

Bir YouTube yorumunun macerası: İstikrarlı Hayal Hakikattir

***Eniser Atabay**

Giriş

İnternet ortamında kullanıcılar bilgilere erişmek veya yeni bilgileri diğer kullanıcılara sunmak adına etkileşimli ortamları kullanmaktadırlar. Böylece kullanıcıların oluşturdukları içerikler (UGC) etkileşimli mecralarda birikmektedir. Bu içerikler çeşitli web sitelerinde, bloglarda, sosyal medya mecralarında olabileceği gibi sadece mobil uygulamalar aracılığıyla da sunulabilmektedir (Daugherty vd., 2008). Bahsi geçen mecralarda yer alan içerikler multi medya (video, resim vb.) formatta veya metin formatında bulunabilmektedir (Dhar & Chang, 2009; Muñiz & Schau, 2007). Oluşturulan içeriklerin incelenmesi, değerlendirilmesi ve değerlendirmelere yönelik aksiyon alınması özellikle pazarlama faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Böylece yıllar içerisinde pazarlama perspektifiyle çeşitli akademik araştırmalar yapılmıştır. Diğer kullanıcıların akranları tarafından oluşturulan içeriğe profesyoneller tarafından oluşturulan içerikten daha fazla güvendikleri yapılan araştırmaların en yaygın bulguları arasında yer almaktadır (Mir & Rehman, 2013; Verhellen, Dens & Pelsmacker, 2013). Ancak şimdiye kadar yapılan araştırmaların büyük bir kısmının amacı, kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten elde edilen bilginin ürün veya hizmeti “iyileştirmede” nasıl kullanılabileceği konusuna odaklanmaktadır. Bu kapsamda yeni bir ürün ya da hizmetin ortaya çıkartılması için kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin değerlendirilmesine yönelik örneklerle hem akademik hem de sektörel bağlamda rastlamak sıra dışı olacaktır.

Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin yer aldığı yegâne platformlardan biri de YouTube'tur. YouTube bir yönüyle profesyonellerin ya da amatörlerin oluşturduğu video içeriklerini kullanıcılara sunarken, diğer yönüyle kullanıcıların bu paylaşımlara yorum yapabildiği bir sosyal medya platformudur (Cha vd. 2007). Kullanıcılar Youtube aracılığıyla videolara erişip, bu videolara yorum yapabilmektedir. Birçok içerik üreticisi için YouTube kullanmak bir tercihten çok zorunluluk haline gelmiştir. İçerik üreticileri farklı türlerde içerikleri kullanıcıların beğenisine sunmakta ve YouTube aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmaktadırlar. Aylık 2 milyar kayıtlı kullanıcının ziyaret ettiği (Youtube, 2020), 100 yerel sitede, 80'den fazla dilde yayın yapan YouTube sitesinin dünyadaki en büyük içerik platformlarından biri olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda Türkiye'den birçok tarzda sanatçının YouTube aracılığıyla dinleyicilerine ulaşması beklenen bir sonuçtur. Gaye Su Akyol Develerle

Yaşıyorum (2014), Hologram İmparatorluğu (2016), İstikrarlı Hayal Hakikattir (2018) adlı albümleriyle tanınmış Klasik Türk Müziği ve Rock n Roll tarzlarını sentezleyen bir şarkıcıdır. [GSA](#) adlı YouTube kanalıyla albümünde yer alan parçaları YouTube platformuna yüklediği görülmüştür. Yapılan incelemelere göre Gaye Su Akyol'a ait 2014 yılından önce YouTube platformuna yüklenmiş bir içeriğe rastlanmamıştır. Bu çalışmada Gaye Su Akyol'un YouTube kanalına ilk yüklediği içeriklerden biri olan "Pink Floyd'un Dediği Gibi" videosuna gelen yorumlardan biri incelenecektir. Bu kapsamda bir videoda kullanıcı tarafından yapılan yorumun ilerleyen yıllarda içerik üreticisini (Gaye Su Akyol) nasıl etkilediği araştırılacaktır.

Yöntem

Çalışma'da ilk defa 2000'li yılların başlarında Kozinets tarafından ortaya atılmış nitel araştırma yöntemlerinden biri olan "netnografi" yöntemi kullanılacaktır. Netnografi, internet ortamında yapılan bir tür etnografik çalışma örneğidir. Netnografinin benzer yöntemlerden en belirgin farkı, kültürel iç görümlere ve bağlama odaklanma eğiliminde olan bir araştırma yöntemi olmasıdır (Kozinets, 2015).

Bu çalışmada GSA YouTube kanalına yüklenmiş, "Pink Floyd'un Dediği Gibi" (Video 1) video sayfasında yer alan, 2015 yılında paylaşılan bir YouTube yorumu ve bu yorumun 2018 yılında hazırlanan "İstikrarlı Hayal Hakikattir" videosuna nasıl yön verdiği incelenmiştir.

Bulgular

Pink Floyd'un dediği gibi adlı şarkı 2014 yılında YouTube platformuna Gaye Su Akyol kanalı tarafından yüklenmiştir ve Develerle Yaşıyorum albümünde yayınlanmış parçalardan biridir. Şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır.

Uzay kafası kocaman

Bombardıman

Beni sakladığı o küçük gezegen

Darmaduman

Yakıyor güneşimi yakıyor

Keskin bıçaktan korkmuyor

Bi şato yapıyor içime ah

Benden bile izin almıyor

Pink Floyd'un dediği gibi

Bir başka tuğla duvarda

Pink Floyd'un dediği gibi

Keşke sen de burda olsaydın



Video 1. Pink Floyd'un Dediği Gibi Video Klibi (

<https://www.youtube.com/watch?v=PeGzIqttukQ>)

Bu şarkıya toplam 406 yorum yapıldığı görülmektedir (20.08.2020 erişim tarihi). Şarkının YouTube'ta yer alan sayfasına bir kullanıcı tarafından 2015 yılında yüklenen yorum Şekil 1'de gösterilmektedir. Yorumun 1000 üzerinde beğeni (20.08.2020 erişim tarihi) aldığı tespit edilmiştir.

Şekil 1 incelendiğinde, özellikle “uzay” retoriği bağlamında şarkının sözleri ile paralellik gösteren kullanıcı yorumu Türk kültürüne ait, “Maşallah” yazısı, vites kolunda “tespih” ve “dolmuş” imgelerini barındırmaktadır. Ayrıca vites kolunda “toka” imgesi de “kadın” varoluşu üzerinden Gaye Su Akyol'a atıf yapmaktadır. Ayrıca bu yoruma 82 adet cevap yazılmıştır (20.08.2020 erişim tarihi).

Yorum yüklendikten yaklaşık 3 yıl sonra, GSA YouTube kanalında İstikrarlı Hayal Hakikattir (2018) adlı albümle aynı ismi taşıyan “İstikrarlı Hayat Hakikattir” adlı video klibi yüklenmiştir (Video 2). Video klipte yer alan şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır.

Of bu ne biçim hayat, bu nasıl bi' kafa

Yatırır adamı hop falakaya

Dere gibi akar, dertte yüzeriz

Uçuyoruz evet çünkü güzeliz

İstikrarlı hayal hakikattir

Ölüm var mı yoksa bi rüya mı

Derdim derdine ortak olsun

Aşk şarabın düşle dolsun

Al sazım anlat, ben yorulдум

Sığamadım, her yerden kovuldum

Denize yakışan martı gibiyiz

Nereye eserse oraya gideriz

İstikrarlı hayal hakikattir

Ölüm var ve bu bi rüyadır

Derdim derdine ortak olsun

Salla be hayat rakınroldur

İstikrarlı hayal hakikattir

Ölüm var ve bu bi rüyadır

İstikrarlı hayal hakikattir

Ölüm var ve bu bi rüyadır

Derdim derdine ortak olsun

Salla be hayat rakınroldur



Video 2. İstikrarlı Hayal Hakikattir Video Klibi

<https://www.youtube.com/watch?v=h80uU2eMRLk>

Video klip (Video 2) incelendiğinde Şekil 1’de yer alan ve aynı sanatçının başka bir şarkısının video sayfasına (Video 1) 3 yıl önce gönderilmiş yorumun içeriğine uygun sahneler olduğu görülmüştür. Video klip (Video 2), Şekil 1’de yer alan kullanıcı yorumu ile paralellik göstererek, kullanıcının yazdığı “dolmuş, tespih, maşallah yazısı, toka” gibi imgeleri barındırdığı görülmüştür. Ayrıca klipte maço, kadın, lgbt, muhafazakâr, cumhuriyetçi, z kuşağı gibi toplumun farklı kesimlerinin aynı ortamda (dolmuş) zoraki bulunuşunun “saf özgürlük hayaliyle” memnun birlikteliğe dönüşen bir yolculuğa dönüşümü anlatılmaktadır. İstikrarlı Hayal Hakikattir şarkısı “saf özgürlük hayali” ve “organize kötülüğe meydan okumak için bir karşı gerçeklik yaratma” ihtiyacına yönelik sözler ve kurgular içermektedir (Denselow, 2018). Bu bağlamda İstikrarlı Hayal Hakikattir adlı şarkının görselleştirilmesinde 3 yıl önce gönderilen kullanıcı tarafından oluşturulmuş bir yorumun yön verici etkisi tespit edilmiştir.

Sonuç

Kullanıcıların ürettiği içerikler çoğu zaman ürün ve hizmetlere yönelik önemli kritiklerdir ve işletmeler tarafından önemsenmektedirler. İşletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelik yapılan yorumların, ürün ve hizmetleri geliştirmede önemli katkıları olduğu bilinse de, bireysel yorumların yeni bir ürünün ortaya çıkmasına yol açması sık rastlanan bir durum değildir. Bu kapsamda bir YouTube yorumunun bir klipteki ana imgelere ilham olması çarpıcı bir bulgudur. Tek bir kullanıcı yorumundan (Şekil 1) yola çıkan araştırma sonucunda GSA Youtube kanalında yayınlanan video klibin (Video 2) durumunu incelemiştir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin giderek geliştiği dünyada YouTube’ta içerik paylaşımında bulunan profesyonellerin kullanıcı yorumlarına erişmesi ve bu yorumları değerlendirmesi geçmiş yıllara nazaran daha kolaydır. Bunun yanında internetin ve sosyal medya platformlarının yaygın olmadığı yıllarda sanatçıların kendi üretimlerine yönelik eleştirileri değerlendirmesi ise çok daha zordur. Teknolojinin kolaylaştırıcı etkisine rağmen, YouTube’ta yer alan profesyonel içerik üreticilerinin veya sanatçıların kullanıcı yorumlarına yüksek düzeyde önem verdiğini ileri sürmek oldukça iddialı bir yorum olacaktır. Fakat Gaye Su Akyol’un kullanıcı iç görüşlerini değerlendirecek kadar etkin bir içerik yönetimine sahip olması “İstikrarlı Hayal Hakikattir” şarkısının kendi kulvarında yüksek beğeni ve izlenme sayılarına sahip olmasının sebeplerinden biri olma potansiyeli mevcuttur. Bu kapsamda sanatçıların da işletmeler gibi içerik yönetimine önem veren süreçleri harekete geçirmeleri tavsiye edilmektedir.

Bu araştırma yalnızca bir (1) şarkıcının bir (1) video klibine yapılmış bir (1) yorumun etkisini netnografik yöntemlerle incelemiştir. Kullanıcı yorumlarının özellikle sanatçıların içerik üretimlerini nasıl etkileyebildiği konusunda kapsamlı araştırmaların yapılmasına ihtiyaç vardır. Her ne kadar araştırmada yer alan müzik ve dil bilim konularındaki yorumlar kısıtlı tutulsa da bu araştırma müzik ve dil bilim konusunda akademik yetkinliği olmayan bir araştırmacı tarafından yapılmıştır. Bu konularda yetkin araştırmacıların veya multi disiplinler çalışmaların akademiye ve sanat dünyasına katkıları olabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Cha, M., Kwak, H., Rodriguez, P., Ahn, Y. Y., & Moon, S. (2007, October). I tube, you tube, everybody tubes: analyzing the world's largest user generated content video system. In Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement (pp. 1-14).
- Daugherty, T., Eastin, M. S., & Bright, L. (2008). Exploring consumer motivations for creating user-generated content. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 16-25.
- Dhar, V., & Chang, E. A. (2009). Does chatter matter? The impact of user-generated content on music sales. *Journal of Interactive Marketing*, 23(4), 300-307.
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography. *The international encyclopedia of digital communication and society*, 1-8.
- Mir, I. A., & U.R. Rehman, K. (2013). Factors affecting consumer attitudes and intentions toward user-generated product content on YouTube. *Management & Marketing*, 8(4).
- Muñiz, Jr, A. M., & Schau, H. J. (2007). Vigilante marketing and consumer-created communications. *Journal of Advertising*, 36(3), 35-50.
- Verhellen, Y., Dens, N., & De Pelsmacker, P. (2013). Consumer responses to brands placed in Youtube movies: The effect of prominence and celebrity endorser expertise. *Journal of Electronic Commerce Research*.-Long Beach, Calif., 14(4), 287-303.
- <https://www.youtube.com/intl/en/about/press/> Erişim Tarihi: 20.08.2020
- <https://www.theguardian.com/music/2018/nov/02/gaye-su-akyol-istikrarli-hayal-hakikattir-review-turkish-star-deserves-big-things> Erişim Tarihi: 20.08.2020