



DOI: 10.22559/folklor.895

folklor/edebiyat, cilt:25, sayı:99, 2019/3

# Geleneksel Kültür, Medya Müzeciliği ve YouTube

## Traditional Culture, Media Museum and YouTube

Erol Gülüm\*

### Öz

Siberuzamın maddi kültürel unsurların temsili ve sunumu hususunda da yeni fırsatlar sunduğunu fark eden araştırmacılar bir kültürel pratik olarak müzeciliği, bir kültürel kurum olarak müzeyi ve bir kültürel etkinlik biçimi olarak müzesel iletişimi, ‘medya müzeciliği’ kavramı ekseninde yeniden teorize etmiştir. Bahsi geçen teori özelinde yürütülen çalışmalarda ise genelde fiziksel mekânın imgelem-sel eşleniği olarak algılanan siberuzamın müzeliğe içeriklere ilişkin kültürel bilgiyi tanıyıcı, koruyucu ve sergileyici bir yapıya sahip olup olmadığı ve bu kapsamda müzesel iletişimi mümkün kılacak bağlamlar sunup sunmadığı tartışılmıştır. Günümüzde de sürmekte olan bu türden tartışmalara medya müzeciliğinin geleneksel kültürlerin temsili ve sunumuna imkân tanıyan çeşitli sosyal medya platformlarının müzesel bir alan olarak deneyimlenmesini de açmıyabilecek kadar geniş bir kavramsal kaplama sahip olduğu iddiasıyla müdahil olunabilir. İşte bu makalede her an ve her noktadan erişim, hız, çeşitlilik, bilgi odaklılık, etkileşimsellik ve katılımcılık vadeden yeni medya teknolojileri ve kültürünün başat sembollerinden biri olan YouTube’un genellikle sözlü ve bedensel folklorik dışavurumlarda somutlaşan geleneksel kültürlerin arşivlenmesi, temsili ve sunumuna olanak tanıyan bir müzesel alan olarak nasıl deneyimlendiği disiplinlerarası bir perspektif özelinde ve sosyolojik, kültürel ve teknolojik boyutlarıyla tartışılmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** dijital kültür, folklor, Web 2.0, sosyal medya, müzecilik

\* Dr. öğr. üyesi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, erol.gulum@bilecik.edu.tr

## Abstract

Museology as cultural practice, museum as cultural institution and museum communication as cultural activity has been discussed under the concept of ‘media museum/ology’ among researchers who have recognized that circulating digital representations of tangible cultural contents in cyberspace offer new opportunities. It may be included these kind of discussions by claiming that media museum has a broader conceptual extension which can also explain the experiencing of various social media platforms which enable the representation and the presentation of intangible cultural content as a museum environment. When dealt with in this context, it can be argued that YouTube which is the principal symbol of new media technologies and their culture can be experience as a museum sphere that enables the presentation, the archiving and the representation of traditional cultural contents. This thesis statement has been explored specific to an interdisciplinary perspective which is consisted of the synthesis of social media theory, media ritual theory and performance theory.

**Keywords:** *digital culture, folklore, Web 2.0, social media, museology*

## Giriş

Gündelik yaşamın her anını ve alanını dönüştüren dijital devrimi, insanlık tarihindeki yeni bir sosyo-kültürel sıçramanın manivelası olarak gören birçok teorisyen, bahsi geçen dönüşümler sonucunda beliren sosyal yapıları, ‘bilgi toplumu’ (Drucker, 1992), ‘ağ toplumu’(Castells, 1996) ve ‘internet toplumu’ (Bakardjieva, 2005); bu yapılar özelinde üretilmekte olunan kültürel örüntüleri ise ‘sanal kültür’ (Jones, 1998), ‘ara yüz kültürü’ (Johnson, 1999), ‘siber kültür’ (Levy, 2001) ve ‘yazılım kültürü’ (Manovich, 2013) kavramları özelinde açıklamıştır. Dijital devrimin sosyo-kültürel yapıların yanında ve ötesinde, bir bütün olarak ‘insanlık durumu’na etkileri ise günümüzde; *a) öz-kavrayışımız, b) karşılıklı ilişkilerimiz, c) gerçekliği kavrayışımız ve d) gerçeklikle etkileşimlerimiz* (Floridi, 2015:2) kategorileri altında tartışılmaktadır. Floridi’ye (2014:43) göre bu kategoriler kapsamında yaşamakta olan köklü ve hızlı dönüşümlerin bir neticesi olarak belki de bizler çevrimiçi (online) ve çevrimdışı (off-line) ortamlar arasındaki farkı açık bir şekilde ayırt edebilen son nesil olacağız. Çünkü yeni yaşam biçimleri, artık ‘on-line’ ve ‘off-line’ ortamların iç içe geçtiği, sınırların iyice bulanıklaştığı ‘on-life’ ortamlarda kurgulanmaktadır.

Bu türden melez ortam ve bağlamlar gündelik yaşamın önemli bir bölümünü düzenleyen geleneksel bilgi ve deneyimlerin üretim, aktarım, temsil ve gösterim sistemlerinde de önemli yapısal dönüşümlere yol açmaktadır. Bahsi geçen sürecin bir neticesi olarak genel anlamda siberuzam, özelde ise çeşitli sanal ortam platformları yerel ve geleneksel kültürlerin özellikle temsili, sunumu ve tüketimi açısından adeta müzesel bir alana evrilmektedir. İşte bu problem tanımı etrafında şekillenecek çalışmanın ana tezi, Web 2.0 teknolojileri tabanlı sosyal medya platformlarından biri olan YouTube’un artık geleneksel kültürlerin arşivlenmesi, temsili ve sunumuna olanak tanıyan müzesel bir alan olarak da deneyimlenebildiğidir. Birincil araştırma sorusunu da içleyen bu iddianın temellendirilebilmesi amacıyla öncelikle dijital medya teknolojileri ve kültürü dolayımında her an yeniden üretilmekte olan siberuzamın müzesel

mahiyeti tartışılacaktır. Bu mesele ‘medya müzeciliği’ kavramı ekseninde çözümlendikten sonra ise YouTube’un geleneksel kültürlerin arşivlenmesi, temsili ve gösterimine olanak tanıyan, yani bu platformun alternatif bir müzesel alan olarak deneyimlenebilmesini mümkün kılan çeşitli teknolojik, sosyolojik ve kültürel dinamikler üzerinde durulacaktır.

### 1. ‘Medya müzeciliği’ ve siberuzamda kültürel temsil

Dijital medyanın müzesel mahiyetine odaklanan yönelimler müzeciliğin sadece kültürlerin somutlaştırılmış temsillerini muhafaza ve temsil etmekle sınırlı bir etkinlik değil, ilgili kültürel göstergelerin yeniden üretimlerini olanaklı kılan koşulların devamlılığını da sağlayan daha kapsamlı bir pratik olduğunu savunan bir paradigmanın ürünüdür. 20. yüzyılın son çeyreğinde hatları belirginleşen bu paradigmatik kayışa yönelik ilk adım, 1989 yılında yayımlanan *New Museology* başlıklı eserdir. Daha kapsayıcı bir müzecilik anlayışının paradigmatik çerçevesini inşa eden derleme makalelerden oluşan bu eserin asıl önemi ise *Yeni Müzeoloji Harekâtı*’nın teorik zeminini biçimlendirmiş olmasıdır (Alivizatou, 2006:48). Müzecilik pratiğinin alımlayıcının tüm kültürel ve eğitimsel ihtiyaçlarını olabildiğince objektif şekilde tatmin edebilmesi gerektiğini savunan bu harekâtın öncülerinin çabalarıyla yaklaşık on yıl gibi kısa bir sürede ‘post-müzecilik’ yaklaşımı geliştirilmiştir. Böylece batılı, dominant, üst sınıf ideolojisinin yansımalarını katı, dayatmacı ve didaktik bir yorumsal çerçeve içerisinde sunan ‘modern müzecilik’ anlayışı terk edilerek postmodernitenin temel prensipleriyle uyumlu, yani çok sesli, ideoloji yüklülükten bağımsız ve eyleyicinin aktif katılımıyla kendi anlam ve yorumunu üretebilmesine imkân tanıyan yeni bir müzecilik anlayışı benimsenmiştir.

Post-müzecilik vizyonunun gerçekleşmesini ve daha da geliştirilmesini sağlayan en önemli gelişme ise bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeleri takiben ortaya çıkan dijital devrimdir. Çünkü bu yöneliminin temel ilkelerinden olan ‘duvarsız müze’ anlayışının popülerleşmesinin gündelik deneyim alanlarının hızla dijitalleşmeye başladığı bir zaman dilimine denk gelmesi, tıpkı diğer birçok kültürel etkinlik alanında olduğu gibi müzeciliğin de kısa sürede yeni medya teknolojileri dolayımında tanımlanmasını kaçınılmaz kılmıştır. Müzelik objelerin dijitalleştirme yoluyla maddi formlarından soyutlanarak birer kültürel içerik olarak siberuzamda dolaşıma sokulması ve temsil edilmesi gibi o dönem için devrimsel bir gelişme olarak görülen hamleler, müzecilik pratiğinin yeni bir biçimi olarak ilan edilen ‘medya müzeciliği’ teorisi özelinde tartışılmaya başlanmıştır (Russo, 2012:145). Yeni medya teknolojileri merkezli bu türden tartışmalar, bir kültürel üretim pratiği olarak müzeciliğin, bir kültürel alan olarak müzenin ve bir kültürel etkinlik biçimi olarak müzesel deneyimin de yeniden tanımlanmasına yol açmıştır. Müzesel iletişimi, müzeciliğin yeter koşulu olarak imleyen ve sanal ortamda dolaşımda olan kültürel içeriklerin dijital temsillerinin yine dijital teknolojiler dolayımında deneyimlenmesinin müzesel iletişim nosyonuyla çelişmediği ön kabulüyle hareket eden bu yaklaşımın temsilcileri, sunulacak içeriğe ilişkin bilgiyi muhafaza ve temsil edebilen bir uzamın varlığının müzesel iletişimin ve dolayısıyla müzeciliğin yeterlilik koşulunu sağladığını savlamaktadır.

Müzecilikte müzelik içeriğin fiziksel bir mekânsal organizasyonda maddi bir obje olarak varlığı değil, ona ilişkin bilginin bir şekilde korunumu, aktarımı ve temsiline temel ilke olduğu hatırlandığında ve durağan veya hareketli imgelerin suretini çıkardığı içeriğe ait tarihi,

sosyolojik ve kültürel bilgiyi de en az kayıpla koruyabilen, aktarabilen ve temsil edebilen bir medya formu olduğu göz önüne alındığında siberuzamın müzesel bir alan olarak deneyimlenebilmesinin önündeki bir diğer engelin de ortadan kalktığı görülmektedir. Zira kültürel dışavurumda bir ifade aracı olarak imajın sözün, görmenin ise duymanın yerine geçtiği yani kulağın göze teslim olduğu bir çağa girildiğini iddia eden Ellul'a (2012: 47, 267-280) göre imaj doğası gereği alımlayıcısını totaliteye götüren, yani ona bir bakışta muhtemelen ihtiyaç duyabileceği enformasyonun tamamını veren ve böylece kendisine özgü bir düşünme ve algılama biçimi dayatan bir özdür. Başta dijital fotoğrafçılık ve 'akıllı' telefonlar olmak üzere, imge üretimini ve aktarımını görece demokratikleştiren çeşitli teknolojik gelişmeleri takiben kullanıcıların da kendi geleneksel bilgi ve deneyimlerini yansıtan temsiller üretmeleri ve sunmalarının ardında da imajın bu araçsallığı yatar.

Sanal ortamın geleneksel kültürlerin sunum ve gösterim alanına dönüşümünde imaj tabanlı temsillerin en az sözel temsiller kadar dinamik, esnek ve söylem yüklü olması, duygu ve düşüncelerin taşıyıcılığını üstlenebilmesi, yaratıcı karşılaşmalar ve müdahalelerle icrasal bir mahiyete bürünebilebilmesi gibi niteliklere sahip olması da belirleyici olmuştur. Teorik düzlemde mümkün görünen bu durumun pratikteki yansımalarının görülebilmesi için ise yeni medya teknolojilerinin evcilleştirilmesi, yani tıpkı otomobil, telefon, bilgisayar gibi gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen ihtiyaçlara cevaplar verebilecek kadar esnek ve işlevsel araçlara dönüştürülmesi beklenmiştir. Howard'a (2012: 44) göre beklenen bu dönüşüm, wiki siteleri, sosyal ağlar, fotoğraf paylaşım siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri gibi katılımcı sanal ortam platformlarının ortaya çıkmasını sağlayan Web 2.0 tabanlı teknolojilerin geliştirilmesiyle gerçekleşmiştir. Yeri gelmişken sosyal medya ile -çoğu kaynakta değişmeli olarak kullanılan- Web 2.0 kavramı arasında önemli farklılıklar bulunduğunu da belirtmek gerekir: Web 2.0 sosyal medyanın kendisi değil, sosyal medya olarak tanımlanan platformları oluşturan yazılım ve uygulamaların üretilmesine imkan tanıyan AJAX, XML, RSS ve APIs gibi altyapı teknolojileridir.

Bu teknolojik altyapıya sahip katılımcı ve yakınsamacı medya platformları, sanal ortamın halk kültürü ile kurumsal kültürün kesişme alanı haline gelmesine ve dolayısıyla halk kültürlerinin kurumsal kültürlerin, amatör kullanıcıların ise medya profesyonellerinin yerine geçmesine de neden olmuştur. Bahsi geçen dönüşümün ardında yatan temel faktör ise bu medya kültürünün, ilgili teknolojileri az çok kullanmayı bilen her kullanıcıya dolaşımda olan bir içeriğe müdahale etme, onu başka bir mecraya aktarma ya da yeniden düzenleyebilme ayrıcalığını tanımış olmasıdır. Sanal ortamın halk kültürü için uygun bir zemin oluşturmasında tam olarak bu ayrıcalığın, yani tüketicinin aynı zamanda üretici konumunda olmasının etkili olduğu söylenebilir. Bu ayrıcalık, gündelik yaşamın temelini oluşturan halk söyleminin sanal ortamda üretilen kültürel yapıların içerisine sızarak kendisine yeni bir temsil alanı oluşturmasının ve dolayısıyla sanal ortamın sözelleşmesinin de önünü açmıştır. Aslında bu durum Ong'un (2012: 161-162) da belirttiği gibi tipografiyle özsel niteliklerinden bir süreliğine kopan iletişim olgusunun elektronik kültür çağının sunduğu olanaklar sayesinde tekrar öz kaynağına, yani yeniden sözlü kültür modeline dönüşmesi anlamına gelir. Nitekim Ong'a (1977: 82-83) göre bahsi geçen dönüşümün ardındaki temel dinamik 'ikincil sözelliğin', 'birincil sözelliğin' ve yazılı iletişimi de içleyen özünde yakınsamacı ve eklektik bir iletişim modeli olmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla dijital medya ve iletişim kültürünün altyapısını da oluşturan

bu model özelinde düşünüldüğünde de sanal ortamda dolaşımda bulunan geleneksel kültürün her bir temsilinin müzelik bir içerik; ilgili içeriklerin sunum ve gösterim alanlarının ise birer medya müzesi formu olarak değerlendirilebileceği çıkarımına ulaşılabilir.

Siberuzamın müzesel bir alan olarak deneyimlenebilmesinin kültürel temsil açısından sağladığı en önemli avantaj ise ilgili içeriklerin yeniden üretimi ve alımlanma biçimleri hususunda sunduğu alternatiflerle geleneksel kültürün ve dolayısıyla kültürel mirasın yönetimine de yeni bir boyut kazandırmış olmasıdır. Kaynak veya icracı bir topluluğun üyesi olan kullanıcıların geleneksel kültürlerini çeşitli teknolojiler vasıtasıyla kayıt altına alarak somutlaştırması ve çeşitli sosyal medya platformlarına aktararak görünür kılmaları sıradan, gündelik ve gayri resmi aktörlerin etkinliklerince şekillenen aşağıdan yukarıya doğru bir kültürel miras yönetiminin, yani daha paylaşımcı, demokratik ve çoğulcu bir modelin sanal ortamda pratiğe dökülmekte olduğunu göstermektedir. Bu yönetim modelinin temel karakteristiği ise resmi ve merkezi yönetimlerce görül(e)meyen, duyul(a)mayan çeşitli toplulukların kendi kültürel bilgi, deneyim ve belleğini somutlaştırılmasına, muhafazasına ve görünür kılınabilmesine fırsat tanınmasıdır. Ayrıca resmi kurumlar nezaretinde veya akademik kaygılarla değil de gönüllük esasına dayanan ve amatör bir ruhla gerçekleştirilen bu türden yönelimlerin, geleneklerin emik bir perspektiften kurgulanmasına, aktarımına ve sunumuna olanak sağlaması bakımından da ayrı bir önem ve işleve sahip olduğu söylenebilir.

## 2. Siberuzamda bir geleneksel kültür müzesi: YouTube

Yukarıda inşa edilen kavramsal ve teorik perspektif özelinde düşünüldüğünde medya müzeciliğinin çeşitli sosyal medya platformlarının müzesel bir alan olarak deneyimlenmesini de açıklayabilecek kadar geniş bir kavramsal kaplama sahip olduğu iddia edilebilir. Siberuzamda dolaşıma olan geleneksel kültür temsillerinin -oran ve yoğunluk bakımından- büyük bir bölümünün katılımcı, etkileşimsel, özelleştirilebilen iletişim ve etkileşim biçimleri sunan Web 2.0 teknolojileri tabanlı sosyal medya mecralarında sunuluyor olması ise bu iddianın somut kanıtlarından biridir. Bu bağlamda YouTube'un, geleneksel kültür ile sosyal medya arasındaki ilişkinin özellikle sosyo-kültürel boyutlarını görmek açısından en uygun mecralarından biri olduğu ileri sürülebilir. Çünkü 'kendini(zi) yayımla(yın)' (broadcast yourself) sloganıyla kullanıcıyı içerik üretmeye teşvik eden/davet eden, yeni medya teknolojilerinin ve kozmopolit katılımcı kültürün anlaşılması açısından adeta bir laboratuvar işlevi gören bu platform, imgeler dolayımında milyarlarca insanı, çeşitli anlatılar etrafında bir araya getirmesi bakımından sosyal; paylaşılan anlatıların, ilgili kullanıcıların dini, siyasi, irksal, dilsel, sosyal, kültürel ve gündelik hayatlarından izler taşıması bakımından ise kültürel bir ortamdır.

Dijital kültürün başat sembollerinden biri sayılan ve son yıllarda geçirdiği içeriksel dönüşümlerle antropolojik, sosyolojik, etnografik ve halkbilimsel soruşturmalar için de bir araştırma sahasına evrilen YouTube'un geleneksel kültürlerin temsili ve sunumu açısından uygun bir platform olmağının en açık ve resmi kanıtı ise UNESCO onayından geçen somut olmayan kültürel miras içeriklerinin dijital temsillerinin ilgili kurumun resmi YouTube kanalında arşivlenmesi ve gösterilmesidir. YouTube'u kültürel mirasın hem resmi ve hem de gayri resmi olarak arşivlenmesi açısından çağımızın en önemli mecralarından biri olarak imleyen Pietrobuno (2013:1259-1260) da bu platformun bizzat UNESCO tarafından somut olmayan kültürel

mirasın korunması tedbirleri kapsamında etkin bir şekilde kullanıldığına işaret etmektedir. Kültürel mirasın üretimi, aktarımı, temsili ve alımlanmasını da doğrudan etkileyen bu türden etkileşimler, ilgili kurum ve organizasyonların yeni tanımlar, kategoriler, stratejiler geliştirmesine kaçınılmaz kılmuştur. Nitekim 'dijital miras'ı da insan türünün yaratıcılık ve çeşitliliğinin eşsiz dışavurum formlarından biri olarak imleyen *Charter on the Preservation of Digital Heritage* (UNESCO, 2003) sözleşmesi, bu gelişmelere yönelik resmi düzeydeki ilk reaksiyonlardan biri olarak değerlendirilebilir. Sözleşmede yer alan tanımlar özelinde düşünüldüğünde, somut olmayan kültürel mirasın temel alanları olarak belirlenen a) *sözlü gelenekler ve anlatımlar*; b) *gösteri sanatları*; c) *toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler*; d) *doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar*; d) *el sanatları geleneği* (Oğuz, 2009: 58) kapsamında değerlendirilen kültürel yaratımların doğal ve otantik kullanım bağlamlarındaki çeşitli icralarını referans alarak üretilmiş olan dijital temsilleri, dijital miras kavramı özelinde ele alınabilir.

UNESCO'nun YouTube'u ilgili içeriklerin envanterlenmesi, arşivlenmesi, korunması, gösterimi ve dolayısıyla sürdürülebilirliği açısından uygun bir mecra olarak değerlendirmesinin ardında yatan temel faktörler, '*Guidance Note for Inventorying Intangible Cultural Heritage*' (UNESCO, 2017) başlıklı rehberde ayrıntıları verilen envanterleme ilkeleri özelinde de açıklanabilir. Bahsi geçen platformdaki geleneksel kültür tabanlı unsurların genelde ilgili içeriğin icracısı, taşıyıcısı ve geleneksel alımlayıcıları tarafından tanımlanması ve kayıt altına alınıp platforma eklenmesi bahsi geçen rehberin ilk iki sırasında yer alan a) *topluluk rızası* ve b) *topluluğun aktif katılımı* ilkelerinin yerine getirildiğini göstermektedir. YouTube'un bir toplumu oluşturabilecek tüm kesimlerin (azınlıklar, göçmenler, yerliler, mülteciler vs.) kendilerini farklı şekillerde ifade etmesine olanak tanıyan bir platform olması bakımından ise rehberde özel bir önem atfedilen c) *kapsamlılık/kapsayıcı olma* ilkelerini de yerine getirdiği görülmektedir. Aynı şekilde videolara iliştirilen içeriği açıklayıcı veri ve bilgiler, envanter oluşturmada ilgili unsura ait d) *temel bilgilerin kaydedilmesi* ilkesini kısmen de olsa karşılamaktadır. Kullanıcılar tarafından platforma yüklenen içerikler, envanter oluşturmanın birincil amaçlarından olan e) *ilgili unsurun korunması, aktarımı ve temsili*ni de bilinçli ve doğrudan bir çabayla olmasa bile sağlamaktadır. Belirli bir somut olmayan kültürel miras içeriğine ait kayıtlı icraların her an YouTube'a yüklenebiliyor ve bu içeriklere, gerekli teknolojilere sahip herkesin kolayca ulaşabiliyor olması ise envanter oluşturmada f) *güncelleme* ve g) *erişime açık olma* ilkelerinin de ilgili platformca sağlandığını göstermektedir. Bu perspektiften bakıldığında da YouTube'un geleneksel kültür için kendiliğinden işleyen bir envanterleme mekanizması olmanın yanı sıra ilgili içerikleri çerçeveleyen ve düzenleyen geleneklerin farklı bağlamlarda yeniden üretilmesine olanak sağlayan bir platform işlevi taşıdığı görülmektedir.

YouTube'un geleneksel kültürlerle ilişkisi bakımından daha ilginç sonuçlar doğuran yönü ise ilgili platformun kullanıcıları tarafından üretilmiş dijital temsillerin düzenlenmesine, arşivlenmesine ve sunumuna da imkan tanıyor olmasıdır. Dolayısıyla Strangelove'un (2010, s. 48) da belirttiği gibi YouTube üzerinden yayımlanan amatör içeriklerin asıl çekiciliği, kendimiz ve dünyamızla ilgili daha az idealize edilmiş ve daha az cilanlanmış yani gündeliğin gerçekliğine daha yakın temsiller sunmasıdır. Pietrobruno (2014: 743) ise doğal icra bağlamında gerçekleşirken ilgili topluluğun üyelerince kayıt altına alınıp YouTube'da dolaşıma sokulan kayıtlı performansların ilgili içeriğin otantikliğini yansıtmaya ve icra anında bedenleşen pratik-

lerdeki değişimleri daha açık bir biçimde sunma bakımından da uygun bir mecra olduğunu bildirir. Bu kapsamda kodlanan mesajın karşı tarafa aktarımı konusunda kayıtlı videolarının birincil, bu videolarla ilgili geriye kalan her türlü ek veri ve bilginin ise ikincil araçlar olduğu ileri sürülebilir. İlgili içeriklere zaten verili bir kültürel art alan bilgisiyyle yaklaşan ve yorumlayan alımlayıcılar, ikincil araçlar vasıtasıyla ulaştıkları yorumları genişletebilir, özellikle alımlayıcı yorum ve reaksiyonları gibi ikincil kaynaklar yoluyla yeni yorum ve deneyimlerin kapısını aralayabilir. Aslında bu türden olasılıklar da YouTube'un amatör içerik üreticileri tarafından tıpkı müzesel alanın çeşitli karar ve stratejilerle biçimlendirilmesi ve kontrol edilmesine benzer bir şekilde yönetilmekte olduğunu göstermektedir.

Platforma yüklenen içeriğin seçiminden düzenlenmesine, spesifik bir bağlama yerleştirilmesinden sınıflandırılmasına, etiketlenmesinden çeşitli biçimlerde sunulmasına kadar bir çok müdahaleye açık oluşu ise içerik üreticilerinin bu enformasyon alanının pasif birer tüketicisi değil, adeta paydaşları olduğunu gösterir. YouTube'un müzesel mahiyetinden bu bağlamda da söz edilebilir. Çünkü müzeyi bir enformasyon alanı, müzelik objeyi ise enformasyon taşıyıcılar olarak gören Navarrete ve Owen (2016:112-113), müzeciliği bir tür enformasyon ve bilgi yönetim biçimi olarak değerlendirir. Müzelik objelerin hem müstakil olarak içerdikleri hem de yerleştirildikleri bağlam ve birbiriyle girdikleri etkileşimler sonucu üretilen tarihi ve kültürel bilginin çeşitli faktörlere bağlı olarak her an değişen bir yapıya sahip olması, müzeciliğin aslında sunulan içerik ile alımlayıcı arasındaki çok yönlü etkileşimler odağında her an yeniden üretilmekte olan devingen bir enformasyon alanı olduğuna işaret eder.

Müzeciliği bir enformasyon ve bilgi alanı olarak imlemek ise genel anlamda tüm bilgisel ortamların özelde ise sanal ortamın bir müzesel mahiyeti olduğunu kabul etmek anlamına gelir. Platformun bu niteliği, kültürel içeriklerin standartlaştırılmış biçimlerinin ötesine geçebilmesine ve farklı boyutlarıyla deneyimlenip çözümlenebilmesine de olanak sağlar. Bu kapsamda YouTube'un bir diğer işlevi ise resmi otoritelerin belirlediği kriterlere uymadığı için henüz miras kategorisinde değerlendiril(e)meyen farklı topluluk ve kültürlere ait gündelik yaşam kültürlerinin çeşitli ayrıntılarının arşivlenmesi ve temsiline de olanak tanınmasıdır. Bu türden içeriklerin de çeşitli boyutlarıyla ilgili topluluk ve grupların çevreleriyle, doğalarıyla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak şekillenen, belirli bir kimlik, aidiyet ve devamlılık duygusu sağlayan, kültürel çeşitlilik ve insan yaratıcılığının görünümelerini sunan içeriklerden oluştuğu göz önüne alındığında bu gün olmasa bile yakın gelecekte özgün bir miras kategorisi olarak değerlendirilebilmesi mümkün görünmektedir.

YouTube'da dolaşımda olan geleneksel kültür temsilleri etrafında şekillenen kullanıcı reaksiyonları ise etnografik mahiyetli bu içeriklerin ilgililerce aracı bir icrasal etkinliğin nesnelere olarak deneyimlendiğine işaret etmektedir. Nitekim Nick Couldry (2003: 4) tarafından geliştirilen 'medya ritüeli' (media ritual) ile Elizabeth Bird'in (2010: 92) temsilciliğini üstlendiği 'aracılı ritüel' (mediated ritual) teorileri kapsamında gerçekleştirilen soruşturmalarda medyanın kanıksanmış temel fonksiyonlarının ötesine geçebildiğinde, yani organizasyonel araçlara dönüşerek kullanıcıların kendilerini belirli ve özel bir topluluğun üyeleri olarak hissedebilmelerini sağladığında ritüelistik ve hatta folklorik nitelikler taşıyan kültürel pratiklerin açığa çıkmasına olanak tanıdığı gösterilmiştir. Teknik düzlemde bu durum dijital teknolojilerin farklı bir uzamsal-zamansal bağlamda icra edilmiş kayıtlı bir ritüel ile farklı bir mekansal bağlamda

bulunan alımlayıcı arasında arabuluculuk ederek araçsallığının gereğini yerine getirmesiyle gerçekleşir. Bu türden bir araçsallık ise hem ritüelistik mahiyetli icraların farklı bir bağlama taşınmış olsa bile performatif mahiyetlerini koruyabilmesine hem de kayıtlı ritüellerin icra bağlamlarının çevrimiçi ortamı da içleyecek şekilde genişlemesine vesile olmaktadır.

İcrasallıkta iletişimselliğin, estetik deneyimselliğin ve yönelimselliğin yeter koşullar olduğu göz önüne alındığında da özellikle geleneksel kültür temelli ritüelistik icraların YouTube gibi platformlar dolayımında alımlanması esnasında da icrasal mahiyet ve işlevlerini koruyabilmelerinin mümkün olduğu görülebilir. Nitekim Fine'a (1984: 75, 78) göre iletişimsel bir etkinliği kültürel bir performansa dönüştüren nitelikler ilgili üretimin a) aktif alıcıya sahip olmasına, b) duygulara hitap etmesine, c) anında ve doğrudan etki edebilmesine, d) sezgisel olarak kavranabilmesine, e) analitiklik ve bilişsellik gerektirmemesine, f) parçalardan oluşan bir bütünlüğe sahip olmasına, g) özgün olmasına ve h) içsel bir değere sahip olmasına bağlıdır. YouTube'un, geleneksel kültürler için bir icra bağlamına da dönüşebilmesinin temelinde estetik bir deneyimin ortaya çıkmasını sağlayan bu niteliklerin bir çoğunu bünyesinde barındırması yatmaktadır.

YouTube'daki geleneksel kültür temsilleri özelinde bir araya gelerek sanal topluluklar oluşturan kullanıcıların içerik ve diğer kullanıcılarla etkileşimler kurması sırasında ritüel işlevli aksiyonlar sergilebilecek kadar etkilenebiliyor olması da aslında bu kayıtların icrasal mahiyet ve işlevinin somut göstergeleri olarak yorumlanabilir. Otantik icra bağlamında terennüm edilmeye alışılmış söz ifadelerinin yazılı bir şekilde ilgili icra kayıtlarına iliştirilmesi veya içeriğin tetiklediği duygusal durumun kelimelerle anlık dışavurumu, kullanıcıların içerikle arasına mesafe koymadığını ve bu türden içerikleri sadece seyirlik veya eğlencelik unsurlar olarak değerlendirmediklerini göstermektedir. Dolayısıyla kullanıcılar arasında içeriğe dönük veya ilgili içeriğin kültürel artalanını referans alarak üretilmiş metinsel ifadelerin anlık değiş-tokuşu, ilgili topluluğun sanal ortama uyumlanmış kültürel aksiyonları olarak değerlendirilebilir.

Kullanıcıların YouTube'daki geleneksel kültür referanslı multimediyatik içerikler vasıtasıyla yerel kültürlerine veya kültürel belleklerine nüfuz edebiliyor oluşu, bu platformun kültürel bir bağlam, dolaşımda olan videoların ise kültürel etkileşim ve kolektif hatırlama açısından da işlevsel bir öneme sahip olduğuna işaret eder. Nitekim sözü edilen platformda dolaşımda olan videolar etrafında şekillenen kullanıcı reaksiyon ve etkileşimleri, çeşitli topluluklarla özdeşleştirilmiş kültürel içeriklerin dijital temsillerinin eğlenme ve hoş vakit geçirmenin ötesinde kimlik bilincinin inşası, aidiyet ihtiyacının giderilmesi ve özellikle kültürel belleğin yeniden üretimini sağlayan birer kolektif deneyim vasıtası işlevi taşıdığına açık göstergeleri olarak yorumlanabilir. Zira Garde-Hansen (2011: 71) de belleğin artık sanal uzamda dijital fotoğraflar, anma siteleri, dijital mabetler, online müzeler, online arşivler, fan siteleri, online video arşivleri formlarında depolanmakta ve deneyimlenmekte olduğunu belirttikten sonra vurgulamaktadır. Bu kapsamda değerlendirilebilecek bir dışsal bellek alanı olarak YouTube'u muadili platformlardan ayıran en önemli niteliği ise tüm bellek teknolojilerini bünyesinde barındırabilmesidir. Dolayısıyla Kansteiner'in (2002: 190) çağdaş kolektif belleğin temel karakteristiğini tanımlamak için icat ettiği "çoklu medya kolajı" (multimedia collages) kavramının söz, imaj ve yazının alışımı melez içerikler sunan YouTube için de uygun bir tanımlama çerçevesi sunduğunu belirtmek gerekir.



## Sonuç

YouTube'un özellikle etnografik mahiyetli unsurların sunumu konusunda yüksek bir temsiliyet kabiliyetine sahip olması ve içerikler ile kullanıcılar arasında hızlı ve doğrudan etkileşimler kurulmasına imkân tanıyan tekno-sosyo-kültürel yapısı, bu platformun alımlayıcısına çevirmiş dünyadan alışık olunan bir çok kültürel deneyimin farklı bir bağlamda ve formda deneyimlenmesine fırsat tanımaktadır. Bu durumun pratikteki en somut yansımalarından biri ise -çalışma boyunca üzerinde durulduğu üzere- YouTube'un artık geleneksel kültürlerin yeniden üretimi, aktarımı ve arşivlenmesinin yanı sıra temsili ve sunumunu da mümkün kılan müzesel bir alan olarak deneyimlenebilmesidir. Siberuzamı müzesel iletişimin de gerçekleşebildiği bir ortam olarak imlemeye olanak tanıyan bu türden deneyimler, geleneksel kültürün müzeleme formasyonu ve pratikleri kapsamında nasıl korunacağı ve temsil edilebileceğiyle ilgili tartışmalara da yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Küreselleşme olgusunun temel dayanağı olan dijital medya teknolojileri ve sanal kültür ortamının geleneksel içeriklerin temsili ve sunumu hususundaki araçsallığı ilk bakışta bir tür paradoks olarak görünebilir. Fakat farklı bir perspektiften ele alındığında yerel kültürlerin dijitalleştirilmesinin olumsuz bir nitelik atfedilen küreselleşme olgusunun kendi araçları eliyle yavaşlatılması gibi bir işleve sahip olduğu da ileri sürülebilir. Bu bağlamda düşünüldüğünde hızla dijitalleşmekte olan dünyada bir topluluğun kültürel bakımından etkin bir konumda kalabilmek için artık dijital ortamda da yaygın bir kültürel üretim-aktarım-tüketim ağına sahip olması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu kapsamda özellikle geleneksel kültürün dijital mirasa dönüştürülmesinin ilgili yerel veya milli kültürlerin küresel sanal ortam kültürü sahnesindeki yerini alabilmesi açısından stratejik bir hamle olduğu da açıkça ortadadır. Dolayısıyla bu türden çalışmalar özelinde elde edilecek bulguların, sunulacak bakış açılarının ve önerilecek çözümleme modellerinin çoğaltılması ve çeşitlendirilmesi, geleneksel kültürün dijital çağda geçirdiği dönüşümlerin ortaya konması ve bu kapsamda belirlemekte olan yeni fırsatların farkına varılması noktasında önem arz etmektedir.

## Kaynaklar

- Alivizatou, M. (2006). Museums and intangible heritage: The dynamics of an unconventional relationship, *Archaeology*, 17, s. 47-57.
- Bakardjieva, M. (2005). *The internet society: The internet in everyday life*. London: Sage.
- Bird, S.E. (2010). From fan practice to mediated moments: The value of practice theory in the understanding of media audiences. *Theorising media and practice*. Ed. B. Bräuchler and J. Postil. USA: Berghahn. s. 85- 104.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. New York: Routledge.
- Drucker P. (1992). *The age of discontinuity*. New Jersey: Transaction.
- Ellul, J. (2012). *Sözün düşüşü* (çev. H. Arslan ). İstanbul: Paradigma.
- Fine, E. (1984). *The folklore text*. Bloomington: Indiana University.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How infoshere is reshaping human reality*. UK: Oxford University.

- Floridi, L. (2015). Introduction. *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Ed. Luciano Floridi. UK: Springer, s. 1-7.
- Garde-Hansen, J. (2011). *Media and memory*. Edinburgh: Edinburgh University.
- Howard, R. G. (2012). How counterculture helped put the 'vernacular' in vernacular webs. *Folk culture in the digital age: The emergent dynamics of human interaction*. Ed. T. J. Blank. Utah: Utah State University, s. 25-46.
- Johnson, S. (1999). *Interface culture: How new technology transforms the way we create & communicate*. New York: The Basic Books.
- Jones, S. (1998). *CyberSociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*. London: Sage.
- Kansteiner W. (2002). Finding meaning in memory: A methodological critique of collective memory studies. *History and Theory*, 41(2), s. 179-197.
- Levy, P. (2001). *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic.
- Navarrete, T. O. - Mackenzie, J. (2016). The museum as information space: Metadata and documentation. *Cultural heritage in a changing world*. Ed. K. J. Borowiecki, N. Forbes, A. Fresa. Springer Open, s. 111-123.
- Oğuz, M. Ö. (2009) *Somut olmayan kültürel miras nedir?* Ankara: Geleneksel.
- Ong, W. J. (2012). *Sözlü ve yazılı kültür: Sözlün teknolojileşmesi* (çev. S. Postancıoğlu Banon). İstanbul: Metis.
- Ong, W. J. (1977). *Interfaces of word*. London: Cornell University.
- Pietrobruno, S. (2013). YouTube and the social archiving of intangible heritage. *New Media & Society*, 15(8), s. 1259-1276.
- Pietrobruno, S. (2014). Between narratives and lists: Performing digital intangible heritage through global media. *International Journal of Heritage Studies*, 20(7-8), s. 742-759.
- Russo, A. (2012). The rise of the 'media museum': Creating interactive cultural experiences through social media. *Heritage and social media: Understanding heritage in a participatory culture*. Ed. E. Giaccardi. London: Routledge, s. 145-157.
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto: University of Toronto.
- UNESCO (2003). *Charter on the preservation of digital heritage*. Erişim: 12.06.2018. [http://portal.unesco.org/en/ev.phpurl\\_id=17721&url\\_do=do\\_topic&url\\_section=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.phpurl_id=17721&url_do=do_topic&url_section=201.html)
- UNESCO (2017). *Guidance note for inventorying intangible cultural heritage*. Erişim: 15.08.2018, [https://ich.unesco.org/doc/src/Guidance\\_note\\_on\\_inventorying\\_EN.pdf](https://ich.unesco.org/doc/src/Guidance_note_on_inventorying_EN.pdf)