

Dijital Etnografi: Dijital Uzamı Anlamak İçin Bir Yöntem*

Züleyha ÖZBAŞ ANBARLI

Anadolu Üniversitesi

İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü

Eskişehir

zobas@anadolu.edu.tr

Özet

Dijital teknolojilerin gelişimi, birçok yöntem gibi etnografi alanında da yeni eğilimler ortaya çıkarmıştır. Bir gündelik yaşam pratiğinin olduğu dijital uzam ve dijital kültür alanı farklı veri toplama yöntemleri kullanılarak araştırılmaktadır. Dijital etnografi bu yöntemlerden birisidir. Bu çalışma öncelikle geleneksel etnografiden kısaca bahsederek tarihsel sürecini ele almaktadır. Yeni bir alan olan ama eskinin bilgisiyle iç içe olma ihtiyacı duyan dijital etnografinin kökenleri, nasıl yapılacağına dair de araştırmacıya yol göstermektedir. Esnek ve uyarlanabilir olan etnografi, yine esnek olan ve uyarlanabilir olmaya ihtiyaç duyan dijital etnografi için uygun bir yol sunmaktadır. Çalışma daha sonra dijital etnografinin ne olduğunu ele alarak, yöntemin diğer internet tabanlı etnografilerden ve nitel araştırma yöntemlerinden farkını ortaya koymaktadır. Çalışmada dijital etnografinin, katılımcı gözlem ve alan notları gibi geleneksel etnografiden gelen kavramlarla uzlaştığı/farklılaştığı yerler tartışılmaktadır. Teknolojik bilginin, katılımcı gözlemin ve teknolojinin olanaklarını kullanarak alan notu tutmanın önemini belirten çalışma, dijital etnografinin belli başlı ilkelerini vurgulamaktadır.

Anahtar kelimeler: dijital etnografi, katılımcı gözlem, dijital uzam, dijital kültür

Digital Ethnography: A Method to Understand Digital Space

Abstract

The development of digital technologies has revealed new tendencies in the field of ethnography. Digital space and digital culture are being analyzed with different data collection methods. Digital ethnography is one of these methods. This study firstly discusses briefly traditional ethnography and its historical process. The roots of digital ethnography, which is a new field but also needs the wisdom of old knowledge, guides the researchers on how to do it. Ethnography, which is flexible and adaptable, leads the way to digital ethnography which is also flexible and needs to be adaptable. This study also clarifies what the digital ethnography is and what the differences from the other internet-based ethnographies and other qualitative methods are. The points where digital ethnography reconciles or differentiates from the concepts of traditional ethnography such as participant observation and field notes are being discussed. This study emphasizes the main principles of digital ethnography, indicating the importance of technological knowledge, participant observation and the use of technological utilities to keep field notes.

Keywords: digital ethnography, participant observation, digital space, digital culture

* Bu çalışma, Züleyha ÖZBAŞ ANBARLI'nın 2017 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda kabul edilen "Dijital Uzamda Yaşamak: Twitter'da Gündelik Hayat" isimli doktora tezinin yöntem kısmını temel almaktadır.

Giriş

Dijital Kültür

Dijital kültür, bilgisayar ve internet gibi araçların ortaya çıkışıyla güçlenen, kültürel üretimde dijital ortamların özelliklerini arayan ve dijital ortamlarla bağı bulunan bir kültürel ortamdır. Kültür en geniş anlamıyla bir üretme tarzıdır ve üretim, insanın kendi hayatını üretmesi anlamını kazanır (Lefebvre, 2010, s. 43). Dijital kültürde ise devreye makine, bilgisayar, internet gibi araçlar girer; bu kendini üretim tarzı dijital araçlarla dijital ortamlarda gerçekleştirmeye başlar. Aslında makine her yerdedir, ister bedende ister teknolojiye olsun dünyamız makineyle kuşatılmıştır. Her zaman akım üreten bir makine ve ona bağlanıp bu akımı kesen, akımdan parçalar koparıp alan bir makine mevcuttur (Deleuze ve Guattari, 2014, s. 18).

Dijital kültür, dijital medyanın araçlarıyla yapılan bir ürün setidir ve yaratıcı bir süreçtir (Van Dijk, 2012, s. 211). Rasyonelleştirme dijital kültürün temelini oluşturur ve bilgi işlemenin ikili kodu, bu tür rasyonalizasyonun en son dışavurumudur (Skees, 2010, s. 286). Etimolojik olarak dijital (*digitus-digitalis*); 1 ve 0'dan oluşan bitler çiftini ifade eder (Duggan, 2017). Dijital kültür, çoklu ortam olgusunun ortaya çıktığı, internetin yaygınlaşarak ekonomik, toplumsal, kültürel ve gündelik hayata dahil olduğu, merkezinde bilgisayar mevcut olan bir ortamdır (Colombain, 2012). Ancak bilgisayar sadece bilgisayar, makine sadece makine değildir, toplumsaldır, insandan araca, araçtan makineye olan gelişme çizgisi hayal ürünüdür; makine toplumsaldır ve haber verdiği tekniklere, seçtiği araçlara, elinde bulundurduğu insanlara, geçtiği yapılara göre ilktir (Deleuze ve Parnet, 1990, s. 143). Teknoloji toplumun tek belirleyicisi olmadığı gibi, toplum da teknolojik değişimin yönünü çizemez, çünkü başka bir karmaşık etkileşim sürecine dahildir. Teknoloji toplumdur ve toplum teknolojik aygıtlarına değinilmeden anlaşılabilir (Castells, 2013, s. 6), bütüncül olarak ele alınması gereklidir.

Gere (2008) dijital kültürün, tarihsel olarak modern kapitalizme bir cevap olarak ortaya çıktığını ve daha sonra 20. yüzyıl ortalarındaki savaş halinin talepleri tarafından bir araya getirildiğini belirtir. Bu savaş halinde teknolojik ürünler ortaya çıkmıştır ve fakat teknoloji bizim bugünümüzün dijital kültürünün gelişimine katkı yapan kaynaklardan sadece biridir. Diğer kaynaklar olarak, enformasyon ve sistemler hakkındaki tekno-bilimsel söylemler, avangart sanat çalışmaları, karşıt kültür ütopyacılığı, eleştirel teori ve felsefe ve hatta Punk gibi alt kültür ürünleri sayılabilir. Dijital kültür, bu unsurlar arasındaki karmaşık etkileşimler ve diyalektik ilişkilerden dolayı oluşmuştur (Gere, 2008, s. 18). Dijital kültür çok

güçlü olarak; kolajı, doğrusal olmayan anlatıları, kültürel metinlerin uzamsal yolculuğunu, yeniden karmayı, kopyala-yapıştır örnekleme, yazarlığın geleneksel konseptinin parçalara ayrımını ve bozulmasını içeren postmodern özelliklerle bağlantılıdır. Dijital kültüre yerleşmiş remiks estetiği; dijital çağdan öncesinde de mevcuttur ancak, ucuz olması ve sıradan insanların var olan materyalleri kolaylıkla kesip yapıştırmasına, örneklemesine olanak sunan kullanımı kolay araçlar bu süreçte büyük bir olanak sunmuştur (Goode, 2010, s. 537). Dijital kültür, içeriğe “talep edildiğinde erişim”in kültürüdür (Hills, 2009, s. 112). Bu kültür içerisinde kişiselleştirilmiş veriler büyük miktarlarda ve çeşitlilikte toplanmakta ve hızla değiş tokuş edilmektedir (Silk vd., 2016, s. 712). Aynı zamanda dijital kültürün beraberinde getirdiği “hızlı bir değişim”dir (Gere, 2008, s. 7).

Dijital kültür farklı farklı yöntemlerle farklı veri toplama araçlarını kullanarak araştırılabilir. Bell (2001, s. 187), siberuzamda farklı araştırma akımlarını dikkate almamız gerektiğini söyler. Çevrimdışı şeyleri araştırmak için çevrimiçi kaynakları ve yöntemleri kullanma, çevrimiçi şeyleri araştırmak için çevrimdışı kaynakları ve yöntemleri kullanma ve çevrimiçi şeyleri araştırmak için de çevrimiçi kaynakları ve yöntemleri kullanma üzerinde düşünmemiz gereklidir. Başka bir deyişle; siberuzamı araştırırken, siberuzam içerisinde araştırma yaparken ya da siberuzamda siberuzamı araştırırken ortaya çıkan konuları göz önünde bulundurmamız gereklidir. Çalışmalarının bir kısmını dijital sosyoloji alanında yapan Lupton (2015, s. 15-16) ise dijital sosyoloji için 4 tipoloji belirler: Bunlar, profesyonel dijital pratikler, dijital teknoloji kullanımını analiz etme, dijital veri analizi ve eleştirel dijital sosyolojidir.

Günümüzün de belirleyicilerinden olan dijital kültürü araştırmak için dijital etnografi önemli araçlardan birisidir. Kültür deyince zihnimize yerleşik olan antropoloji, bizi etnografiye yönlendirir. Dijitalin hem akademik dünyada hem de sektör dünyasında gündemi belirleme gücü, çalışmaların da bu alana yoğunlaşmasına yol açmıştır. Gün geçtikçe popülerlik kazanan bu yöntemi tanımlamak için öncelikle etnografinin ne olduğuna kısa bir göz atmak yerinde olacaktır.

Dijital Öncesi Çağda Anlamlandırma Çabası

İnsan topluluklarının gündelik hayatları içerisinde ele alınarak çalışılmasını içeren etnografi (Emerson vd., 2008, s.1), Yunancada *ethnos* ve *graphic* kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur. *Et(h)nos* insan ya da kültürel grup anlamına gelirken *graphic* tanımlamak demektir (Glesne, 2012, s. 24; Neuman, 2013, s. 545). Antropolog Jean-Loup Amselle, Eski Yunanlılar’ın *ethne* (tekili *ethnos*) ile *polis* (“site”) arasında bir karşıtlık kurulduğunu belirtir: “*Ethne*, Yunan kültüründen gelen, ama şehir-devlet örgütlenmesinden “yoksun olan”

toplumlardı. [...] etnoloji de “a-politik” ve bu bağlamda, kendi tarihlerinin “öznesi” olmaktan mahrum toplumların bilimi oluyordu” (Amselle, 1998b, s. 134). Bu anlamda ethne aslında “diğerleri”ni işaret eder. Batı düşüncesinin akılcılığa evrilmesiyle birlikte bilgi edinme yolculukları başlamış, etnografi de “ötekini ziyaret”, “ötekine doğru seyahat” temeli üzerine konuşlanmıştır (Okay, 2012, s. 16). Başlangıçta 17. yüzyıla dayanan ve 18. yüzyılda bağımsız bir disiplin haline gelen etnografik/antropolojik/etnolojik düşüncenin temelinde büyük ölçüde seyahat edebiyatı yer almış (Okay, 2012, s. 20) ve birçok Batı bilimi gibi sömürgecilikle birlikte gelişerek yayılmıştır (Glesne, 2012, s. 24). Hatta, Afrika’da fethedilen toplumlardaki karmaşıklıkların aydınlatılabilmesi için bu coğrafyaya antropologlar gönderilmiş ve antropologlar sömürge yönetiminin ısmarladığı araştırmalar yapmışlardır (Amselle, 1998a, s. 75).

Etnografik araştırmanın odak noktası derinliklidir, geniş değildir (Riemer, 2009, s. 211). Geniş bir alandansa, dar bir alana derinlemesine bakar. Geniş bir alanı yüzeysel olarak süpürmekten, dar bir alana derince inerek temizlik yapar (Varis, 2016). Antropolojide köklenen etnografinin ilgi nesnesi, hakkında detaylı, yerleşik, var olan anlatımlar üretmeyi amaçladığı, insanların yaşanmış gerçekliğidir. Birbiriyle etkileşim halindeki bir grup hakkında bilgi edinmeyi, onları anlamayı ve betimlemeyi gerektiren bir araştırma sorusu varsa etnografi orada uygun bir yöntemdir (Neuman, 2013, s. 542). Alan çalışması bunun önemli bir parçasıdır ve antropologlar için etnografik alan çalışması, insanların inançlarını ve eylemlerini yine insanların kendi bakış açılarından, içinde gerçekleştiği bağlam göz önünde bulundurularak belgelemeyi içerir (Riemer, 2009, s. 205).

Araştırılan “insanların yaşanmış gerçekliği” etnografide “yoğun betimleme” (*thick description*) ile hayat bulur. Clifford Geertz’in (2010) Gilbert Ryle’den ödünç alıp “etnografi yapıyor olma”ya uyarladığı “yoğun betimleme”, etnografide sıkça kullanılan bir kavramdır. Kavramı betimlerken göz kırpmaya eylemi üzerinden, hareketin toplumsallığı üzerinde tartışmaya gidilir. Zayıf betimleme ile yoğun betimleme arasında etnografinin hedefi yatar: “Tiklerin, göz kırpmaların, alaya almaların, alaya alma alıştırmalarının [...], üretildikleri, algılandıkları ve yorumlandıkları ve bunlar olmadan da üretilmelerinin, algılanmalarının ya da yorumlanmalarının söz konusu bile olamayacağı katmanlaşmış bir anlam yapıları sıradüzeni aslında varlığını sürdürmektedir” (Geertz, 2010, s. 21). Geertz (2010, s. 24), bizlerin zaten yorumlamada bulunduğunu, hatta yorumları yorumlamakta olduğumuzu, eş deyişle göz kırpmaya üzerine göz kırpmaya eyleminde bulunduğumuzu belirtir. Yoğun betimlemeyle, “bir bakış açısından diğerine, bir düzlemden diğerine gidip gelirken kişi hem kendi, hem de ötekilerin kültürünü anlayabilmektedir” (Özbudun vd., 2016, s. 350). Yoğun betimleme üzerine

temellenip, nüfus üzerine genelleme yapma amacı taşımadan (Blommaert ve van de Vijver, 2013), derinlemesine kültürü incelemeyi amaçlayan etnografinin bazı temel özellikleri bulunmaktadır. Hammersley (2018) bunları yedi başlıkta toplamakla birlikte, etnografların hepsini olmasa da birçoğunu kabul edeceğini belirtir. Bu özellikler;

1. Uzun erimli veri toplama süreci
2. Araştırma ortamında doğal bir şekilde var olma
3. Katılımcı gözlem ya da kişisel eklemlenmeye dayanma
4. Geniş çeşitlilikte veri türleri kullanma
5. Gerçekten olanı belgelemeyi amaçlama
6. Kültürün önemini vurgulama ve
7. Odaklanmada bütünsel değildir (Hammersley, 2018, s. 4).

Çoğu zaman bir yaklaşım olarak da ele alınan etnografi (Varis, 2016) sahadan veri toplamak için bazı veri toplama araçları kullanır ki, etnografinin doğası gereği bunların en önemlilerinden birisi katılımcı gözlemdir. Katılımcı gözlem, etnografin ana metodolojisidir ve araştırmacının belgelemeye çalıştığı toplumsal eyleme gözlemini ve katılımını gerektirir (Hume ve Mulcock, 2004, s. xi). İyi bir katılımcı gözlemden, daha iyi anlamaya çalıştığımız kişilere yakınlık ve uzaklık arasında bir denge kurmamız gerekir (Hume ve Mulcock, 2004, s. xi). Gündelik hayatımız farklı farklı toplumsal durumların parçası olmamızı gerektirir, bu anlamda halihazırda sıradan bir katılımcı görüntüsü çizeriz. Ancak bir araştırma ortamında gerçekleşen katılımcı gözlem, günlük hayattaki gözlemden, “bir durumun birçok yönünü ayrıntılı olarak gözleme, sistematik biçimde deneyime ve bilinçli olarak kaydetme” bakımından farklıdır (Glesne, 2012, s. 91). Katılımcı gözlemci ile sıradan katılımcı arasında farklılıkları Spradley (1980) altı başlıkta açıklar. Öncelikle katılımcı gözlemden ikili amaç olmalıdır. Bunlar duruma uygun faaliyetlerde bulunmak ve faaliyetleri, insanları ve durumun fiziksel yönlerini gözlemlemektir. Sıradan katılımcı sadece uygun faaliyetlere katılır. İkinci fark bir farkındalık içinde bulunmaktır. Sıradan katılımcıdan farklı olarak araştırmacı, seçici dikkatsizlikten uzaklaşmalı ve çevresinde olup bitenin detaylı bir şekilde farkında olmalıdır. Üçüncüsü geniş açılı lenslerdir. Katılımcı gözlemcinin sadece yüksek bir farkındalığı bulunmaz, aynı zamanda toplumsal dünyaya geniş açılı bir lensle bakmalı, geniş bir gözlem odağına sahip olmalıdır. Dördüncü fark içerideki/dışarıdaki ayrımıdır. Sıradan gözlemci toplumsal bir duruma içeriden katılırken katılımcı gözlemci durumu hem içeriden hem dışarıdan deneyimlemektedir. Beşinci fark içebakıştır. Araştırmacı yeni durumları anlamak ve kültürel kuralları takip ederek beceri kazanmak için içebakışı kullanmalıdır. Son fark ise kaydetmektir. Katılımcı gözlemci hem objektif gözlemlerin hem de öznel duyguların ya olay

esnasında ya da olay sonrasında ayrıntılı bir kaydını tutar. Bu altı özellik katılımcı gözlemi diğer gözlemlerden ayrı tutar (Spradley, 1980, s. 54-58).

Katılımcı gözlem etnograflara pratiklerin ve anlamların içyüzünü anlamayı sağlayarak metodolojik katkı sunar. Aynı zamanda çıkarım yapılmamış verileri edinebilmelerini sağlar (Boellstorff, 2012, s. 55). Etnograf, araştırma nesnesi olan insanların yaşamlarına katılarak, gündelik olarak yapıp ettiklerini gözlemleyerek, öğrendiklerini düzenli ve sistematik biçimde kaydeder ve bu kaydettiklerinden bir birikim oluşturur, böylece bir insan topluluğunun gündelik hayatlarını araştırırken “içe dalarak” insanların rutinlerini, şartlarını, yaşamlarını deneyimleme olanağı bulur (Emerson vd., 2008, s. 1-2). Etnograf bu deneyimlerini betimleyici bir şekilde yazarak alan notları tutar. Bir araştırma için alan çalışması yapmakla “orada sadece takılmak” arasındaki fark yazmaktır, yazmadan, alan notu tutmadan bütün ayrıntılar kaybolur (Sunstein ve Chiseri-Strater, 2012, s. 56). Katılımcı gözlem ve bu gözlem anında ya da daha sonrasında yoğun betimlemeler eşliğinde tutulan alan notları etnografi için kritiktir. Dijital etnografi de yeni medyanın olanaklarıyla birlikte bütün bu birikimi birleştirir.

Etnografik araştırma pozitif gelenekle şekillenmiş sosyal bilim dünyasında sıklıkla kabul görmeme gibi bir tehlikeyle karşı karşıya kalmıştır. Bu bağlamda, etnografik metotların rolleri ve değeri hakkında yanlış anlamaya sebep olan on tane mit vardır:

1. “Etnografi bilimsel değildir.”
2. “Etnografi nicel araştırmalardan daha az geçerlidir.”
3. “Etnografi basitçe anekdotlardan ibarettir.”
4. “Etnografi, öznellik yüzünden zayıflamaktadır.”
5. “Etnografi sadece sezgiseldir.”
6. “Etnografi kişisel deneyimler hakkında yazmaktır.”
7. “Etnograflar sahalarını kendi varlıklarıyla bozmaktadırlar.”
8. “Etnografi gömülü kuram ile aynıdır.”
9. “Etnografi etnometodolojiyle aynıdır.”
10. “Etnografi hükmünü yitirecektir (Boellstorff vd., 2012, s. 29-51).

Boellstorff vd. (2012) “Etnografi bilimsel değildir” mitinin kaynağının; bilim için söylenen; bilim hipotezleri test etmelidir/bilim deneyler üzerinde temellenmelidir/bilim yordanabilir olmalıdır/bilim kantitatif olmalıdır kriterleri olduğunu belirtir. Ancak, etnografların genellikle test edilebilir hipotezlere direnen kültürün karmaşık süreçleri üzerine odaklanmaları, deneylere değil alan gözlemlerine güvenmeleri, yordamadansa açıklamalar geliştirmeleri ve sıklıkla nitel metotlar kullanmaları etnografinin ampirik ve özenli olmadığı anlamına gelmez. Aksine inceleyeceği nesnenin doğasına uygun bir yöntem seçtiği anlamına

gelir. Etnografi esnek bir metodolojidir ve etnograflar işlerine yarayan araç neyse- nicel ya da nitel- onu kullanırlar.

Bu mitler, sıklıkla etnografin karşısına çıkar ve etnografinin değerini düşürmeye çalışır, diğer yöntemlerin etnografiye galebe çaldığını iddia eder. Ancak etnografi derinlemesine araştırmaya ihtiyaç duyan veri setleri için önemli bir yöntem olma halini idame ettirir. Ağ toplumu, ağ toplumunda oluşan dijital kültür, bu kültür içerisinde değişen toplumsal yapılanmalar ve bunları araştırmada sunduğu olanaklar, etnografinin hükmünü yitirmediğini, bunun ötesinde uzama uyum sağlayarak, değişen süreçlere adapte olarak yerini koruduğunu göstermektedir.

Dijital Çağda Etnografi

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte etnografik sürecin öğeleri olan gözlem ve katılım da sanal ortamlara kaymıştır (Glesne, 2012, s. 89). İlk defa 90'ların ortalarında görülmeye başlanan çevrimiçi toplulukların etnografisi çalışmaları (Hine, 2008), sanal dünya kültürlerini çalışmak için güçlü bir olanak sağlar. Etnografi esnek, elastik, duyarlı bir metodolojidir ve aniden ortaya çıkan durumlara, ani araştırma sorularına karşı hassastır (Boellstorff vd., 2012, s. 6). Yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte oluşan farklı toplumsallaşmalar, uzamlar ve yaşam biçimleri, bu ortamların araştırılması için farklı yöntemler ortaya çıkarmıştır. Yine esnek ve sistematik bir veri toplama ve veri analiz yöntemi sağlayan dijital etnografi (Talip vd., 2017) bu yöntemlerden biridir ve sadece dijital etnografi ile değil, -eş anlamlı olsa ya da aralarında nüanslar bulunsada- diğer birçok başka isimle de anılmaktadır.

Dijital etnografi (*digital ethnography*) (Murthy, 2008), sanal etnografi (*virtual ethnography*) (Hine, 2000), netnografi (*netnography*) (Kozinets, 2010), çevrimiçi etnografi (*online ethnography*) (Garcia vd., 2009), söylem merkezli çevrimiçi etnografi (*discourse-centered online ethnography*) (Androutsopoulos, 2008), siberetnografi (*cyberethnography*) (Dominiguez vd., 2007; Robinson ve Schultz, 2011), internet etnografisi (*internet ethnography*) (Boyd, 2008; Sadebeck 2004), ağ etnografisi (*network ethnography*) (Howard, 2002), internette etnografi (*ethnography on the internet*) (Beaulieu, 2004), internetle ilişkili etnografi (*internet-related ethnography*) (Postill ve Pink, 2012), webnografi (*webnography*) (Puri, 2007), webetnografi (*webethnography*) (Prior ve Miller, 2012) ve hatta gerilla etnografi (*guerilla ethnography*) (Yang, 2003) bu isimlerden bazılarıdır.

Etnografiyi bir yöntem değil bir yaklaşım olarak ele alan Varis'e (2016) göre, birçok isimle anılan ama aslında aralarında farklar da bulunan dijital etnografi ve diğer adlandırmaların ortak paydası, çeşitli çevrimiçi veriler içermeleri ve araştırma sürecinde

etnografiyi işbaşında tutmalarıdır. Ancak aralarında farklılıklar vardır ve bu çeşitlilik onu belirli veri toplama yöntemlerine sınırlamaktan çok bir yaklaşım olarak görmeye götürür. Etnografi, belirli tekniklerin kullanımına indirgenmez, aslında (dijital) kültürü, belirli epistemolojik iddialarla çalışmak için bir yaklaşımdır. Ona göre, tekniklere indirgenmiş olsa da interneti ve dijital ortamları incelemek söz konusu olduğunda basit bir teknik kümesi belirtmek zordur: her soruna uygun tek bir çözüm yoktur çünkü dijital iletişim çok sayıda farklı iletişimsel ortamı kapsar.

Prior ve Miller (2012, s. 503), “netnografi, webnografi, çevrimiçi etnografi, sanal etnografi olarak da adlandırılan webetnografi, çevrimiçi diyaloglar ve diğer çevrimiçi ürünleri gözlemlene ve analiz etme vasıtasıyla spesifik çevrimiçi topluluklara uygulanan etnografik araştırma yöntemlerini içermektedir” demektedir. Yine de aralarında bazı farklılıklar vardır. Çevrimiçi, siber ve sanal etnografi hemen hemen aynı anlamlara gelirken, netnografi bunlardan farklıdır ve şimdi geniş bir araştırma alanında kullanılsa da özel adımları ve prosedürleri olan, kültürel çalışmalardan, antropoloji ve sosyolojiden etkilenen, pazarlama ve tüketici araştırmaları için geliştirilen bir yöntemdir (Scaramuzzino, 2012, s. 42). Reklam ve pazarlama alanlarında yoğunluklu olarak kullanılan bu çevrimiçi yöntemin temel bazı aşamaları vardır. Bunlar; keşfedilecek araştırma sorusunun, sosyal ağların ya da başlıkların tanımlanması; topluluğu saptama ve seçme (alana giriş); topluluğa katılımcı gözlem yapma ve veri toplama; veri analizi ve bulguların yorumlanması; etik standartlara uyum gösterme; araştırma bulgularını ve/veya kuramsal ve/veya politik çıkarımları yazma, sunma ve rapor etmedir (Kozinets, 2010).

Dijital etnografi de diğer internetle ilişkili etnografilerden farklıdır. Dijital etnografi sadece interneti içeren ortamları değil, dijital video gibi bütün yeni teknolojileri içerir (Scaramuzzino, 2012, s. 42). Underberg ve Zorn (2013, s. 10) dijital etnografiyi dijital medyanın karakteristik özelliklerini hikâyenin bileşenleriyle birleştirme vasıtasıyla gerçek yaşam kültürlerini göstermek olarak tanımlarlar. Pink vd. ise (2016) dijital etnografinin belli başlı bazı ilkeleri olduğunu belirtirler:

1. Çeşitlilik: Dijitalle yakın ilişki kurmak için birden fazla yol vardır.
2. Dijital olmayan merkezilik: Dijital etnografide dijital merkezsizleşir.
3. Açıklık: Dijital etnografi açık bir vakadır.
4. Düşünümsellik: Dijital etnografi düşünümsel eylemler içerir.
5. Ortodoks olmamak: Dijital etnografi alternatif iletişim türlerine dikkat gerektirir (Pink vd., 2016, s. 8-14).

Murthy'ye göre ise (2011, s. 159), etnografide bilgisayar dolayımı ile iletişim ya da dijital teknolojiler tarafından yönlendirilen veri toplama yöntemleri kullanılıyorsa, o etnografi dijital etnografidir. Dijital etnografi, siberuzamın etnografik açıklamalarıyla, bir arada bulunan toplulukları ve sosyal ağlarıyla sınırlı değildir. Bunun ötesinde dijital etnografi, dijital teknolojilerle dolayımlanmış etnografidir. Sanal etnografiyi kapsar fakat onun faaliyet alanından daha geniştir. Dijital etnografi, bunlarla sınırlı olmamakla birlikte; dijital olarak dolayımlanmış alan notlarını, çevrimiçi katılımcı gözlemi, cevaplayıcıların katkılarıyla blogları, wikileri ve çevrimiçi odak grupları da kapsamaktadır. Bu tanım bize, dijital etnografinin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı grupların etnografik açıklamaları olabileceğini gösterir (Murthy, 2011, s. 159). Bu anlamda dijital etnografiyle sanal etnografi arasındaki farkı göz önünde bulundurmakta yarar vardır.

Dijital etnografide geniş bir yelpaze bulunur. Örneğin, yelpazenin bir tarafında wiki tabanlı alan notları kullanılarak belgelenmiş yüz yüze etnografik alan araştırmaları varken diğer tarafta hem gözlem hem alan notları açısından tamamen online olan siber etnografi bulunur. Etnografik yazılar, video, fotoğraf ya da bloglarla yer değiştirebilir (Pink vd., 2016, s. 3). Dijital etnografiyle olan farklılığından bahsettiğimiz sanal etnografi ise etnografik metodların çevrimiçi bağlamda kullanılmasıdır (Prior ve Miller, 2012, s. 507). Sanal etnografi, etnografik geleneği internetin toplumsal uzamına bir araştırma aracı olarak transfer eder (Hine, 2005, 2008). Hine'a (2000, 2004) göre sanal etnografinin 10 prensibi vardır:

1. Sanal etnografi internet kullanımını problemlenştirmek için bir araç olarak kullanılır.
2. İnternet gibi etkileşimli medya hem kültür hem kültürel eser olarak görülebilir. Birini dışarıda bırakmak bakışın yoksullaşmasına neden olur.
3. Dolayımı etkileşimin etnografisi sıklıkla araştırmacıların hem sanal hem fiziksel olarak mobil olmasını ister.
4. Etnografik incelemenin nesnesi, mekân ve sınırdansa, akış ve bağlantı üzerine yoğunlaşarak yeniden şekillenebilir. Sanal etnografi alan bağlantılarını anlamaya çalışır.
5. Sınırlar a priori olarak varsayılmaz, etnografi aracılığıyla keşfedilmiştir. Özellikle "sanal" ve "gerçek" arasındaki sınırlar sorgusuz sualsiz kabul edilmez.
6. Sanal etnografi ara yerdedir. Sanal etnografi, uzun erimli bir "dalma"dansa, aralıklı bir şekilde iç içe geçme sürecidir.
7. Sanal etnografi zorunlu olarak kısmidir, herhangi bir araştırma nesnesi kişinin, yerin ya da kültürün bütüncül tasvirini elde etmek olanaksızdır.

8. Sanal etnografi dolayimli etkileşimle yoğun eklemlenme içerir ve bu etnografiye önemli bir dönüşümsel boyut katar.

9. Biz, ağa dahil olarak, interneti kullanarak, aynı zamanda insanlarla onun hakkında konuşarak, insanları onu kullanırken izleyerek ve diğer toplumsal olaylardaki dışavurumunu görebilerek etnografimizi yönetiriz. Bu sanalın etnografisi, sanaldaki etnografi ve sanal aracılığıyla etnografidir.

10. Sanal etnografi, koşullara uymaya koyulan, uyarlanabilir etnografidir. Bu ilke temel ilkedir (10.) ve diğer ilkeleri (1-9) olanaklı kılar. Etnografiyi koşullara uyarlamak ve sorgulamak onu hayatta tutar (Hine, 2000, s. 63-66, Hine, 2004).

Bahsettiğimiz gibi birçok isimle anılan ama yine de farklılıklara duyarlı olunması gereken antropoloji kökenli bu yaklaşımların yanı sıra bir de “dijital antropoloji” kavramı vardır. Boellstorff (2012, s. 39), dijital antropolojiyi “sanal (çevrimiçi) ve gerçek (fiziksel ya da çevrimdışı) arasındaki ilişki” olarak tanımlar. Miller ve Horst (2012, s. 3-4) ise dijital antropolojinin altı temel ilkesinden söz eder. Öncelikle dijitalin kendisi, kültürün diyalektik doğasına yoğunlaşır. İkinci olarak, insanlık dijitalin yükselişiyle katıyen daha dolayımlanmış değildir. Bütünselliğe bağlılık, insanlığa antropolojik bakışın temelleri üçüncü prensiptir. Dördüncü prensip kültürel göreliliği ve dijitalle karşılaşmanın global doğallığını yeniden ileri sürer, dijitalin mecburi bir şekilde homojenleştirmesini ve aynı zamanda modernist ve benzer bakış açıları tarafından periferileştirilmişlere ses ve görünürlük kazandırdığını inkâr eder. Beşinci prensip, siyaset ve gizlilikten başlayarak, belirsizliğin sahiciliğine kadar sıralanan, artan açıklık ve kapalılık ile ilgili olan dijital kültürün ana belirsizliği ile ilgilidir. Son prensip ise, onlardan önce gelmiş dünyalardan ne az ne de çok önemli olan dijital dünyanın gerekliliğini kabul eder (Miller, 2012, s. 146).

Araştırmacının konumu da dijital uzam çalışmalarında ilginçtir. Dijital etnografi, aslında yukarıda bahsettiğimiz etnografinin tarihsel yolculuğu göz önünde bulundurulduğunda, seyahat edebiyatından otoetnografiye uzanan bir sürecin ürünüdür. Araştırma sahasında yabancı olanın gözlemi anlamına gelen *emic* gözlemden araştırma sahasının yerlisi anlamına gelen *etic* gözleme uzanan bir sürecin toplamıdır. “Benden olmayan”dan ziyade artık “içinde bulunduğum yaşam”ın incelenmesidir. Otoetnografi, otobiyografi ve etnografinin bir bileşimidir (Ellis vd., 2011) ve araştırmacının hem nesne hem özne olduğu bir yöntemdir. Kişisel olan hakkında ve kişisel kültürle olan ilişkisi hakkında yazmaktır (Ellis, 2004, s. 37). Dijital etnografiye yönelen araştırmacıların araştırma nesnelere kullanıcıları olduğu düşünüldüğünde aslında bir anlamda otoetnografik bir bakış üzerine temellenildiği görülmektedir. Bu yüzyılın insanının gündelik hayatının bir parçası

olan dijital iletişimin araştırılması, ilk dönem etnografi çalışmalarından farklı olarak, sahaya dahil olma çabasını değil, otoetnografiden uzaklaşarak sahaya dışarıdan bakma çabasını gerektirmektedir.

Dijital Etnografinin Temelleri

Dijital terimi kaygandır ve kavraması zordur. Dijital etnografların çoğunluğu için dijital, akıllı telefonlar, dizüstü bilgisayarlar, tablet cihazları ve internettir. Dijital etnografi sayısal rakamların sayılması çalışması değildir, daha ziyade donanıma yüklenen ve donanım yoluyla temsil edilen yazılımın fenomenolojik, görsel, dokunsal ve maddi etkilerine dairdir (Duggan, 2017, s.7). Bu yüzden dijital etnografi de geleneksel etnografiyle bazı benzer yerler taşımakla birlikte farklı ihtiyaçlara da sahip olmakta ve dijitalden kaynaklı olarak farklı beklentilerde bulunmaktadır. Bu yüzden nasıl yapılır olduğu konusu önem kazanmaktadır.

Androutopoulos (2008) dijital etnografi sürecinde bazı kılavuz aşamalar uyguladığını belirtir ve ilk kılavuzunun soru sormak olduğunu söyler. Ana aktörler kimlerdir? Nasıl etkileşiyor? Neler yapıyor? Oluşan kümeler, kaynaklar, katılımcılar nelerdir? gibi sorular sorulur. İkinci kılavuz, araştırılan alanın merkezinden alanın çevresine hareket etmektir. Araştırmacılar öncelikle ana aktörleri keşfetmeli daha sonra periferideki aktörlere ilerlemelidir. Üçüncü kılavuz, keşfetmek için web sitelerini ya da araştırma nesnesi olan alanları tekrar tekrar ziyaret etmek, uzun süre boyunca izlemektir. Dördüncüsü, araştırma, çevrimiçi söylemin açıklığına ve akışkanlığına katılmalıdır. Bir forumu kendi başlangıcından ayırmak yerine, düzenli olarak tüm forumun etrafına göz atmak, merkez katılımcılarını belirlemek, üyelerin kendi tanıtımlarını okumak gibi eylemler gereklidir. Nasıl ki geleneksel yüz yüze etnografide gözlem önemli bir vakit alıyorsa burada da araştırmacılar araştırma alanlarını gözlemlemek için vakit ayırmalıdır. Beşincisi, bu süreçte araştırmacı katılımcıların kullandığı tüm teknolojik kaynakları kullanmalıdır. Son olarak ise, ileriki örneklemeler için kılavuz sağlamak amacıyla gözlemsel veriler kullanılabilir.

Dijital etnografide de diğer çalışmalarda temel olduğu üzere öncelikle işe soru sormakla başlanır. Bu soruların yanıtını almak için geleneksel etnografide olduğu gibi dijital etnografide de katılımcı gözleme başvurulmalı ancak yine dijital uzamın ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır.

Dijital Ortama Katılım

Etnograflar için sanal dünyalarla ilgili olağandışı şeyler değil, sıradan şeyler ilgi çekicidir (Boellstorff vd., 2012, s. 1). Dijital etnograflarla birlikte bütün etnograflar, belirli bir kültürde etkili bir katılımcı gözlemin nasıl olduğu hakkında ikileme düşerler. Araştırmacının kendisini tam katılımcı ve tam gözlemci arasında bir yere koyması gerekse de bu etnografin

toplumun tam bir üyesi olacağı, diğer üyelerinden ayırt edilmesinin olanaksız olduğu gibi anlamlara gelmez. Etnografin statüsü “dışarıdaki”dir. Sanal etnografi ise geleneksel “yüz yüze” etnografiden farklı ikilemlere sahiptir. Her etnograf sahalarına belirli hazırlıkları yaparak girer, ancak beklemediği şeylerle karşılaşabilir ve konumu değişebilir (Hine, 2008). Beklenmedik durumlar doğası gereği dijital uzamda daha fazladır; uzam esnektir, akışkandır, doğrusal ve döngüsel zamana hem bağlıdır hem onlardan ayrıksıdır. Bu yüzden sahaya bu ön bilgiyle girilmelidir.

Boellstorff vd. (2012, s. 72-76), etkili bir katılımcı gözlem için sanal dünya ile ilgili yapılacak çalışmalara 5 öneri sunmaktadır:

1. Fiziksel çalışma ortamımız hakkında, kendi çalışmalarımızı engelliyor mu yoksa çalışmalarımıza yardımcı mı oluyor diye düşünmemiz ve çalışma ortamımızı buna göre düzenlememiz gereklidir.

2. Alana girmek için uygun şartları sağlama açısından teknolojik konular en önemlisidir. Uygun bir internet bağlantısı sağlanmalıdır. Sanal dünyaya teknolojik giriş için teknolojik ihtiyaçları, yazılımı, çözünürlüğü, sürücüyü vb. sağlamak gereklidir.

3. Alana hazırlanmak sadece çalışma ortamının değil, etnografin kendisinin yeterliliğini de gerektirir. Teknik detayları bilmek, teknik yeterliliğe sahip olmak, araştırma ortamının teknolojik hızına vakıf olmak, deneyimli olmak, bilgili olmak gereklidir.

4. Kendimizi sanal dünya sahasına hazırlamak, sadece kimliğimizi değil bütün toplumsal hayatımızı şekillendiren avatar oluşturarak kendimizi somutlaştırmayı da içerir.

5. Araştırmaya hazırlanmanın son boyutu çalıştığımız dünyaya nasıl bir varoluşla gireceğimizi (hangi grupta yer alınacak, hangi hizipte olunacak gibi) belirlemektir. Bu belirleme bağlama göre değişir.

Geleneksel etnografi, araştırmacının çalıştığı topluluğun bir parçası olmasına ihtiyaç duyarken dijital etnografi araştırmacıya, katılımcıları online olarak takip etme ve onların sosyal medya davranışlarını ve etkileşimlerini gözleme için çevrimiçi gözlemlerini kullanma olanağı sunar. Çevrimiçi gözlem araştırmacıya katılımcıların ön çalışma bilgi akışını ve toplumsal etkileşimini incelemelerini sağlar. Çevrimiçi gözleme dayanarak, araştırmacı neyi nasıl gözleyeceğine karar verir ve ek dikkate ihtiyaç duyan başlıklara dikkat çeker (Talip vd., 2017).

Dijital etnografide katılımcı gözlem yaklaşımı, çevrimiçi ortamda çalışırken buna uygun şekilde adapte edilmelidir. Öncelikle, etnograf, çalıştığı insanı doğrudan gözlemleyemeyeceği için, gözlemin doğası değişmektedir. İkincisi, çevrimiçi araştırma ortamlarındaki olayları, etkileşimleri ve mekanları teknolojik olarak kaydetme yeteneği, alan

notlarının rolünü ve bulguların nasıl raporlaştırıldığını değiştirir. Üçüncüsü, çevrimiçi verinin doğası, mesela konuşma ve hareket yerine metinsel ve görsel materyal, anlama ve analiz etme için farklı yetenekler dizisi gerektirir. Dördüncüsü, var olan internet etnografileri görseller olmasına rağmen metinsel içeriğe ayrıcalık göstermektedir. Son olarak web sitelerinde ses ve hareketin kullanımı mevcut çevrimiçi etnografik çalışmalarda yeterince analiz edilmemiştir (Garcia vd., 2009, s. 57-58). Bu süreçte, araştırma uzamına ulaşmak için tıpkı geleneksel etnografide olduğu gibi bir anahtar kişi kullanılabilir. Araştırmanıza uygun kullanıcı belirleyerek, “içeriden” bir kişi keşfederek, o kişinin ardından sahaya girebilir, yine dijitalin bize sunduğu bazı araçlarla bu aktörün merkezini, periferisini, etkileşimlerini, olumlu ve olumsuz ilişkilerini gözlemleyebilir ve kendinize bu şekilde araştırılacak bir uzam kurabilirsiniz.

Etnografi; kendisini belirli prosedürler takip etme konusunda sınırlamadığı, sahadan kaynaklanan sorunlara açık olduğu için metodolojik açıdan esnek ve uyarlanabilir. Dijitalleşmeyle gelen yeni etkileşim biçimlerinin tam olarak nasıl çalıştığı ve dijital öncesi metodolojilerin ve yaklaşımların bunlarla ilgili araştırmalarda başarılı şekilde uygulanıp uygulanmadığı tartışmaları mevcuttur ancak önemli olan dijital ortamların çalışılmasıyla ortaya atılan soruların, metodolojilere ve onların epistemolojik doğalarına daha geniş bir şekilde düşünmek için kullanılabilir olmasıdır. Geleneksel olarak yerel pratikleri ve anlam üretimlerini anlamak için etnografik unsurlardan biri olan katılımcı gözlem, bu yeni durumların yarattığı inovasyon ve anksiyete anlarında yer alan tekniklerdendir (Varis, 2016).

Dijital etnografide araştırmacının katılımcı gözlemlerde hangi konumda yer alacağı önemlidir. Spradley (1980, s. 58), katılım oranına göre katılım türleri belirler. Yüksek katılımdan düşük katılıma doğru sırasıyla; “tam katılım”, “aktif katılım”, “orta katılım” ve “pasif katılım” türleri mevcuttur. Pasif katılım, eylem sahnesinde bulunan ancak herhangi bir şekilde diğer insanlara katılmayan ve onlarla etkileşmeyen katılım türüdür ve internetteki “gözetleyici” (“lurker”[†]) kavramına karşılık gelir. Gözetleyici, düzenli olarak dijital ağları ziyaret eden ancak herhangi bir paylaşımda bulunmayan ya da çok nadir bir şekilde paylaşım yapan internet kullanıcılarıdır (Ridings vd., 2006). Nonnecke ve Preece (2000), gözetleyiciyi “gönderi yapmayan” olarak tanımlar. Beaulieu (2004), gözetleyicinin, internet aktivitesinin bir parçası olduğunu fakat, açık/aleni katkılar sağlamadığını belirterek herhangi bir mesaj yazmadan bir haber grubunun takipçisi olmayı buna örnek verir. Gizlenerek izlemeyle

[†] Lurker kavramının tam bir Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. Binark ve Bayraktutan-Sütçü (2008) dijital oyunlarla ilgili yaptıkları bir çalışmada lurker’ı “izleme” olarak çevirmişlerdir. Oyun kültüründe de yeri bulunan “lurker” kavramı, ekran karşısında oturup varlığı fark edilmeden, fiziksel olarak var olmadan izleme opsiyonuna atfen bu çalışmada “gözetleyici” olarak kullanılacaktır.

(*lurking*) online topluluk hakkında, normları ve kültürü, özel dilleri hakkında bilgi toplamak mümkündür. Bazı online etnograflar bütün ampirik veriyi edinebilmek için gizlenerek izlemeden çevrimiçi ortama katılıma geçmezler (Scaramuzzino, 2012, s. 49). Geleneksel etnografide, çevrimdışı dünyayı gözlemlerken en azından “orada olmak”la ilgili minimal bir katılım gerekirken, birçok çevrimiçi ortam tamamen dikkat çekmeyen/silik bir gözlem fırsatı sunar: araştırmacı gizlenerek izlemeyle uzamı gözlemleyebilir. Bazı çevrimiçi bağlamlarda, gizlenen araştırmacının varlığı tespit edilemez, diğerlerinde, araştırmacının ancak etkileşimdeki varlığı tespit edilebilir, kimliği değil (Garcia vd., 2009).

Bu konu katılımcı gözlemlerde iki uca işaret etmektedir. Dijital iletişimin her zaman bir şekilde ekran içerdiği aşıkardır ve bu gözetlemecilik için uygun bir pozisyon sağlar. Görünmezlik konusuyla ilgili tartışmalar, bu türden bir gözetlemenin geleneksel anlamda etnografik bir gözlem olmadığı ve dolayısıyla uygun bir etnografinin olmadığı düşüncesi ile araştırmacı ile araştırılan arasındaki ekran tarafından garanti edilen doğal veri toplamanın –ki çünkü araştırma nesnelere, kendi statülerinin farkında değildirler ve bu yüzden davranışlarını duruma göre düzenleyemezler- eşsiz bir fırsat olduğu arasında gidip gelmektedir (Varis, 2016).

Teknoloji dolaylı ortam etnografların kendilerini bir birey olarak ortaya koymadan bulunabildikleri bir ortam olduğu için, nesne ve araştırmacı olarak özne arasına koruyucu bir bariyer koyar. Ancak etkileşimden kaçınmak, etnografin topladığı materyaller için de sonuçlara yol açar. Bazen sadece dışarıdan bakılarak elde edilemeyecek veriler vardır ve katılım gerektirir (Beaulieu, 2004). Daha “kolay” gibi görünen gözetlemecilik, etkileşim nedeniyle açığa çıkabilecek birçok verinin kaybolmasına yol açabilmektedir. Yalnız bazı durumlarda, özellikle Dark Web[‡] ortamlarında gözetlemecilik elzem olabilir (bkz. Ferguson, 2017). Dark Web içerisinde gerçekleştirilen dijital etnografi daha zorludur (Barratt ve Maddox, 2016; Ferguson, 2017) ve temiz internet kadar kolay ulaşılabilir değildir (Gehl, 2016, s. 1220). Teknik bilgiler daha üst seviyede kullanılır, anonimlik ise daha önemli hale gelir (Barratt ve Maddox, 2016).

Gözetlemede kaybolabilecek verilerle birlikte başka bir durum daha göz önünde bulundurulmalıdır. Şöyle ki dijital etnografideki katılımcı gözlem, yine nitel araştırma yöntemlerinden olan söylem analizinden ya da içerik analizinden farklı bir şeydir. Yazılmış metinleri ve içerikleri söylem analizine tabi tutmak-elbette ki çok kıymetli olsa da- dijital etnografi yapıyor olmakla aynı şey değildir, ortama katılım, süreci ortamdakilerle beraber

[‡] Dark Web, internetin geleneksel anaakım arama motorları tarafından erişilemeyen, özelleştirilmiş tarayıcılarla gölgeli erişimin sağlandığı parçasıdır.

yaşamak katılımcı gözlemde önemlidir. Sadece bir gözetlemeci olarak verili olan içeriği bağlamından kopararak kaydedip üzerinde çeşitli yöntemlerle araştırma yapmak dijital etnografinin dijitalin bağlamını anlama çabasından uzak bir şeydir. Dijital ağlardaki zamansızlık mefhumu, içeriği daha sonra da görebilme durumu birçok araştırmacıya veriyi toparlayıp analiz etme eğilimi fırsatı sunabilir ancak dijital etnografinin durduğu yer farklıdır. Nitekim gündemi bu kadar hızlı değişen ve hem sosyal ağların hem de gündemin bu kadar esnek olmasıyla birlikte akışkan bir hale gelen dijital ağlarda o anda orada olmama durumu, birçok verinin de gözden kaçmasına neden olabilir. Twitter örneğinde bu tweet atıldıktan sonra silinmesi, hesap açıkken kapatılması, içerik değişiminden sonra geri alınması, kullanıcıların hemen engellenebilmesi, Facebook'ta ya da Instagram'da bu ağların kullandıkları algoritmalar nedeniyle kişiye özel içeriklerin üst taraflarda olması ve birçok iletinin paylaşıldıktan sonra kimse tarafından okunmaması (Van Dijk, 2012) gibi birçok durumun gözden kaçmasına ve uzamın doğasını doğru alımlamamaya neden olabilir. Dijital ağlar bir ulusötesi form oluşturuyor, ulusal devlet sınırlarını aşıyor gibi görünse de bağlamdan, içeriğin üretildiği merkezlerin sosyopolitik ortamından etkilenmektedir. Sansür, internet yasakları, kotalar ya da bilişim suçları gibi caydırıcı unsurlar dijital etnografi süreçlerinde belirleyici olmaktadır. Bu yüzden sürekli alanda olmak verileri kaçırmamak adına da önemlidir. Gündelik olanın, sıradan olanın politik olması ve bağlamsallık dijital etnografide göz önünde bulundurulmalıdır.

Sonuç olarak katılımcı gözlem dijital etnografide önemli sac ayaklarından biridir. Örneğin Boyd (2008) için etnografi, katılımcı gözlem veya derin bir "takılma" ile ilgilidir; çünkü kültürü gözlemlemek için, uyum inşa etmek, orada olmak ve katılmak mecburiyetimiz vardır. Katılım, dijital ortamlarda esnek ama bağlamdan kopmayan bir şekilde ilerlemelidir. Katılımcı gözlem, gündelik hayat aktivitelerine eklemlenme ve bu aktiviteleri kayıt ve analiz etme arasındaki iş birliği üzerine kuruludur ve biri diğerine tercih edilemez; iyi bir katılımcı gözlemde "oyun" ve araştırma birbirine paralel gider (Boellstorff vd., 2012, s. 69). Sadece eklemlenme değil kayıt da önemli sac ayaklarındandır. Ortamı domine etmeden ama ortamdaki da kopmadan yapılması gereken bu gözlem sürecinde biriktirdiklerimiz ise bizi başka bir aşamaya; "alan notları" aşamasına götürmektedir.

Dijital Ortamda Alan Notları

Alan notları, katılımcı gözlemi ve buna bağlı olarak dijital etnografiyi, internetteki metinlere ilişkin kullanılan diğer araştırma yöntemlerinden ayıran en önemli noktalardan biridir. Alan notları, o anda orada bulunmayla ve tanık olmayla ilgilidir. Dijital ortamın sunduğu olanaklarla araştırmacı her daim orada olma durumunda değildir, daha sonra da

içeriğe ulaşabilir. Ancak sahaya girdiğinde tutacağı günlük araştırma açısından çok önemlidir. Çünkü o esnada ya da sonrasında gözlemlediği her şeyi belgelemelidir, bu süreçte de tıpkı klasik etnografide olduğu gibi “yoğun betimleme” anahtardır (Boyd, 2008). Atay’ın (2016) belirttiği gibi; “‘saha’ya araziye, hayata açılmak, kalem ya da mürekkep karası kadar toza-toprağa, çamura da bulaşmak gerekir”. Dijital ortamdaki bir yoğun betimleme için belki sokağa çıkmak gerekmemektedir ama araştırma nesnesinin dijitaldeki varlığında gezinmek elzemdir. Bu gezintilerden elde edilenler yine dijitalin olanaklarıyla birlikte alan notlarında kayıt altına alınmalıdır. Çevrimiçi araştırmalardaki gözlem, çevrimdışı ortamlarda insanları izlemektense bilgisayar ekranında metni ve görselleri izlemektir. Teknoloji dolayımı çevre, etnografin incelediği sosyal dünyayla doğrudan bağlantı kurmaya devam etmektedir, bu ortamda katılımcılar çevrimiçi davranış yoluyla iletişim kurarlar (Garcia vd., 2009).

Fiziksel bir ortamda bulunmayan araştırmacı, alan notlarının geleneksel etnografide kaldığını düşünmemeli, dijital ortamdaki gözlemlerini nasıl kayıt altına alacağı konusuna kafa yormalıdır. Dijitaldeki verilerin sürekliliği- kaybolmama durumu- alanda o anda orada olma zorunluluğunu aksatıyor gibi görünmektedir. Araştırmacı dijital verileri kaydedebilir, ihtiyacı olunca geri dönebilir. Alan notlarının doğasını dijitale uygun olarak değiştirebilir ama yine de alan notları “tutmaya” ihtiyacı vardır. Alan notları hala, araştırmacının kataloglama yapması, gözlemlerinden teoriler tanımlaması ve geliştirmesi, ayrıca tepkilerini ve öznel deneyimlerini kaydetmesi için gereklidir (Garcia vd., 2009).

Alan notlarını tutma biçimi araştırmacıdan araştırmacıya değişmektedir. Etnografinin esnek doğası sayesinde dijital etnografi, araştırmanın aşamalarında kendisini sürece adapte eder. Dijital ortamlar ve çevrimiçi iletişim, dijital öncesi çağdan farklı olarak kolayca derlenip toplanıp kaydedilebilir. Yaşanan etkileşimlere hiç tanık olmaksızın birkaç tıklamayla bunları veriye dönüştürebilir. Bu bir avantaj gibi düşünülebilir ancak araştırmacının elinde tonlarca veri birikir. Dijital etnografların zaman ve mekân tarafından bağlanmaması, alanın her zaman orada bulunması ve araştırma süresince orijinal durumuna geri döndürülebilme olanağının yüksek olması, araştırma için daha az bütçe ve kısa zamanda birçok veri toplama olanağı sunar, ama aynı zamanda birçok veri elde edildiği için bu verilerle baş edebilmek de güçleşir (Scaramuzzino, 2012, s. 45). Aynı zamanda bu kadar çok verinin bulunması araştırmacının bağlamdan kopmasıyla da sonuçlanabilir. Bağlam, dijital etnografide özellikle önemlidir. Araştırmacının elinde biriken ve tanık olmadığı binlerce veri ise araştırmacının süreç içerisinde kaybolmasına ve odak noktasını kaybetmesine neden olacaktır. Bununla birlikte sadece ekranda ne olduğunu görebilmemiz de dezavantajdır. Çok işlevli platformlarda sadece ekran gözlemlemek yanıltıcı olabilir, ekranda görünen şey hikâyenin sadece bir kısmı

olabilir (Varis, 2016). Örneğin kullanıcıların sosyal ağları nasıl kullandıkları konusunda sadece katılımcı gözlemlerle ya da sadece kaydedilmiş verileri daha sonra indirmekle yeterli veri toplanamayabilir. Twitter’da hiçbir eylemde bulunmayan, bu anlamda ekranda da görünmeyen kişi özelden, doğrudan mesajlar (*direct message-DM*) ile arkadaşlık kurmaya çalışıyor olabilir. Bunları keşfetmek için daha farklı veri toplama araçları kullanmak gereklidir. Katılımcı gözlemlerde bulunmadan, sadece dijitalin olanaklarıyla verileri indirmek, o anda online olan ama herhangi bir içerik üretmeyen kişinin oradaki varlığını es geçmek olacak ve veri kaybına yol açacaktır. Bu anlamda dijital etnografide de veri toplamaya, alan notu tutmaya ve süreci sonradan ekrandan izlemektense ağın bir parçası olmaya özen gösterilmelidir.

Geleneksel etnografide etnograf, ya sahadaki olayların yaşandığı ana yakın bir anda yazıya döker, olayların akışında hafızasına güvenerek hafızada kaydeder ve yazma işini sonraya bırakır ya da zihnine notlar alıp saha esnasında küçük küçük notlar tutarak yazma eylemini sürdürür (Emerson vd., 2008). Dijital etnografide bu daha kolay hale gelmektedir. Araştırmacı ekran karşısında araştırma nesnesini gözlemlerken aynı anda alan notlarını ister dijital ister analog ortamda tutabilir. Bunun için bloglar, wikiler gibi dijital ortamları tercih edebilir, dijital kalem gibi araçlar kullanabilir. Bununla birlikte, çeşitli veri çekme yazılımlarıyla verileri çekip kaydedebilir, verileri görselleştirebilir, ekran görüntüleri (*screenshot*) alarak bunları depolayabilir. Sadece metinsel içeriklere değil görsellere, işaretlere hatta emoticonlara[§] dikkat etmelidir. Etnograflar sadece metinsel bir çerçeveye sınırlandırılmış değildir, kullanıcılar birbirlerini sadece avaturlarıyla tanımazlar, aynı zamanda metinsel çevrimiçi ortamda nasıl yazdıkları ve etkileşimsel ipuçlarını nasıl kullandıklarıyla da tanırılar (Scaramuzzino, 2012, s. 45-46). Bu anlamda hem ağlar hem de bu ağdaki kullanıcılar bir dil oluşturur ve bu dil dijital etnograflar tarafından anlaşılmasına çalışılır. Dijital etnograf, alanda fiziksel varlığı olmadan katılımcı gözleme angaje olmayı öğrenmelidir, veri toplama ve analiz etmede, alan notlarını kaydetmede ve analiz sonuçlarını iletmede yeni yetenekler ve yollar geliştirmelidir (Garcia vd., 2009).

Hem katılımcı gözlem hem alan notu sürecinde araştırmacının bağlamdan kopmaması gereklidir. Varis’e göre (2016) bir iletişim ‘log’u (*kayıtları*), eğer bağlamı dahilinde anlaşılabiliriyorsa etnografik veri olarak hizmet sunabilir. Bağlam ve bağlamsallaştırma, aslında dijital etnografide kritik bir başlıktır, özellikle bugünün karmaşık dünyasından,

[§] Emoticon, imla işaretlerinin yan yana getirilmesiyle oluşturulan duygu ifade etme biçimleridir. Beden dili ve duygular için kullanılır, baş harflerden kısaltmalar oluşturulur, bağırmaı temsil eden büyük harflerle yazım yapılır ve bunlar araştırmacı için “etkileşimsel ipuçları” sunar (Scaramuzzino, 2012, s. 45-46).

gittikçe artan bir şekilde çok merkezli ortamlarla karşılaşmamızdan dolayı önemlidir. Dijital ortamlarda insanların ağırları; aileleri, arkadaşları, yüz yüze hiç tanışmadıkları, eskiden tanışıp da yıllardır çevrimdışı ortamlarda görüşmedikleri kişiler gibi, potansiyel olarak farklı yaşam alanlarından insanları içerir. Bu bağlamsal karmaşıklıklar yine potansiyel olarak insanların iletişimsel pratiklerini şekillendirir ve etnografik olarak açığa çıkarılmalıdır. Bir diğer bağlamsal konu çevrimiçi ve çevrimdışı dinamiklerdir. Çevrimiçi ve çevrimdışı arasında keskin ayrımlar yapmak giderek zorlaşmaktadır. Uzam ve mekân anlayışları, etnografik olarak “alanı”, mobilitenin giderek daha çok fiziksel hareketlilikle sınırlı olmaması nedeniyle gittikçe daha karmaşıklaşmıştır. İnternet, akıllı telefon ya da diğer mobil cihazlar hareketlilik araçlarıdır ancak kullanıcılar mobil olmak, başka yerde olmak veya fiziksel olarak bağlamı değiştirmeden bağlam değişikliği deneyimi yaşamak için fiziksel olarak bir yere gitmek zorunda değildir. Çevrimiçi iletişim ürünleri, sadece doğrudan gözlemlenebilen çevrimiçi bağlamda değil, aynı zamanda dijital aktivitenin yer aldığı çevrimdışı bağlamda şekillenebilir. Benzer şekilde, internet sansürü gibi daha geniş sosyokültürel meseleler, dünyanın en azından bazı bölgelerinde iletişimi büyük ölçüde etkileyebilir. Bu nedenle çevrimiçi etkinlik bağlamları, aslında katmanlı ve çok merkezlidir ve ekranda görünür halde olandan daha fazla bağlam katmanına katılmak gerekli olabilir (Varis, 2016).

Veri toplama ve alan notları tutma aşamasının ne zaman biteceği de araştırmacılar için önemli bir sorundur. Dijital uzamın barındırdığı sayısız veri diyarından çıkış kararı yine araştırmacıya aittir. Araştırmacı verinin toplandığını düşündüğünde alandan çıkacaktır. Veri toplamanın bittiğini işaret eden şey doygunluktur. Görüşmelerde aynı tepkiler duyulmaya başladığında, katılımcı gözlemde yeni şeyler görmeme, yeni anlayışlar edinmeme durumu başladığında, alandan beklenenler belli bir noktaya ulaştığında, veri toplama evresinin tamamlandığını düşünülmektedir (Boellstorff vd., 2012, s. 59). Araştırmacı, doygunluğu hissettiği, kendini tekrar eden veriler sürekli önüne düşmeye başladığı ya da araştırdığı uzamda artık var olamadığı durumlarda (kamuya açık hesapların kapatılması, sayfaların silinmesi ya da banlanması gibi durumlarda) sahadan çıkabilir. Ancak etnografi süreci kendi doğası gereği bir anda ve keskin bir şekilde bitmez, süreç azalarak da olsa devam edebilir. Bu süreçte araştırmacı, alan notlarını, tematik bir anlatım oluşturarak ve verilerini organize ederek yeniden düzenler (Emerson vd., 2008), analize hazır hale getirir.

Dijital Ortam Kılavuzları

Bütün bu sürece dair Postill'in (Pink vd., 2016) sunduğu yönerge dijital etnografide kolaylık sağlayabilir. İspanya'daki Indignados, ya da 15 M** hareketiyle ilgili çalışma yapan Postill, toplumsal dünyayı; viral içerikler, dijital teknolojiler, dijital teknoloji uzmanları, mücadele alanı ve protesto zamansallıkları olarak bir dizi farklı şekilde kavramsallaştırmaya çalışır. Viral gerçeklik çağında olduğumuz ve viral içerikler yayılıyor olduğu için bunların incelenmesi gerektiğini söyler. Dijital içeriğin yayılma hızı göze alındığında, yeni dijital yöntemler geliştirilmeli; yaratıcı kampanya memleri, Twitter gündemleri (*trending topics*) incelenmeli, sürece dahil olanlarla görüşmeler yapılmalıdır. İkinci olarak etnograf, farklı sosyal bağlamları birbirine bağlarken bir ya da birden fazla dijital teknolojiyi takip etmelidir. Üçüncü olarak teknolojiyle birlikte teknologlar da takip edilmelidir. 15M sosyal dünyası bir alan olarak da kavramsallaştırılabilir, bir hareket alanı ya da mücadele alanı olarak görülebilir. Son olarak dijital etnograf, 15M gibi bir sosyal dünyaya karmaşık kökenlerini ortaya çıkararak soy açısından yaklaşabilir.

Boyd'un (2008) da dijital etnografi konusunda sunduğu bazı temel yönergeler bulunmaktadır. Dijital etnografi bütünsel olarak düşünüldüğünde bu yönergenin akılda bulundurulması yararlı olacaktır:

a. Sizden önce yapılmış etnografileri okuyun. Etnografların zihinlerine girin, onların çatışmalarını duyun, seçimlerini anlayın, düşünümsel düşüncelerini anlamlandırın. Diğer etnografların sesi, size sahada yol gösterir.

b. Bir kültür üzerine odaklanarak başlayın. Çünkü etnografi diğer metotlardan farklıdır, etnograflar araştırmaya kalıplaşmış ve dar sorularla değil; kültürlerle başlar. Sorulara değil kültüre bağlı kalın.

c. Alana girin, takılın, gözlemleyin, belgeleyin, sorgulayın ve analiz edin.

d. Hiçbir zaman çok rahat olmayın. Her zaman aşına olanı yabancı olarak görme eğiliminde olun, hiçbir şeyi fetişleştirmeyin. Örüntüleri görmeye başladığınızı hissettiğinizde, yeni bir açıdan bakmaya başlayın. Sahip olduğunuz tüm önyargıları sorgulayın, kendi sorgulamanızı da sorgulayın.

e. Sınır inşasının bir sosyal süreç olduğunu anlayın: Bir projenin sınırları, etnograf, veri ve gözlemlerdeki örüntülere dayanarak hangi sorulara odaklanacağına karar verirse ortaya çıkar. Her zaman takip edilebilecek sonsuz sayıda yol olsa da kişi; veri, teori ve soruların ne zaman kolektif bir odak haline geldiğinin farkına varmayı öğrenecektir.

** 2011 yılında İspanya'da başlayan, çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu direniş hareketi. 15 Mayıs'ta başladığı için 15M olarak anılır.

f. Anlamlandırmanın düşünümsel bir süreç olduğunu anlayın: Etnografinin amacının kültürü anlamlandırmak olduğunu hatırlayın. Etnograflar her zaman kendi yorumları, önyargıları ve sınırlamaları hakkında düşünümsel olmalıdır.

Yeni bir alan olan ama eskinin bilgisiyle iç içe olmayı zorunlu kılan dijital etnografi sürecinde teknolojik bilgi de gündemde tutulmalıdır. Bu süreçte sahaya girme aşamasında dijital ortamlarda kullanılan algoritmaları gözetmek çok önemlidir. Araştırmacı, otoetnografik bir süreç içerisinde bulunduğunu da göz önünde tutmalı, kendi dijital ayak izlerinin önemini gözetmelidir. Araştırmacının ekranına düşecek aktörlerin ve içeriklerin belirlenmesi, reklamların buna göre belirmesi durumu söz konusudur ve bu sadece araştırmacının anonim bir hesap açmasıyla sağlanamaz. Popüler arama motorları, kullanılan bilgisayarda yer alan çerezler, araştırmacının sosyal ağlarda daha önce yer almış eylemleri, iletilere yaptığı yorumlar ve beğeniler, cevapları, lokasyonu, birbirine bağladığı sosyal ağ ortamları, aramaları gibi etkenler bu süreci etkilemektedir. Bu yüzden öncelikle eğer örneklem belirleniyorsa bunun, bilgisayarın araçları temizlenip anonim bir şekilde yapılması gerekmektedir. İçinde bulunulacak uzam belirlendiğinde bir gözetlemeci olmak ya da etkileşimde bulunmak seçilebilir. Yukarıda belirtildiği gibi bazı sınırlılıkları bulunan gözetlemecilik yerine etkileşim seçilse bile bağlamı ve uzamı domine edecek bir eylemde bulunulmaması gereklidir. Bu yüzden nesnel veriler elde edildikten sonra, gözetlemeci değil de bir katılımcı olarak sahaya girilebilir ve eylemlerde bulunulabilir. Hine'in (2008) dediği gibi, araştırmacı ne kadar ön hazırlık yapsa da beklemediği şeylerle karşılaşır konumunu değiştirmek zorunda kalabilir. Başlangıç aşamasında gizlenerek izleyenden tam katılımcı gözlemci olma skalası içerisinde belirli derecede katılımcı olma seçenekleri mevcuttur. Araştırmaya uygun olarak herhangi bir skalada yer alınabilir ama tabii ki yöntemin doğası ve dijital uzamın esnekliği gereği bu bulunulan konum süreç içerisinde değiştirilebilir.

Sonuç

Pozitivist bir bakışla, sıklıkla nesnelliği ve bilimselliği sorgulanan [dijital] etnografi, günümüzün araştırmalarında hem dijital uzamı araştırmak hem de araştırma yaparken dijital teknolojiler tarafından yönlendirilen veri toplama yöntemleri kullanmak amacıyla karşımıza çıkmaktadır. Sektördeki ve akademideki bu ilgi, “etnografi hükmünü yitirecektir” mitini (Boellstorff vd., 2012) de, yanlışlamaktadır. Dijitalin, dijital araçların, ürünlerin, bu araçların yarattığı yeni uzamların araştırılmasında kullanılan dijital etnografi; sosyoloji, psikoloji, reklam, pazarlama gibi birçok alanda zengin veriler edinilmesini sağlamaktadır. Boellstorff vd.'nin (2012) belirttiği gibi; etnografik araştırmaların aydınlık bir geleceği vardır, canlı bir paradigmadır. Günümüzün büyük veri setlerinde, nicel araştırmalarda etnograflarla verimli iş

birliği yapılmakta, yorumlayıcı yapıdan yararlanılmakta, ağ kùltùrleri çağındaki zđün değeri nedeniyle, evrimii topluluklarla ilgilenen çeşitli bilim insanları tarafından kucaklanmaktadır. İçinde bulunduğumuz sùređen bağlantı kùltùrù (Boyd, 2012), ekran karşısında olmanın kolaylığı, içeriğe her zaman her yerde erişim şansı bu yöntemin tercih oranını artırmaktadır. Bu araştırma yönteminde de diğer yöntemlerde olduğu gibi göz nùnde bulundurulması gereken bazı noktalar bulunmaktadır.

Öncelikli olarak, dijitale dair bir araştırma tasarımılandığı ya da dijital teknolojilerle ilişkili veri toplama yöntemleri kullanıldığı için araştırmacının teknolojik bilgi birikimine sahip olması gereklidir. Dicks vd.'nin (2005) belirttiği gibi dijital çağdaki bir etnograf, çok çeşitli dijital ekipman ve bilgisayar yazılımlarına aşına olma zorluğuyla karşı karşıyadır. Dijital ađda araştırmacının aynı zamanda katılımcı olması, dikkat edilmediği takdirde verilerde yanlılığa yol açabilir. Etnografin yeri açısından, seyahat edebiyatından otoetnografiye uzanan etnografi tarihçesinde, araştırmacı “içeriden” olmaya başlamıştır, dijital etnografi sùrecinde de çoğunlukla araştırmacı bir kullanıcısıdır, dijital uzamda öznedir. Dışarıdaki olmaktan ziyade kullanıcı olmak, uzama dair n bilgiye sahip olma bakımından önemlidir ama bu yanılıcı bir sùre de olabilir. Kullanıcısının dijital uzama bıraktığı ayak izleri (*cyber-footprints*), kullanıcı araştırmacı olduğunda, edineceği verilerin nesnelliliğini zedeleyebilmektedir. Sosyal ağların artı değer elde ettiği bir anahtar olan ve finansal koordinasyonları için hayati olan (Iosifidis ve Wheeler, 2016, s. 41) bu ayak izleri, toplayacağı verileri yönlendirecek, veri erevelelenmiř hale gelecektir. Bu yùzden anonim hesapla veri toplamak, internet tarayıcısı (*browser*), çerez (*cookie*) temizliği yapmak ve “temiz” bir araçla ağa dahil olmak, araştırmacının ekranına gelecek veriler açısından önemlidir.

Teknik bilgiyle birlikte, teknoloji olanağının sağlanması da önemlidir. Boellstorff vd.'nin (2012) belirttiği gibi alana giriş için uygun teknolojik şartların sağlanması gereklidir. Teknolojik ihtiyaçlar, yazılım veya uygun internet bağlantısı hayatidir. Kotalı internet ya da sansùr mekanizması engeli gibi ùlke şartlarına dair konular göz nùnde bulundurulmalı ve uygun şartlar sağlanmalıdır. Esnek ve akışkan bir uzam olan bu yapılanmada teknolojik eksikliklerden dolayı veri kaybı yaşama olasılığı yùksektir. Bu yùzden alana sùrekli dahil olma hali önem kazanmaktadır.

Teknolojinin olanakları, alana dahil olma ihtiyacını azaltıyor gibi grùlebilir. Örneğin arama motorlarının varlığı ya da sosyal ağların kaydettiği kullanıcı tarihçeleri, katılımcı gözlemcinin her zaman orada olma zorunluluğunu ortadan kaldırıyor gibi algılanabilir. Ancak dijitalin “her an orada” olması araştırmacıyı yanılıtmamalıdır. Geleneksel etnografide olduğu

gibi dijital etnografide de katılımcı gözlem ve alan notları tutmak elzemdir. Bu alan notu tutmada teknolojinin bütün olanaklarını kullanabiliyor olmak araştırmacının işini kolaylaştırmaktadır. Ekran görüntüleri almak, veri çekme programlarıyla verileri elde etmek ya da geleneksel ortamlardan ziyade dijital ortamlarda kayıt tutmak, metin oluşturmak ya da hatırlatmalar yapmak bu olanakları kullanma biçimidir.

Bunları yaparken uzama dahil olmak, uzamda çokça vakit geçirmek önemlidir ancak bu geniş uzam araştırmacıyı bağlamdan koparabilir. Dijital uzam çok geniştir ve araştırmacı yoğun veriler arasında kaybolabilir. Araştırma sürecinde bir pergelin kullanıldığı düşünülürse, pergelin bir ucu sürekli ana aktörlere ya da ana araştırma konusuna takılı olmalıdır. Diğer uç bu geniş uzamda yolculuk yapsa da bağlama dönmek kolaylaşacaktır. Bu geniş uzamda odak noktası belirleme sıkıntısı yaşanılıyorsa ağa bir anahtar kişi (*key person*) aracılığıyla dahil olunabilir ve örneklem ya da araştırma nesnesi bu şekilde belirlenebilir.

Sonuç olarak, dijital uzamlar araştırmacılar için çok çeşitli bir saha örüntüsü sergilemektedir. Disiplinlerarası çalışmalara ve farklı araştırma yöntemlerinin uygulanmasına geniş olanak veren bu uzamlar, araştırma yöntemlerini eskiden koparmamakla birlikte, uzamın olanakları ve sınırlılıklarına bağlı olarak yeni bir biçime büründürmektedir.

Kaynakça

- Androutsopoulos, J. (2008). Potentials and limitations of discourse-centred online ethnography. *Language@ internet*, 5(8).
- Amselle, J. L. (1998a). Afrika'da Etnik Yapı ve Kimlik. (S. İdemen, Çev.). J. Luca, (Ed.), *Uluslar ve Milliyetçilikler içinde* (72-77). İstanbul: Metis.
- Amselle, J. L. (1998b). Etni ve Kabile: Her Kapıyı Açan Kavramlar. (S. İdemen, Çev.). J. Luca, (Ed.), *Uluslar ve Milliyetçilikler içinde* (134-135). İstanbul: Metis.
- Atay, T. (2016). Sunu. R. Harmanşah ve Z. N. Nahya, (Ed.), (2016). *Etnografik hikâyeler: Türkiye'de alan araştırması deneyimleri içinde* (9-15). İstanbul: Metis.
- Barratt, M. J. ve Maddox, A. (2016). Active engagement with stigmatised communities through digital ethnography. *Qualitative Research*, 16(6), 701-719.
- Beaulieu, A. (2004). Mediating ethnography: objectivity and the making of ethnographies of the internet. *Social Epistemology*, 18(2-3), 139-163.
- Bell, D. (2001). *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge.
- Binark, M., ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2008). Silkroad Online'da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği. *inet-tr'08-XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri*, ss. 22-23.
- Blommaert, J., ve van de Vijver, F. (2013). Good is not good enough: Combining surveys and ethnographies in the study of rapid social change. *Tilburg Papers in Culture Studies*.
- Boellstorff, T. (2012). Rethinking Digital Anthropology. H. A. Horst ve D. Miller, (Ed.), *Digital Anthropology içinde* (39-60). London: Bloomsbury.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C. ve Taylor, T. L. (2012). *Ethnography and Virtual Worlds. A Handbook of Method*. Princeton University Press.
- Boyd, D. (2008). How Can Qualitative Internet Researchers Define The Boundaries of Their Projects: A Response to Christine Hine. A. N. Markham ve N. K. Baym (Ed.), *Internet Inquiry: Conversations About Method içinde* (26-32) Los Angeles: Sage.
- Boyd, D. (2012). Participating in the Always-On Lifestyle. M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader içinde* (71-76). New York University Press.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi* (E. Kılıç, Çev.). (3. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Colombain, J. (2012). Siberkültür (La Cyberculture) (B. Küçükdoğan, Çev.). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 14, 663-685.
- Deleuze, G. ve Guattari, F. (2014). *Anti-Ödipus. Kapitalizm ve şizofreni I* (F. Ege, H. Erdoğan ve M. Yiğitalp, Çev.). (2. Basım). Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.

- Deleuze, G. ve Parnet, C. (1990). *Diyaloglar* (A. Akay, Çev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Dicks, B., Mason, B., Coffey, A. ve Atkinson, P. (2005). *Qualitative Research and Hypermedia: Ethnography for the Digital Age*. Sage.
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez., Schnettler, B. ve Read, R. (2007). Virtual Ethnography. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(3), <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>.
- Duggan, M. (2017). Questioning “digital ethnography” in an era of ubiquitous computing. *Geography Compass*, 11(5), e12313. <https://doi.org/10.1111/gec3.12313>
- Ellis, C. (2004). *The Ethnographic I. A Methodological Novel About Autoethnography*. Altamira Press.
- Ellis, C., Adams, T. E. ve Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An Overview. *Historical Social Research*. 36 (4). 273-290.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I. ve Shaw, L. L. (2008). *Alan Çalışması. Etnografik Alan Notları Yazımı* (A. E. Koca, Çev.). Ankara: Birleşik Yayınları.
- Ferguson, R. H. (2017). Offline ‘stranger’ and online lurker: methods for an ethnography of illicit transactions on the darknet. *Qualitative Research*, 17(6), 683-698.
- Garcia, A. C., Standlee, A. I., Bechhoff, J. ve Cui, Y. (2009). Ethnographic approaches to the internet and computer-mediated communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52-84.
- Geertz, C. (2010). *Kültürlerin Yorumlanması*. (H. Gür, Çev.). Ankara: Dost.
- Gehl, R. W. (2016). Power/freedom on the dark web: A digital ethnography of the Dark Web Social Network. *New Media & Society*, 18(7), 1219-1235.
- Gere, C. (2008). *Digital Culture*. (2. baskı). London: Reaktion Books.
- Glesne, C. (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş* (A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Goode, L. (2010). Cultural citizenship online: The Internet and digital culture. *Citizenship Studies*, 14 (5), 527-542.
- Hammersley, M. (2018). What is ethnography? Can it survive? Should it?. *Ethnography and Education*, 13(1), 1-17.
- Hills, M. (2009). Participatory culture: Mobility, interactivity and identity. G. Creeber ve R. Martin (Ed.), *Digital cultures: Understanding New Media* içinde, (107-116). Open University Press.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications.

- Hine, C. (2004). Virtual Ethnography Revisited. Paper summary prepared for session on Online Research Methods, Research Methods Festival, Oxford, July 1st 2004. http://www.restore.ac.uk/orm/background/exploringorms/rmf_hine_outline.pdf
- Hine, C. (2005). Internet research and the sociology of cyber-social-scientific knowledge. *The Information Society*, 21 (4), 239-248.
- Hine, C. (2008). Virtual ethnography, modes, varieties, affordances. N. Fielding, R. M. Lee ve G. Blank (Ed.), *The Sage Handbook of Online Research Methods* içinde. (257-271). Sage.
- Howard, P. N. (2002). Network ethnography and the hypermedia organization: new media, new organizations, new methods. *New Media & Society*, 4(4), 550-574.
- Hume, L. ve Mulcock, J. (Eds.). (2004). *Anthropologists in the Field: Cases in Participant Observation*. Columbia University Press.
- Iosifidis, P. ve Wheeler, M. (2016). *Public Spheres and Mediated Social Networks in the Western Context and Beyond*. UK: Palgrave Macmillan.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage.
- Lefebvre, H. (2010). *Modern Dünyada Gündelik Hayat* (I. Gürbüz, Çev.). (2. baskı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. London: Routledge.
- Miller, D. (2012). Social Networking Sites. H. A. Horst ve D. Miller (Ed.), *Digital Anthropology* içinde. (146-161). London: Bloomsbury.
- Miller, D. ve Horst, H., A. (2012). The digital and the human: A prospectus for digital anthropology. H. A. Horst ve D. Miller (Ed.), *Digital Anthropology* içinde. (3-35). London: Bloomsbury.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- Murthy, D. (2011). Emergent digital ethnographic methods for social research. S. N. Hesse-Biber (Ed.), *Handbook of Emergent Technologies in Social Research* içinde. (158-179). Oxford: Oxford University Press.
- Neuman, W. L. (2013). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* (S. Özge, Çev.). (6. Baskı). Ankara: Yayın Odası.
- Nonnecke, B. ve Preece, J. (2000). Lurker demographics: Counting the silent. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems (73-80). ACM.
- Okay, Y. (2012). *Etnografya'nın Türkiye'ye Girişi ve İlm-i Ahval-i Akvam*. İstanbul: Doğu Kitabevi.

- Özbudun, S., Şafak, B. ve Altuntek, N. S. (2016). *Antropoloji: Kuramlar Kuramcılar*. (5. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. ve Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Sage.
- Postill, J. ve Pink, S. (2012). Social media ethnography: The digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145(1), 123-134.
- Prior, D. D. ve Miller, L. M. (2012). Webethnography: towards a typology for quality in research design. *International Journal of Market Research*. 54 (4), 505-520.
- Puri, A. (2007). The web of insights: The art and practice of webnography. *International Journal of Market Research*, 49(3), 387-408.
- Ridings, C., Gefen, D. ve Arinze, B. (2006). Psychological barriers: Lurker and poster motivation and behavior in online communities. *Communications of the Association for Information Systems*, 18(1), 16.
- Riemer, F. J. (2009). Ethnography Research. S. D. Lapan ve M. T. Quartoroli (Ed.), *Research Essentials: An Introduction to Design and Practices* içinde. (203-221). Jossey Bass.
- Robinson, L. ve Schulz, J. (2011). New Fieldsites, New Methods: New Ethnographic Opportunities. S. N. Hesse-Biber, (Ed.), *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research* içinde. (180-198). Oxford, New York: Oxford University Press.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet ethnography: Online and offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), 45-51.
- Scaramuzzino, G. (2012). Ethnography on the Internet- an Overview. K. Jacobsson ve K. Sjöberg, (Ed.), *Pondering on methods. A variety of methodological concerns* içinde. (41-54). Lund: Lund University.
- Silk, M., Millington, B., Rich, E. ve Bush, A. (2016). (Re-) thinking digital leisure. *Leisure Studies*, 35 (6), 712-723.
- Skees, M. (2010). Digital Flânerie: Illustrative Seeing in the Digital Age. *Critical Horizons*, 11 (2), 265-287.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Sunstein, B. S. ve Chiseri-Strater, E. (2012). *Fieldworking: Reading and writing Research*. (4. Basım). Bedford/St. Martin's.
- Talip, B. A., Narayan, B., Edwards, S. L. ve Watson, J. (2017). Digital ethnography as a way to explore information grounds on Twitter. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 5(1), 89-105.

- Underberg, N. M. ve Zorn, E. (2013) *Digital Ethnography: Anthropology, Narrative and New Media*. University of Texas Press.
- Van Dijk, J. (2012). *The Network Society*. (3. baskı). London: Sage Publications.
- Varis, P. (2016). Digital ethnography. A. Georgakopoulou ve T. Spilioti, (Ed.), *The Routledge handbook of language and digital communication* içinde. (55-68). Routledge.
- Yang, G. (2003). The Internet and the rise of a transnational Chinese cultural sphere. *Media, Culture & Society*, 25, 469-490.