

# İNTERNET VE SOSYAL BİLİMLERDE METODOLOJİ \*

Ümit ATABEK \*\*

**Özet:** Yeni bir sosyal olgu olarak internet, sosyal bilimlerde yeni metodolojik konumları gündeme getirmektedir. Ayrıca bir teknolojik yenilik olarak internet, metodolojik sorunların çözümünde bir araç olarak kullanım potansiyeline sahiptir. Bu yazı, teknoloji metodoloji ilişkisi bağlamında internetin metodolojik anlamı üzerinde durmakta ve yeni metodolojik konumların kaçınılmazlığını vurgulamaktadır.

**Anahtar kelimeler:** İnternet, metodoloji, teknoloji, hipermetin

İnternet hem bir sosyal olgu olarak hem de bir teknolojik yenilik olarak metodolojinin konusudur. Sosyal bir olgu olarak internetin<sup>1</sup> sosyal bilimlerin araştırma konusu haline gelmesi 20. Yüzyılın yaklaşık son 5 yılına rastlamaktadır. Artık yeni bir medya türü olarak internet, başta iletişim araştırmacıları olmak üzere sosyal bilimcilerin çeşitli yönleri ile araştırdıkları önemli bir sosyal olgudur. Bu yeni olgu ve bu olguya ilişkin nesne ve süreçler, metodoloji alanındaki bazı problemleri yeniden tartışmamızı gerektirecek özellikler içermektedir. Öte yandan internet, bir teknolojik yenilik olarak araştırmacılara, dolayısıyla da sosyal bilimcilere yeni bazı olanaklar sunar görünmektedir. Metodolojik bazı sorunların aşılmasında ya da çözümlerinin kolaylaştırılmasında yeni teknolojilerden ve bu teknolojilerin sunduğu araçlardan yararlanılagelmıştır ve internet bu bağlamda da metodolojinin bir konusudur. Bu yazıda, her iki yönüyle de internet-metodoloji ilişkisini inceleyeceğiz.

Bu yazının temel kavramlarından biri olan metodoloji üzerinde, yazının temel argümanlarının daha net anlaşılması bakımından özellikle durulması gerektiğini düşünüyorum. Metodoloji, genel olarak belirli bir amaca ulaşmak için takip edilmesi gereken işlem ve faaliyetlerin tümünü içeren bir plan ya da yoldur. Pozitivist bilim anlayışı çerçevesinde metodoloji ise, bilimsel bilginin elde edilmesi amacıyla gerekli görülen işlem ve faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır. Bu bakımdan bilimsel alanda ve özellikle de sosyal bilimlerde metodoloji, bilimsel bilginin ne olduğu, nasıl elde edilebileceği ve onunla ne yapılabileceği gibi epistemolojik sorunlara da kısmen değinen özel bir bilgi alanıdır ve bilimsel araştırma tasarımı, gerçekleştirilmesi ve sunumu gibi bilimsel bilginin değeriyle doğrudan ilgili pratik faaliyetlere ilişkin teorik çerçeveyi geliştirir. Bu ba-

\*\* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi.

<sup>1</sup> Bu metinde küçük harfle internet (tek bir ağdan ibaret internet) ve büyük harfle İnternet (global bir ağ olarak tüm İnternet) arasındaki nüans gözetenmiştir. Bkz. December (1996; s. 18). Küçük harfle internet kavramına benzer biçimde sonraları intranet kavramı kullanılmıştır.

kımdan internet-metodoloji ilişkisini ele alan bu yazı, bir ölçüde, sosyal birer fenomen olarak internet ve sosyal bilime ilişkin epistemolojik alana da göndermelerde bulunacaktır.

İnternet, 1990'lı yılların başından beri sosyal bir olgu haline gelmesiyle genel olarak sosyal bilim, özel olarak da iletişim araştırmacılarının dikkatini çekti. Kullanıcılarının giderek artması karşısında araştırmacılar bu "kitle" iletişim ortamına eğilmeye başladılar. Ancak bu ortamdaki iletişim tipik bir kitle iletişimi değildi ve bu durum, araştırmacıları kavramları yeniden düşünmeye ve tanımlamaya sevk ederek hem "kitle" hem de "ortam" kavramlarını internet bağlamında gözden geçirmek durumunda bıraktı (Morris ve Ogan, 1996: 42). İnterneti ve dolayısıyla ağ tabanlı iletişimi diğer iletişim ortamlarından farklı kılan beş temel özellik üzerinde durulması önerilmektedir: çokluortam (multimedia), hipermetin (hypertext), paket anahtarlama (packet switching), eş-zamanlılık (synchronical) ve etkileşimlilik (interactivity) (Newhagen ve Rafaeli, 1996: 4-5).

Bu özellikler çerçevesinde internet araştırmacılarının karşılaşacağı metodolojik sorunları ele alalım. Bilgisayar ortamı iletişimin olanaklı hale getirdiği çokluortam, metin, ses, resim, animasyon, video, sanal gerçeklik vb. gibi bir çok anlatı unsurunu bir arada bulundurabilen ve sunan yeni bir anlatıdır. İnternette çokluortam uygulamaları diğer ortamlardaki çokluortam uygulamalarıyla, örneğin CD-ROM ile kıyaslandığında teknik olanaklar bakımından biraz daha kısıtlıdır; ancak internette band genişliklerinin giderek artması ve sıkıştırma algoritmalarındaki yeniliklerle aradaki fark azalmaktadır. Her yeni medyanın kendinden önceki medya türlerinin tarzlarını bir müddet kullandıktan sonra kendi tarzlarını geliştirebildikleri gibi çokluortam da giderek kendi başına bir model ve tarz geliştirebilecektir (Schlusselberg ve Harward: 1992: 106). Ancak halen birden çok farklı anlatı türünü aynı anda içerdiği için bu anlatıların toplamı üzerine yapılacak bir araştırmada metodolojik sorunlar kaçınılmaz olacaktır. Bir çok duyunun birden uyarıldığı bu anlatıda örneğin izleme oranını ölçmek nasıl bir metodoloji gerektirecektir? Diğer medya türlerinde izleyicinin niceliksel ölçümü için "erişim" doğrudan bir kıstas olarak alınagelmıştır. Metodolojik açıdan tartışmalı olsa da örneğin gazete satın alanların o gazeteyi okuduğu, radyo istasyonuna alıcısını ayarlayanların o istasyonu dinlediği ya da o televizyon kanalını seçenlerin o kanaldaki programı izlediği kabul edilmektedir.<sup>2</sup> Halbuki bir web sayfasına erişmiş olmak o sayfadaki tüm çokluortam içeriklerini izlemiş olmak anlamına gelmeyecektir. Hatta belki de, sadece bir içeriği, örneğin arka plan müziği dinleyip tasarımcının izlenmesini arzuladığı reklam animasyonunu izlemeyen bir çok erişimci söz konusu olabilecektir. Bu nedenle çokluortam içe-

<sup>2</sup> Özellikle televizyon izleyici ölçüm araştırmalarında kullanılan ve bir kanalı seçmenin onu izlemek olarak kabul edildiği "people meter" teknolojisinin metodolojik açıdan eleştirisi için bkz. Sissors ve Bumba, 1990: 65 ve Barwise ve Ehrenberg, 1990: 175-177.

riği sunan internet ortamı için yeni bir niceliksel izleyici araştırma tasarımı gerekecektir. Bu tasarım, halihazırda sayaçların (counter) çok tartışmalı olarak sağlayabildiği niceliksel verinin üzerinde bir doğruluğu ve geçerliği sağlamalıdır. Çokluortam uygulamalarına ilişkin bir diğer metodolojik sorun da, içerik çözümlemesi diye adlandırılan ve hem niceliksel hem de niteliksel veri elde etmeye olanak tanıdığı için iletişim araştırmalarında yaygın bir şekilde uygulanan yöntemin uygulanışında karşılaşılmaktadır. İçerik çözümlemesinin temel çözümleme nesnesi aşikar yani bariz, belirgin olan içeriktir. Aynı anda birden çok içeriği sunan çokluortam uygulamasında aşikar içeriğin ne olduğu sorusu tartışılmaya değerdir. Bu içerik metindeki mi, ona eşlik eden sesteki mi, yoksa bunların yanı sıra sunulan hareketli ya da durağan görüntüdeki içerik midir? Bu durumda, normal olarak her ortam için ayrı ayrı sayılabilecek birimlerin (unit of analysis) bir arada niceliksel bir tek değerle ifade edilmesi ve bunun çokluortam içeriği olarak kabul edilmesi ne derece olanaklıdır? Birden fazla duyuya seslenen farklı hatta bazen zıt içeriklerin kategorileştirilmesi nasıl yapılabilecektir? Yeni bir tasarım tarzı olarak giderek yaygınlaşan ve aynı anda birden çok pencerenin açılmasına olanak tanıyan çok pencereli web sayfaları da, erişimi temel alan niceliksel ölçme yaklaşımlarımızı gözden geçirmeyi gerektirecek niteliktedir.

İnternette hipermetin özellik, çokluortamda olduğu gibi yine bilgisayar ortamı iletişimin bir devamıdır. En yaygın internet aracı olan world wide web, hipermetin için en uygun ortamı sunmaktadır. Webden başka internet araçları olarak “gopher” ve “usenet”de bir çeşit hipermetin uygulamalarıdır. Webdeki temel kullanımı HTML (HyperText Mark-up Language: Hipermetin İzleme Dili) ve türevleri ile olanaklı hale gelmiştir. Hipermetinin metin karşısındaki temel farkı doğrusal olmamasıdır (non-linear). Bu farkın bir başka şekildeki ifadesi ise hipermetinin parçalanmış (fragmented) bir metin olmasıdır (Whalley, 1993: 7). Eğitim aracı olarak normal metinle kıyaslanabilir bir üstünlüğü olduğu ve ders içeriği tasarlayanlarla öğrencilere yeni olanaklar sunabildiği düşünülmektedir (Hammond, 1993: 64-66). Hipermetin ile metin arasındaki farkları tartışabilmek için basılı metin kalem, mürekkep, daktilo, matbaa vb. ile elde edilen metin ile bilgisayar metni arasındaki farkı da düşünmeliyiz. Çünkü hipermetin metni öncelikle bir bilgisayar metnidir. Bilgisayar metni yazılı “iz”in olmadığı, materyal olmayan (immaterial) bir metindir. Halbuki mürekkepli metnin yazarı için yazılan içerik, çizgiye (graph) dönüşünce direnç kazanan bir materyal haline almaktadır. Bilgisayar metni yazarı ise, yazar ile yazılan arasındaki sınırın kaybolduğu ve materyal olmayan metin sayesinde bilgisayarın insan gibi davrandığı özne ve nesne konumlarının muğlaklaştığı bir deneyimi yaşamaktadır (Poster, 1990: 111-112). Yazım kontrolü (spell-checker) ve eşanlamlılar sözlüğü (thesaurus) uygulamalarını içeren bir kelime işlem programını kullanan yazarın, yazdığına ne kadarıyla sahibi olduğu ve depersonalize olmuş metnin

kimin izini taşıyabileceği tartışılmalıdır. Otantik metin, tarih çalışmaları için önemli bir metodolojik araçtır. Aynı şekilde edebiyat çalışmaları, hermenötik gibi alanlar için de otantik metin, ya da özel haliyle elyazması (manuscript), özel bir öneme sahiptir; bu metin yazarın metnini nasıl oluşturduğunun ve yapılandırdığının izlerini taşır ve bu nedenle de otantik metinler özel bir akademik ve ticari değer kazanmışlardır. Bilgisayar metni ise, otantiklik ögesi barındırmayacak şekilde “iz”siz bir metin olarak farklı bir metodolojik konumu gerektirmektedir. Hipermetin de benzer bir şekilde yazar, yazı ve okur kavramlarını yeniden düşünmemize yol açan bir yenilik olarak karşımızdadır. Bir yandan hipermetnin yazarın okur üzerindeki üstünlüğünü ve hegemonyasını kaybettiren bir özelliğe sahip olması, diğer yandan da parçalanmış (fragmented) yapılarla oluşturulan veritabanı (database) türündeki bir metnin artık anlatısı olan bir metin değil bir enformasyon arama aracına dönüşmesi, örneğin alımlama araştırması ya da metin çözümlemesi gibi yöntem ya da yaklaşımlar açısından yeni metodolojik konuları gerektirecek gibi görünmektedir. Alımlama araştırmaları farklı okumaları öngören ve temelde bunları araştıran bir çaba olarak, metin olmaktan giderek uzaklaşan ve veritabanı haline gelen bir enformatif metnin yani hipermetnin "farklı" okunabilirliğini yine okurdan yola çıkarak saptayabilmek için yeni bir metodolojik konuma ihtiyaç duyacaktır. Benzer bir şekilde metinlerarasılık (intertextuality) kavramını temel alarak her metnin başka metinlerle ilişkili olduğunu ve bu ilişkilerin oluşturduğu çerçevede içinde anlaşılabilirliğini öngören metin çözümlemesi de, her metin parçasının yazarın kurgusuyla yapısal olarak başka metin parçalarıyla ilişkilendirildiği ve veritabanı hiyerarşisine benzer bir yapıya sahip hipermetnin metinlerarasılığını amorf, zaman ve mekanı farksızlaştırabilen bir ortamda araştırmak durumundadır.

Teknik adıyla paket anahtarlama (packet switching), internetin bir iletişim ortamı olarak önemli bir özelliğini vurgulamaktadır: Küresel olarak dağıtık bir iletişim sistemi. Bu sistemin temeli, düzenli anarşi olarak da adlandırılabilir bir iletişim topolojisine dayanmaktadır. TCP/IP (Transmission Control Protocol over Internet Protocol) ile paketler halinde bölünen sayısal (digital) veriler, IP ile belirlenen rotalarda yönlendirilirler ve gidecekleri yere ulaştıklarında yeniden sayısal veri haline dönüştürülürler (December: 1996; ss. 17-19). TCP/IP ile veri düzeyinde iletişim bilgisayar ağları aynı şekilde işleyen başka ağlara bağlanırlar, bu ortaya çıkan daha geniş yeni ağ da başka ağlara. Bu şekilde büyüyen ve artık tek bir kişinin, kuruluşun ya da yapının kontrolünde olamayacak kadar içiçe geçmiş, örgütsüzlüğün bir örgütlenme ilkesine dönüştüğü devasa bir ağ yapısıyla karşılaşırız. Bu ağ internet dışı başka iletişim sistemleriyle de (örneğin radyo, telsiz, televizyon vb.) geçitler (gateway) yoluyla iletişim kurarlar ve ortaya global bir organizma çıkar. Bu tür bir topolojinin dışındaki diğer tüm iletişim sistemleri (basın, televizyon şebekeleri gibi) için geliştirilmiş ve özellikle

sahiplilik, işlevsellik gibi unsurlar açısından net ve belirgin olan yapıları incelemek için tasarlanmış eski metodolojik konumların interneti açıklamak bakımından yeniden gözden geçirilme gereği açıktır. Bir yandan anti-teknelci özelliği diğer yandan sansüre karşı bağımsızlığı sağlayan bu topoloji nedeniyle bilinen medya türlerinin dışında bir medya ile karşı karşı olduğumuzu unutmadan, bu medyayı analiz etmekte seçebileceğimiz analiz birimlerinin çokluğunu ve karmaşıklığını sürekli göz önünde bulundurmalıyız.

Eşzamanlı (Synchronic) ve eşzamanlı olmayan (asynchronic) iletişim olanakları internetin bir başka temel özelliğidir. İnternet a) iki kişi arasında eşzamanlı olmayan iletişime (e-mail) b) çok kişi arasında eşzamanlı olmayan iletişime (usenet, bbs), c) iki kişi arasında, tek kişi ile çok kişi arasında ya da çok kişi arasında eşzamanlı iletişime (İnternet Relay Chat, chat rooms) ve d) tek kişiden çok kişiye eşzamanlı olmayan enformasyon erişimine (web, ftp) olanak tanır (Morris ve Ogan, 1996: 12-13). İletişimin zamansal boyutu karşısında diğer iletişim araçlarının sağlayamadığı bir esnekliği sağlayabilen bir ortam olarak internetin eşzamanlılık esnekliği, kullanıcı alışkanlıklarından içerik sağlayıcısı ve alıcısı arasındaki zamana ilişkin gerilimlere kadar bir çok değişik ögeye yönelik yeni metodolojik konumları gerektirecektir. Örneğin haberin zamanla olan ilişkisi, internette haber okumalarına ilişkin söylemsel ve göstergebilimsel çözümlenelerde yeni konumlara yol açabilecektir.

Son olarak etkileşimlilik özelliği açısından da internet yine diğer medya türlerinden farklı metodolojik tasarımlar gerektirecektir. İnternetin etkileşimliliği, diğer iletişim ortamlarının tümünde bir şekilde kurulmaya çalışılan (örneğin gazetelerin okur mektupları aracılığıyla, radyonun dinleyici telefonlarıyla) etkileşimliliğin sadece eşzamanlı olmayan ve iletişimi başlatan kaynak kontrolünde olması yönlerindeki eksikliklerini giderici bir niteliktedir. Çok değişik mekanlardaki kişilerin birlikte yayınlacakları gazeteyi ya da birlikte çizecekleri resimleri oluşturabilmeye yönelik yazılım araçları artık internete entegre edilebiliyor. Bu ise internetteki etkileşimliliğin, hem kişilerarası hem de kitlesel iletişimde yeni “kişi” ve “kitle” tanımlamalarını da içeren bir anlayış üzerine oturtulmuş metodolojik konumları gerektirdiğini göstermektedir. Örneğin klasik geribesleme (feed-back) olgusunu araştırmaya yönelik metodolojik tasarımlar, internette bu olgu çerçevesinde yeniden gözden geçirilecektir.

Yukarıda değindiğimiz beş temel özellik çerçevesinde üzerinde düşünülmesi gereken metodolojik sorunlar, etik, dil, mülkiyet, egemenlik gibi temel konularla doğrudan ilgili yeni bir çok olgu ve süreci içeren geniş bir internet araştırma gündemini etkilemektedir. Bu bakımdan yeni, farklı ve karmaşık bir araştırma konusu olarak internet yeni metodolojik açımları gerekli kılacaktır.

M.Ö 3000 yılında yazının, M.Ö. 1000 yılında sayı sistemlerinin ve M.S. 1450'de matbaanın bulunduğunu ve bu buluşların hepsinin bizim bilgiyi elde

etme biçimlerimizi ve yöntemlerimizi (metodolojileri) derinden etkilediğini düşünürsek internetin de yine böyle bir metodolojik dönüşüme neden olacağını öngörmeliyiz. Bir 19. yüzyıl buluşu olan fotoğrafın sosyolojiye katkısını özetleyen "görsel sosyoloji" kavramının da işaret ettiği gibi (Harper, 1989: 81-83) teknolojik yenilikler sosyal bilimlerde metodolojik yeniliklere yol açagelmışlerdir. İnternet bir taraftan akademik dünya için yeni bir iletişim ortamı yaratırken diğer yandan da mikro elektronikteki gelişmelerin oluşturduğu yeni bir bilgi kültürünü (Blank, 1989: 2-5) beslemektedir. Bu kültür, veri, enformasyon ve bilgi (data, information ve knowledge) arasındaki hiyerarşik ilişkiyi gözetmeksizin kurulan bir bilgi toplumu retorığının yarattığı epistemolojik sığılığı da bir yandan içerirken, öte yandan sosyal bilim araştırmacısına bir çok yeni pratik araç sunabilmektedir.

Bu araçların başında "on-line" kütüphane kavramsallaştırmasıyla belki biraz da mistifiye edilen ve araştırma kaynaklarının veritabanı mantığı ile taranmasına olanak veren uygulamalar gelmektedir. Biçimsel olarak böyle bir kütüphanenin sınırları içinde yer almak üzere tasarlanmasa da gerçekte internet üzerindeki her tür enformasyon, dev bir kütüphanenin taranabilir bir ögesidir. Bu bakımdan geleneksel kütüphane kavramıyla olumlanan enformasyon kaynağı, internette her türlü kaynağın içerilebilmesi nedeniyle nötr bir kavrama dönüşmektedir.

Bir başka araç grubu ise çeşitli niteliksel ve niceliksel çözümlemelere olanak tanıyan araçlar oluşturmaktadır. Özellikle Perl ve Java dillerini kullanarak tasarlanan bir çok on-line araç çeşitli istatistiksel çözümlemeye (correlation, hypothesis test vb.) olanak tanımaktadır.<sup>3</sup> Bunlara ek olarak metin çözümlemesi (text analysis) yapan (TextAnalyst), nominal ölçek kategorilerindeki uyumu ölçen (Agree 7 for windows), dilsel içerik çözümleme yapan (PLCA 2) gibi çeşitli programlar yine internette satın alınabilir ve deneme sürümleri ücretsiz kullanılabilir. Son olarak internet, bilimsel çabanın son, ancak oldukça önemli bir aşaması olan bilimsel bilginin sunumu ve rapor edilmesi bakımından da önemli bir araçtır. İnternette yayınlanan bir çok akademik dergi, yeni bir sunum ve akademik iletişim anlayışının da giderek yerleşmesine öncülük etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Barwise, Patrick ve Ehrenberg, Andrew (1990), *Television and its Audience*, Sage Publications, London.
- Blank, Grant (1989), "Introduction: New Technology and the Nature of Sociological Work", in *New Technology in Sociology*, eds.: Grant Blank, James L. McCartney ve Edward Brent, Transaction Publishers, New Brunswick.
- December, John (1996), "Unit of Analysis for Internet Communication", *Journal of Communication*, 46/1, Winter.

<sup>3</sup> Bu tür araçların bir listesi için bkz: <http://glass.ed.asu.edu/online.htm> (15.4.2000)

- Hammond, Nick (1993), "Learning with Hypertext: Problems, Principles and Prospects", in *Hypertext: A Psychological Perspective*, eds.: C. McKnight, A. Dillon ve J. Richardson, Ellis Horwood, London.
- Harper, Douglas (1989), "Visual Sociology: Expanding Sociological Vision", in *New Technology in Sociology*, eds.: Grant Blank, James L. McCartney ve Edward Brent, Transaction Publishers, New Brunswick.
- Morris, Merrill ve Ogan, Christine (1996), "The Internet as Mass Medium", *Journal of Communication*, 46/1, Winter.
- Newhagen, John E. ve Rafaeli, Sheizaf (1996), "Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue", *Journal of Communication*, 46/1, Winter.
- Poster, Mark (1990), *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, Polity Press, Oxford.
- Schlusberg, Evelyn ve Harward, V. Judson (1992), "Multimedia: Information Alchemy or Conceptual Typography?", in *Sociomedia: Multimedia, Hypermedia, and the Social Construction of Knowledge*, ed.: Edward Barrett, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Sissors, Jack Z. ve Bumba, Lincoln (1990), *Advertising Media Planning*, NTC Business Books, Chicago.
- Whalley, Peter (1993), "An Alternative Rethoric for Hypertext", in *Hypertext: A Psychological Perspective*, eds.: C. McKnight, A. Dillon ve J. Richardson, Ellis Horwood, London.