.
Dr. Ioana Albu, University of Oredea.
Dr. Christos Kalloniatis, University of Aegean.
Dr. Şermin Kalafatoğlu, Ordu University.
Dr. Hatice Hale Bozkurt, Adnan Menderes University.
Dr. Fethi Kaba, Anadolu University.
Dr. İçten Duygu Çallı., Adnan Menderes University.
Dr. Mehmet Koştumoğlu, 9 Eylül University.
Dr. Zuhâl Sağlamtimur, Ege University.
Dr. Funda Erzurum, Anadolu University.
Dr. Umut Tuncer, Adnan Menderes University.
Dr. Aslı icil Tuncer, Adnan Menderes University.
Dr. Hicabi Arslan, Adnan Menderes University.
Dr. Yelda Özlem Kölgelir, Adnan Menderes University.
Dr. Mehmet Özbek, Adnan Menderes University.
Dr. Ragıp Taranç, 9 Eylül Üniversitesi.
Dr. Mustafa Aslan, Adnan Menderes University.
Dr. Pelin Erdal Aytekin, Adnan Menderes University.
Dr. Mustafa Özgür Seçim, Adnan Menderes University.
Dr. Onur Tatar, Adnan Menderes University.

**1st International Conference on Cultural Informatics, Communication & Media Studies
Proceedings E-Book**

3-4 May 2018, Kuşadası, Turkey

Publish Date: 15/11/2018

Editors:

Dr. Mustafa Özgür Seçim (Aydın Adnan Menderes University),
Dr. Christos Kalloniatis (Καλλονιάτης Χρήστος) (University of the Aegean)
Dr. Mustafa Aslan (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Mehmet Umut Tuncer (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Aslı İcil Tuncer (Aydın Adnan Menderes University)

ISBN:

978-975-8254-69-9

Contact details:

Mail: cicms2018@gmail.com

Phone: +90 256 212 58 94

- İsmail Abalı** - SOSYAL MEDYADA GÜNCELLENEN TÜRK KİMLİĞİ: “BAŞKA ÜLKEDE YAŞAYAMAM”... 288
- İşıl Tombul** - MEDYA YAKINSAMASIYLA DEĞİŞEN ANLATI: TRANSMEDYA HİKAYECİLİĞİ İLE SIMPSONLAR... 298
- Eirini Kalatha, John Aliprantis, Markos Konstantakis, Konstantinos Michalakis, Efthymia Moraitou, George Caridakis** - CULTURAL HERITAGE ENGAGEMENT VIA SERIOUS GAMES: THE ARCADE AUGMENTED REALITY, CONTEXT AWARE, LINKED OPEN DATA PERSONALIZED ECOSYSTEM... 309
- Aikaterini-Georgia Mavroeidi, Angeliki Kitsiou, Christos Kalloniatis, Stefanos Gritzalis** - THE ROLE OF GAMIFICATION IN CULTURAL INFORMATICS... 322
- Aikaterini Vgena, Angeliki Kitsiou, Dimitris Kavroudakis, Christos Kalloniatis** - THE ROLE OF SOCIAL SOFTWARE ENGINEERING IN THE DESIGN OF PRIVACY-AWARE INFORMATION SYSTEMS... 329
- Kemal Elciyar** - NESNELERİN İNTERNETİ VE ENDİŞELER... 336
- Keveser Akyol Oktan** - Tüketim Kültürü ve Pazarlama Stratejileri Bağlamında "Kampüs Elçiliği"... 341
- Kürşat Doğan, Behiç Alp Aytekin** - SANAL GERÇEKLİK TEKNOLOJİSİNİN BİLGİ VE DENEYİM AKTARIM MECRASI OLARAK İLETİŞİM FAKÜLTELERİNİN UYGULAMALI EĞİTİM İÇERİKLERİNE DAHİL EDİLMESİ ÜZERİNE BİR ÖNERME... 350
- Lale Barçın Aka, İlhami Çağrı Aka**- BÜYÜK VERİ VE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE MAHREMİYET SORUNU: ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ OLARAK AMAZON... 358
- Philemon Bantimaroudis, Maria Sideri, Dimitris Ballas, Theodoros Panagiotidis** - CONSPIRACY THEORIES IN SOCIAL MEDIA. UNIVERSITY STUDENTS’ BELIEFS ON CANCER CURE AND VACCINATIONS... 364
- Mehmet Fatih Yelmen** - ZAMAN VE MEKAN İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA HATIRA FOTOĞRAFLARININ AİDİYETİ: JACKSON PATTERSON ÖRNEĞİ... 375
- Mehmet Işık** - YENİ MEDYANIN, YENİ YILDIZLARI YOUTUBERLARIN TÜRKİYE’DEKİ GENEL GÖRÜNÜMÜ... 384
- Mehmet Özbek** - BARTHES VE PEIRCE’İN GÖSTERGEBİLİM YAKLAŞIMLARI ÖZELİNDE BİR İNCELEME: SARI SICAK... 394
- Mehmet Tatoğlu** - KÜRESEL VE YEREL MARKANIN TÜKETİCİ GÖZÜNDEKİ ALGISI ÜZERİNE BİR İNCELEME LİPTON VE ÇAYKUR ÖRNEĞİ... 403
- Mehmet Tokatlı** - KURUMSAL İTİBARIN SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN AKTARIMI: 2017 LOVEMARKS KAZANANLARI ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ... 417
- Mustafa Aydemir** - YENİ MEDYA’DA İNTERAKTİF YÖNELİMLERİN ANLATISAL BOYUTU: İNTERAKTİF KİMLİKLER VE HİKAYELEŞTİRME... 438
- Mustafa Evren Berk** - SİNEMA’DA DİJİTAL OYUNCULUK: Blade Runner 2049 Örneği... 455
- Nagihan Tufan Yeniçaktı** - YAKINSAMA KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA: TWITTER ÖRNEĞİ... 466
- Neslihan Özmelek Taş** - BİR İLETİŞİM ENGELİ OLARAK STEREOTİPLER: Fİ DİZİSİ ÜZERİNE BİR ANALİZ... 477
- Nevzat İnan** - GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE OLİMPİYAT OYUNLARINDA GÖRSEL KİMLİĞİN MASKOTLAR ÜZERİNDEN SUNUMU... 490
- Omar Abu Arqoub, Bahire Efe Özad** - ISRAELI MEDIA COVERAGE FOR THE FAILED COUP ATTEMPT IN TURKEY 2016, “YEDIOTH AHRONOTH” NEWSPAPER AS A CASE STUDY... 505
- Osman Aday, Ramiz Gökbudak** - BELGESEL VE KISA FİLMDE KURGU VE SES... 516
- Özlem Salman Güllap** - YEREL YÖNETİMDE SÜRDÜRÜLEBİLİR SİYASAL İLETİŞİM MODELİNE BİR ÖRNEK; ‘YALOVA BELEDİYESİ ŞEFFAF ODA, ŞEFFAF YÖNETİM’... 522
- Safiye Kırlar** - ‘HANIMIN ÇİFTLİĞİ’ KÜLTÜREL AÇIDAN KADININ DURUMU VE SINIF FARKLILIKLARININ ÇÖZÜMLEMESİ... 538
- Sedef Ege Karataş, Beste Elveren** - QUEER KURAM BAĞLAMINDA YENİ KIZ ARKADAŞIM FİLMİNİN İNCELENMESİ... 548
- Simge Emekçi** - YEŞİL ÜRÜN İLETİŞİMİ KAPSAMINDA TÜKETİCİLERİN YEŞİL ÜRÜNLERE YÖNELİK ALGI VE BİLGİ DÜZEYLERİ... 554
- Taner Kızılhan** - TWITING AFTER DEATH: COMMUNICATIONAL SPASMS OF OUR DEAD UNDER THE SHADOW OF DIGITAL IMMORTALITY DREAMS... 564
- Georgia (Yulie) Tzirou, Timoleon Theofanellis** - FORMAL EDUCATION BENEFITS FROM MOBILE AUGMENTED REALITY TECHNOLOGIES IN INFORMAL LEARNING ENVIRONMENTS... 572
- Mustafa Aslan, Türker Söğütöller** - KORKUDAN DOĞAN HAZ: TÜRK SİNEMASINDA KORKU FİMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME... 583

SOSYAL MEDYADA GÜNCELLENEN TÜRK KİMLİĞİ: “BAŞKA ÜLKEDE YAŞAYAMAM”

İsmail Abalı, (Iğdır Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi)

Özet

Geçmişte radyo ve televizyon aracılığıyla her evin vazgeçilmezi olan iletişimsel teknoloji, bilgisayar ve özellikle akıllı telefonların kullanımının artmasıyla artık cebimize kadar girmiş ve her ortamda, her yerde ve her an internete erişim mümkün hale gelmiştir. Günümüzde internete girme amaçlarının en başında gelen sosyal medya ise iletişim/etkileşim tarihine ayrı bir yön vermiş, bugüne kadar pasif konumda olan en sıradan insanlar bile sosyal medya aracılığı ile birer sanal lider haline gelebilmiştir. Öyle ki bu durum, sıradan insanların, etkileşime yön veren aktif konumdaki kitle iletişim araçları gibi- hatta onlardan daha etkin bir şekilde- haber üretip aktarmak, toplumun belli bir kesimine çeşitli açılardan yön vermek ve içerik üretip yaymak gibi işlevlere sahip olmasına yol açmıştır.

Sosyal alandaki bu büyük değişimin, elbette ki, toplumun bir aynası konumunda bulunan kültürümüze yansması da kaçınılmazdır. Bu çalışmada, sosyal medyanın toplumda ve dolayısıyla kültür dünyamızda yarattığı bu değişimin etkilerinden biri olduğu kanısına vardığımız Türk kimliğinin bu platformda nasıl işlendiği, nasıl güncellendiği ve geçmişten bugüne ne gibi özelliklerin eklenip çıkarıldığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Söz konusu tespit yapılırken ise sosyal medyada çoğunlukla kullanılan “Başka Ülkede Yaşayamam” capsleri ve buna benzer paylaşımlar örnek alınacaktır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Türk Kimliği, Elektronik Kültür Çağı

TURKISH IDENTITY UPDATING IN SOCIAL MEDIA: “I CAN NOT LIVE IN OTHER COUNTRIES”

Abstract

With the increase in the use of communicative technology, computers and especially smartphones, which have entered every home in the past with radio and television, it has now become as much as possible into our pocket and it has become possible to access internets anywhere and anytime. Social media, which is at the beginning of the intent to enter the internet today, gives a different direction to the history of communication / interaction and even the most ordinary people who have been in passive status can become virtual leaders through social media. This has led to the fact that ordinary people have functions such as generating and communicating news, such as mass communication media in an active and interactive way, even more effectively in them, giving direction to various sections of society and producing and spreading content.

This great change in social fields aspect is, of course, a reflection of the culture, which is a mirror of society. In this study, we will try to determine how Turkish identity has been processed in the social media, how it has been updated, and what features have been added to the past, which we believe to be one of the influences of social change in society and therefore in our cultural world. In the case of this determination, CAPs named "I Can Not Live In Other Countries" which are mostly used in social media and similar sharing will be taken as an example.

Key Words: Social Media, Turkish Identity, Electronic Cultural Age

Giriş: Folklorik Bir İcra Mekânı Olarak Sosyal Medya

Yeryüzünde var olduğu andan itibaren insanoğlunun geçmişinde pek çok dönüm noktası mevcuttur. Ateşin bulunması, yazı ve sonrasında matbaanın icadı, bilim, teknoloji ve sanayide çağ atlanması, uzay araştırmaları gibi insanlığın tarihini değiştiren gelişmelere, hiç şüphesiz, internet ve internet kullanımının yaygınlaşması da eklenmelidir. İnternet kullanımını artıran faktörlerin başında, doğru bilgiye güvenilir ve hızlı bir erişim imkânı gelmektedir. Cilt cilt ansiklopedileri bir anda gereksiz kılan bu evrensel ağ, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaygınlaşmaya başlamış; bilgisayar teknolojisi ile birlikte önce kurum ve kuruluşların, sonraki süreçte de her evin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Akıllı telefonların yaygınlaşmasının da bir sonucu olarak toplumun her kesiminden insanları internet

dünyasına çeken asıl unsur ise, hiç şüphesiz, sosyal medya olmuştur. Twitter, facebook, instagram, blogger gibi paylaşım sitelerinin genel adı olan sosyal medya, sunduğu birtakım olanaklarla her kesimden insanın ilgisi çekmiştir. Kısa sürede çığ gibi büyüyen sosyal medya dünyasına en sıradan insanlardan devlet adamlarına, sanatçılardan sporculara kadar herkes dâhil olmuş; hatta kendi duygu, düşünce ve meramlarını bu kanalla topluma ya da takipçilerine iletme yoluna gitmişlerdir.

Sosyal medyanın bireysel ve toplumsal işlevlerini birçok yönden ele almak mümkündür. Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak kurgulanmıştır. Geleneksel medyada sadece tüketen konumunda bulunan birey, sosyal medyada ise aynı zamanda içerik üreten bir özelliğe sahip olmuştur. Bu şekilde kendini ifade etmeye imkân bulan birey, kişisel duygu ve düşüncelerini içinden geldiği gibi ve bilinçaltının getirdiği şekilde paylaşma fırsatını da edinmiştir. Gerçek hayatta ve diğer iletişim kanallarında ifade edilmeye çekinilen duygu, düşünce, alışkanlık, yaklaşım, tavır ve davranışların diğer bireylerce de aynı şekilde karşılanması ve yayılmasıyla da ortak bir tavır ve davranış formu ortaya çıkmıştır. Yüz yüze iletişimin mevcut olduğu toplum içerisindeki tavır ve davranış formunun vücut bulması ve şekillenmesine benzer bir oluşum sosyal medya kullanıcıları arasında da tezahür etmiş, ortak ve sanal bir sosyal medya kültürü meydana gelmiştir.

Sosyal medyanın konumuzla ilgili en önemli özelliği ise halk bilgisi ürünlerinin ihtiyaç, işlev ve tür ilişkisine farklı bir boyut getirmesidir. Sırasıyla sözlü ve yazılı kültür evrelerini geçiren folklorik yaratmalar, elektronik kültür çağında işitsellik ve görsellik de kazanarak çağın ihtiyaçlarına cevap verir hale gelir. Çağımızda filme dönüştürülen Koroğlu, Keloğlan, Dede Korkut Hikâyeleri ve Kerem ile Aslı gibi yapıtlar bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Fakat yukarıda da ifade edildiği gibi teknolojinin baş döndürücü hızla gelişmesine paralel olarak sosyal medya bağlamında da ihtiyaçlar her geçen gün değişmektedir. Folklorik bir yaratmayı dinlemek ya da izlemek de sosyal medya kullanıcılarının ihtiyacını karşılamamakta, anlık görsellik ve birkaç cümle içeren paylaşımlar daha çok rağbet görmektedir. İşte bu yüzden olsa gerektir ki birçok halk bilgisi ürünü (özellikle Nasreddin Hoca ile ilgili içerikler) karikatür (Deveci, 2017) ve caps olarak sosyal medyada paylaşılmaktadır.

Sosyal medyanın halkbilimine kazandırdığı boyutlardan biri de folklorik anlatıların icrasında meydana getirdiği, en azından ileriki zamanlarda getireceğini öngördüğümüz değişikliklerdir. Ayrı bir çalışma konusu olduğunu düşündüğümüz fakat yine de üzerinde birkaç söz söylemeyi tercih ettiğimiz bu hususu fıkra anlatma geleneği ile örneklendirecek olursak sözlü icra ortamlarında fıkrayı anlatan ile dinleyen aynı ortamda bulunmakta ve dinleyenin fıkraya gösterdiği reaksiyon (gülme) yüz yüze iletişimle sağlanmaktadır. Sosyal medyada ise fıkranın yerini, onun yeniden üretilmiş ve form değiştirmiş hali olan karikatür yahut caps (paylaşım) almıştır. Bu durumda da fıkra anlatmak karikatür paylaşmağa, dinlemek görmeğe, fıkraya gülmek de beğenmek/ifade bırakmağa dönüşmüştür. Sözlü iletişim ortamı da doğal olarak yerini elektronik kültür ortamı ya da sosyal medya platformu dediğimiz sanal icra mekânına bırakmıştır. Folklorun icrasında bu denli köklü değişiklikler yaratan sosyal medyanın, kültürümüzün diğer unsurlarına da tesir etmesi ve birtakım güncellemeler yapması ise kaçınılmaz bir durumdur.

İşte bu sebeple geçmiştense bugüne sözlü icra ortamlarında doğup yine bu şekilde yayılan anlatılarımızda tespit edilmeye çalışılan Türk kimliği, çalışmamızda, sözlü ve yazılı kültür ortamlarının devamı olan sosyal medya ortamında aranacaktır. Dünya medeniyetine büyük katkıda bulunmuş milletimizin sosyal medya paylaşımlarını da ortak bilinçle kolektif belleğinde yaratmış olduğu sözlü anlatılar gibi oluşturduğu fikri de temel düşüncemiz olmuştur.

Kimlik ve Türk Kimliği

Tarih sahnesinde kendine yer bulmuş bütün milletlerin, kendilerini diğer toplumlardan ayıran birtakım özellikleri bulunmaktadır. Dil, din, soy, ırk, kültür, sosyo-ekonomik vb. sebeplerden dolayı ortaya çıktığı sanılan bu özelliklerin her biri o ulusun kimliğini oluşturur. Erol Göka'ya göre (2011: 19-22) kimlik, "Ben kimim?" sorusunun cevabıdır ve psikolojik bir süreci ifade eder. Nuri Bilgin de (2009: 94-99) kimliğin psikolojik bir süreç olduğu fikrine katılarak söz konusu kavramın, ayrıca, tarihsel bir süreç olduğundan da bahseder. Ona göre kimlik, sadece insan değil bütün organizmalar için bir inşa dönemidir. Ayvaz Gökdemir, (2004: 8-11) kimliği beden, ruh ve nefsin birleşimi olarak kabul etmekteyken Bergson'a göre (Bayraktar 2010: 47-58) kimlik varoluş felsefesine göre açıklanmalıdır. Ona göre insan, biyo-psişik bir varlık olup sadece evreni ve varlığı değil bu var oluş içinde kendi yerini ve konumunu sorgulayan, bir başka ifadeyle evrende kendine özgü bir yeri ve konumu olan bir canlıdır. İnsanı insan yapan özelliklerin başında ise onun kimliği yani ontolojik dayanakları gelir.

Eski dönemlerden itibaren tarih sahnesinde var olan ve büyük devletler, imparatorluklar kurmuş; gerek İslam öncesi gerek de İslam sonrasında köklü medeniyet ve kültür daireleri oluşturmuş Türklerin de, diğer milletler gibi, kendine has özellikleri, yani bir kimliği vardır. Ziya Gökalp'e göre (1963: 33-55) Türk kimliği; dil ve düşünce birliği, Türklük bilinci ile vatan sevgisinden meydana gelir. Gökdemir

(2004: 7-21) de benzer düşünceleri savunarak Türk kimliğinin vatan sevgisi, milli hâkimiyet, devlete ve millete bağlılık ile şekillendiğini belirtir. Jean Paul Roux ise (Göka, 2011: 45-47) Türk kimliğini teşkil eden unsurların; biyolojik özelliklerin benzerliği, ortak akıl yürütme şekli ve söylemlerin benzer şekilde ifade edilmesi olduğunu savunur.

Temelinde Türklük ve vatan sevgisi gibi konuların bulunduğu Türk kimliğinin temel unsurları, bazı sözlü anlatılarımıza da aks etmiştir. Osman Özkul (2015: 172-182), Türk kimliğinin oluşmasında halk edebiyatı motiflerinin de etkisi olduğunu belirtmiş ve ayrıca Türklerin doğum, metafizik ve tabiatla ilgili düşünce ve ilişkisinin, kimliğinin şekillenmesinde etkin bir faktör olduğunu vurgulamıştır. En önemli destanlarımızdan biri olan Manas Destanı'nda ise milli kimlik unsurları; kahramanın olağanüstü doğum nişaneleri ve silahları, kahramana denk bir eş, kutsal vatan, büyük devlet kurma gayesi ve soyun devamı olarak belirlenmiştir (Turhan Tuna 2015: 230-242). Buna paralel olarak da Canış-Bayış destanında Türk kimliğini oluşturan unsurlar; aile yapısı, cihan hâkimiyeti ve kutsal vatan felsefesi, şenlikler, devlet-i ebed-müddet ve bayrak algısı olarak tespit edilmiştir (Abalı, 2015).

Özellikle destanlarda tespit edilen Türk kimliğinin idealize edilmiş bir kimlik özelliği taşıdığı açıkça görülmektedir. Yani Türk kimliği, destan türünde, toplumun nesilden nesle aktarıp kolektif belleğinde yarattığı kahraman modeli ile özdeşleştirilmiş ve "epik Türk kimliği" diyebileceğimiz bir hüviyet kazanmıştır. Buna göre Türk insanı da -destan kahramanı gibi- vatan sevgisiyle dolu, cihan hâkimiyeti gayesi güden, kutsal vatan felsefesi taşıyan ve ailesine düşkün bir yapıda olmalıdır.

Türk kimliği bağlamında epik kimliğimizin yanında mizahi kimliğimizden de söz etmek mümkündür. Gurur duyduğumuz anlatıların yanı sıra dinlerken güldüğümüz metinlerin de bizim özelliklerimizi yansıttığı göz ardı edilmemelidir (Özünü, 1999: 43-44). Destan kahramanlarımız gibi mizahi kahramanlarımız da Türk insanının kolektif bilincinde oluşturulmuş, ortak belleğinde şekillenmiş ve Türk'ün karakteristik özelliklerini bünyesine dâhil etmiştir. Bunun en güzel örneği tabii ki Nasreddin Hoca'dır.

Şeref Boyraz (2010: 81-88), "Nasreddin Hoca Fıkralarına Göre Türk Kimliğini Oluşturan Temel Nitelikler" isim çalışmasında Nasreddin Hoca fıkralarını inceleyerek Türk insanının genel özelliklerini, yani kimliğini oluşturan temel nitelikleri şu şekilde sıralamıştır:

1. Başkasının özeline karşı çok meraklıyızdır.
2. Kusurlarımızın başkaları tarafından bilinmesini istemeyiz.
3. Başkalarının kusurlarıyla alay ederiz.
4. Toplumumuzda yaranmak amacıyla başkalarının işine koşan çokça insan vardır.
5. Üstümüze vazife olmayan konularda bile yargılayıcıyızdır.
6. Kendimizi toplumun beklentilerine feda ederiz.
7. İşini bize yaptırmaya çalışanlara karşı gönülsüz hareket ederiz.
8. Toplumumuzdaki fırsatçı insanlara haddini bildirmeyi severiz.
9. Garibanın yanındayızdır.
10. Hiç olmayacak konuları mahkemeye taşırız.
11. Haklılığımızı başkalarına onaylatmak isteriz.
12. Tarafları mutlaka haklı-haksız şeklinde ayırmak isteriz. Ortasını düşünemeyiz.
13. Toplum düzeni için bazen iki tarafa da hak vermek isteriz.
14. Çözülmesi kolay konuları dahi içimize dert ederiz.
15. Kendi malımızı çalana bile hoşgörülü olabiliriz.
16. İstedığımız şeyleri elde etmek adına pişkin olabiliriz.
17. Karşılaştığımız olayları kendi penceremizden değerlendiririz.
18. Gösteriş tüketimi için hevesliyizdir.
19. İnsanları dış görünüşlerine göre değerlendiririz.
20. Erkek egemen bir topluma sahibiz.
21. Her durumda hayatımızdan memnunuz.
22. Misafirperverizdir.
23. Dolaylı anlatımı severiz.
24. Başkalarının yanında özeleştiriyi yapmayız.
25. İşimize gelmediğinde kendimizi bilmemezliğe veririz.
26. Zaman zaman kurnazlık yapmaya çalışırız.
27. Alaycı bir yapımız vardır.
28. Başkalarına pek güvenmeyiz.
29. Her şeye rağmen umudumuzu kaybetmeyiz.

Nasreddin Hoca ve fıkralarındaki diğer karakterlerin bu özellikleri, bu fıkraları yaratan milletin kimliğini oluşturmaktadır. Yani Türk insanı -Nasreddin Hoca gibi- kurnaz, misafirperver, işine geldiği gibi davranan, alaycı, düşkünün yanında, meraklı ve hiçbir zaman ümidini kesmeyen bir yapıdadır.

Nebi Özdemir'e göre (2017, 403-451) sosyal yaşamdaki kalıplaşma ve farklılıklardan beslenip gelişen mizahi gelenek, Türk kimliğini oluşturan temel etmenlerden biridir. Bu kalıp ve farklılıklar arasındaki çelişkiyi işleyen günümüz mizahı bağlamında Türk kimliği olgusu ise "Biz Türkler" ve "Yurdum İnsanı" kavramlarıyla kendini göstermiştir. Buna göre Türk insanı sosyal ilişkilerde ve toplumsal hayatın her safhasında (tatilde, eğitimde, ticarete, ulaşımda vs.) kalıplaştırdığı kendine özgü davranışları, tepkileri, isimleri ve sözlü ifadeleri olan bir millettir.

Sözlü anlatılar ve toplumsal yaşamın yanı sıra, kimlik araştırmaları, elektronik kültür ortamlarında da tezahür etmiştir. Pınar Karataş (2012: 91-111), Türklerin ve Yunanlıların "Youtube" isimli video paylaşım sitesindeki yorumlarını inceleyerek bu iki milletin kimlik mücadelesini araştırmıştır. Buna göre Youtube videolarına yapılan yorumların tarih, Kıbrıs sorunu, intikam ve ekonomik sorunlar gibi konular bağlamında kimlik mücadelesini içerdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Görülebileceği üzere birçok kültür unsuru gibi Türk kimliği de mensubu olduğu topluluğun hayat tarzı, yaşamı algılayış şekli, tefekkür dünyası gibi etmenlere bağlı olarak şekillenmektedir. Atlı-göçebe kültür dairesinde yaratılmış olan destanlarda Türk kimliği, epik bir hüviyete bürünmüş iken mizahi düşünceyle oluşturulmuş fıkra gibi sözlü ürünlerde de sosyo-kültürel ilgili bir özellik kazanmıştır. Günümüzde ise elektronik kültür çağında varlığını sürdüren Türk insanının kimliği de kaçınılmaz olarak buna göre şekillenecektir. Söz konusu durum ise bize göre "güncelleme" kavramıyla açıklanmalıdır.

Türk Kimliğinin Sosyal Medya Ortamlarında Güncellenmesi

Güncelleme; kısaca, gelenek ya da gelenek unsurlarının, içinde bulunulan zamana ya da sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik gibi yapılara uygun hale getirilmesidir. Özellikle günümüzde, teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması ve bilgisayarın günlük hayattaki kullanımının artması sonucunda güncelleme zorunlu bir hal almıştır (Ekici, 2008: 36). Toplumun ihtiyaçlarına cevap vermeyen halk bilgisi ürünleri, çağın ve zamanın algılayış şekline bağlı olarak yeniden yaratılmalı ve bu sayede bu ürünler, kültürel aktarımın devamı sağlanarak gelecek nesillere taşınmalıdır. Biz de çalışmamızın bu bölümünde, geleneksel kültürümüzde yer alan Türk kimliğinin sosyal medya ortamında nasıl güncellendiğini tespit etmeye çalışacağız. Söz konusu tespiti yaparken ise sosyal medya kullanıcılarının en çok beğenip paylaştığı capsleri ve buna benzer paylaşımları örnek alacağız.

Capsler, özellikle twitter, facebook, instagram, blogger gibi sosyal medya sitelerinde paylaşılan; yaşananları eğlenceli, alaycı bir tavırla ele alma biçimi olarak tanımlanmaktadır. İngilizce *capture* (yakalama) kelimesinin türetilmesiyle adlandırılan capsler; fotoğraf ya da videoların bir karesinin yakalanması ve altına kırmızı bir şerit çekilip söz konusu görsele, ilişki kurulacak olay ya da durumla özdeşleştirecek yazının eklenmesiyle oluşturulur (Aktaş, 2016: 6). Capsler, hem çağımızın imge ve görme duygusuna temayül etmesinin getirdiği anlık görsellik hem de mizahi boyutuyla sosyal medyanın en çok beğenilen ve rağbet gören paylaşımları türüdür. Eğitici yönüyle de dikkati çeken capslerin (Güllüdağ, 2016), Türk'ün zihninde yaratılmış olması sonucunda kimlik özelliklerimizi de bünyesinde barındıracağı kaçınılmaz bir durumdur.

Sosyal medya capslerine göre ince zekâlıyızdır. Kolektif belleğimize Nasrettin Hoca fıkralarından bir hatıra kalan bu özelliğimizi, hususiyetle, esnafımızın ürün satışlarında görmek mümkündür:



İnce zekâmızın bir sonucu olarak da başka milletlerde görülmeyen ilginç ve pratik çözümlerimiz vardır. Ana haber bültenlerine ve gazetelere de konu olan bu çözümlerimiz çoğunlukla sıcak havadan korunma ile ilgilidir:



Başka ülkede yaşayamam



başka ülkede yaşayamam :)

Farklı olay ve durumlarda da pratik çözümlerimiz her zaman devrededir:



Sivrisinek ısırığına bulunan milli çözümümüz



Başka ülkede yaşayamam. Bünyem kaldırmaz :)



Başka ülkede yaşayamam

Sosyal medyada üretilen ve herkes tarafından beğenilip paylaşılarak onaylanan capslere göre ince zekâli ve pratik çözümlü oluşumuz kadar başka ülkelerde örneklerine rastlanmayacak ölçüde bize özgü tuhaf kazalarımız da mevcuttur:



MUHTARLIĞIN ÇATISINA ARABA DÜŞTÜ
Başka ülkede yaşayamam.



Başka Ülkede Yaşayamam

Bu kazalara, inanılması güç sakarlıklarımız ve cahilliğimiz de eklenmektedir:



Geçmişten günümüze fıkralarımızda dahi temel özelliklerimizden biri olan boş vermişliğimiz ve buna göre sergilediğimiz davranışlarımız da capslerde yerini almıştır:

Adana'da bomba yüklü olduğundan şüphelenilen aracı inceleyen polislere, esnaf yardım etmek için yolu tüple kapattı.



Buz okeyi. Gel de başka ülkede yaşa



Çorum'da Hayvanları Koruma Derneği açılışında kurban kesildi...



Başka ülkede yaşayamam

Farklı kültüre mensup insanlara anlamsız ya da saçma gelebilecek, fakat bizim kendi insanımızda çok da yadırgamadığımız ve en azından çocukluğumuzda yaptığımız ya da maruz kaldığımız espri ve şakalarımız da boş vermişliğimizin bir sonucu olarak sosyal medya paylaşımlarında ortaya çıkmaktadır:



Boş vermişliğin getirdiği bu espri anlayışımız kişi ve dükkân isimlerimizde dahi bulunmaktadır:



Sosyal medya capsleri ve diğer paylaşımlarında kimliğimizi yansıtan unsurlardan biri de milli özelliklerimizdir. Diğer kültürlerde bulunmayan ve sadece bize özgü olan bu özelliklerin en başında, sosyal medyada “ata sporumuz” veya “milli sporumuz” olarak nitelendirilen inşaat izleme merakımızdır:



Bu merakımız öylesine güçlüdür ki yurtdışına çıksak da bu alışkanlığımızdan vazgeçemeyiz:

Mesafeler engel değil bize. Almanya'dan sevgilerle.



Sosyal medyada vurgulanan milli özelliklerimizden biri de üşengeçliğimizdir:



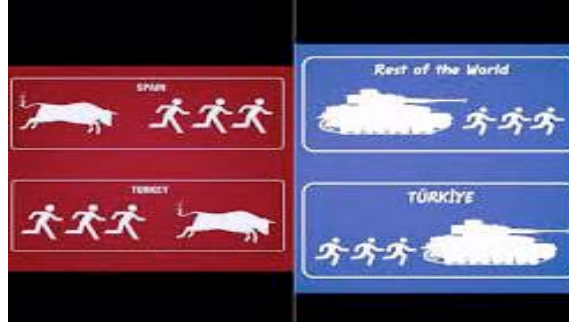
Milli özelliklerimizin bir başkası ise hepimizin aynı ev dekorasyonuna sahip olmamızdır. Sosyal medyada bu durum benzer perdelerimizle vurgulanmıştır:



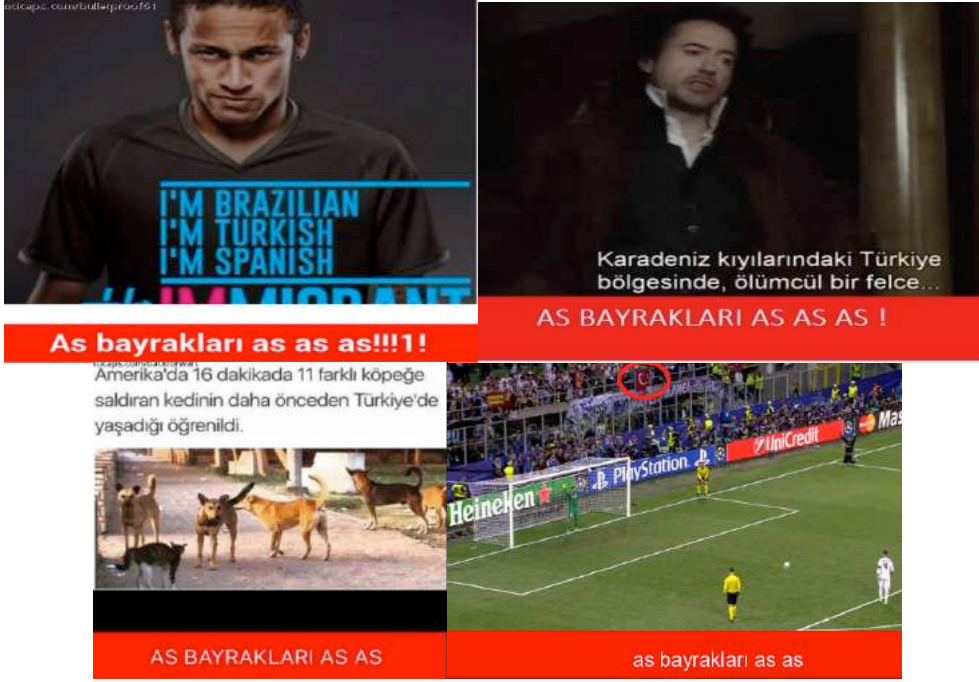
Stres atma yöntemimiz ise yine sosyal medyada “milli terapimiz” isimli capslerle yer almıştır:



En önemli milli özelliklerimizden biri de dünyadaki diğer milletlerin aksi yönünde davranışlar sergilememizdir. İspanya'daki boğa güreşleri ve Kurban bayramımızda ortaya çıkan manzaralar ile 15 Temmuz 2016'daki darbe girişimi sonucu ülkemizde yaşananlar aşağıdaki capste çok güzel özetlenmiştir:



Sosyal medyada vurgulanan milli özelliklerimizden bir diğeri ise yabancı ülkelerde yapılan film, maç, etkinlik vb. organizasyonlarda devletimizin ve milletimizin adı, bayrağımızın ya da bize özgü herhangi bir unsurun tezahür etmesine kayıtsız kalamayıp ve bunu diğer uluslar gibi sıradan karşılamak yerine bu durumla gurur duyduğumuzdur. Söz konusu durum, sosyal medyada "As bayrakları" isimli capslerle karşımıza çıkmaktadır:



Sosyal medyada karşımıza çıkan kimlik unsurlarımızdan sonuncusu ise ne kadar farklı düşüncelere sahip olsak da ulusumuzun başına gelen felaketlerde daima bir oluşumuz ve acımızı ortaklaşa paylaşmamızdır. 10 Aralık 2016 tarihinde Beşiktaş futbol takımının stadına yakın bir yerde yapılan terör eylemi sonrasında farklı takım taraftarlarından olmasına rağmen bütün sosyal medya kullanıcıları "Aramız Bozuk, Kanımız Değil" capsleri ile Beşiktaşlıların ve tüm Türkiye'nin acısına ortak olmaya çalışmıştır:



Sonuç olarak, incelediğimiz capsler ve paylaşımlar neticesinde sosyal medyada güncellenen Türk kimliğinin genel hatlarını ve Türk insanının karakteristik özelliklerini şu şekilde sınırlayabiliriz. Buna göre Türk insanı;

- Nasreddin Hoca'nın torunları olarak ince bir zekâya sahiptir.
- İnce zekâsının bir sonucu olarak pratik çözümler üretir.
- Tuhaf ve inanılması güç kaza ve sakarlıklara maruz kalabilir.
- Boş vermiştir ve bunun sonucunda ilginç cahillikler sergileyebilir.
- Yabancı kültüre mensup insanların anlam veremeyeceği espri ve şakalar yapabilir.
- Kepçe, inşaat izlemek gibi ilginç alışkanlıkları ve hobileri bulunmaktadır.
- Aşırı derecede üşengeçtir.
- Diğer milletlerin aksi yönünde davranışlar sergileyebilir.
- Yabancıların, kendine has özelliklerine olan ilgisine kayıtsız kalmaz, bununla büyük gurur duyar.
- Her ne kadar farklı düşüncelere sahip olsa da ulusal felaketlerde bir olmayı daima başarır.

Günümüz elektronik kültür çağında sosyal medya, bu topraklarda yaşayan insanların günlük yaşamı, hayat tarzı, dünyayı algılama şekli, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapılarına göre şekillenen ve bu doğrultuda paylaşımlar yapılan sanal bir platformdur. Geçmişten bugüne geçirdiğimiz kültür evrelerine paralel olarak sosyal medyada da bir kültür dünyamız ve ortak bilinçle oluşturduğumuz bir Türk kimliği mevcuttur. Bu nedenle söz konusu platformda yapılacak çalışma ve araştırmaların artırılmasıyla oluşturulacak sosyal medya kültür literatürü, konu hakkında bilinmeyen birçok gerçeği gün yüzüne çıkaracaktır.

KAYNAKÇA

- Abalı, İsmail. (2015). *Canı, Bayış Destanı (M. Musulmankulov, C. Canayev, K. Akiyev, S. Drykanbaev Varyantları) İnceleme-Metin*. Basılmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, Özgür. (2016). "Bir İletişim Yöntemi Olarak Caps/Memes", *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, C. 6, S. 14, 1-14.
- Bayraktar, Levent. (2010). *Bergson'da Ruh-Beden İlişkisi*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Bilgin, Nuri (2009). *Sosyal Psikoloji*, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Boyras, Şeref. (2010). "Nasreddin Hoca Fıkralarına Göre Türk Kimliğini Oluşturan Temel Nitelikler", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 3, S. 12, 81-88.
- Deveci, Ümrâl. (2017). "Nasreddin Hoca Fıkralarından Nasreddin Hoca Karikatürlerine Medyalararasılık", *idil*, C. 6, S. 32, 1207-1223.
- Ekici, Metin. (2008). "Geleneksel Kültürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme", *Milli Folklor*, S. 80, 33-38.
- Göka, Erol. (2011). *Türklerin Psikolojisi Tarihin Ruhumuzda Bıraktığı İzler*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Gökdemir, Ayvaz. (2004). *Türk Kimliği*, İstanbul: Kervan Kitabevi.
- Güllüdağ, Nesrin. (2016). "Sosyal Medyanın Yeni Güldürü Ögesi Caps'lerin Mizahi ve Eğitici Yönü Üzerine: (Prof. Dr. İlber Ortaylı Örneğinde)", *Prof. Dr. Hacali Necefoğlu'na Armağan*, İzmir, 147-160.
- Karataş, Pınar. (2012). "Elektronik Kültür Ortamında Türk-Yunan Milli Kimlik Mücadeleleri Bağlamında Youtube Videoları Yorumları", *folklor/edebiyat*, C. 18, S. 72, 91-111.
- Özdemir, Nebi. (2017). *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, Ankara: Grafiker Yayınları.
- Özkul, Osman. (2015). "Türk Kimliğini Oluşturan Ortak Değerler", *Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, C. 4, S. 8, 166-185.
- Özünü, Ünsal. (1999). *Gülmecenin Dilleri*, Ankara: Doruk Yayınları.
- Turhan Tuna, Sibel. (2015). "Kişisel Kimlik ve Kolektif-Milli Kimlik Bağlamında 'Manasçı-Destancı' ve Manas Destanı", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 8, S. 36, 230-242.
- Ziya Gökalp. (1963), *Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak*, Ankara: Ayyıldız Matbaası.