

Youtube Gezi Kanallarındaki Videoların Bireylerin Kendi Ülkelerine Dair Algılarına Etkisinin Self-Oryantalizm Bağlamında İncelenmesi ¹

Burhan KILIÇ ² - Sertaç KAYA ³ - Halil SAÇ ⁴

Başvuru Tarihi: 28.03.2024

Kabul Tarihi: 18.09.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

YouTube platformu üzerinden yayın yapan gezi kanalları, kullanıcıların videoya konu edilen ülke hakkında fikir edinmelerine katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, Batı ülkelerini konu alan gezi videolarının Türkiye'deki kullanıcıların kendi ülkelerine karşı bakış açılarını nasıl etkilediğini incelemektedir. Bu amaçla YouTube'da gezi içerikleri yayınlayan kanallardan en çok aboneli bulunan üç tanesi incelenmiştir. Çalışmaya veri kümesi oluşturmak amacıyla örneklem olarak belirlenen kanallardaki içeriklerin yorumları MAXQDA programı yardımıyla toplanmıştır. Bu kanalların her birinde bulunan Batı ülkelerini konu alan ve en çok izlenen üç videoya yapılan yorumlar içerik analizi ve söylem analizi ile analiz edilmiştir. YouTube gezi kanalları içeriklerinin kullanıcıların ülkelere dair self-oryantalist görüşlerini açığa çıkarmasına alan tanıdığı görülmüştür. Çalışma sonucunda video içeriklerinde ekonomik, kültürel, hukuki, coğrafi konum, demografik ve genel temalarına ayrılacak self-oryantalist yorumların olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Oryantalizm, Self-oryantalizm, Sosyal Medya, YouTube

Atıf: Kılıç, B., Kaya, S. ve Saç, H. (2024). Youtube gezi kanallarındaki videoların bireylerin kendi ülkelerine dair algılarına etkisinin self-oryantalizm bağlamında incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1337-1358.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, burhankilic@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0894-129X

³ İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, sertackaya1@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3483-572X

⁴ Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, halilssaac@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3983-514X

Examining the Effect of Videos on Youtube Travel Channels on Individuals' Perceptions of Their Own Countries in the Context of Self-Orientalism

Burhan KILIÇ⁵ - Sertaç KAYA⁶ - Halil SAÇ⁷

Submitted by: 28.03.2024

Accepted by: 18.09.2024

Article Type: Research Article

Abstract

Travel channels broadcasting on the YouTube platform help users get an idea about the country that is the subject of the video. This study examines how travel videos about Western countries affect Turkish users' perspectives on their own countries. For this purpose, three of the most subscribed travel channels on YouTube were analyzed. In order to create a dataset for the study, the comments of the content on the channels selected as a sample were collected with the help of MAXQDA program. The comments on the three most viewed videos about Western countries on each of these channels were analyzed through content analysis and discourse analysis. It was observed that the content of YouTube travel channels provided space for users to reveal their self-orientalist views about their countries. As a result of the study, it was determined that there are self-orientalist comments in the video contents that could be divided into economic, cultural, legal, geographical location, demographic, and general themes.

Keywords: Orientalism, Self-orientalism, Social Media, YouTube

⁵ Istanbul Aydın University, Communication Faculty, Radio, Television and Cinema Department, burhankilic@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0894-129X

⁶ Istanbul Aydın University, Communication Faculty, Journalism Department, sertackaya1@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3483-572X

⁷ Ankara University, Communication Faculty, Journalism Department, halilssaac@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3983-514X

Giriş

Avrupa'da doğup yayılan 'Aydınlanma' düşüncesinin etkisiyle bilim ve teknolojide gelişmeler yaşanmış (Hankins, 1985; Kent, 2002), Avrupa yaşamış olduğu bilim ve teknoloji devrimlerini diğer kıta ülkeleri için ekonomik-toplumsal bir tahakküm aracı gibi kullanma yolunu tercih etmiştir (Israel, 2006). Bu bakış açısına göre, Doğu'da yer alan ülkeler Batı'dan dünyaya yayılan bilimi ve teknolojik araçları edinerek Avrupa'nın izlemiş olduğu yolu takip etmelidir (Siskin ve Warner, 2010; Fleischacker, 2013; Cevizci, 2017; Outram, 2019). Bu şekilde Doğu, kalkınma yaşayacak ve Avrupa'nın güdümünde yardıma muhtaç olmayacak şekilde modernleşecektir. Bu düşünce yapısının insanlara taşınmasında ise, iletişim teknolojilerinin varlığı gerekmıştır. Gelişen iletişim teknolojileri ideolojik fikirlerin bireylere benimsetilmesinde kullanılan en önemli unsurlardan olmuştur (Muri, 2007; Fitzek ve Katz, 2007; Ellison ve Matthews, 2010; Hildebrandt vd., 2012; Gondwe, 2022). Bu çalışmanın yapıldığı dönemde ise artık 'yeni medya' olarak adlandırılan kendine has özellikleri ve nitelikleri bulunan bir medya ortamı söz konusudur.

Yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu etkileşim özelliği, kullanıcıların tükettiği içeriklere doğrudan tepki gösterebilmesini mümkün kılmaktadır. Bu özellik ile geleneksel medya tüketicilerinin içerikler hakkındaki görüşlerinin doğrudan kendilerine ulaşılmasından alınamaması durumu değişim göstermiş, yeni medya üreticilerinin (Bruns, 2009) tükettiği içerik hakkındaki yorumu eşzamanlı olarak alınabilmeye başlanmıştır (Rice, 1992; Vitak ve Ellison, 2013; Uhls vd., 2017; Blank ve Lutz, 2018). Bu duruma imkân tanıyan internet ve teknoloji aracılı platformlardan birisi YouTube'dur.

Bu çalışma, YouTube platformunda yayın yapan gezi kanallarının Batı ülkelerini konu alan videolarının Türkiye'deki kullanıcıların kendi ülkelerine dair algılarını nasıl etkilediğini konu edinerek bu algıların self-oryantalist biçimde şekillenip şekillenmediğine yönelik bulgular elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda makalede "YouTube'da bulunan gezi kanallarındaki içerikler, Türk kullanıcıların kendi ülkelerine dair algılarını ne şekilde etkilemektedir?" sorusuna yanıt aranmıştır. Bu kapsamda YouTube platformunda gezi-seyahat içeriği üreten ve en çok abonesi bulunan kanallardan üçü olan Emre Durmuş, Rotasız Seyyah, Yağmur Arat kanallarındaki kullanıcı yorumları MAXQDA programı yardımıyla toplanıp içerik analizi yapılmış ve sonrasında bu yorumlar söylem analizine tabi tutulmuştur. Bu sayede bu tarz kanalların içeriklerinin kullanıcılarda self-oryantalist bir tavra zemin hazırlayıp hazırlamadığı incelenmiştir.

Oryantalizm ve Self-Oryantalizm Kavramları

Doğu ve batı, epistemolojik ve ontolojik bir ayrım içerisinde (Mutman, 2022) oryantalizmin temelini oluşturmuş ve zaman ilerledikçe biz ve onlar düalizmi (Kontny, 2002) çerçevesinde şekillenmeye devam etmiştir. Şarkiyatçılık başlangıçta bir bilim sistemi olarak doğu dillerini ve kültürünü anlamak (Turner, 1994) üzerinden ilerlemiş, doğuyu inceleme ve yönetme nesnesi (Tang, 2008; Mutman, 2022) olarak algılamaya başlayarak bugünkü anlamına doğru evrim göstermiştir. Oryantalizm fikri, tahakküm kurma ve emperyal girişimi anlama açısından işlevsel görülmektedir (Mani ve Frankenberg, 1985; Halliday, 1993). Bu bağlamda Edward Said (1979, 1985), çalışmalarıyla Batı'nın Doğu anlayışını ortaya koymaya çalışmıştır. Ona göre Doğu, Avrupa'nın öteki imgelerinden biridir ve Batı'nın tanımlanmasına yardımcı olmuştur. Bunun yanında şarklıyı tanımlayan da Şarklının kendisi değil, Batı'nın kendi değerlendirmesi çerçevesinde kullandığı bilgileridir. Bu yaklaşım doğunun Batı tarafından üretilen bir mit olduğu, şarkiyatçılar tarafından inşa edilmiş bir eser olduğu ve ideolojik bir anlam yüklü olduğu da ifade edilmektedir (MacKenzie, 1994, s. 4; Sardar, 1993, s. 13; Lockman, 2009). Farklı kaynaklarda Eurocentrism üzerinden de açıklanmaya çalışan oryantalizm, geri ve aşağı bir Doğu'ya karşı üstün bir Batı imajı inşa etmektedir. Bunu yaparken de Doğu; irrasyonel, tembel, yozlaşmış, geri

kalmış ve pasif gibi olumsuz sıfatlarla nitelenirken Batı; rasyonel, çalışkan, üretken, gelişmiş, bağımsız ve ilerici şekilde tanımlanmaktadır (Hobson, 2004). Böylece “öteki” olarak tanımlanan Doğu’nun kolonyalist dönemde nasıl kolonize edileceğinin zemini hazırlanmıştır (Parla, 2015).

Said başta olmak üzere bazı Avrupalı ve Amerikalı araştırmacıların, kelimenin anlamına olumsuzluklar yükleyerek kirdiğine dair de görüşler bulunmaktadır (Lewis, 1982). Özellikle Said’in varsayımlarını temellendirme konusunda yetersiz olduğu öne sürülmektedir (Gellner, 2007). Ancak Prakash’a göre (1995), Said’in çalışmasının bizlere anlattığı şey, Batı hegemonyasının çizdiği sınırları ortadan kaldırması ve öteki inşasına karşı eleştirel çalışmaları teşvik etmesidir. Yapılan çalışmalardan da anlaşılacağı üzere oryantalizm Doğu’yu bilmek ve öğrenmek için yapılan bir keşifken zamanla Doğu’nun nesneleştirildiği ve Batı toplumlarının algılarının Doğu’ya yüklendiği bir noktaya varmıştır. Böylece Doğu’nun, Batı merkezli bir perspektiften değerlendirildiği sonuçlarla karşı karşıya kalmaktayız. Dolayısıyla aslında bu perspektiflerden Doğu’nun anlamı coğrafi bir atıftan ziyade hayal gücünde üretilen imgelerin ortaya çıkardığı bir kategoriye ifade etmektedir (Uluç, 2009). Bu da mikro ve makro düzeyde iktidar ve hiyerarşik ilişkilerin kurulduğu temel bir politikanın uzantısını göstermektedir (Arlı, 2009).

Self-oryantalizm de Said’in oryantalizm tanımının Doğulu toplumlarda yaşayan bireyler tarafından benimsenmesini ve bu tanımlamalar üzerinden kendilerini inşa etmesini ifade etmek için kullanılmıştır. Self-oryantalizmin birçok bakımdan oryantalizmin bir uzantısı olduğu söylenebilir. Bu kavram oryantalizm düşüncesinin sadece özerk bir şekilde Batı tarafından yaratılmadığını bunun yanında Doğulu bireylerin ve toplumların da bu düşüncenin yapılmasına, temellerinin sağlamlaştırılarak yayılmasına katkı sağladığını iddia eder (Dirlik, 1996; Ong, 1998; Mitchell, 2004; Zhang, 2006; Yan ve Santos, 2009; Mutlu, 2019).

Kolonileştirme düşüncesinin üzerinden oldukça fazla zaman geçmesinin ardından postkolonyalizm düşüncesinin ortaya çıktığı bilinmektedir. Ancak bu düşüncüyü içeren süreç sömürgeciliğin sonunu değil, yeni ve farklı bir evresini işaret eder. Bu süreç içerisinde yer alan oryantalizm görüşüne self-oryantalizm durumu da belirli bir katkı sunmuştur (Mitchell, 1993; Drew, 1999, s. 230). Self-oryantalizm kavramının ortaya çıkışı Doğu Asya’da yaşansa da bu kavram kendisini modern düşünceye borçlu olduğundan ötürü modern olma çabasında olan Batı dışı toplumlar da bu kavram altında ele alınabilir. Dolayısıyla bu yaklaşım Doğu toplumlarında yeni Doğu’ların inşa edilmesi yönünde bir eğilimi ortaya çıkarmıştır (Hayden, 2007). Ancak sömürülen ve baskı ile modern olunması istenen toplumlarla istekli bir şekilde modernleşme yaşayan toplumlar arasında self-oryantalizm algısı açısından farklılıklar bulunmaktadır (Bezci ve Çiftçi, 2012, s. 144; Kobayashi vd., 2019). Self-oryantalizm söz konusu olduğunda karşımıza iki yaklaşım çıkar. Bunlardan ilki tarihseldir. Buna göre Doğu’nun ürettiği imgeler çoğunlukla Batı özentisi işlerdir. Bu işlerle Batı oryantalist düşüncesi Doğu’da hayat bulur, içselleştirilir ve yeniden üretilir. Böylece Batı ve Doğu fikirleri bir potada eriyerek ayırt edilemez hâle gelir. İkinci yaklaşıma göre self-oryantalizm, Doğu toplumunun modern olma çabasının bir sonucudur (Duara, 1995; Dirlik, 1996; Dervişević, 2021). Self-oryantalizm kavramı, ulus devletlerin oluşum aşamalarında her toplumun modernleşme süreçlerine dâhil olması gerektiğini düşünen liderler tarafından ve süreç içerisinde sömürgeleştirme pratiklerine olumlu yaklaşan entelektüeller tarafından öne sürülen politik bir stratejidir (Dirlik, 1996; Jouhki, 2006). Bu stratejinin uygulanmasında devlet yönetim süreçlerinin yanında en etkili organ dün olduğu gibi bugün de medya olmuştur. Bu unsurların katkısıyla toplumda bireyler tarafından oryantalizm içsel bir hâl olarak benimsenmiştir. Bu noktada Doğu’da yaşayan bireylerin ve toplumların tanımının yapılmasında Batı kadar Doğu da aktif bir rol almıştır. Doğu insanı kendini veya ülkesini tasvir ederken kendisine ait olmayan düşüncelerin sınırlarından bir kesit sunmaktadır. Böylece bu bireylerde kendilerine ilişkin yanlış bir bilinç veya ideolojik bir belirlenme içeren bilinç oluşumu yaşandığı söylenebilmektedir. Bu durumun yaşanmasında toplumlararası ilişkilerin, sözlü ve yazılı eserlerin payı olduğu kadar 21. yüzyılda en büyük pay sahibinin medya olduğu ifade edilebilmektedir. Yaşanan süreçlerle bireyler

kendi kendilerini ötekileştirmiştir (Özçelik, 2021). Self-oryantalizm konusuna ilişkin alanyazın incelendiğinde çalışmaların çoğunlukla turizm (Yan ve Santos, 2009), sosyoloji (Kyriakides vd., 2018, Liu, 2016), dil çalışmaları (Chen, 2021), kimlik çalışmaları (Gabrael, 2017) bağlamında ele alındığı görülmekte, medya bağlamında yayınlanan eserlerin (Özçelik, 2021) sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmanın bu noktada var olan eksikliği giderme iddiası bulunmaktadır.

Yöntem

Bireyler ve toplumlar kendilerine dair algı ve tutumlar oluştururken kendisi dışında konumlanan aktörlerle kıyas yaparlar. Nitekim günümüzde sosyal medya, ülkemiz yurttaşlarının Batı'ya yönelik enformasyonlar edinerek kendisine yönelik algı ve tutum oluşturmada kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada da Batılı ülkeleri temel alan sosyal medya içerikleri tüketen Türkiye'deki yurttaşların, kendi ülkelerine dair algılarını self-oryantalist biçimde şekillendirip şekillendirmediğine yönelik bulgular elde etmek amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda YouTube'daki Batılı ülkeleri temel alan videolar ve bu videolara yapılan kullanıcı yorumları araştırmanın hedef evreni tayin edilmiştir. Nitekim 85,59 milyon nüfusa sahip Türkiye'de 57,90 milyon kişinin kullandığı YouTube (We Are Social ve Meltwater, 2023), farklı sosyo-ekonomik kesimleri bünyesinde bulunduran işlevsel bir veri kaynağı olabilir.

Tablo 1

İncelenen Videolar ve Yorum Sayıları

YouTube Kanalı	Video Başlığı	Üst Düzey Yorum Sayısı	İncelenen Toplam Üst Düzey Yorum Sayısı (~%10)
Emre Durmuş	NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam	6298	630
	Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum	3588	359
	Bakın Hollanda'da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? - Hobbit Köyü GIETHOORN	3131	313
Rotasız Seyyah	New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park	433	43
	Ukrayna Lviv Gezim	452	45
	Londra Gezimiz, Sıfır Noktası Greenwich, Britanya Müzesi, Günlük Yaşam, Britanya Gezimizin 1. Bölümü	240	24
Yağmur Arat	Gözümü İsveç'te Açtım - Dünyanın En Refah Ülkesinde Yaşamak...	358	36
	Avrupanın Ortasında Hiçbir Yasağın Olmadığı Şehir! Christiania	198	20
	Kendimi Türkiye'de Hissettim - Berlin'de 1 Gün Geçirmek 🇩🇪	263	26
Toplam		14961	1496

Hedef evrenin tümünün analiz edilmesi mümkün olmadığı için olasılık temelli olmayan örnekleme tekniklerinden “amaçlı örnekleme” ekseninde spesifik kriterlere dayalı olarak (Erkuş, 2019), yani tematik gezi kanalı niteliği taşıyan ve abone sayısı en fazla olan Emre Durmuş, Rotasız Seyyah, Yağmur Arat isimli YouTube

kanallarından Batılı ülkeleri esas alan üçer video ve bu videoların kullanıcı yorumları örneklem olarak belirlenmiştir. Söz konusu videolara yapılan kullanıcı yorumları üzerinden, bireylerin self-oryantalist tutuma sahip olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu noktada videoların yorumları doküman olarak kabul edilmiş ve bir veri toplama tekniği olarak “doküman incelemesi” (Yıldırım ve Şimşek, 2016) kapsamında MAXQDA programı aracılığıyla 15 Aralık 2023 tarihinde toplanmıştır.

Videoların bütün yorumlarının incelenmesi olası olmadığı için sadece üst düzey kullanıcı yorumları⁸ beğeni sayıları kapsamında çoktan aza doğru sıralanmış ve en beğenilen üst düzey yorumların yüzde 10’una tekabül edecek sayıda yorum (n=1496) “içerik analizi”ne tabi tutulmuştur. İçerik analizi/çözümlemesi, görsel, işitsel veya yazılı dokümanların önceden belirlenmiş çeşitli temalar ekseninde kodlanarak sayma işleminin gerçekleştirildiği, böylelikle çözümleme birimine yönelik frekans ve yüzde gibi nicel değerlerin elde edildiği ve ilgili kuramsal doğrultuda yorumlandığı analiz tekniğidir (Geray, 2017). Belirtilen sayıda yorum ilk aşamada “doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum”, “örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum”, “self-oryantalist söylem içermeyen yorum”, “nötr söylem” ve “self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum” kategorilerinde kodlanmıştır. Kodlar belirlenirken kullanıcı yorumlarında yer alan ve yorum yapan kullanıcının kendi ülkesini videoda yer alan ülke ile kıyaslarken kullandığı ifadelerin barındırdığı duygular ve düşünceler temel alınmıştır. İkinci aşamada ise “doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorumlar” ve “örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorumlar” şu kategorilerde kodlanmıştır: Genel, ekonomik, kültürel, hukuk, coğrafi konum, demografik. Böylelikle hem kullanıcı yorumlarının ne kadarının (sıklık, yüzde) doğrudan veya örtük self-oryantalist söylem içerdiği hem de self-oryantalist söylemlerin hangi temalar (genel, ekonomik, kültürel vb.) altında ele alınabileceği ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın temel sorusu aşağıda verilmektedir:

AS: YouTube’da bulunan gezi kanallarındaki içerikler, Türk kullanıcıların kendi ülkelerine dair algılarını ne şekilde etkilemektedir?

Bulgular ve Tartışma

YouTube Kullanıcı Yorumlarının Nicel Analizi

Araştırma kapsamında incelenen 1496 yorumun 965 tanesinin (%64,51) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 142 tanesinin (%9,49) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 38 tanesinin (%2,54) nötr söylem, 214 tanesinin (%14,30) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 137 tanesinin (%9,16) ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu saptanmıştır.

⁸ YouTube’da iki yorum kategorisi bulunmaktadır: (1) Üst düzey yorumlar, (2) üst düzey yorumlara yapılan cevap nitelikli yorumlar.

Tablo 2
İncelenen Yorumların Kategorilere Göre Dağılımı

YouTube Kanalı	Video Başlığı	Self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum	Self-oryantalist söylem içermeyen yorum	Nötr Söylem	Doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum	Örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum
Emre Durmuş	NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam	320	81	24	134	71
	Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum	231	18	12	45	53
	Bakın Hollanda'da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? - Hobbit Köyü GIETHOORN	274	9	1	21	8
Rotasız Seyyah	New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park	23	15	1	3	1
	Ukrayna Lviv Gezim	43	1	0	1	0
	Londra Gezimiz, Sıfır Noktası Greenwich, Britanya Müzesi, Günlük Yaşam, Britanya Gezimizin 1. Bölümü	14	9	0	1	0
Yağmur Arat	Gözümü İsveç'te Açtım - Dünyanın En Refah Ülkesinde Yaşamak...	27	3	0	5	1
	Avrupanın Ortasında Hiçbir Yasağın Olmadığı Şehir! Christiania	13	5	0	1	1
	Kendimi Türkiye'de Hissettim - Berlin'de 1 Gün Geçirmek 🇩🇪	20	1	0	3	2
Toplam		965	142	38	214	137

Toplamda self-oryantalist söylem içeren 351 yorumun 130 tanesinin (%) genel, 101 tanesinin (%) ekonomik, 100 tanesinin (%) kültürel, 2 tanesinin (%) hukuki, 5 tanesinin (%) coğrafi, 13 tanesinin (%) ise demografik self-oryantalist söylem içerdiği tespit edilmiştir. Bu bulgular, araştırma kapsamında incelenen YouTube gezi kanallarındaki yorumların bir kısmının doğrudan veya örtük olarak self-oryantalist söylemler içerdiğini göstermektedir. Araştırmada belirtilen yorumların dağılımı incelendiğinde, self-oryantalizmin çoğunlukla ekonomik ve kültürel temalar üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir. Dolayısıyla yorumların yaklaşık %25'lik bir kısmın doğrudan veya örtük olarak self-oryantalist söylemler içerdiği saptanmıştır.

Tablo 3
Self-Oryantalist Yorumların Kategorilere Göre Dağılımı

YouTube Kanalı	Video Başlığı	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik
Emre Durmuş	NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam	69	86	36	2	2	10
	Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum	43	6	48	0	0	1
	Bakin Hollanda'da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? - Hobbit Köyü GIETHOORN	11	7	7	0	3	1
Rotasız Seyyah	New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park	3	0	1	0	0	0
	Ukrayna Lviv Gezim	1	0	0	0	0	0
	Londra Gezimiz, Sıfır Noktası Greenwich, Britanya Müzesi, Günlük Yaşam, Britanya Gezimizin 1. Bölümü	0	0	1	0	0	0
Yağmur Arat	Gözümü İsveç'te Açtım - Dünyanın En Refah Ülkesinde Yaşamak...	3	2	1	0	0	0
	Avrupanın Ortasında Hiçbir Yasağın Olmadığı Şehir! Christiania	0	0	1	0	0	1
	Kendimi Türkiye'de Hissettim - Berlin'de 1 Gün Geçirmek 🇩🇪	0	0	5	0	0	0
Toplam		130	101	100	2	5	13

Emre durmuş isimli YouTube kanalındaki yorumların analizi

“NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam” başlıklı videonun incelenen 630 tane yorumunun 320 tanesi (%50,79) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 81 tanesi (%12,86) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 24 tanesi (%3,81) nötr söylem, 134 tanesi (%21,27) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 71 tanesi (%11,27) ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olarak kodlanmıştır.

“NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam” isimli videonun 134’ü doğrudan, 71 tanesi ise örtük olmak üzere 205 self-oryantalist yorumundan 86 tanesinin (%41,95) ekonomik, 69 tanesinin (%33,36) genel, 36 tanesinin (%17,56) kültürel, 10 tanesinin (%4,88) demografik, 2 tanesinin (%0,98) coğrafi, 2 tanesinin (%0,98) kategoride self-oryantalist söylem içerdiği saptanmıştır.

Tablo 4

“NORVEÇ'te ilk Günüm! - Market Fiyatları ve Yaşam” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografi k	Toplam
Doğrudan (açık)	38	64	18	2	2	10	134
Örtük	31	22	18	0	0	0	71
Toplam	69	86	36	2	2	10	205

“Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum” başlıklı videonun incelenen 359 yorumunun 231 tanesinin (%64,35) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 18 tanesinin (%5,01) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 12 tanesinin (%3,34) nötr söylem, 45 tanesinin (%12,53) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 53 tanesinin (%14,76) ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu saptanmıştır. “Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum” isimli videonun 45’i doğrudan, 53’ü örtük olmak üzere 98 self-oryantalist söylem içeren yorumundan 48’inin (% 48,98) kültürel, 43’ünün (%43,88) genel, 6’sının (%6,12) ekonomik, 1’inin (%1,02) demografik self-oryantalist söylem içerdiği belirlenmiştir.

Tablo 5

“Oyun gibi ülke yapmışlar! - Norveç'in arka sokaklarına giriyorum” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	19	3	22	0	0	1	45
Örtük	24	3	26	0	0	0	53
Toplam	43	6	48	0	0	1	98

“Bakın Hollanda’da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? - Hobbit Köyü GIETHOORN” başlıklı videonun incelenen 313 yorumdan 274 tanesinin (%87,54) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 9 tanesinin (%2,88) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 1 tanesinin (%0,32) nötr söylem, 21 tanesinin (%6,71) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 8 tanesinin (%2,56) ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu saptanmıştır. “Bakın Hollanda’da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? - Hobbit Köyü GIETHOORN” başlıklı videonun 21’i doğrudan, 8’i örtük olmak üzere 29 self-oryantalist söylem içeren yorumundan 11’inin (%37,93) genel, 7’sinin (%24,14) ekonomik, 7’sinin (%24,14) kültürel, 3’ünün (%10,34) coğrafi, 1’inin (%3,45) demografik self-oryantalist söylem içerdiği tespit edilmiştir.

Tablo 6

“Bakın Hollanda’da Nasıl Evlerde Yaşıyorlar? – Hobbit Köyü GIETHOORN” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	7	4	7	0	2	1	21
Örtük	4	3	0	0	1	0	8
Toplam	11	7	7	0	3	1	29

Rotasız seyyah isimli YouTube kanalındaki yorumların analizi

Rotasız Seyyah’ın “New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park” isimli videonun incelenen 43 yorumundan 23 tanesinin (%53,49) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 15 tanesinin (%34,88) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 1 tanesinin (%2,33) nötr söylem, 3 tanesinin (%6,98) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 1 tanesinin (%2,33) ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu tespit edilmiştir. “New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park” isimli videonun 3’ü doğrudan, 1’i örtük olmak üzere 4 self-oryantalist söylem içeren yorumundan 3 tanesinin (%75), 1 tanesinin (%25) ise kültürel self-oryantalist söylem içermektedir.

Tablo 7

“New York Gezim - Manhattan, Brooklyn, Yemekler, Times Meydanı, Central Park” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	2	0	1	0	0	0	3
Örtük	1	0	0	0	0	0	1
Toplam	3	0	1	0	0	0	4

“Ukrayna Lviv Gezim” isimli videonun incelenen 45 yorumundan 43 tanesi (%95,56) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 1 tanesi (%2,22) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 1 tanesi (%2,22) ise ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’ olarak kodlanmıştır. Self-oryantalist söylem içeren tek yorumun genel kategorisinde olduğu saptanmıştır. İncelenen yorumların büyük bölümünün içerik üreticisini olumlaması ve Rusya-Ukrayna Savaşı’na yönelik görüşler taşıması, self-oryantalist söylemlerin sayısını azalttığı belirtilebilir.

Tablo 8

“Ukrayna Lviv Gezim” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	1	0	0	0	0	0	1
Örtük	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	1	0	0	0	0	0	1

“Londra Gezimiz, Sıfır Noktası Greenwich, Britanya Müzesi, Günlük Yaşam, Britanya Gezimizin 1. Bölümü” başlıklı videonun incelenen 24 yorumundan 14 tanesinin (%58,33) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 9 tanesinin (%37,50) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 1 tanesinin (%4,17) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Self-oryantalist söylem içeren tek yorumun ise kültürel kategoride olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9

“Londra Gezimiz, Sıfır Noktası Greenwich, Britanya Müzesi, Günlük Yaşam, Britanya Gezimizin 1. Bölümü” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	0	0	1	0	0	0	1
Örtük	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	0	0	1	0	0	0	1

Yağmur arat isimli YouTube kanalındaki yorumların analizi

Yağmur Arat isimli YouTube kanalının “Gözümü İsveç’te Açtım - Dünyanın En Refah Ülkesinde Yaşamak...” başlıklı videosunun incelenen 36 yorumunun 27 tanesinin (%75) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 3 tanesinin (%8,33) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 5 tanesinin (%13,89) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 1 tanesinin (%2,78) ise ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu saptanmıştır. Self-oryantalist söylem içeren 6 yorumun 3 tanesinin (%50) genel, 2 tanesinin (%33,3) ekonomik, 1 tanesinin (%16,67) ise kültürel kategoride olduğu görülmüştür.

Tablo 10

“Gözümü İsveç’te Açtım - Dünyanın En Refah Ülkesinde Yaşamak...” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	3	2	0	0	0	0	5
Örtük	0	0	1	0	0	0	1
Toplam	3	2	1	0	0	0	6

“Avrupanın Ortasında Hiçbir Yasağın Olmadığı Şehir! Christiania” başlıklı videonun incelenen 20 yorumundan 13 tanesinin (%65) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 5 tanesinin (%25) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 1 tanesinin (%5) ‘doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 1 tanesinin (%5) ise ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu tespit edilmiştir. Doğrudan self-oryantalist yorum demografik, örtük self-oryantalist yorum ise kültürel kategoridedir.

Tablo 11

“Avrupanın Ortasında Hiçbir Yasağın Olmadığı Şehir! Christiania” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	0	0	0	0	0	1	1
Örtük	0	0	1	0	0	0	1
Toplam	0	0	1	0	0	1	2

“Kendimi Türkiye’de Hissettim - Berlin’de 1 Gün Geçirmek 🇩🇪” başlıklı videonun incelenen 26 yorumundan 20 tanesinin (%) ‘self-oryantalizmle ilgisi bulunmayan yorum’, 1 tanesinin (%) ‘self-oryantalist söylem içermeyen yorum’, 3 tanesinin (%) doğrudan self-oryantalist söylem içeren yorum’, 2 tanesinin (%) ise ‘örtük olarak self-oryantalist söylem içeren yorum’ olduğu görülmüştür. Self-oryantalist yorumların tamamının kültürel söylem içerdiği bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 12

“Kendimi Türkiye’de Hissettim - Berlin’de 1 Gün Geçirmek 🇩🇪” İsimli Videodaki Self-Oryantalist Yorumların Kategorileri

	Genel	Ekonomik	Kültürel	Hukuki	Coğrafi konum	Demografik	Toplam
Doğrudan(açık)	0	0	3	0	0	0	3
Örtük	0	0	2	0	0	0	2
Toplam	0	0	5	0	0	0	5

Kanal Videolarına İlişkin Nitel Bulgular

Kanal videolarında yer alan yorumların analizinde eleştirel söylem analizi tercih edilmiştir. Eleştirel söylem analizinin tercih edilmesinde bu yöntemin medya söylemleri veya ırkçı, cinsiyetçi, politik söylemler gibi ayrılıkçı söylemleri analize fırsat vermesi belirleyici olmuştur. Ayrıca eleştirel söylem analizi, konuşma ve yazmada kullanılan dilin sosyal pratiklerin de bir yansıması olduğunu belirtmesi açısından önemlidir (Fairclough ve Wodak, 1997). Nitekim araştırma verileri de yazılı verilerdir.

Metinlerde dil aracılığıyla kodlanan biz-onlar ayrımı, söylem tarihsel yaklaşımın imkân verdiği bir dizi söylem stratejisi ile incelenebilmektedir. Söylem tarihsel yaklaşımında strateji belli bir siyasi, psikolojik, sosyal ya da dilsel amaca yönelik benimsenmiş kasıtlı pratikleri içeren plandır (Reisigl ve Wodak, 2009, s. 94). Biz-onlar ayrımının söylemsel inşası, kimlik ile farklılığı vurgulayan söylemlerin temelinde yer alarak ayrımcı söylemi öne çıkarmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009; Reisigl, 2017). Aşağıda yer alan tablolardaki kodlamalarda ve analizlerde söylem tarihsel yaklaşımdaki söylem stratejilerinden (Reisigl, 2017, s. 52) yararlanılmıştır.

Gönderimsel stratejiler/Adlandırma stratejileri

Bu strateji kapsamında kullanıcı yorumlarında kullanıcıların kendi ülkelerine ilişkin veya diğer ülkelere ilişkin göndermeleri ve isimlendirmeleri ele alınmıştır. Bu gönderme ve adlandırmaların örnekleri aşağıda sunulmuştur.

Örneklerde görülebileceği gibi Norveç'te yaşayan bireyleri tanımlamak için Türkçede günlük dilde genelde olumlu bir bakış açısını ifade etmek için kullanılagelmiş 'Adamlar' ifadesi tercih edilmiştir. Örnek 2'de gidilen, seyahat edilen ve tanıtılan yerin gelişmişliğini vurgulamak için 'Heh şöyle yerlere' sıfatı ve vurgusu kullanılmıştır. Örnek 3'te Norveç 'hayatın bütün şans', Örnek 4'te 'adaletin olduğu ülke' olarak nitelenmiştir. Örnek 5'te örtük olarak niteleyebileceğimiz şekilde Türkiye 'keder' olarak nitelenmiştir. Ayrıca örneklerde Suriyeli bireylere olumsuz göndermeler de görülmektedir. Tüm yorumlar incelendiğinde genel olarak değerlendirildiğinde Avrupa ülkeleri olumlu gönderim veya adlandırmalar ile ifade edilirken Türkiye olumsuz gönderim veya adlandırmalar ile ifade edilmiştir.

Tablo 13

Kullanıcı Yorum Örnekleri

Örnek 1: Adamlar sadece 5 milyon kişi gibi tabii huzurlu mutlu olur biz yetmiyoz gibi bide 5 milyonluk suriyeli eklendi	Örnek 2: Heh şöyle yerlere git be kardeşim,içimiz açılınsın, bi gidiyon Hindistan a içimiz dışımız tezek	Örnek 3: Adaletin olduğu ülkede refahta olur parada
Örnek 4: Adamların nüfusu bizdeki suriyeli kadar yani bir norvec barindiriyoruz	Örnek 5: Bizden kaç yıl ilerdeler bunu düşündüm ve üzüldüm. Sadece ekonomik olarak değil ya doğaya bu kadar önem vermeleri bile muazzam.	Örnek 6: Bizim sadece istanbul şehrimiz 16 milyon, kusura bakmada istediğin kadar değişsek'de nerede çokluk, orda bokluk demişler

Yükleme stratejileri

Yükleme stratejileri bağlamında ele alınabilecek yorumların bazıları tabloda verilmiştir. Örneklem seçilen ve Norveç'e yer verilen bir video yorumunda Norveç 'hayatın bütün şans' olarak nitelenmiştir. Örnek 1'de bazı görüşleri destekleyen Türkiye vatandaşlarına 'çomarlar' sıfatı yüklenmiştir. Örnek 3'te görüldüğü gibi Ortadoğulu insanlara hakaret edilmektedir.

Tablo 14

Kullanıcı Yorum Örnekleri

Örnek 1: Avrupa bizi kısıyor diyen çomarlar izlesin bizim köylerde daha içmeye su sıçmaya logar yok	Örnek 2: Norveçte doğan hayatının bütün şansını kullanmıştır	Örnek 3: Neticede ortadoğulu. Eşek dünyayı gezse de eşek.
Örnek 4: NORVEÇ:GTA6 TÜRKİYE:SAN ANDREAS	Örnek 5: Coğrafya Kederdir. Ay pardon kaderdir.	Örnek 6: Bizim sadece istanbul şehrimiz 16 milyon, kusura bakmada istediğin kadar değişsek'de nerede çokluk, orda bokluk demişler
Örnek 7: Ulan Adamlara Gavur Falan Diyoruz Ama Adamlar Neler Yapıyorlar Ya Şu Doğaya Bak Ya Muhteşem Bizdede Öyle Yerler Var Ama İşte Değerlendiren Yok.	Örnek 8: Para:✓ Huzur:✓ Nüfus:✓ Suryeli:✗ Türk'ün hayalindeki yer Gerçekte Fakirlik✓ Suryeli✓ Zam✓ Para✗	Örnek 9: Avrupa, Az nüfus= refah, huzur,kaliteli eğitim, nitelikli toplum Türk siyasetçiler = 3çocuk, alabildiğine suriyeli =???

Kanıt stratejileri/Argümantasyon

Bu strateji açısından ele alınan yorumlarda kullanıcılar yorumlarındaki argümanlarını matematiksel ifadelerle desteklemeye çalışmıştır. Kanıt stratejilerine örnek olabilecek yorumlar tabloda görülebilmektedir.

Tablo 15

Kullanıcı Yorum Örnekleri

Örnek 1: Ülkelerin refahını etkileyen em büyük etkenlerden biri askeri harcamaları biz ülke olarak yüksek askeri harcamaları yapıyoruz. Biraz da şans olacak abi Norveç'in komşularına bak bizim komşulara bak be kaç yıldır terör belasıyla uğraşıyoruz. 30 yıldır terör belasıyla uğraşmasaydık daha farklı bir ülke olurduk tarihte yapılan askeri darbeleri söylemiyorum bile	Örnek 2: Adam 3200 euro maaş olsa herşey 2 euro 5 euro 10 euro bizim türkiyede 2 tl ye cips alda göreyim 2020 tl ücret al 4 tane 1 L KOLAYA ADAM VERSŞN ORDA 10 euro sen burda ver 18 tl . Türkiyedeki dolar kuruyla çarpmayın şunu artık bırakın şu çomsrlığı .	Örnek 3: Meyve suyunu 3 Euro diyip pahalı demişsin de hocam Türkiye'de 5 lira. Adamlar 4000 Euro maaşla 1333 tane alabilir. Sen 2000 tl maaşla 400 tane meyve suyu alabiliyorsun.
Örnek 4: Emrem sen yapma bari döviz lobisini.. tahmin ediyorum insanlar anlayabilsin diye çeviriyosun ama adam 3200 euro alıyo ben 3200 tl birim olarak aynı yani ve adam 90 birime montu alırken ben 500 birime alıyorum yani adamların bi çok şeyi yine bize göre çok çok ucuz... saygılar kardeşim	Örnek 5: 1 yıl önce 3.200 Euro 20.000 TL Şimdi 3.200 Euro 32.000 TL	Örnek 6: Ülkede 5 milyon nüfuz var sadece petrol geliri ile zaten ülkeyi kaldırmak ve 5 milyon insanı doyurmak son derece basit
Örnek 7: biz ortalama 2bin tl kazanıp 15tl kahve içebiliyorsak onlarda 3200 kazanıp 12 euro ya içebilirler	Örnek 8: 1 adet biber 6 euro ise bıraktı 20 bin tl maaş alsınlar	Örnek 9: 3400 euro asgari ücrete göre çok ucuz bence 60 euroya kaz tüyü mont ucuz

Bakış açısını yansıtma stratejileri

Videolardaki kullanıcı yorumlarında bakış açılarını yansıtma stratejilerine ilişkin bulgular aşağıda verilmektedir. Bulgulardan anlaşılacağı gibi kullanıcılar self-oryantalist bakışlarını yansıtıcı ifadelerle yer vermiştir.

Tablo 16

Kullanıcı Yorum Örnekleri

Örnek 1: Cips paketlerinde neredeyse boşluk ve hava yok Bizdeyse boşluk çok ama Cips yok :)	Örnek 2: Norveç i beğenmeyenler en basit şunu araştırsın : -65 yaşında işçi emeklisi Türk vatandaşı Oslo da emekli maaşıyla ev tutup kaç gün yaşar ? -65 yaşında işçi emeklisi Norveç vatandaşı Antalya da emekli maaşıyla ev tutup kaç gün yaşar ?	Örnek 3: Düşünsenize bizim ülkemiz savunma sanayisine , suriyelilere harcadığı parayı harcamak zorunda kalmasa onların yerine teknolojiye ve çevreye harcasa aslında almanya gibi bir ulke oluruz . Ama işte ne yazıkki coğrafya kaderdir.
Örnek 4: "Gözümü her zamanki gibi kirasını geciktiriyor olduğum evin yatağında açtım.." "ve her sabah hissettiğim duygulara kapıldım yine: bilinmezlik, umutsuzluk, bitmişlik, beşparasızlık"	Örnek 5: tamam reis gidersek kredi kartımızı alırız yanımıza parasızlıktan şehir değiştirebilirsek tabi...	Örnek 6: geçen gün bende İsveç'te bir hostelde kaldım , 9 avroydu 6 kişilik oda ama ben de yalnızdım WİFİ çok iyi çekiyordu ...orda kalmıştım çok iyi ve ucuzdu bide 3 avroya kahvaltı vardı 😊
[Türkiyeden bir arkadaş]	Örnek 7: sabah kalkıp işe gidip akşam eve gelip uyuyup sabah tekrar işe gitmek varken kim ne yapsın senin o güzel özgür ve huzur verici hayatını ben böyle iyiyim damlamayın gözyaşlarım durun yerlerinizde iyiyiz böyle ;(Örnek 8: Ya Emre bıktım artık senin her gittiğin yere gitme istediği doğmasından 😞 Norveç aşkımdan sonra şimdi de burası çıktı basıma (işin kötü tarafı şehir dışına bile çıkamamam 😞)

Güçlendirme stratejileri

Bu strateji kapsamında ele alınan yorumlarda büyük harf, noktalama işaretleri ve emoji gibi kullanımlarla vurgular yaratılmıştır. Aşağıda görebileceğimiz gibi 'ASGARİ' ifadesi ve '!' işareti bu duruma örnek verilebilir. Bunun dışında çok sayıda emoji kullanımı ile düşünceler güçlendirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 17

Kullanıcı Yorum Örnekleri

Örnek 1: "Asgari ücret 20.000 TL, bunların ortalama maaşları".... ASGARİ!!! En düşük maaş demek, ortalama değil.	Örnek 2: Ülkenin kendisi güzel olmaz ! İnsanları güzel olur ve ülkede güzel olur eğer güzel bir ülkede yaşamak istiyorsanız güzel insanlar olun bu kadar basit !
--	--

Tablo 18

Söylem Analizinden Elde Edilen Nitel Bulgular

Söylem Stratejisi	Olumlu İfadeler	Olumsuz İfadeler
İsimlendirme	-Adamlar -Heh şöyle yerler -Adaletin olduğu ülke -İlerdeler	-Biz -Suriyeli -Tezek -Çokluk -Bokluk
Yükleme	-Hayatın bütün şansını -GTA6 -Az nüfus -Refah -Huzur -Kaliteli eğitim -Nitelikli toplum -Para: ✓ -Huzur: ✓ -Nüfus: ✓	-Çomarlar -Eşek -Keder -San Andreas -Türk siyasetçiler -3 çocuk -Alabildiğine suriyeli -Fakirlik ✓ -Suryeli ✓ -Zam ✓ -Para ✗
Kanıt-Argümantasyon	-Adamlar -Ucuz -Çok ucuz	-Terör belası -Çomarlık
Bakış Açısı Yansıtma	-Çok iyi -Ucuz -Özgür -Huzur	-Kader -Boşluk -Suriyeli -Parasızlık -Bilinmezlik -Umutsuzluk -Bitmişlik -Beşparasızlık
Güçlendirme	ASGARİ!!! En düşük maaş demek, ortalama değil.	güzel bir ülkede yaşamak istiyorsanız güzel insanlar olun bu kadar basit !

Sonuç

Bu çalışma, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle bireylerin gidemedikleri coğrafyaları görebilme ve bu coğrafyaların kendilerinde yaratmış olduğu hissi sosyal medya platformlarında dile getirebilme imkânının ideolojik olarak self-oryantalizm görüşüne katkısını ve bu platformdaki pratiklerin bu görüşün taşıyıcısı olma potansiyelini irdelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın örnekleminde yer alan YouTube gezi kanallarının izleyicilerinin izledikleri videolara yapmış olduğu yorumlar içerik analizi ve söylem analizi ile incelenmiş, bu

yorumların self-oryantalizm görüşünün taşıyıcısı olma potansiyeline sahip olduğu görülmüştür. Kullanıcıların yaptıkları yorumlarda videolarda gösterilen/anlatılan Batı'nın iyi yanlarına dikkat çekerek Türkiye'yi videolarda yer alan ülkelerle ekonomik, kültürel, hukuki, coğrafi, demografik çerçevelerde karşılaştırdığı saptanmıştır. Karşılaştırmaların yapıldığı durumlarda Batı ülkelerinin idealize edildiği ve insanların kendi ülkelerini olumsuz bir biçimde değerlendirme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Batı ülkelerine hayranlık ve öykünme duygusunun artmasına neden olarak Batılılaşma arzusunun güçlenmesine neden olabilir.

Kullanıcıların sosyal medya içerikleri yoluyla Batı ülkelerine yönelik kanaatler oluşturması hem olumlu hem de olumsuz potansiyeller taşımaktadır. Bireylerin Batı'nın ekonomi, kültür, politika ve benzeri alanlarda olumlu noktalarını görmesi, bu minvalde kanaatler oluşturması ve buna bağlı olarak kamuoyu oluşturarak Türkiye'de de benzer gelişimler sağlanması yönünde adımlar atılmasına aracılık edebilir. Yani yurttaşların kendi ülkelerindeki sorunları gidermek veya var olanı daha iyiye götürmek adına, o ülkelerden esinlenmeleri ve bu eksende görüş ve düşüncelerini politika yapımcılara iletmeleri toplumsal yararı beraberinde getirebilir. Öte yandan bireylerin Batılı ülkeleri temel alarak YouTube yorumlarında ve kamusal görünürlüğü yüksek diğer platformlarda kendi ülkelerindeki negatiflikleri düzeltilemeyecek olgular olarak ön plana çıkarmaları, yani self-oryantalist tutum takınmaları çeşitli olumsuz sonuçlara neden olabilir.

Nihayetinde sosyal medya platformlarının algoritmaları, talep göreni ön plana çıkararak daha fazla tüketime maruz bırakma mantığıyla çalışmaktadır. Örneğin video içeriklerindeki self-oryantalist bir yorumun çok sayıda beğeni alması onu ön plana çıkarmakta, daha fazla kişi tarafından görülmesine neden olmakta, nitekim self-oryantalist tutumun ve sonuçlarının pekişmesine ve yaygınlaşmasına neden olabilmektedir. İnsanlar, videolardaki self-oryantalist yorumlar vasıtasıyla Batı ülkeleriyle ilgili önyargıları ve stereotipleri pekiştirebilirler. Bu durum, farklı kültürlere duyulan anlayışın gelişmesini engelleyebilir ve iletişim kanallarının olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Yorumları okuyan bireylerde kendi ülkelerine yönelik umutsuzluk gibi negatif hisler var olabilir ya da hâlihazırda var olanlar şiddetlenebilir. Bu durum insanları göçe ve daha önemlisi beyin göçüne teşvik edebilir. Bu da ülkelerin insan kaynaklarının azalmasına sebebiyet verebilir. Bazı yorumlarda, bireylerin kendi ülkelerindeki sorunları çözmek yerine doğrudan Batı ülkelerine taşınmayı düşledikleri görülmüştür. Bu göçün gerçekleşme durumu kamu kaynaklarıyla yetiştirilen bireylerin Türkiye ekonomisi içerisinde kalarak gelişime katkı sağlamak yerine Batı sermayesine emek/beyin gücü olarak katılabilmesine neden olabilir. Self-oryantalizmin beraberinde getireceği olumsuz sonuçları hafifletmek adına, YouTube içerik üreticilerine Batıyı temel alan içeriklerde nesnel tavır takınmayı teşvik edecek türden farkındalık eğitimleri verilebilir.

Self-oryantalist tutumun sebep ve sonuçlarına yönelik daha kapsamlı veriler elde etmek adına gerek içerik üreticileriyle gerek tüketici nitelikteki sosyal medya kullanıcılarıyla daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilebilir. İçerik üreticilerinin Batıyı konu alan içeriklerinde hangi unsurları ön plana çıkardıklarına yönelik içerik analizi, yine içerik üreticilerinin içeriklerinde gösterecekleri mekân ve unsurları seçerken ne gibi kıstaslara bağlı kaldıkları ve içerik tüketicilerini Batı'nın ne gibi yönlerinin cezbediği derinlemesine görüşmeler, self-oryantalist tutuma sahip olan içerik tüketicilerinin Batı merkezli kültür ürünlerine (dizi, film, kitap vb.) ne yoğunlukta maruz kaldığı anket temelli istatistiksel analiz içeren çalışmalarla ortaya konulabilir ve daha kapsamlı bulgular elde edilebilir. Bunun yanı sıra video içeriklerinde Doğu ülkelerini konu edinen gezi-seyahat içeriği üreten kanallara yapılan kullanıcı yorumları da analiz edilerek bu çalışmaya yeni bir bakış açısı kazandırılabilir. Yapılacak bu tarz bir çalışma ile bu makalede elde edilen bulguların daha kapsamlı bir değerlendirmesini yapmak mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Arlı, A. (2009). *Oryantalizm, oksidentalizm ve Şerif Mardin*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Blank, G. ve Lutz, C. (2018). Benefits and harms from internet use: A differentiated analysis of Great Britain. *New Media ve Society*, 20(2), 618-640. doi.org/10.1177/1461444816667135
- Bruns, A. (2009, Eylül). From prosumer to produser: Understanding user-led content creation. *Transforming Audiences* konferansında sunulan bildiri, London. doi.org/10.1080/02680939.2010.508181
- Cevizci, A. (2017). *Aydınlanma felsefesi*. Ankara: Say Yayınları.
- Dervişević, H. (2021). From orientalism to self-orientalism in the Bosnian context. *Znakovi Vremena-Časopis Za Filozofiju, Religiju, Znanost I Društvenu Praksu*, 24(89/90), 139-155. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1035031>
- Dirlik, A. (1996). Chinese history and the question of orientalism. *History and Theory*, 35(4), 96-118. doi.org/10.2307/2505446
- Drew, J. (1998). Cultural composition: Stuart Hall on ethnicity and the discursive turn. *JAC*, 171-196. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/20866181>
- Duara, P. (1995). *Rescuing history from the nation: Questioning narratives of modern China*. London: University of Chicago Press.
- Ellison, K. ve Matthews, C. (2010). Virtual history: A socially networked pedagogy of enlightenment. *Educational Research*, 52(3), 297-307. doi.org/10.1080/00131881.2010.504065
- Erkuş, A. (2019). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Fairclough, N. ve Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. T. A. van Dijk (Yay. Haz.). *Discourse as social interaction: Vol. 2*. içinde (s. 258-284). London: Sage.
- Fitzek, F. H. ve Katz, M. D. (2007). *Cognitive wireless networks: Concepts, methodologies and visions inspiring the age of enlightenment of wireless communications*. Dordrecht: Springer Science ve Business Media.
- Fleischacker, S. (2013). *What is enlightenment?*. Oxon: Routledge.
- Gellner, E. (2007). “Kudretli kalem: Tersyüz edilmiş sömürgeciliğin çifte standartları.” (B. Koçak, Çev.). A. Yıldız (Yay. Haz.). *Oryantalizm: Tartışma metinleri içinde* (s. 438-448). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Geray, H. (2017). *İletişim alanından örneklerle toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Gondwe, G. (2022, Eylül). Enlightenment, 'critical', and 'administrative' paradigms in media and communication research—a philosophical overview. *Critical', and 'Administrative' Paradigms in Media and Communication Research—A Philosophical Overview* konferansında sunulan bildiri. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4220182>
- Halliday, F. (1993). 'Orientalism' and its critics. *British Journal of Middle Eastern Studies*, 20(2), 145-163. doi.org/10.1080/13530199308705577
- Hankins, T. L. (1985). *Science and the enlightenment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hayden, M. B. (2007). "Sürekli çoğalan oryantalizmler: Eski Yugoslavya örneği". A. Yıldız (Yay. Haz.). *Oryantalizm: Tartışma metinleri içinde* (s. 355-375). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Hildebrandt, M., Bus, J. ve Crompton, M. (Yay. Haz.). (2012). *Digital enlightenment yearbook 2012*. Amsterdam: IOS Press.
- Hobson, J. M. (2004). *The eastern origins of western civilisation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Israel, J. (2006). Enlightenment! Which enlightenment?. *Journal of the History of Ideas*, 67(3), 523-545. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/30141040>
- Jia, W. (2016, Kasım). Retracted: Enlightenment from the innovative application of 4G communication technology in the mobile library. 2016 International Conference on Smart City and Systems Engineering (ICSCSE) konferansında sunulan bildiri (153-156). IEEE. doi.org/10.1109/ICSCSE.2016.0050
- Jouhki, J. (2006). *Imagining the other: Orientalism and occidentalism in Tamil-European relations in South India*. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Kent, J. (2002). *The enlightenment*. P. Byrne and L. Houlden (Yay. haz.) Companion encyclopedia of theology içinde, (s. 251-272). London: Routledge.
- Kobayashi, K., Jackson, S. J. ve Sam, M. P. (2019). Globalization, creative alliance and self-orientalism: Negotiating Japanese identity within asics global advertising production. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 157-174. doi.org/10.1177/1367877917733812
- Kontny, O. (2002). Üçgenin tabanını yok sayan Pythagoras: Oryantalizm ve ataerkillik üzerine. *Doğu Batı*, 4(20), 117-135.
- Kyriakides, C., Bajjali, L., McLuhan, A. ve Anderson, K. (2018). Beyond refuge: Contested orientalism and persons of self-rescue. *Canadian Ethnic Studies*, 50(2), 59-78. doi.org/10.1353/ces.2018.0015
- Lewis, B. (1982). *The question of orientalism*. New York: New York Review of Books.
- Lockman, Z. (2009). *Contending visions of the middle east: The history and politics of orientalism*. Cambridge: Cambridge University Press.

- MacKenzie, J. M. (1995). *Orientalism: History, theory and the arts*. Manchester: Manchester University Press.
- Mani, L. ve Frankenberg, R. (1985). The challenge of orientalism. *Economy and Society*, 14(2), 174-192. doi.org/10.1080/03085148500000009
- Mitchell, T. (1993). Orientalism in Ragaan: Embassy's imaginative geography. *Meanjin*, 52(2), 265-276. Erişim tarihi: <https://search.informit.org/doi/epdf/10.3316/informit.180131600957174>
- Mitchell, T. (2004). Self-Orientalism, reverse orientalism and Pan-Asian pop cultural flows in Dick Lee's transit lounge. K. Iwabuchi, M. Thomas and S. Muecke (Yay. haz.). *Rogue Flows: Trans-Asian Cultural Traffic* içinde, (s. 95-119). Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Muri, A. (2007). *The enlightenment cyborg: A history of communications and control in the human machine 1660-1830*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mutman, M. (2002). Şarkiyatçılık kuramsal bir not. *Doğu Batı*, 4(20), 105-115.
- Ong, A. (1998). *Flexible citizenship: The cultural logics of transnationality*. Durham: Duke University Press.
- Outram, D. (2019). *The enlightenment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parla, J. (2015). *Efendilik, şarkiyatçılık, kölelik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Prakash, G. (1995). Orientalism now. *History and Theory*, 34(3), 199-212. doi.org/10.2307/2505621
- Reisigl, M. ve Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach (DHA). R. Wodak, ve M. Meyer (Yay. Haz.). *Methods for critical discourse analysis* içinde (s. 87-121). London: Sage.
- Reisigl, M. (2017). The discourse-historical approach. J. Flowerdew ve J. E. Richardson, *The routledge handbook of critical discourse studies*, (s. 44-59). Oxon: Routledge.
- Rice, R. E. (1992). Task analyzability, use of new media, and effectiveness: A multi-site exploration of media richness. *Organization Science*, 3(4), 475-500. doi.org/10.1287/orsc.3.4.475
- Said, E. W. (1979). *Orientalism: Western conceptions of the orient*. New York: Vintage Books.
- Said, E. W. (1985). Orientalism reconsidered. *Race and Class*, 27(2), 1-15. doi.org/10.1177/030639688502700201
- Sardar, Z. (1999). *Orientalism*. Buckingham: Open University Press.
- Siskin, C., Warner, W. (Yay. Haz.). (2010). *This is enlightenment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Turner, B. S. (1994). *Orientalism, postmodernism and globalism*. London: Routledge.

- Uhls, Y. T., Ellison, N. B. ve Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140, 67-70. doi.org/10.1542/peds.2016-1758E
- Uluç, G. (2009). *Medya ve oryantalizm: Yabancı, farklı ve garip*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Vitak, J. ve Ellison, N. B. (2013). 'There's a network out there you might as well tap': Exploring the benefits of and barriers to exchanging informational and support-based resources on Facebook. *New Media ve Society*, 15(2), 243-259. doi.org/10.1177/1461444812451566
- We Are Social ve Meltwater. (2023). Digital 2023: Turkey. Erişim adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>
- Tang, K. Y. (2008). From philosophy of history to political philosophy: An ideological investigation of globalization. *International Review of Sociology-Revue Internationale de Sociologie*, 18(2), 197-209. doi.org/10.1080/03906700802087746
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, X. (2006). The globalized logic of orientalism. *Contemporary Chinese Thought*, 37(4), 48-54. doi.org/10.2753/CSP1097-1467370403

Extended Abstract

Purpose

With the development of communication technologies, it aims to examine the contribution of the opportunity of individuals to see the geographies they cannot visit and to express the feelings created by these geographies on social media platforms to the ideological view of self-orientalism and the potential of the practices on this platform to be the carrier of this view.

Design and Methodology

In this study, user comments on Emre Durmuş, Rotasız Seyyah, Yağmur Arat channels, which are three of the channels that produce travel content on the YouTube platform and have the most subscribers, were collected and content analyzed with the help of MAXQDA program, and these comments were also subjected to discourse analysis.

Findings

The comments made by the viewers of YouTube travel channels in the sample of the study on the videos they watched were analyzed through content analysis and discourse analysis, and it was seen that these comments have the potential to be the carrier of the view of self-orientalism. In their comments, users drew attention to the good aspects of the West shown/explained in the videos and compared Turkey with the countries in the videos in economic, cultural, legal, geographical, and demographic frameworks. In cases where comparisons

were made, it was determined that Western countries were idealized and people tended to evaluate their own countries negatively. This situation may lead to an increased sense of admiration and emulation of Western countries and strengthen the desire for Westernization.

Users' forming opinions about Western countries through social media content has both positive and negative potential. Individuals seeing the positive points of the West in the fields of economy, culture, politics, and similar fields, forming opinions in this regard, and accordingly forming public opinion can be instrumental in taking steps to ensure similar developments in Turkey. In other words, in order to solve the problems in their own countries or to improve the existing situation, citizens may be inspired by those countries and convey their views and opinions to policymakers in this axis, which may bring social benefit. On the other hand, when individuals use Western countries as a basis for their YouTube comments and other platforms with high public visibility to highlight the negativity in their own countries as something that cannot be fixed, i.e. adopting a self-orientalist attitude, this can lead to various negative consequences.

Ultimately, the algorithms of social media platforms work with the logic of exposing more consumption by highlighting what is in demand. For example, if a self-orientalist comment in video content receives a large number of likes, it brings it to the forefront, causes it to be seen by more people, and in fact, it can lead to the reinforcement and spread of self-orientalist attitudes and their consequences. Through self-orientalist comments in videos, people may reinforce prejudices and stereotypes about Western countries. This can hinder the development of understanding of different cultures and negatively affect communication channels. Individuals who read the comments may have negative feelings towards their home countries, such as hopelessness, or may exacerbate existing ones. This may encourage people to migrate and, more importantly, brain drain. This may lead to a reduction in the human resources of countries. In some comments, it was observed that individuals dream of moving directly to Western countries instead of solving problems in their home countries. The realization of this migration may cause individuals who are raised with public resources to join Western capital as labor/brain power instead of staying within the Turkish economy and contributing to development.

Research Limitations

Since it is not possible to analyze the entire target universe, three of the YouTube channels named Emre Durmuş, Rotasız Seyyah, Yağmur Arat, which are thematic travel channels and have the highest number of subscribers, are based on specific criteria on the axis of "purposive sampling", one of the non-probability-based sampling techniques. Videos and user comments of these videos were determined as samples.

Since it is not possible to examine all the comments of the videos, only the top-level user comments were ranked from highest to lowest in terms of the number of likes, and a number of comments corresponding to %10 of the most liked top-level comments were subjected to "content analysis".

Implications

In order to obtain more comprehensive data on the causes and consequences of self-orientalist attitudes, more comprehensive studies can be conducted with both content producers and consumer social media users. Content analysis on which elements content producers emphasize in their content about the West, in-depth interviews on what criteria content producers adhere to when choosing the places and elements they will show in their content and what aspects of the West attract content consumers, how intensely content consumers

with self-orientalist attitudes are exposed to Western-centered cultural products (TV series, movies, books, etc.) can be revealed through survey-based statistical analysis studies and more comprehensive findings can be obtained.

Originality/Value

The unique value of the study stems from the fact that it is the first study to examine user comments on YouTube channels in the context of self-orientalism.

Araştırmacı Katkısı: Burhan KILIÇ (%40) - Sertaç KAYA (%30) - Halil SAÇ (%30).