



**SOSYAL MEDYADA KÜLTÜREL KİMLİKLERİN
DÖNÜŞÜMÜ ODAKLI “BLOGGER ANNE” KİMLİKLERİNİN İNCELENMESİ**

Gözde YARDIM

Yüksek Lisans Tezi

Eskişehir, 2017

**SOSYAL MEDYADA KÜLTÜREL KİMLİKLERİN DÖNÜŞÜMÜ
ODAKLI “BLOGGER ANNE” KİMLİKLERİNİN İNCELENMESİ**

Gözde Yardım



YÜKSEK LİSANS TEZİ

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Suzan Duygu Bedir Erişti

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Gözde YARDIM'ın "Sosyal Medyada Kültürel Kimliklerin Dönüşümü Odaklı "Blogger Anne" Kimliklerinin İncelenmesi" başlıklı tezi 30 Mayıs 2017 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **İletişim Tasarımı ve Yönetimi** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Suzan Duygu ERİŞTİ
Üye : Doç.Dr.Bülend Aydın ERTEKİN
Üye : Yrd.Doç.Dr.Aylin DAĞSALGÜLER

İmza

[Handwritten signatures of the jury members]

[Handwritten signature of Prof. Dr. Kemal YILDIRIM]
Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

SOSYAL MEDYADAKİ KÜLTÜREL KİMLİKLERİN DÖNÜŞÜMÜ ODAKLI “BLOGGER ANNE” KİMLİKLERİNİN İNCELENMESİ

Gözde YARDIM

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs, 2017

Danışman: Doç. Dr. Suzan Duygu Bedir ERİŞTİ

Bu araştırmanın konusu, sosyal medyadaki kültürel dönüşüm odaklı ‘blogger anne’ kimliklerinin incelenmesidir. Bu konu çerçevesinde anne kimliği ile blog ortamında bulunan ve kendini ‘blogger anne’ olarak tanımlayan 8 kullanıcıyla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Görüşmenin yanı sıra 27 blog sitesinin her birinin son 7 paylaşımı içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların blog ortamında annelik kimliklerini nasıl sundukları ve kültürel anlamda annelik kimliğindeki dönüşümler ortaya konulmuştur. Bunun sonucunda sosyal medya aracılığı ile geleneksel annelik kimliğinde çözümler olduğu ancak toplumun geleneksel kültürel alt yapısının anne kimliği üzerinde etkisinin devam ettiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, kimlik, kültürel kimlikler, kadın kimliği, anne kimliği, toplumsal cinsiyet, sosyal medya, blog

ABSTRACT

EXAMINATION OF ‘BLOGGER MOTHER’ IDENTITIES FOCUSED ON THE TRANSFORMATION OF CULTURAL IDENTITIES IN SOCIAL MEDIA

Gözde YARDIM

Department of Communication Design and Management

Advisor: Doç. Dr. Suzan Duygu Bedir Erişti

The subject of this research is to examine the 'blogger mother' identities, which are focused on cultural transformation in social media. In this context, in-depth interviews were conducted with 8 users who identified themselves as 'blogger mother' in the blog environment with mother identity. Negotiations were analyzed by descriptive analysis method. In addition to the interview, the last 7 shares of each of the 27 blog sites were analyzed by content analysis method. As a result of the analyzes made, participants expressed their motherhood identities in the blog environment and transformed the identity of motherhood in a cultural sense. As a result, it can be said that the traditional cultural sub-structure of the society continues to be influenced by the identity of mothers by means of social media.

Keywords: Culture, identity, cultural identities, female identity, mother identity, gender, social media, blog

Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi

30.05.2017

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalardan bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

gpd
Gözde Yardım

BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç.....	2
1.3. Önem.....	2
1.4.Sayıtlar.....	3
1.5. Sınırlılıklar.....	3
2. ALANYAZIN.....	3
2.1. Kültür Kavramı.....	4
2.1.1. Küreselleşme ve kültür.....	6
2.1.2. Modernite, postmodernite ve kültür.....	9
2.1.3. Medya ve kültür	13
2.2 Kimlik Kavramı.....	17
2.2.1 Bireysel Kimlik.....	19
2.2.2 Kolektif Kimlikler.....	20
2.2.2.1. Kolektif kimlik olarak sosyal kimlik.....	21
2.2.2.2. Kolektif kimlik olarak kültürel kimlik.....	22

2.2.2.3. Kolektif kimlik olarak cinsel kimlik ya da toplumsal cinsiyet.....	23
2.2.2.4. Toplumsal kimliğin çeşitli görünümü olarak kadın kimliği.....	26
2.2.2.4.1. Kadının kimlik arayışında annelik.....	29
2.3. Toplumsal Yapı İçinde Benlik Sunumları.....	39
2.3.1. Kimlik inşası ve benlik sunumları için yeni iletişim ortamları: sosyal ağlar....	44
2.3.1.2. Yeni iletişim teknolojileri ve özellikleri.....	44
2.3.1.2.1. Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya.....	48
2.3.1.2.1.1. Bloglar.....	53
2.3.2. Bloglarda annelik kimliğinin inşası ve sunumu: blogger anneler.....	58
3. YÖNTEM.....	58
3.1. Araştırma Modeli.....	58
3.2. Çalışma Kümesi, Katılımcılar.....	60
3.3. Veri Toplama Araçları.....	61
3.3.1. Görüşme.....	61
3.3.2. Blog sitelerinin içerik analizi.....	62
3.4. Verilerin Analizi.....	63
3.4.1. Betimsel analiz temaları.....	64
4. BULGULAR VE YORUM.....	65
4.1. Katılımcılarla Yapılan Derinlemesine Görüşme Bulguları.....	65
4.1.1. Katılımcıların kişisel özellikleri.....	65
4.1.2. Katılımcıların yaşı.....	66
4.1.3. Katılımcıların eğitim durumları.....	66
4.1.4. Blog kullanım pratikleri.....	67

4.1.4.1 Katılımcıların blog kimlikleri.....	67
4.1.4.2. Katılımcıların blog kullanım sıklığı.....	68
4.1.4.3. Katılımcıların blog kullanım nedenleri.....	68
4.1.4.4. Katılımcıların paylaşım içerikleri.....	73
4.1.5. Bloglarda anne kimliğinin sunumu.....	74
4.1.5.1. Katılımcıların ‘annelik’ tanımları.....	74
4.1.5.2. Katılımcıların ‘blogger anne’ tanımları.....	76
4.1.5.3. Katılımcıların sundukları anne imajları.....	78
4.1.6. Katılımcıların blog ortamları hak. düşünceleri.....	82
4.1.6.1. Katılımcıların mahremiyet hak. düşünceleri.....	82
4.1.6.2. Katılımcıların diğer kullanıcılarla etkileşimi.....	84
4.1.6.3. Blogların avantajları ve dezavantajları.....	86
4.1.6.4. Katılımcıların blogların annelik kimliğini dönüştürmesi hak.....	89
4.2. Blog Paylaşımlarının İçerik Analizi.....	93
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	98
5.1. Blog Kullanım Pratiklerine İlişkin Sonuçlar.....	98
5.1.2 Kimlik inşası ve benlik sunumuna ilişkin sonuçlar.....	101
5.2 Öneriler.....	107
KAYNAKÇA.....	109
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

Tablo 1. Bir Kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir İfadesine Katılım Düzeyleri.....	36
Tablo 2. Sosyodemografik Özelliklere Göre Dağılımı.....	37
Tablo 3. Bölgelere Göre Dağılımı.....	38
Tablo 4. Tim O'Reilly'nin Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması.....	48
Tablo 5. Sosyal Medya Sınıflandırmaları.....	52
Tablo 6. Sosyal Medya Araçları.....	56
Tablo 7. Karma Yöntemin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	59
Tablo 8. Kullanıcılar Arası Uyum Tablosu.....	63
Tablo 9. Katılımcıların Yaş Kategorileri.....	66
Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Durumları.....	67
Tablo 11. Katılımcıların Blog Kullanım Sıklığı.....	68
Tablo 12. Annelerin Blog Kullanım Nedenleri.....	68
Tablo 13. Annelerin Blog Kullanım Nedenlerine İlişkin Alt Temalar.....	69
Tablo 14. Annelerin Blog İzleme Nedenlerine İlişkin Alt Temalar.....	72
Tablo 15. Blogger Annelerin Paylaşım İçerikleri.....	73
Tablo 16. Blogger Annelerin Geleneksel Annelik Tanımları.....	75
Tablo 17. Blogger Annelerin Blogger Annelik Tanımları.....	76
Tablo 18. Blogger Annelerin Bloglarındaki Annelik İmajları.....	79
Tablo 19. Bloglardaki Annelik İmajlarında Öne Çıkan Göstergeler.....	82
Tablo 20. Bloglardaki Mahremiyet ve Gizliliğe İlişkin Görüşler.....	83
Tablo 21. Blogger Anneler Arası Etkileşime İlişkin Görüşler.....	84
Tablo 22. Blogların Avantajlarına İlişkin Görüşler.....	87
Tablo 23. Blogların Dezavantajlarına İlişkin Görüşler.....	87

Tablo 24. Blogların Annelik Kimliğini Dönüştürmesine İlişkin Görüşler.....	90
Tablo 25. Paylaşımlarda Çocuğun Fotoğrafının Yer Alması	94
Tablo 26. Paylaşımlarda Annenin Fotoğrafının Yer Alması.....	94
Tablo 27. Paylaşımlarda Babanın Fotoğrafının Yer Alması.....	94
Tablo 28. Paylaşım Konuları.....	95
Tablo 29. Diğer Kullanıcılarla Etkileşim.....	95
Tablo 30. Modern Annelik Göstergeleri.....	96
Tablo 31. Geleneksel Annelik Göstergeleri.....	96
Tablo 32. Paylaşımlara Yapılan Geri Bildirimler.....	97

1. GİRİŞ

Giriş bölümünde; araştırmanın konusunu oluşturan problem açıklanarak araştırmanın amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve tanımlarına yer verilecektir.

1.1. Problem

Günümüzde giderek yaygınlaşan yeni iletişim teknolojileri ile birlikte kültürel ve toplumsal alandaki çalışmalar yeni medya alanına kaymaya başlamıştır. İletişim süreçleri içerisinde var olan kültür olgusu yeni iletişim teknolojileri ile kendine yeni var olma ve yayılma alanları bulmuştur. Gelenekselleşen zaman ve mekân algılarını yıkarak sınırsız küresel bir dünya sunan sosyal medya ortamları, toplumun yeniden yapılanma sürecinde kültürel kimliklerin yeni bir ifade ve inşa alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda toplumun en temel kavramlarından biri olan kimlik olgusunun kişiler tarafından toplumsal yapı içerisinde sunuş biçimlerinde bir dönüşüme uğradığından söz edilebilir.

Turner'e (1984, s. 24) göre; sosyal kimlik, öznel bir duygu olan bireysel kimlikten farklı olarak kişilere toplum tarafından yüklenen değerler ile ortaya çıkan, toplumsal sınıflandırmalarla şekillenen ve bu sınıflandırmalar içinde kişilerin benlik imajlarının da bulunduğu geniş anlamlar içeren bir olgudur. Kimlik inşası sosyal yapı içerisinde sürekli aktif bir haldedir ve bağlı bulunulan kültüre göre şekillenmektedir. Ancak bu durum yeni iletişim teknolojileri ile birlikte küreselleşmenin hızlı bir şekilde kendini göstermesiyle değişmiş, yerel kültürler yerini küresel kültürlere bırakmaya başlamıştır.

İletişimin dijitalleşmesiyle birlikte kültürel oluşumlarda melezleşme yaşanmaya başlamış ve farklı kültürel kimlikler homojenleşerek kimlik sunumlarında tek tipleşme görülmeye başlanmıştır. Kültürel kimliklerden biri olan kadın kimliği de bu bağlamda toplumsal alanda küreselleşmenin sonuçlarından etkilenmektedir. Sosyal yapı içerisinde çoğu zaman geleneksel değerlerle tanımlanan kadın kimliği küreselleşme süreci içinde bu geleneksellikten yavaş yavaş sıyrılmaya başlamıştır. Kadınların gündelik hayat içerisindeki benlik sunumlarından biri olan annelik olgusu, sosyal yapı tarafından oluşturulan kadın rollerinden biridir. Yeni iletişim teknolojileri ile benlik sunumlarının

sosyal medya ortamlarına taşınmasıyla birlikte kadınlar annelik bağlamında sosyal medyayı yeni bir deneyim alanı olarak görmekte ve annelik kimliklerini dijital ortamlarda yeniden inşa etmeye başlamışlardır. Bu çalışma kapsamında, sosyal medya ortamlarında kendilerini ‘blogger anne’¹olarak tanımlayan kadınlar ele alınmaktadır. Blogger annelerin sosyal medyada kimliklerini oluşturma biçimleri, annelik rollerini nasıl sundukları ve sosyal medyanın annelik kimliğinde bir dönüşüme neden olup olmadığı bu çalışmanın problemi oluşturmaktadır.

1.2. Amaç

Çalışmanın genel amacı; kültürel kimlikler ve benlik sunumları çerçevesinde blog yazarlığı yapan annelerin blog kullanım pratiklerini, blog ortamında annelik sunumlarını inceleyerek sosyal medyanın kültürel kimlikler üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bununla birlikte şu sorular araştırılacaktır:

- Sosyal medya ‘geleneksel annelik’ algısında bir dönüşüm yaratmış mıdır?
- Anneler ne amaçlarla blog ortamında bulunmaktadırlar?
- Anneler blog ortamında kendilerini nasıl ifade etmektedirler?
- Blog ortamında annelik kimliği nasıl sunulmaktadır?
- Sosyal medya kültürel kimlikleri dönüştürmede nasıl bir etkiye sahiptir?

1.3. Önem

Çalışmanın problemi ve amaçları doğrultusunda kültürel kimlikler çerçevesinde blog sitelerindeki annelik sunumlarını incelemektedir. Bu bağlamda araştırma, sosyal medyanın kimlik sunumlarındaki etkisi bakımından önemlidir. Annelik kimliğinin toplumsal yapıyı şekillendirmede önemli olması, annelik kimliğinde meydana gelecek her türlü dönüşümü önemli hale getirmektedir. Sosyal medyada kimlik inşası bağlamında literatüre katkı sağlayacak olan bu çalışma, annelerin dijital ortamlarda benlik sunumlarını nasıl gerçekleştirdiklerini ortaya koyması açısından önemli görülmektedir.

¹ Ağ günlüğü olarak bilinen internet sitelerinde annelik kimliği ile yazarlık yapan, içerik paylaşan kullanıcılar.

1.4. Sayıtlar

Çalışmanın varsayımları aşağıda belirtilmiştir:

- Sosyal medya ortamlarının kimlik inşası için yeni bir alan oluşturduğu varsayılmaktadır.
- Blog ortamlarının kadınların annelik pratiklerini sergilemek için yeni bir ifade alanı yarattığı varsayılmaktadır.
- Blog sitelerinin gündelik yaşamda benliğin sunumu için kullanıldığı varsayılmaktadır.
- Blogger annelerle yapılan görüşmelerde araştırmaya katılanların görüşme sorularına doğru bilgiler verdikleri varsayılmaktadır.
- Araştırma örnekleminin evreni yansıttığı varsayılmaktadır.
- İçerik analizinin araştırmanın amacına uygun bir şekilde yapıldığı varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

Bu çalışma; blog sitesini aktif bir şekilde kullanan, sitesinin izlenme ve takip edilme oranı yüksek 27 blogger anne sitesinin incelenmesi ile sınırlı tutulmuştur. Ayrıca araştırma derinlemesine görüşme kapsamında 8 blogger anne ile sınırlandırılmıştır.

2. ALANYAZIN

Çalışmanın bu bölümünde; öncelikle kültürel kimlik kavramı açıklanarak toplumsal yaşamda kimlik inşası ve kadınların annelik sunumları incelenecektir. Daha geniş bir bakış açısıyla araştırmayı şekillendirmek adına kültür, kimlik ve benlik sunumu kavramları literatür taramasıyla birlikte farklı yaklaşımlarla açıklanacaktır. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri irdelenerek sosyal medyanın kültürel bir iletişim ortamı yaratma özelliği ele alınacaktır.

2.1. Kültür Kavramı

İletişim süreçleri içinde oluşturulan kültür, sosyal yapı içinde geniş anlamları bulunan önemli kavramlardan biridir. Bu çalışmada kültür kavramı antropoloji ve sosyolojinin toplumun genel hayat biçimlerini açıklamak için kullandığı anlamıyla incelenecektir. Latince *colere* kökünden gelen *cultura* olarak kullanılan kültür kelimesi daha çok tarım ile ilgili kullanılmakta; ekip biçmek, düzenlemek, işlemek gibi anlamlara gelmektedir (Oğuz, 2011, s. 125). Daha sonra bu anlamının yanı sıra daha da genişletilerek insan gelişimini de kapsayan soyut bir kavrama dönüşmüştür. Tarım ile ilgili kullanılan işlemek anlamı bu sefer insan eğitimi ve yetiştirilmesi olarak benzer şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu anlamda ilk kez Voltaire kültür kavramını insan zekasının gelişimi için kullanmıştır (Güvenç, 1991, s. 96). Başlarda tekil kişiler için kullanılan bu kavramın 18. yüzyıldan sonra topluluklar, gruplar, sınıflar vb.  o ul yapılar için kullanımı ortaya çıkmıştır (Doğan, 2008, s. 153). Öyle ki Cassirer (1980), kültürün toplumsallaşma ile oluşacağını  ne sürerek sosyal ortamlarda dinamik halde bulunan etkileşimin bir sonucu olduğunu belirtmiştir. İlk kez Herder (1784) kültürü tekil anlamlarının dışında tutarak çoğul bir şekilde ‘kültürler’ olarak kullanmış, kültürün daha geniş ve  eşitlenebilen özellikte olduğuna dikkat çekmiştir (Williams, 1993, s. 9).

En genel tanımıyla kültür; nesilden nesile gelenekler ile aktarılan, kendi yazısız kurallarını üreten, toplumsal sürekliliği sağlayan bir miras olarak düşünülebilir. Bu genel tanım, kültürün günümüzden çok geçmişle alakalı olduğu düşüncesini yaratmaktadır. Oysa kültür, geleneklerle geçmiş değerleri aktarırken o günün koşullarından da beslenerek güncel bir şekilde düzenlenen canlı bir yapıyı yansıtmaktadır (Kartari, 2014, s. 29). Bu bağlamda kendini sürekli yenileme özelliği bulunan kültür, sosyal yapının evrim sürecinde başrolü oynamaktadır. Kültürün yenilenerek sürekli bir dönüşüm içinde olması onun kalıtsal bir yapıda olmadığının en önemli göstergesidir. Tylor’ e (1871) göre; kültür toplum ortamında öğrenilen bir özelliğe sahiptir ve toplumun  yesi olan her birey deneyimler aracılığı ile kültürü öğrenebilir ve aktarabilir. Bu anlamda toplumda gündelik yaşamı her açıdan kapsayan kültür, dönemin yaşam biçimini ortaya koymaktadır. Toplumların kendi özelliklerinden yola çıkararak kendilerini kültürel bir şekilde ortaya koymaları tarihi bir süreçtir ve

süreklilik taşımaktadır. Bu süreç içinde toplumlar kendi kültürlerini oluştururken ideali aramakta ve ideal olarak gördükleri tutum ve davranışları kültürleri içine almaktadırlar. Ancak toplumdaki bireyler her zaman bu ideal davranışları ortaya koymayabilirler. Bununla ilgili Güvenç (1991, s. 102-103), aynı grubun üyeleri olan kişilerin ortak kültürü paylaşıyorlar da her zaman benzer şekilde kültürel ideale uygun davranmadıklarını belirtmiştir. Böylece kültürel yapı içindeki bütün davranışların kültürü ve toplum tarafından oluşturulan ideali yansıttığı söylenemez. Benzerliklerin yanı sıra farklıların da görüldüğü kültürel yapı içinde bu farklılıkların oluşmasında çeşitli etmenler etkili olmaktadır. Kültürel sistemlerin toplumdaki bireylerle uyum sağlamaması doğacak farklılıkları çoğaltarak toplumsal yapıyı olumsuz yönde etkilemektedir. Uyum sürecinin olumsuz yönde yaşanması halinde kültürün toplum içindeki bütünleştirici özelliği de ortadan kalkmış olur. Kültürel öğelerin toplumların sosyolojik ve psikolojik anlamda ihtiyaçlarını karşıladığı sürece varlığını sürdürebildiği düşünüldüğünde bu doyumun sağlanmadığı durumlarda kültürel değişimlerin yaşanması kaçınılmaz olmaktadır. İşte tam bu noktada, kültürün bütünleştirici özelliği kültürel değişim süreçlerinde toplum üyelerinin karşılaştığı yeni kültürel öğelere uyum sağlamasında oldukça önemlidir. Toplumdaki bireylerin ortak kültürel bileşenlere sahip olması kültürel uyum süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Durkheim'ın (1895) kolektif bilinç² kavramında da belirttiği gibi, toplumda ortak olan her şey bireylerin birbirlerini anlamada ve kültürel bütünleşmede oldukça önemlidir ve Marksist gelenek de bu ortak görüş³ fikrini desteklemektedir (Münc ve Smelser, 2014, s. 21).

Bauman (2015, s. 49), kültürün insanları birleştirme ve kültürel olarak aynı olmayanın dışlanması; “kültür, ayrımlar yapma etkinliğidir; sınıflandırma, ayırma sınırlar çizme ve böylece insanları benzerlikle içsel olarak birleştiren ve farklılıkla dışsal olarak ayıran kategorilere bölme etkinliğidir.” şeklinde açıklamaktadır.

Kültürün toplumdaki düzensizliklerin sebebi olduğunu söyleyerek bu kavramın eleştirisini yapan Marx'a göre; kültür, endüstri toplumlarında egemen ideoloji olarak

² İlk kez Emile Durkheim tarafından kullanılan kolektif bilinç kavramı, insanda birey olarak ruhi hayata ait olayları aşan ve zümrenin ortak düşünce, istek ve heyecanlarını temsil eden ortak bir bilinci ifade etmektedir.

³ Marksist gelenek, egemen sınıflar tarafından bağımlı sınıflara toplumsal dayatma uygulanmasının önüne geçilmesi adına egemen kültürün ortak kültür olması gerektiğini savunur (Münc ve Smelser, 2014, s. 21)

karşımıza çıkmaktadır ve her zaman egemen sınıfın kültürünü yansıtmaktadır (Oğuz, 2011, s. 136)

Günümüz yaşam koşullarında özellikle ileri teknoloji unsurlarını içinde bulunduran kültürlerde geleneklerin kültürel doyumu sağlamada eksik kalması kültürün dönüşüm içine girmesine sebep olmaktadır. Bu tarz dönüşümlerin sıklıkla modern çağda ortaya çıkması kültürün modern zamanlara ait bir kavram olarak düşünülmesine yol açmıştır ancak kültür, geçmişten izler taşıyan ve gelecekle ilgili tahmini görüşler barındıran bir kavramdır (Eagleton, 2005, s. 40).

Bütünlükçü, etnografik tanımlamalarının yanı sıra kültür, üretilen ve ideolojiler için araç olarak kullanılan bir olguya dönüşmüştür. Kültürün özgürlüğünü kaybederek ideolojilere hizmet eder hale gelmesi bu noktada kendisiyle çelişmesine yol açmaktadır. Modern dünyada toplumsal yaşamın kapitalist güçler tarafından ele geçirilmesiyle kültürün meta üretimi için kullanılması gerçekleşmektedir. Modernizm ve aydınlanma için kültür, küreselleşme ve gelenekten sıyrılmak için bir engel olarak görülmektedir ve bu anlamda kültür, modern bir yabancılaşmaya doğru dönüşmektedir (Eagleton, 2005, s. 42) Ancak böyle bir dönüşüm oluşsa da kültürün geçmiş öğretilerden tamamen kopması mümkün değildir. Durkheim'in : "Mevcut, geçmişe direnir fakat ondan kaynaklanır ve onu sürdürür." düşüncesi ile toplumsal gelişme sürecinin geçmişten bağımsız olarak gerçekleşemeyeceğini söyleyebiliriz (Giddens, 2009, s. 346).

2.1.1 Küreselleşme ve kültür

Kültür genel tanımları itibari ile yerel olanla, geleneklerle ve belli sınırlar ile özdeşleştirilmektedir. Ancak kültürün sınırlarını aşp farklı kültürlerle temas kurması küresel bir boyut kazanmasına yol açmaktadır. Özellikle gelişen teknoloji ile insanların, imgelerin, fikirlerin, ekonominin dünya üzerinde hızlı dolaşımı küreselleşmenin giderek kaçınılmaz bir hale gelmesine sebep olmuştur. Küreselleşmenin tarihi çok eski zamanlara dayansa da günümüzdeki küreselleşme olgusuna 19. yüzyıldan itibaren rastlanmaya başlanmıştır. Sanayi devrimi ile sınırların giderek ortadan kalkması küreselleşme sürecine hız kazandırmıştır. İletişim ve bilişim döneminin bir sonucu

olarak da tüm dünyanın yaşadığı küreselleşme, modernleşme sürecinin bir evresi olarak gösterilebilir.

Küreselleşme ile toplumlar birbirlerine benzemeye başlarken küresel bir kültürün de ortaya çıkması gerçekleşmiştir. Bu anlamda McLuhan'ın (1964) kullandığı *küresel köy* kavramı kültürel anlamda sınırların ortadan kalkarak ortak bir küresel kültürün oluşmasını en iyi şekilde karşılamaktadır. McLuhan Gutenberg Galaksisi (1995) isimli eserinde, her bir teknolojik gelişmeyle birlikte ortaya çıkan kültürleri tanımlayarak tüm bu gelişmelerin nasıl küresel bir boyut kazandığından bahsetmektedir. McLuhan bununla ilgili şu açıklamayı yapar: “Yeni bir teknolojinin duyularımızdan birini ya da birkaçını toplumsal dünyaya uzatması halinde, bunun ardından, o özgül kültürde bütün duyularımız arasında yeni oranların ortaya çıkacağı söylenebilir” (McLuhan, 2014, s. 62). Böylece teknolojik gelişmelerle yeni bir kültür aktarımı ortaya çıkarken yeni çok boyutlu zaman ve mekân anlayışı ile bireyler dünyayı küresel bir çerçeveden anlamlandırmaya başlamaktadır.

Küreselleşmenin teknolojik nedenlerinin yanı sıra ideolojik nedenlerine de bakacak olursak, dünyada egemen güçlerin küresel bir tüketim kültürü meydana getirdiğine değinmek gerekmektedir. Kültürün ekonomik güçler karşısında savunmasız kaldığını belirten Adorno (2016, s. 29), kültürün küreselleşme sonucunda kendi eleştirdiği güçler tarafından ele geçirildiğini söylemektedir. Bu şekilde ortaya çıkan tüketici kültürü, kültürel bir yozlaşmaya sebep olarak üretim aşamalarında kendini göstermektedir. Bununla ilgili *kültür endüstrisi*⁴ kavramını ortaya atan Adorno, kültür üreticilerinin ürünlerine maruz kalan bireyler kitle iletişim araçlarının ürettiği toplumsal gerçekliğe inandırılarak kitlesel bir aldatmacanın içine çekilmektedir ve kültürel farklılıklar ortadan kaldırılarak homojen bir kültür yaratıldığından bahsetmektedir (Çelik, 2011, s. 114-116). Adorno ve Horkheimer ‘Aydınlanmanın Diyalektiği’ isimli eserlerinde kitle kültürünü eleştirmişlerdir. Aydınlanmayla ortaya çıkması beklenen rasyonel, özgürlükçü, eşit bir düşünce yapısı yerine küreselleşmenin sonucu olarak kültür tüketicilerinden oluşan kitle toplumunu meydana gelmiştir. Kültür endüstrisinin eleştirisini yapan Frankfurt Okulu da, kültürün insanlığa hizmet etmesi gerekirken

⁴ Adorno kültür endüstrisi kavramını; “doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel malın standardizasyonu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesi” anlamında kullanmaktadır (Çelik, 2011, s. 113).

kapitalizme hizmet eder hale gelmesini küreselleşmenin bir sonucu olarak görmekte ve kültürün giderek somutlaştırılarak geleneksel kurumların zayıflamasından bahsetmektedir (Hatipler, 2016, s. 59).

Tüm bu süreçler içinde kültürel anlamda küreselleşmeden bahsederken geleneksel bağların giderek zayıfladığı görülmektedir. Özkul (2013, s. 135), küreselleşmenin kültürel anlamda ortaya çıkışından söz ederken tarihsel süreçte kültür ve küreselleşmenin birbirini tamamlayan iki kavram olup olmadığı üzerinde durmaktadır. Bu anlamda iki yaklaşımdan söz etmektedir; ilk olarak, küreselleşme ile var olan kültürlerin çöktüğü ve yerine baskın ideolojiler ile oluşturulan yeni bir kültürün konulmaya çalışılması söz konusudur. İkinci olarak ise, küreselleşme ve kültürün birbirini dengeleyerek kitleselin yanında yerellik de ön plana çıkarılmaktadır. Öte yandan, küreselleşme ile kültürün sona erdiğini söyleyen Guy Debord (2016, s. 137-138), “kültür, bağımsızlığını kazanarak, aynı zamanda bağımsızlığını kaybetmesi anlamına gelen emperyalist bir zenginleşme hareketine başlar” diyerek kültürün gerçek anlamından uzaklaşarak kültürel tarihin sonunun geldiğini vurgulamaktadır.

Bauman (2015, s. 51), küreselleşme kavramının nasıl ortaya çıktığını irdelerken, küreselleşmenin aslında hiçbir güç tarafından planlanmadığını, olağan durumlar sonucunda kendiliğinden ortaya çıktığından ve dengesiz bir yapıya sahip olduğundan söz etmektedir. Ayrıca Bauman, küreselleşmeyi küresel bir kaos olarak görürken egemen güçlerin yönettiği süreçlerin düzensizliği olarak görmektedir. Küreselleşme ile ortaya çıkan bu yeni dünya düzensizliğinin içine kültürel yapılar da dâhil olarak yerellik giderek değer kaybetmektedir.

Küreselleşmeyle birlikte kültürlerde meydana gelen farklılıklar kültürel melezleşme⁵ kavramını ortaya çıkarmıştır. Kültürel homojenliğe vurgu yapan bu kavram, kültürlerin küreselleşme sonucunda tek yönlü ya da karşılıklı olarak iç içe geçmesini aradaki farklılıkların kısmen ortadan kalkmasını ifade etmektedir. (Çaycı ve Karagülle, 2016, s. 576) Kültürün bu şekilde homojenleşmesi ile kitle kültürleri oluşmakta kitle kültürleri de kitle toplumlarını doğurmaktadır. Ancak buna zıt bir görüş olarak küresel kültürel kutuplaşmadan söz edilebilir. Küreselleşmenin batılı yönde

⁵ Kültürel Melezleşme: küresel sistem içerisinde, toplumların sahip olduğu kültürlerin farklı toplumlarla diyalektiğinin bir ürünüdür (Robertson, 1998, s. 139-162’den akt. Karagülle ve Çaycı, 2016, s. 576)

olması geleneksel doğu toplumlarının özellikle dine dayalı olarak küresel kültürleri dışlamasına sebep olabilmektedir. Bunun sonucunda bu iki kültür arasında kutuplaşma ve çatışma gündeme gelmektedir (akır, 2014, s. 334). Liberal yaklaşımlar kitle kültürünün olumlu bir açıdan değerlendirilmesini yaparken, siyasal ve ekonomik süreçlerin iyileşmesiyle eş zamanlı ortaya çıktığını savunmaktadır. Bu anlamda, küreselleşme ile gelişen ekonomi kitlelere st kültürün sahip olduğu değerlere ulaşma imkn verecek ve kitle kültürünün yayılması toplumların ekonomik anlamda güçlenmesini sağlayacaktır (Swingewood, 1998, s. 43-45).

Kitle kültürünün eleştirisini yapan Frankfurt Okulu'na göre ise; kitle kültürü toplumdaki kültürel değerleri metalaştırarak ideolojik amaçlara hizmet etmektedir. Okul, kitle kültürünün kapitalizmin ürünü olduğunu savunarak, bu kültürün yönetici sınıfın çıkarlarına göre şekillenen ve bu çıkarları meşrulaştıran bir yapı olduğunu söylemektedir (Hatipler, 2016, s. 46).

Özetle, teknolojik unsurların ve dijital medyanın giderek geliştiği günümüz dünyasında küreselleşme, ister kendiliğinden isterse egemen gler tarafından olsun, giderek büyük boyutlara ulaşmaktadır. Küreselleşme sürecinin ortaya çıkardığı dengesiz ve karmaşık yapının en önemli etkileri kültürler üzerinde görülmektedir. Kültürlerin artık alınıp satılabilen metalara dönüşmesi küresel sistem üzerinde ülkelerin rekabet konusunu oluştırmaktadır. Küreselleşmenin dünya üzerinde oluşturduğu popüler kültür artık tüketim kültürüdür. Bu tüketim kültürünün ortaya çıkmasında küreselleşmenin bir sonucu olarak doğan çokuluslu firmaların etkisi de oldukça büyüktür (Karakoç, 2009, s. 88).

2.1.2 Modernite, postmodernite ve kültür

Modernite kavramı, Giddens'in (2010, s. 28-29) tanımıyla; "ilk kez feodalizm sonrası Avrupa'da ortaya çıkan, ancak 20. yüzyılda giderek dünya çapında tarihsel etkiye sahip olan kurumlar ve davranış biçimlerini ifade etmektedir." Burada sözü edilen modern kurumlar, toplumsal yaşamda köklü değişikliklere neden olmaktadır. Modern kurumların toplumların geleneklerini, normlarını, yaşam biçimlerini değiştirmeleri toplumdaki bireylerin kişisel hayatlarını etkileyerek benlik üzerinde de

dönüşümlere sebep olmaktadır. Modernitenin küresel etkilerle kişilerin kişisel ihtiyaçlarında dahi değişimler yaratması kültürel kimlikler için kaçınılmaz bir etki yaratmaktadır. Modernite, geleneksel olanı değiştirerek gelenek ötesi bir düzen yaratmaktadır. Ancak bu düzenin akılcı bilgilerden oluşan bir düzen olup olmadığı tartışma konusudur. Bu bağlamda Giddens, (2010, s. 14) moderniteyi “risk kültürü” olarak tanımlamaktadır. Modernite ile birlikte geleneksel sosyal yapının düzeninden uzaklaşan toplum üyeleri, küreselleşme ile ortaya çıkan risklere maruz kalmaktadırlar. Burada sözü edilen risk, teknolojiyle birlikte ortaya çıkan ölümcül risklerin (silahlanma, nükleer silahlar vb.) yanı sıra elektronik iletişim sistemlerinin gelişmesiyle birlikte küresel ölçekte kültürlerin karşı karşıya kaldığı etkileri kapsamaktadır. Modernite ekonomik, siyasal, toplumsal alanlarda ortaya çıkan krizlerden beslenmektedir.

Modernite geleneklerle girdiği çatışmada kendisini meşrulaştırmak adına katı bir tutum sergilemektedir. Gelenek olgusu, toplumların kendi toplumsal yapılarına ait oldukları kültürel çerçeveden bakabilmeleriyle ortaya çıkmıştır. İşte tam bu noktada, modernitenin gelenekle çatışması başlar. Toplumun moderniteyle birlikte toplumsal yapılarını kendi kültürlerinden ziyade küresel bir kültürle değerlendirmeye kalkmaları çatışmanın temelini oluşturmaktadır (Kahraman, 2002, s. 30-33).

Modernitenin geleneklerle girdiği çatışmayı daha iyi anlamlandırmak için Giddens’in (1994, s. 135) radikalleşmiş modernite teorisinden faydalanmak yerinde olacaktır. Giddens bu teorisinde, modernitenin önüne çıkan her şeyi yıkabilecek güçte olan, çok hızlı bir şekilde değişen ve geleneksel toplum düzeninde büyük dönüşümlere yol açabilme özelliklerine dikkat çekmektedir. Modern çağın ortaya çıkardığı değişim hızını küreselleşmeye bağlayan Giddens, modernliğin sorunlu olarak görüldüğünden söz eder. Ancak Marx ve Durkheim’in modern çağı sorunlu olarak görmelerinin yanı sıra modernliğin yaratacağı olumlu etkilere de iyimser bir yaklaşım içinde olduklarından bahsedilebilir. Marx toplum içindeki çatışmaları kapitalist sistemin yarattığı sınıf mücadelelerine bağlarken, modernitenin ortaya çıkardığı toplum sisteminin dönüşmesini de buna paralel bir şekilde kapitalizme dayandırmaktadır. Durkheim ise, endüstrileşmenin yayılmasıyla birlikte modernitenin giderek hakim toplumsal yapı olacağına ve bunun sonucunda işbölümün toplumdaki ahlaki değerlerle örtüşerek bütünlükçü, uyumlu bir toplumsal yaşamın kurulacağından bahsetmektedir. Weber ise moderniteyi kötümser bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Teknolojiyi modernitenin en

büyük sebeplerinden biri olarak gören Weber, modern dünyanın bir sonucu olarak ortaya çıkan bürokrasinin bireylere zarar vereceğini savunmuştur (Giddens, 1994, s. 14-15).

Modern toplumsal hayat, oldukça karmaşık ve sürekli değişen bir yapıya sahiptir. Bu karmaşık yapıyı açıklayabilmek için Giddens, (2010) üç temel unsur ortaya atmıştır: *zaman ve mekanın ayrılması, çıkarıcı mekanizmalar, kurumsal refleksivite*. Bu üç unsur modernitenin sonucu olarak ortaya çıkarak kültürel anlamda gündelik hayatın dönüşümüne sebep olmaktadır. Giddens'ın zaman ve mekan ayrışması olarak adlandırdığı bu olgu, her kültürün kendine özgü belirlediği mekânsal özelliklerinin ve zaman kavramının giderek küresel bir hal alarak ayrışmasından bahsetmektedir. Günümüzde küresel olarak belirlenen zaman dilimleri ve tüm dünya ülkelerinin fark gözetilmeksizin evrensel olarak yansıtılması dünya üzerindeki insanların sosyal yapı içindeki davranışlarında köklü dönüşümlerin yaşanmasına neden olmaktadır. İkinci temel unsur olan modern kurumların çıkarılması konusunda modern çağ öncesindeki toplumsal rollerin modern dönemle birlikte uzmanlaştığı söylenebilir. Teknolojik ve mesleki uzmanlaşmanın yanı sıra modernite ile birlikte toplumsal rollerde de, örneğin; annelik, görülen uzmanlaşma küresel bir boyut kazanmaktadır. Bir diğer unsur olan modernitenin refleksivitesi, bilimsel bilginin bile sürekli tartışmaya açık ve incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Böylece bilginin kesinliği fikri yıkılmaya başlamıştır. Bilimsel bilginin bile sorgulanmaya başlanmasıyla birlikte geleneksel ritüeller ve davranış kalıpları giderek toplum içinde yok olmaya başlamıştır. Bu durum, toplumdaki bireyler için düşünsel sorunlara yol açmaktadır. Tüm bu unsurlar, sosyal yapıyı zamanla gelenekten sıyıran bir sürece neden olmaktadır (Giddens, 2010, s. 30-35).

Modernite kavramından sonra sosyal yapı içindeki kültürel değişimleri açıklayabilmek için irdelenmesi gerek bir başka kavram ise postmodernitedir. Daha çok sanat alanında kullanılan bu kavram aynı zamanda toplumdaki sosyal yapıyı etkilemesi açısından kültürel açıdan da ele alınmaktadır. Postmodernite, aydınlanma düşüncesiyle bağdaştırılan modernitenin yavaş yavaş sona ermesiyle ortaya çıkan durumu ifade etmektedir. Küreselleşme, tüketim kültürü, popüler kültür ve bilginin metalaşması postmodern durumu yaratmaktadır (Connor, 2015, s. 22-23). Bu durum, hem modernitenin devamı hem de modernitenin karşıtı olarak ortaya çıkmıştır.

Lyotard'e (2014, s. 35) göre; postmodern durum büyük anlatıların⁶ parçalanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda, aydınlanma düşüncesiyle ortaya çıkan egemen sınıfın bireycilik ve akla uygunluk savunuculuğu yıkılarak çoğulculuk ve düzensizlik kendini göstermeye başlamıştır (Oskay, 2010, s. 177).

Postmodernist kuramcılardan Jameson, (2011) postmoderniteyi geç kapitalist dönem olarak adlandırmaktadır. Jameson'a göre, postmodern dönem oldukça kötümser yorumlardan ziyade mevcut koşullar sonucunda ortaya çıkan normal bir süreçtir. Bu dönemde kültürün geçirdiği başkalaşma dönemin özelliklerini belirlemektedir. Bu dönemin en önemli özelliklerinden biri metaların tüketimidir. Böylece toplumun yaşam biçimi Marx'ın tabiri ile meta fetişizmi ile şekillenmeye başlamıştır (Jameson, 2011, s. 10-12).

Metalaşmış kültürel öğeleri gösterge sistemleri olarak adlandıran Baudrillard, (2016, s. 63) nesnelerin tüketilebilir hale gelmesi için göstergelere dönüşmesinden bahsetmektedir. Toplumdaki bireyler tüketilebilir hale gelen bu göstergeleri tüketerek benliklerini gerçekleştirerek sosyal ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ayrıca bu göstergeleri toplumda statüsünü belirlemek için kullanan bireyler kapitalist sistem tarafından yaratılan sahte ihtiyaçların etkisi altına girmektedir. Nesnelere toplumda kişiler arasında ayrımlara neden olacak üstün anlamlar yüklenmesi tüketici konumundaki bireyleri birbirleri arasında tüketim rekabetine sokmaktadır (Stevenson, 2015, s. 249-250).

Modern zamandaki bireyle postmodern zamandaki birey toplumsal yapı içindeki davranışları ve bakış açısıyla birbirinden ayrılmaktadır. Modern bireyde bulunan güçlü bireysel kimlik algısı postmodern bireyde yok olmuştur. Postmodern birey modern bireyin toplumsal anlamda sahip olduğu toplum bilincinden de uzaklaşmış, toplumdan ziyade kendine dönük bir bilinç oluşturmaktadır. Ayrıca modern bireyin sahip olduğu topluma ve kurallarına bağlı olma duygusu postmodern bireyde ortadan kalkarak yerini bireysel özgürlük anlayışına bırakmıştır (Rosenau, 2004, s. 89).

Postmodern modern olanın reddiyle doğmuş olsa ve postmodernite ve modernite arasında keskin ayrımlar görülse de bu iki kavramın birbiriyle benzer olduğu noktalar

⁶ Lyotard; bir disiplini ya da pratiği açıklayan ve meşrulaştıran evrensel düzeyde kabul görmüş dine, tarihe, bilgiye, özgürleşmeye dair 'Aydınlanma'dan beri devam eden ve kendi kendini meşrulaştıran anlatımlara üst anlatı, üst kuram, üst ideoloji veya büyük anlatı adını verir (Kavrakoğlu, 2016).

da unutulmamalıdır. Bu benzerlikten kasıt, benzer amaca ulaşma arzularıdır. Amaca ulaşma yolunda ideolojik anlamda farklılıkları net bir şekilde gözükse de sonuç olarak hayal edilen bir iktidar biçimine ulaşma çabaları ortaktır. Bu çaba içerisinde her iki olgu da kendi özellikleri dâhilinde çeşitli kimlikler yaratmış olsalar da aslında bu kimlikler, değişen her koşulda değişmeyen gerçeklikle bağlı oldukları ve özünde bağımsız olan kimliklerini (tözel kimliklerini) korumak istemektedirler (Akay, 2002, s. 97-99).

Son olarak, postmodern durumlardan bahsederken, kimlik düşüncesindeki yarattığı değişimler ve postmodern dünyayı anlamlandırmada önemli etkileri bağlamında *simülakr*⁷ kavramına kısaca değinmek yerinde olacaktır. Akay, (2002) Postmodern Görüntü isimli eserinde, modern olanın belirli modeller üzerine kurulduğundan ve postmodern düşüncenin bunu ortadan kaldırarak yeni bir kimlik olgusu yarattığından bahsetmektedir. Bu yeni kimlik olgusu aslında kimliksizleşmenin oluşmasıdır (Akay, 2002, s. 29). Baudrillard (2016, s. 7) Simülakrlar ve Simülasyon isimli kitabında, simülakrı “bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm” şeklinde tanımlamaktadır. Baudrillard’a göre, simülasyon evreninde doğru ve yanlışların üzerine kurulmuş olan bir düzen artık kalmamıştır. Kimliklerin önem arz eden ve sağlam temeller üzerine kurulduğu modern dünyanın aksine simülakrlar toplumda belirgin halde bulunan bu kimlikleri silikleştirerek gerçek olmayan modelleri simgelemektedir (Baudrillard, 2016, s. 10).

Tüm bu modernite ve postmodernite etkileriyle dönüşen kültürel değerlerden sonra kültürün üzerinde değiştirici etkisi ile medya ve sıkı sıkıya bağlı olduğu popüler kültür kavramı incelenecektir.

2.1.3 Medya ve kültür

Medyanın büyük bir bölümü ideolojik kurumların etkisi altındadır. Bu etkisi altında bulunma durumu, medyanın mevcut egemen güçlerin algılarını yansıtması ve çıkarlarını koruması ile kendini göstermektedir (Chomsky, 1999, s. 23). Medyanın egemen güçlere bağımlı bu hali, ideolojik bir araç olarak kullanılmasını kaçınılmaz

⁷ Baudrillard’a göre simülakr; “bir gerçeklik olarak algılanmak istenen görünüm” dır (Baudrillard, 2016, s. 7).

yapmaktadır. Bu anlamda, iktidarın toplumsal yaşamdaki kültürel yapıyı istediği gibi medya aracılığıyla değiştirmesi mümkün olmaktadır. İletişim araçları ile ister kasıtlı olarak ister kendiliğinden gelişen bu kültürel değişim toplumdaki gündelik hayatı şekillendirmesi yönünden oldukça önemlidir. Bu bağlamda, araştırmanın bu bölümünde iletişim araçlarının kültürel işlevleri ve iletişim araçlarının yaymakta olduğu *popüler kültür* kavramı irdelenecektir.

Kitle iletişim araçlarının egemen kültürü yaymak için iktidarla birlikte ortaya koyduğu ortak ideoloji, toplumdaki kültürel işlevini gerçekleştirebilmek için bireyleri iletişim araçları ile gerçekleştirecekleri iletişim süreçleri içine çekmeyi amaçlamaktadır. Bunu yaparken medya içeriğine maruz kalan kişinin bu tarz bir iletişim sürecine dahil olma durumunu toplumsal anlamda anlamlı bulması medyanın bireyle sıkı bir ilişkiye girmesi için oldukça önemlidir. Bu sürecin kolaylaşmasını Oskay, (2014, s. 54) toplum tarafından bireyin bilincinin bir bölümünü bireysel bilince, bir bölümünü ise kolektifleştirilmiş bilince dönüştürülmesi ile açıklamaktadır. Bununla ilgili Oskay; “günümüzün araçsallaştırılmış toplumsal ilişkilerine katılmak durumundaki çağdaş insan bilincinin bireyselleştirilmiş yanı ile bugünkü toplumların gösterimci ve tüketimci kişilik özelliklerini kazanmakta; bilincinin kolektifleştirilmiş yanı ile de toplumun onu nelerden yoksun kıldığını fark etmemesini kolaylaştıracak olan ‘iyi yurttaş’, ‘çalışkan işçi’, ‘özverili baba’ gibi reel durumunu bulanıklaştıran özdeşlikler kazanmaktadır.” (Oskay, 2014, s. 54)

Medyanın giderek kapitalistleşmesi ile birlikte ideoloji yayma konusundaki performansı en üst seviyelere ulaşmaktadır. Althusser’in belirttiği, bireylerin rızalarını alarak devletin ideolojik aygıtı olan medya, toplumun algısını bu ideoloji içine hapseder. Gramsci de aynı durumu *hegemonya* kavramıyla açıklamıştır. Özel kurumların araçsal bir yapıya dönüşerek toplumsal gerçekliğin kurulması sağlanmaktadır ve bu anlamda egemen güçlerin ideolojik dayatmaları ile egemenlik altında bulunan bireylerin ilişkisi başlamaktadır (Yağlı, 2009, s. 423).

Medya merkezli gündelik hayatın üretim- tüketim kalıplarına oturtulması ile iletişim araçları sınırsız tüketim imgesi göndermektedir. Bu imgeler kişileri farklı, cazip, eğlenceli, popüler vb. ilgi çekici maskelere bürünerek kuşatmaktadır. Toplumsal yapı içindeki gerçek kültürün üstüne kendi kültürünü kurarak yeniden şekillendiren medyanın bu anlamda meyvesini yediği en önemli kavramlardan biri popüler kültürdür.

Kapitalizmin yaygın halk kültürü olarak tanımlayabileceğimiz popüler kültür, kültür endüstrisi ile olan sıkı ilişkisi kültürün yeniden üretilmesi aşamasında medya aracılığı ile karşımıza çıkmaktadır. Toplumun her kesiminde kendine yer bulabilme özelliğine sahip olan popüler kültür, Mutlu'nun (2005, s. 331) bahsettiği gibi, “ne çok tutucu ne çok ilerici, ne tamamen uyuşturucu ne de özgürleşimci”dir. Tam anlamıyla bu zıtlıkların karşılaşma alanıdır. Bu zıtlıkları bir araya getiren popüler kültür Fiske'ye (2012, s. 35) göre; kendi öz yapısıyla çelişmektedir. Popüler kültürün her ne kadar kapitalizm için bir çıkar aracına dönüşmüş olması görülse de en nihayetinde bu kavramın özünde bir kültür olması, halkın çıkarlarını da gözetmesi gerektiğinin göstergesidir. Gerbner ise popüler kültürün kaçınılmazlığından bahsetmektedir. Popüler kültürün medya aracılığı ile topluma yansıtıldığını söyleyen Gerbner'e göre bireyler popüler kültür karşısında pasiftirler ve popüler kültürün etkisi altına girmemeleri gibi bir şansları yoktur, zaten bireyler bu etkiden kurtulmak için mücadele edecek yapıda da olmadıklarından direk egemen ideolojinin egemenliği altına girmektedirler (Özer, 2004, s. 109-110).

En basit açıdan, popüler kültürün gündelik yaşam kültürü olduğu terimin İngilizce dilinde, “people” yani halk kelimesinden türetilen “popular” kelimesinden gelmesiyle de anlaşılmaktadır. Bu anlamda popüler kültür kavramı belli bir toplumsal sınıfa ait olarak düşünülemez. Popüler kültür; çoğunluğun, halkın kültürüdür ve popüler olması itibarıyla hemen hemen herkese aittir (Arık, 2009, s. 2). Halka ait olan kültürler bütünleştirici özelliğe sahiptir. Popüler kültürün de bu anlamda toplumsal yaşam içinde toplumu bütünleştirme işlevini eğlenme, oyalanma, tüketim odaklı gerçekleştirdiğini söyleyebiliriz. Toplumun tüm sınıfları aynı anda tüketir, eğlenir ve popüler olanla bütünleşir. Tabi tüm bunların olabilmesi için bireylerin gündelik yaşam içinde sahip olması gereken en önemli şey serbest zamandır. İşte tam bu noktada medya devreye girer. Medyanın bireylerin serbest zamanlarını ele geçirmesiyle birlikte, bireyler sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini tüketmeye başlamışlardır. Elihu Katz'ın çalışmalarına dayanan *kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı* bu bağlamda, insanların belirli ihtiyaçlarını karşılamak için medya içeriklerini ne yönde kullandıklarını incelemektedir (Yaylagül, 2010, s. 70). Bu yaklaşımın asıl önemle üzerinde durduğu konu bireylerin medya içerikleri karşısında aktif durumda olmasıdır. Medyanın bireyleri değil, bireylerin medya içeriklerini istediği yönde ve bilinçli olarak kullanmasını savunan bu yaklaşımın sahip olduğu bu düşünce medyanın ideolojik bir

aygıt olduğu düşünöldüğönde eleştirilebilir bir hal almaktadır. Bu konuda medya içerikleri kullanılırken bireylerin özgür seçimlerinin ne kadar özgür olduğu tartışılarak kontrolü elinde bulunduran esas gücün ideolojiler olduğu unutulmamalıdır.

Medyanın kültürel anlamda etkilerini incelemek adına *kültürel göstergeler ve ekme kuramını (yetiştirme kuramı)* da araştırmak gereklidir. Gerbner'in Kültürel Göstergeler projeleri kapsamında televizyonun toplumun yaşam biçimlerini nasıl etkilediğini anlamak için ortaya çıkardığı ekme kuramı, bireylerin çok fazla televizyon içeriklerine maruz kalmasıyla gerçek hayattan ziyade medya içeriğindeki hayatlarla ilgili tutumlar ektiğini söylemektedir (Yaylagöl, 2010, s. 73). Gerbner'e göre kültür, bireylerin toplum içindeki değerlerini ve davranışlarını yetiştiren bir olgudur ve bireylerin toplumsal yapı içindeki ilişkilerinin devamlılığı için nasıl hareket etmeleri gerektiğini söylemektedir (Özer, 2004, s. 31). Gerbner'e göre asıl önemli olansa kültürün ideolojilerle yeniden üretilip televizyon aracılığı ile hikâyeleştirilerek toplum tarafından içselleştirilmesi gerçekleştirilir ve küçük topluluklardan ziyade geniş kitlesel yapılar içinde bulunan bireyler, kültürel tercihlerini küresel sistemin kendilerine sundukları hazır kültür biçimleri oluşturmakta ve bu sunuş kitle iletişim araçları ile gerçekleşmektedir, böylece bireyler sadece kendilerine sunulanlar dâhilinde dünyayı anlamlandırmaktadırlar (Özer, 2004, s. 34-35). Gerbner, popüler kültürünü Frankfurt Okulu'nun yaklaşımıyla ve Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi olarak adlandırdığı kitle kültürü olarak görür ve kültürün içeriklerini medya ile popülerleştirerek kendini var ettiğinden söz eder (Özer, 2004, s. 159). Bu anlamda kitle kültürü ve popüler kültürün birebir aynı olduğu söylenemez ancak, kitle kültürünün kendini var etmesi aşamasında popüler kültürü kullanması ve ondan faydalanması söz konusudur.

Kitle iletişim araçlarının kültürel işlevlerinden bahsederken Rogers ve Shoemaker tarafından geliştirilen *yeniliklerin yayılması modeline* de değinmek gerekmektedir. Bu modelle birlikte toplum içinde geleneksel yapıda bulunan bireyler tarafından modern davranış kalıplarının öğrenilmesi istenmiştir. Bireylerin yenilikleri bilgi aşamasından geçirip ikna olmaları, ikna olduktan sonra da yeniliği kabul edip etmeme yönünde karar verip onaylamaları bu modelin süreçleridir (Yaylagöl, 2010, s. 87). Bu süreci bireylerin kişisel özelliklerinin etkilemesinin yanı sıra medya içerikleri de büyük ölçüde etkilemektedir. Bireyler iletişim araçlarıyla yollanan yenilikleri ve popüler kültür

ögelerini daha hızlı bir şekilde benimseyip içselleştirmektedirler. Günümüzde medya ve özellikle dijital medya bu yönüyle modern olanı ve yeniliği aktarmada diğer sosyal kurumlardan çok daha etkili bir yapıya sahiptir. Özellikle medya alanında yeni teknolojilerin ortaya çıkması toplumsal dönüşümleri hızlandırmaktadır. Bu anlamda *teknolojik determinizm*⁸ görüşünden hareketle Raymond Williams (2003), her yeni teknolojinin yeni toplumlar yarattığından bahsederek iletişim araçlarının birer teknoloji olmasıyla birlikte kültürel formlara sahip olduğunu vurgulamaktadır (Williams, 2003, s. 108).

Özetle, medya içerikleri teknolojik özellikler bakımından toplumun neredeyse tamamına ulaşmaktadırlar. Bu ulaşılabilirliği fırsat bilen egemen ideolojiler tarafından ele geçirilen medya içerikleri kültürel yapıları dönüştürmede oldukça etkilidir. Bu bağlamda halk kültürü, medya içeriğiyle şekillendirilen kitle kültürüne dönüşmektedir. Bunun sonucu olarak, toplumun ihtiyaçlarına göre şekillenen kültür, kapitalist ideolojilerin ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Ayrıca kitle kültürünün bir sonucu olarak ortaya çıkan popüler kültür, saf anlamlarından uzaklaşarak medya ile bireylerle buluşturulup çok da eşit olmayan toplumsal ilişkilere neden olmaktadır.

2.2 Kimlik Kavramı

Toplum içinde bireylerin kendilerini tanıtmaya ve toplumdaki diğer bireyleri tanımlamak için kullandıkları kimlik kavramı, içinde bulunduğu kültürel yapıdan etkilenecek kendini oluşturur. Bu anlamda kimlik ve kültür birbirinden ayrı tutulamayacak iki kavram olarak karşımıza çıkar. Kimlik kavramı insanlık tarihi boyunca var olsa da en çok modern toplumların ortaya çıkışıyla vurgulanmaya başlanmıştır. Bunda modern toplumlarda var olan bireyselliğin ön plana çıkarılması etkili olmuştur. Geleneksel toplumlarda sosyal yapı içinde en önemli özelliklerden biri olan ‘biz’ duygusu, modern toplumlarda ‘ben’ odaklı bir bilince dönüşmüştür (Anık, 2012, s. 17). Durum böyle olunca kimlikler toplum içindeki bireyler için giderek daha önemli bir kavram olmaya başlamıştır.

⁸ Williams için, teknolojik determinizm toplumsal dönüşüm ve teknoloji arasındaki ilişkide teknolojinin belirleyici olması anlamına gelir (Hepp, 2015, s. 98).

Kimlikler, toplumdaki insanların kendilerini diğer insanlara ifade etmek için belirli kültürel çerçeveler dâhilinde inşa edebildikleri bir olgudur. Taylor’a göre (2010, s. 53), “kimliğimizi her zaman, önemli saydığımız öbür kişilerin bizde görmek istedikleri şeylerle diyalog içinde, bazen de çatışma içinde tanımlarız.”

Aydın (1999, s. 12), kimliğin iki unsurdan oluştuğunu söylemektedir. Bunlardan ilki, toplum içinde bireylerin kendilerini tanımlamak için kullandıkları sıfatlarıdır. Diğeri ise, aidiyet duygusudur. Bireylerin “kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu” sorusuna verdiği cevap kimliklerini ortaya koymaktadır (Aydın, 1999, s. 13). Bireylerin toplum içindeki bu kimlikleri birden fazla olabilir. Birey toplumda hangi kimliğini ön plana çıkarmak istediğine içinde bulunduğu durum dâhilinde karar verir. Bireyin sahip olduğu kimlikler zaman zaman kendi içinde çatışarak birbirlerine etkileyebilmektedir (Kara, 2013, s. 8).

Ritzer’e göre, toplum içindeki insanların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri için kendilerini tanımladıkları bir kimlikleri olmalıdır ve tanımlanan bu kimliklerle kategorilere ayrılan bireyler etkileşim kurarken yapılan sınıflandırmalara bağlı kalmaktadırlar (Ritzer, 2005, s. 423’den akt. Kara, 2014, s. 29).

Hall, Yeni Zamanlar isimli eserinde kimliklerin dinamik bir yapısının olduğuna dikkat çekmiştir. Hall’e göre, kimlikler her zaman değişebilen bir yapıdadır ve kimliklerin tamamlanması beklenemez. Ayrıca Hall, kimlik temsilinin önemle üzerinde durur. Hall’e göre, kimliklerin kültür yoluyla yapılan temsilleri, “yaşadığımız ve tarafımızdan tecrübe edilen bütün bir kültür ve ideoloji alanına gözlerimizi açar. Bu alanlar hem dünyayı nasıl anlamlandırdığımızı hem de kimlikleri nasıl anladığımızı düşünmemize yardım eder” (Hall, 1995, s. 145).

Şimdiye kadar kimlikler birçok farklı kategorilere ayrılarak çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Fearon kimlikleri rol kimliği ve tip kimliği olarak ikiye ayırmıştır. Fearon’a göre, bireylerin rol kimlikleri, toplum tarafından kişilerden beklenen belli kalıpları olan davranışlardır; tip kimlikleri ise, inançlar, değerler veya tarihi gibi ortak özelliklere sahip kişilerin tanımlanmasında kullanılır (Kara, 2014, s. 31). Erikson ise kimlik tanımlamalarında ego kimliği ve kişisel kimlik farkına dikkat çekmektedir. Ego kimliğini, sosyal yapı içinde arzu edilen, gerçekleştirilen fakat değişim halinde olan kimlik olarak tanımlayan Erikson, kişisel kimliğin ise kişinin sergilediği kimlik ile var

olan gerçek yapısının sürekli bir şekilde aynı olması şeklinde tanımlamaktadır (Kara, 2014, s. 38-39).

Güvenç; kişilik, kimlik ve imaj kavramları arasındaki farka dikkat çekmektedir. Kişilikler, insanların sosyal bir varlık olarak sundukları sadece kendilerine özgü olan davranışlarından oluşmaktadır. Oysa kimlik, bireylerin kendilerini anlamlandırma ve belirli kalıplarla btnleştirmeleridir. İmajlar da kimlikler aracılığı ile sergilenen davranışların diğerk bireyler tarafından nasıl algılandığı ile ilgilidir. Bu üç kavram birbirlerini etkilesele de birbirlerinden bağımsızdırlar ve bağımsız bir şekilde değışime uğrayabilirler (Güvenç, 1996, s. 8-9).

Castells (2006, s. 14) kimliği, “meşrulaştırıcı kimlik, direniş kimliği, proje kimliği” olarak e ayırmaktadır. Toplumdaki egemen kurumların güçlerini sağımlaştırmak için oluşturdıkları kimliğe meşrulaştırıcı kimlik, bu kurumlara karşılık olarak geliştiren direniş kimliği ve toplumdaki kimliklerini yeniden şekillendirmek isteyenlerin başvurduğu proje kimliğidir.

Bu ayrımların yanı sıra kimlik kavramını genel olarak bireysel kimlik, sosyal kimlik, milli kimlik, etnik kimlik, grup kimliği, kültürel kimlikler gibi çeşitli kategorilere ayırmak mümkündür. Bu çalışmada çalışmanın amacına uygun olarak bireysel kimlik ve kolektif kimliklerden sosyal kimlik ve kültürel kimlik kavramları ele alınacaktır.

2.2.1. Bireysel kimlik

Güvenç (1996, s. 4), bireysel kimliği toplum içindeki kişileri birbirinden ayırmak için kurumlar tarafından verilen ve bireysel özelliklerin tanımlandığı kimlik olarak tanımlamıştır. Bireysel kimlikler toplumsal ilişkilerle değışebileceğı gibi daha öznel yapıda kişiler arasındaki iletişim ile de değışebilmektedir. Bireysel kimliklerin ortaya çıkması için bireyin toplumdan ziyade öncelikle kendi ailesi ve yakın çevresiyle kuracağı iletişim önemlidir (Karaduman, 2010, s. 2888).

Bireysel kimlikleriyle bireyler toplum içinde farklılıklarıyla tanımlanmaktadır. Bireylerin ismi, cinsiyeti, dini, mesleğı, eğıtim durumu, medeni hali vb. zellikler bireysel kimliği oluşturmaktadır (Anık, 2012, s. 40). Pamuk (2014, s. 87) ise bireysel

kimliği; “kolektif kimliklerin (ulusal kimlik, dinsel kimlik, cinsel kimlik, kültürel kimlik, politik kimlik) bireye sunmuş olduğu rollerin yerine getirilmesi sürecinde inşa edilen kimliktir” şeklinde tanımlamaktadır. Giddens kimliği kişinin refleksif benliği⁹ olarak ele almaktadır (Giddens, 2010, s. 75). Bireysel kimlikler bireyin diğer kültürel, sosyal, milli, etnik vb. kimlikleriyle etkileşim halindedir. Bu etkileşimlerle birlikte bireysel kimlikte değişim olması her zaman olasıdır. Tarihi zaman içinde ve mekanlara göre bireysel kimlikler değişebilir. Bireylerin tercihleri değiştiği sürece bu kimliğin de değişmesi kaçınılmazdır.

Castells (2006, s. 13-15), bireysel kimliğin kolektif kimliğin bir parçası olduğunu dile getirmiştir ve asıl önemli olanın bireysel kimliklerin oluşması ve değişmesi sürecine nelerin etki ettiği üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda, bireysel kimliğin ne olacağı ve nasıl değişeceği ile ilgili siyasi, ekonomik ya da toplumsal kurumların müdahalesi olmaktadır.

2.2.2. Kolektif kimlikler

Toplumsal yapı içinde, aynı değerleri ve benzer duyguları paylaşan belli bir ortak geçmişe sahip olan grupların kendileri hakkındaki düşünceleri, bağlılık duyguları kolektif kimliklerini oluşturmaktadır (Pamuk, 2014, s. 43). Kolektif kimlikler, toplumsal gerçekliği ortaya koymada ve bireylerin toplum içinde bireysel kimliklerinin yanı sıra belli bir topluluğa ait olmalarında oldukça önemlidir. Bireylerin toplumsal yapı içinde ‘biz’ bilincinin gelişmesinde kolektif kimlikleri etki etmektedir. Pamuk (2014, s. 44) kolektif kimliği “sosyal kimliğin topluluk bağlamında ortaya çıkmasıdır ve belli bir kültürel topluluk tarafından taşınan kimliktir” şeklinde tanımlamaktadır. Bu bağlamda, milli, dini, kültürel, sosyal, etnik kimliklerin hepsi kolektif kimliğin içinde değerlendirilebilir.

⁹ Giddens’in benlik tanımları araştırmanın ‘Benlik Sunumları’ bölümünde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.2.2.1 Kolektif kimlik olarak sosyal kimlik

Sosyal kimlik, bireysel kimlikten farklı olarak toplumsal yapı içinde bireyin herhangi bir grup içerisinde bulunması halinde bulunduğu grubun değerlerine göre kendisinde belirlediği kimliktir (Demirtaş, 2003, s. 129). Bireyler bağlı oldukları toplumsal gruba göre kendilerine bir kimlik inşa etmektedirler. İnşa edilen bu sosyal kimlik, bireylerin bulundukları gruba karşı aidiyetlerini simgelemektedir. Bu anlamda bireyin grubuyla olan bağının temsili için sosyal kimlik önem taşımaktadır. Bireyler çoğu zaman toplum içinde olmak istedikleri konum için sosyal bir gruba dahil olma eğilimindedirler ve inşa ettikleri sosyal kimlikleri ile toplumda saygınlık kazanma arzusundadırlar (Demirtaş, 2003, s. 130).

Turner (1984), sosyal kimliği bireylerin toplum içinde benliklerinin grup içi davranışlarıyla temsil edilmesiyle ortaya çıktığını ve grup içindeki kişilerin kimliklerinin de birbirinden etkilendiğini belirtmiştir. Ayrıca Turner, sosyal grupların milliyet, cinsiyet, ulus gibi sosyal kategorileri de kapsadığını belirterek bireylerin kendilerini ait ettikleri bu büyük ölçekli gruplarla da sosyal kimliklerini inşa edebileceklerinden söz etmektedir (Turner, 1984, s. 5-6'den akt. Sözen, 1991, s. 94-95).

Sosyal kimlikler, bireylerle toplum arasındaki ilişkiyi belirlemede oldukça önemlidir. Bireylerin toplumsal varoluşları boyunca edindikleri deneyimler sosyal kimlik tanımlamalarını etkilemektedir. Duveen ve Llyod'e göre, "Cinsiyetlerine göre ayrılıp gruplaştırılan, iki gruptan birine üye olan insanların kimlikleri; sadece kadın ve erkeklik yapılarının özelliklerine göre değil, fakat ferdin yaşadığı tecrübelerde kadın veya erkek olmanın gerektirdiği şekle göre belirlenir" (Duveen ve Llyod, 1986, s. 222'den akt. Sözen, 1991, s. 96).

Henri Tajfel ve John Turner tarafından geliştirilen *Sosyal Kimlik Kuramı* grup içi ilişkileri, gruplar arası davranışları ve sosyal kimlik kavramını ele almaktadır. Kurama göre, sosyal kimlik bireylerle sosyal yapının iletişim kurmasını sağlamaktadır. Turner, sosyal kimlik kuramı çerçevesinde sosyal kimlik kavramı içinde farklı bir noktaya değinerek bireylerin kendilerini sınıflandırmasıyla ilgilenmiştir. İnsanlar kendilerini bireysel kimlikleri, sosyal kimlikleri ve grup içinde bireyleri birbirlerine karşı farklı kılan kişisel kimliği olarak benliği şeklinde üç kategoride sınıflandırmaktadırlar. Turner,

yapılan bu sınıflandırmanın bireylerin kendilerini kalıplara sokmaları ve kalıp yargıların oluşması konusunda eleştirmiştir. Kendilerini tek başlarına bir birey olarak değil de herhangi bir toplumsal sınıfa üye olarak gören insanlar kendilerini cinsiyetlerine göre kadınlar, erkekler; uluslarına göre, Türkler vb. veya mesleklerine ya da ait hissettikleri diğer gruplara göre tanımlamaktadırlar. Bu sınıflandırmanın sonunda gruplar arası karşılaştırmaların yaşanması ve çatışmanın ortaya çıkması mümkün olmaktadır. Bireyler ait hissettikleri grubun çıkarlarını düşünürken diğer toplumsal grupları dışlama eğilimi gösterebilmektedirler. Ayrıca sosyal kimlik, bireylerin tercihlerine göre oluştuğundan vazgeçilmez ve değiştirilemez değildir (Demirtaş, 2003, s. 130-138).

2.2.2.2 Kolektif kimlik olarak kültürel kimlik

Kültürel kimlik kavramı ortak geçmişe sahip aynı zamanda ortak gelecek düşüncesi bulunan, dil, coğrafya, toplumsal değerler gibi ortak paydalarda birleşen bireylerin oluşturduğu kimliktir. Kültürle iç içe olan kültürel kimlikler kültürel unsurlar değiştikçe değişime uğrayabilirler (Kara, 2013, s. 13). Aydın'a (1999, s. 15) göre toplum içinde sosyalleşen bireyleri bir arada tutan ve uyumlu bir toplumsal yapının oluşmasını sağlayan paylaştıkları kültürel kimlikleri sayesinde olmaktadır. Gündelik yaşam gerçekliğinin oluşması yine diğer kimlik türleri ile birlikte kültürel kimliğin de etkisi altındadır.

Bireylerin toplumsal yapı içinde kendilerini kültürel anlamda gerçekleştirebilmeleri için kültürel kimliklere ihtiyaçları vardır. Sözen (2011, s. 155), kültürel kimliklerin oluşabilmesi için bireylerin içinde bulundukları kimlikle kendilerini bütünleştirmeleri gerektiğinden bahsetmektedir. Bu bütünleşme olmadığı takdirde bireyler bulundukları kültürle bir çatışma içine girerler ve kültürel kimliklerini inşa edemezler. Bu anlamda kimliğin bulunduğu kültüre aidiyeti önemlidir. Kültürel unsurların bireylerle bütünleşmesi sonucunda toplumsallaşma yaşanmaktadır. Toplumsallaşma ile birlikte bireyler ait oldukları kültürün değerlerine uygun davranışlar sergileyerek kültürel kimlik rollerini yerine getirmiş olurlar (Mora, 2008, s. 5).

2.2.2.3. Kolektif kimlik olarak cinsel kimlik ya da toplumsal cinsiyet

İnsanların kadın veya erkek olmalarını biyolojik açıdan ele alan cinsiyet kavramının kültürel yapı içinde değerlendirilmesi ve cinsiyete göre kültürel anlamların yüklenmesiyle birlikte ortaya toplumsal cinsiyet kavramı çıkmaktadır. Her toplumun cinsiyetlere yüklediği anlamların farklılaşmasından dolayı cinsiyet kültürleri de toplumlara göre farklılık göstermektedir (Ersoy, 2009, s. 215). Sosyal yapı içinde cinsiyete bağlı olarak toplumların üretmiş olduğu cinsel kimlikler diğer kimlik türlerinde olduğu gibi bireylerin toplum içinde farklılıklarına dikkat çekmektedir. Bu farklılıklar bu kez cinsiyetlerle ve onlara yüklenen rollerle kendini göstermektedir. Kültürel belirlenimli cinsel farklılıklar toplumsal cinsiyet rollerini ve cinsel kimlik kategorilerini oluşturmaktadır.

Pamuk, toplumsal cinsiyetin kültür aktarımıyla sürekli bir şekilde üretildiğini ve özellikle din ve geleneklerin bu cinsiyetçi yapıyı gündelik yaşam içinde ayakta tutarak nesilden nesile aktardığını belirtmektedir. Pamuk’a göre, kolektif kimlik olarak cinsel kimlik gelenekler yoluyla içselleştirilerek çoğu zaman kabul edilir fakat cinsiyet rollerinin yerine getirilmesinde sorunlar yaşandığında toplum içinde çatışmalar ortaya çıkmaktadır (Pamuk, 2014, s. 130-132).

“Toplumsal cinsiyetin bir kültür meselesi” olduğunu söyleyen Oakley, eril ve dişil kimliklerin değişken bir şekilde kültürel yapılara, yer ve zamana göre değişiklik göstereceğinin altını çizmektedir (Bhasin, 2003, s. 9). Kültürel etkilere göre değişiklik gösterse de toplumsal cinsiyet, toplumların hemen hemen hepsinde eril kimliklerin egemen dişil kimliklerin ise hükmedilen olduğu hiyerarşik bir yapıya sahiptir (Bhasin, 2003, s. 26). Marshall, Sosyoloji Sözlüğü’nde (1999, s. 98-99), cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki bağın normalin dışında olduğunu ve toplumsal cinsiyetin cinsiyet kadar doğal bir oluşum olmadığını vurgulamaktadır. Bu anlamda cinsiyet doğuştan oluşan bir kavramken toplumsal cinsiyetin oluşması için toplumsallaşma sürecine ihtiyaç vardır. Bu süreç içinde toplumsal cinsiyetin oluşmasında en büyük katkıyı stereotiplere dayalı sosyal yapının inşa edilmesini sağlayan kültürel geleneksel normlar oluşturmaktadır.

Toplumsal yapı içinde kadın ve erkeği birbirinden ayıran toplumsal roller, kültürel değerlerle oluşturulan, kadın ve erkeklerin toplum içinde nasıl davranmaları gerektiğini söyleyen ve buna bağlı beklentileri ortaya koyan kalıplardır (Saraç, 2013, s. 27). Bu kalıplar bireylerin toplumsallaşma süreci içinde kadın ve erkek olduklarının bu değerler içerisinde tanımlanmasıyla öğrenilmektedir. Bu şekilde artık cinsiyet basit bir biyolojik farklılıktan çok daha farklı, toplum tarafından şekillendirilmiş anlamlar içermeye başlamıştır. Giddens (2012, s. 506-507), kültürel olarak üretilen toplumsal cinsiyet kalıplarının aile, medya, okul gibi kurumlar tarafından öğretildiğinden bahsederek, cinsiyetin toplumsallaştırıldığını vurgulamaktadır. Bu süreçte oluşturulan toplumsal cinsiyet kalıplarının dışında ve aykırı tutum sergileyen bireylerin toplumsal yaşamı olumsuz etkilediği kabul edilmektedir. Toplumsal cinsiyetin bu şekilde katı yargılarla bireyleri şekillendirmesi ile özellikle geleneksel toplumlarda bu kalıpların değiştirilemeyecek ya da değiştirilmesi oldukça zor düzenlemeler olduğu söylenebilir.

Toplum içindeki eril ve dişil bireysel kimliklerin kültürel kökenlerini ortaya çıkaran toplumsal cinsiyet, çoğu zaman kişisel kimliğin önüne geçerek bireyler sosyal yapı içinde kendilerini toplumsal cinsiyet rolleri ile var etmektedir (Kaylı, 2012, s. 26). Bu anlamda Delphy (1993), toplumsal cinsiyetin biyolojik cinsiyetten önünde olduğunu vurgulayarak toplumsal işbölümünde toplumsal cinsiyet kalıplarının önemini vurgulamıştır (Davis, 2003, s. 31).

Toplumsal cinsiyet terimini ilk kez kullanan Ann Oakley, toplumsal cinsiyetin dişil ve eril ayrımını toplumsal bağlamda yaparak toplum içinde cinsiyete dayalı eşit olmayan bir bölünmenin yaşandığından söz etmektedir (Gordon, 1999, s. 98'den akt. Uğurlu, 2003, s. 5-6). Dökmen (2015, s. 31), cinsiyet rollerinin toplumsal yapı içinde kadınlığın ve erkekliğin bir sunum şekli olduğunu belirtmekte ve toplum tarafından oluşturulan cinsiyet rollerine ilişkin kalıp yargıların iki cins arasındaki biyolojik farklılıklardan da öte kültürel farklılıkları doğurduğunu vurgulamaktadır. Bu tür kalıp yargılar kadınlara ve erkeklere toplumsal yapı içinde çeşitli sorunlar yaratmaktadır. Kadın ve erkek cinsel kimliklerinin toplum tarafından kültürel anlamda ayrıştırılması ve farklılıklarının vurgulanması sosyal yapı içinde eşitsizlikleri doğurarak bütünleşmeyi engelleyici sonuçlar doğurmaktadır.

Toplumsal cinsiyet oluşumunu açıklayan çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımların bir kısmı biyolojik, psikanalitik, bilişsel gelişim, sosyal öğrenme,

toplumsal cinsiyet şeması, sosyal rol ve benlik sunumu gibi yaklaşımlardır. Araştırmada konuyla alakalı olarak sosyal öğrenme, toplumsal cinsiyet şeması, sosyal rol ve benlik sunumu yaklaşımları ele alınacaktır. Bandura (1977) tarafından geliştirilen *sosyal öğrenme kuramı*, cinsiyet rollerinin öğrenilmesi anlamında Mischel tarafından kullanılmıştır. Kurama göre, cinsiyete uygun davranışların ödüllendirilerek tekrarlanması sağlanmakta ve çocukluk döneminde başlayan cinsel rollerin öğrenilmesinin ebeveynlerin ve çevredeki diğer kişilerin model alınarak gerçekleştiğinden söz etmektedir (Dökmen, 2015, s. 60). Cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde aile ve sosyal çevre kadar kitle iletişim araçları, medyanın da etkisi oldukça büyüktür. Toplum içinde cinsiyet rollerine uygun davranmayanların dışlanması, uygun davrananların ise takdir edilmesi sosyal öğrenme kuramında belirtildiği gibi toplumsal cinsiyet rollerinin bireylerin davranışlarına ödül ve ceza yöntemi gibi toplumsal yaptırımlarla yerleştirilmektedir.

Bir diğer yaklaşım olan *sosyal rol yaklaşımı*, toplum tarafından kadın ve erkeklere verilen farklı roller olduğunu ve erkeklerin hiyerarşik yapı içinde kadınlardan daha üstün rollere sahip olduğunu belirtmektedir (Dökmen, 2015, s. 81-82). Bu üstünlük kültürel yapı içinde erkeklerin kadınlardan daha fazla söz sahibi olabilecekleri anlamına gelebilir. Sosyal roller belli bir grupta özdeşleştirilmiş ve grup üyelerinin hepsinden benzer davranışlar beklenen kalıplardır. Örneğin, birçok kültürde kadınlara annelik kimlikleri ile birlikte çocuk bakımı, ev işleri gibi roller yüklenirken erkeklere para kazanmak, çalışmak gibi roller yüklenmektedir. Bu kurama göre, cinsiyet kalıp yargıları biyolojik özelliklerden ziyade sosyal rollerin baskınlığından dolayı ortaya çıkmaktadır (Dökmen, 2015, s. 83-84).

Bem tarafından oluşturulan *toplumsal cinsiyet şeması kuramı*, bilişsel gelişim ve sosyal öğrenme kuramlarının açıklamalarıyla birlikte, insanların çocukluk çağından itibaren çevrelerini toplumsal cinsiyet çerçevesinden gözlemlemekte ve gelişim süreci boyunca kadın ve erkek rollerinin bu şekilde öğrenildiğini öne sürmektedir. Bu toplumsal cinsiyet şeması sayesinde kodlanmış bir biçimde çocuğa sunulan tüm cinsiyet rolleri ve cinsel tipleştirme olarak tanımlanan bu süreç ileride şekillenecek olan cinsel kimliğe yön vermektedir (Çıtak, 2008, s. 15).

Benlik sunuşları kuramı ise, toplumsal cinsiyete dayalı davranışların bağlı bulunduğu kültürel yapı içinde nasıl şekillendiği ve ortaya konulduğu ile

ilgilenmektedir. Dökmen'in (2015, s. 85-87) Toplumsal Cinsiyet kitabında aktardığı Deaux ve Major'un (1987) görüşlerine göre, benlik sunuşu yaklaşımı cinsiyet rollerinin sosyal yapı içinde nasıl gösterildiğiyle ilgilenmektedir. Deaux ve Major'a göre, toplumsal cinsiyet güçlü bir toplumsal kategoridir ve toplumsal cinsiyet algılayan, aktör ve ortam olmak üzere üç ana unsur ile toplumsal etkileşim içinde oluşmaktadır. Toplumsal cinsiyetle ilgili kültürel normlar, inançlar ve kişisel özellikler algılayanın cinsiyet kalıplarını biçimlendirmektedir. Buna bağlı olarak algılayan, aktörün toplum içindeki davranışlarını etkilemektedir. Algılayan tarafından oluşturulan beklentiler, aktörün bu beklentilere cevap vermesiyle olumlu ya da olumsuz bir şekilde sonuçlanır. Aktör, cinsiyet rollerini kendi benliğinin özelliklerine göre anlamlandırarak davranışlarını şekillendirmektedir. Söz konusu bu davranışların toplum tarafından kabul görmesi ortamın cinsiyet rollerini önceden belirlemiş olmasıyla alakalıdır. Bireylerin toplumsal cinsiyet rollerini sunumu, kendi benliklerini nasıl sunmak istedikleriyle doğru orantılıdır.

Sonuç olarak, toplumsal cinsiyet kalıpları kültürden kültüre farklılık göstermekte ve içinde bulunan kültürel yapıya göre şekillenmektedir. Kadın ve erkek olmaya yüklenen roller her kültürde farklı beklentilerin olmasından dolayı değişiklik göstermektedir. Ayrıca bireylerin statüleri, ırkları, yaşları, eğitim durumları, meslekleri gibi özellikleri de cinsiyet rollerindeki beklentilerin değişmesine neden olmaktadır.

2.2.2.4. Toplumsal kimliğin çeşitli görünümü olarak kadın kimliği

Toplumlar yapısı itibarı ile bütünsel bir özellikte olsalar da toplum içindeki bireylerin sahip oldukları çeşitli kimlikler bu bütünselliğin içinde farklı kategorilerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu kategorilerden biri de cinsiyet farklılığından meydana gelen kadın ve erkek kimlikleridir. Toplumsal cinsiyet bağlamında toplum tarafından bu her iki kimliğe yüklenen roller ile iyice farklılaşan kadın ve erkek kimlikleri bulunduğu toplumun özelliklerine göre şekillenmektedir.

Toplumsal yaşamda kadının konumunun incelenmesi ve kadının toplum içinde kimliğini nasıl sunduğu birçok araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Toplumdaki kadın temsilleri toplumun genel karakteristiği hakkında bilgi verirken toplumsal

süreçler içerisinde meydana gelen dönüşümleri irdelemek için de oldukça önemli olmaktadır. Beauvoir, kadını tanımlarken kullandığı “kadın doğulmaz, kadın olunur” söylemi feminist bakış açısının temelini oluştururken aynı zamanda kadın kimliğinin ve buna bağlı oluşturulan cinsiyet rollerinin doğuştan oluşmadığına toplumsal süreç içerisinde oluşturulup öğretildiğine dikkat çekmektedir (Kaylı, 2012, s. 21).

Tarihsel süreç içinde kadın kimliğine çeşitli anlamlar yüklenmiş, kadının toplumdaki işlevi, rolleri ve temsili günümüze gelinceye kadar farklılıklar göstermiştir. Özellikle ilkel toplumlardan bu yana süre gelen kadın ve erkek arasındaki iş bölümü, kadın ve erkek kimliklerinin şekillenmesine etki etmiştir. Ataerkil ve geleneksel toplumlarda kadının ev işleri erkeğin ise çalışma hayatı ile ilişkilendirilmesi ve bu yönde bir iş bölümünün gerçekleştirilmesi ile kadınlar içe dönük bir kimliğe bürünürken erkekler dışa dönük bir kimlik yapısına bürünmektedir (Demiray, 2012, s. 27). Sanayi devrimi ile birlikte çalışma hayatında daha çok yer bulabilen kadının toplumdaki yeri farklı bir boyuta ulaşmaya başlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte kimliklerini sorgulamaya başlayan kadınlar toplumsal yapı içinde daha söz sahibi bir konuma gelmiştir. Ancak toplumsal cinsiyet algılarının katı yönü itibari ile kadının iş hayatında söz sahibi olması geleneksel ve ataerkil toplumsal normların önüne geçememekte ve feminist yaklaşımların da öne sürdüğü gibi toplum tarafından belirlenen toplumsal cinsiyet rolleri kadın ve erkek kimlikleri arasındaki eşitsizlikleri doğurmaktadır.

Bourdieu’nun eril tahakküm kavramı, kadın kimliğinin toplum içinde nasıl yeniden üretilip devamlılığının sağlandığını anlamamız açısından oldukça önemlidir. Bourdieu’nun eril tahakküm kavramına göre, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliklerin aslında kadınların, toplumsal yapı içinde ikincil konuma itilen kimliklerini farkında olmadan eril tahakküme boyun eğerek birçok kez kadın kimliğinin toplum içinde geri planda kalmasına sebep olmaktadır (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 85-86). Burada en önemli nokta toplumun ve egemen sınıfların kadın kimliğinin geri planda bırakılmasını normalleştirmesidir. Bu normalleştirme sonucunda toplum tarafından içselleştirilen cinsel kimliklere yüklenen anlamlarla birlikte eril tahakküm tüm toplumsal düzenin işleyiş aşamalarında karşımıza çıkar. Bourdieu, bu normalleştirmeyi “kazanılmış eğilimler toplamı” diye tanımladığı *habitus* kavramı ile açıklamaktadır. Habitus kavramını toplumdaki kadın kimliği açısından düşündüğümüzde, kadın kimliğinin toplumsal cinsiyet kalıpları ve kültürel normlarla şekillendirilmesi ve bu şekilde ortaya

çıkan yeni kadın kimliğinin doğallaştırılarak sunulmasıyla kuşaklar boyunca toplumsallaşma süreci içinde aktarılması söz konusudur (Özsöz, 2007'den akt. Soner, 2012, s.57). Kadın kimliği bu aşamada bu süreçlerin işleminde ve devam etmesinde bir araç olarak görev görür ve Bourdieu'nun *sembolik iktidar* olarak adlandırdığı bu süreç, kültürel yapının biçimlenmesinde son derece önemlidir (Köse, 2016, s. 193). Bu süreç, Bourdieu'nun alan kavramının, burada kullanacağımız şekilde toplumsalın normalleştirilmiş davranışlarla ilişki içine girmesiyle birlikte toplumsal dönüşüm oluşmaya başlamaktadır. Foucault normalleştirme süreciyle ilgili, modern iktidarın toplum içinde bütün bireylere ulaşarak sistemin var olan unsurlarını devam ettirmek için bireylerden bilgi topladığını ve böylece onları denetimi altına aldığını söylemektedir (Afary ve Anderson, 2012, s. 31). Bu anlamda cinsiyet rollerini içselleştiren ve yaşamını ona göre kuran kadın, kendini tamamen iktidara teslim ederek hem daha kolay denetlenebilir hale gelmekte hem de istenildiği gibi şekillendirilmektedir.

Connell'in *hegemonik erkeklik* kavramı cinsiyet kimliklerini ve toplumdaki kadın kimliğini anlamak için irdelenmesi gereken kavramlardan biridir. Gramsci'nin hegemonya kavramını Connell, toplumsal yapı içinde kültürel süreçlerin işleminde cinsiyet kimliklerine yüklenen anlamların birçok şeyde üstünlük kurması olarak ele almaktadır. Özellikle kadın kimliğiyle ilişkilendirilen birçok rol, dinsel öğretilerden ev işlerine, medyadan mesleklere kadar birçok alana yayılarak bu anlamda bir hegemonya kurulmaktadır. Kurulan hegemonik erkeklik tüm gündelik yaşam pratikleri içinde az önce sayıldığı gibi birçok toplumsal kuruma yerleştirilerek yayılmaktadır. Kadının toplumda kimliğini inşa etme sürecinde var olan hegemonik erkeklik üstünlüğünden etkilenmesi kaçınılmazdır. Egemen güçler tarafından kurumsallaştırılan hegemonik erkeklik, en çok da medya aracılığı ile sürekli hale getirilmektedir. Toplumsal kadın erkek rollerinin kitlesel bir şekilde medya ile sunulması toplum tarafından içselleştirilmesi sağlanan toplumsal rollerin yerini sağlamlaştırmaktadır (Connell, 1998, s. 245-247).

Geleneksel toplumlarda kadın kimliğinin toplumsal cinsiyet eşitsizlikleriyle daha çok karşılaştığı söylenebilir. Modernleşme ile birlikte bu kez kadın kimliği, kültürel değişimi sağlamak yerine geleneğin taşıyıcısı olarak kurulmaktadır (Yuval-Davis, 2003, s. 122). Modernleşme sürecinde kimliğin ve kültürlerin kuruluşunda, kadın kimliği kültürel sembollerini taşıyan ve aktaran olarak geleneğe bağlı konumlandırılmaktadır.

Pamuk (2014, s. 83), modernleşmenin eril bir söylem üzerinden inşa edildiğini söylemektedir. Pamuk’a göre, geleneksel toplumdan modern topluma geçiş sürecinde bu değişimi yönlendiren yine geleneksel yapıdaki egemen eril düşünce sistemidir. Bu bağlamda, modernleşme sürecinde kadınlar bir araç olarak görüşmüştür. Bununla ilgili Varlı (2007, s. 39); “kadınlar değişimi şekillendirici, modernleşmenin öncüsü gibi bir güce sahip olmalarına rağmen, ikincil konumlarından kaynaklanan biçimde konuşma, dini pratikler, geleneksel öğeler gibi kültürel kimlik unsurlarını taşıyan, sürdüren ve öğreten konuma itilmişlerdir.” Böylece kadın kimliği gündelik yaşam içinde belirli ideolojilerle şekillendirilmeye başlanmıştır.

Kadın kimliği standart kalıplara oturtularak Althusser’in bireylerin kimliklerini var olan egemen kültüre uyumlu hale getirmeye çalışan ideoloji kavramının kültürel boyutu ile yeniden üretilmektedir (Belek, 2013, s. 18). İdeolojilerin öznelere yerleştirilerek adlandırılması ve çağırılması Althusser’in ideoloji kavramının en önemli noktasıdır. Özneler aracılığı ile yaşayan ideolojiler, öznelerin birbirlerini onaylaması ile toplumda kabul görerek varlığını sürekli hale getirmektedir. Kadın kimliğinin toplumsal yapı içinde kendini göstermesi çoğu zaman bu bahsedilen özne olarak nitelendirilip ortaya çıkarılmaktadır. İşte tam bu noktada, kadınlara özne niteliği kazandıran annelik kimliği ortaya çıkar. Toplum tarafından kutsal olarak nitelendirilen ve özne olarak belki de en çok kabul gören kimliklerden biri olan annelik ve daha geniş anlamda aile, gündelik yaşam pratikleri ile toplumun kültürel yapısından etkilendiği kadar toplumsal yapıyı da dönüştürme anlamında oldukça etkilidir (Belek, 2013, s. 19).

2.2.2.4.1 Kadının kimlik arayışında annelik

Toplumsal yapı içinde bir kimlik olarak düşünüldüğünde annelik, kimi zaman toplumsal cinsiyet rolü olarak kimi zamansa kültürel bir öğreti olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında annelik kavramı her iki durumu da içine alarak kadının toplumda kendi kimliğini sunmasında başvurduğu önemli bir kavramdır. Kadının cinsiyet rollerinden biri olarak düşünüldüğünde anneliğin de tıpkı cinsel kimlikler gibi doğuştan olmadığı, toplumsal yapı içinde çeşitli yollarla öğrenilerek yaşatıldığı kabul edilebilir.

Anne kimliğini ele almadan önce toplum için önemli kurumlardan biri olan aile olgusunu ele almak doğru olacaktır. Aile çeşitli bakış açılarına göre farklı anlamlarla algılanmaktadır. Connell'e göre aile, geleneksel toplumlarda "toplumun temeli" olarak görülmektedir, geleneksel sosyoloji ise aileyi toplumsal kurumların en basiti aynı zamanda en karmaşık olanı olarak ele almaktadır (Connell, 1998, s. 167). Aile, kültürün aktarıcısı ve toplumsal cinsiyet rollerinin toplumda öğrenilmeye başlandığı yer olarak ayrı bir önem kazanmaktadır. Castells'e göre, çağdaş toplumların aile yapılarında da görülen ataerkillik, aileden başlayarak tüm sosyal süreçlerde, insan ilişkilerinde, kimliğin inşasında, toplumun her alanında kültürel dönüşümlere neden olmaktadır (Castells, 2006, s. 251). Her ne kadar modernleşme ile birlikte geleneksel aile yapısında dönüşmeler olsa da modernleşmenin eril bir söylem ile şekillendirilmesi kadının aile içi rollerinden biri olan annelik kimliğini de bu söyleme bağımlı olarak biçimlendirmektedir.

Simone de Beauvoir, anneliğin ideolojiler tarafından şekillendirilmesini eleştirmektedir. Beauvoir'a göre, "kadın bedensel yazgısını analıkla tamamlar; vücut yapısı bütünüyle insan türünün devamına dönük olduğundan, 'doğal' görevidir analık." (Beauvoir, 1981, s. 130). Beauvoir, toplumlardaki genel kanıya göre yaptığı bu annelik tanımları ile anneliğin egemen ideolojilerce kadına zorunlu bir görevmiş gibi dayatılmasını eleştirmektedir. Ayrıca Beauvoir, kadının "anne olarak kendisini dünyaya getirenin yerini aldığını" söylemektedir (Beauvoir, 1981, s. 146). Bu söylem kültürel açıdan ele alındığında, annelik rolünün aile içinde aktarımı toplumsal cinsiyetin öğrenilmesinde sosyal rol yaklaşımında belirtildiği gibi kadının daha çocukken kendi annesinde gördüğü cinsiyet rollerini içselleştirip kendi anneliğinde bunları tekrarlamaıyla birlikte bu süreç sosyal yapı içinde kendini sürekli tekrar ederek devamlılık göstermektedir.

Elisabeth Badinter, Annelik Sevgisi isimli eserinde aslında sadece insani bir duygu olan anneliğin toplumun egemen değerlerine göre nasıl toplumsal bir kimliğe dönüştüğünden bahsetmektedir. Her kültüre ve değere göre annelik modelleri farklılık göstermektedir. Gündelik yaşamda anneliğin inşasında zihniyetlerin ve zamanın değişimi oldukça etkilidir. Bazı toplumlarda kadınların anneliğe olumsuz yaklaşımları o toplumun annelik kimliğine değer vermemesi ve bir görev olarak gerçekleştirilmesi zorunlu hale getirilmesinden kaynaklanmaktadır. Kadının toplumda sadece annelik

kimliği ile kendini gerçekleştirebileceği baskısı kadını annelik fikrinden uzaklaştırmaktadır. Bazı toplumlarda ise annelik toplum tarafından ödüllendirilen bir statü olmaya başlamış ve özellikle dinin etkisiyle iyi annelik kutsal kadınlık olarak görülmeye başlamıştır. Anneliğe yüklenen anlamların toplumdan topluma bu kadar değişkenlik göstermesinde başat rol kültürel yapıdır (Badinter, 1992, s. 75-77). Badinter (1992, s. 115), annelik algısındaki ve söylemlerdeki bu değişikliği şu şekilde açıklamaktadır:

1760'dan sonra, annelere çocuklarıyla bizzat ilgilenmeleri ve emzirmelerini emreden yayınlar artıyor. Kadının her şeyden önce anne olma yükümlülüğü getirilirken iki yüz yıl sonra hala canlılığını koruyabilen bir efsane yaratıldı: Annelik içgüdü. 18. yüzyılın sonunda annelik sevgisi yeni bir kavram olarak ele alınıyordu. Daha önceki iki yüzyıla nazaran yeni olan, annelik sevgisinin türe topluma yararlı, aynı zamanda doğal ve toplumsal bir değer olarak yüceltilmesidir. Bu sinik gözlemciler uzun vadede bunda ticari bir değer göreceklerdir.

Toplumsallaşma süreci içinde anneliği dönüştüren ideolojiler bulunmaktadır. Dönüşümü gerçekleştiren ideoloji, her ne kadar anneliği değiştirse de kültürel öğelere bağımlı standart bir annelik her zaman varlığını korumaktadır. Ferguson, ideolojinin ilk olarak anneliği ahlaki bir çerçeveye oturtmaya çalıştığından bahsetmektedir (Ferguson, 1983, s. 168'den akt. Kazak, 2009, s. 20). Ahlaki çerçeveye oturtulmuş annelik ile birlikte kadınların toplum içinde üstün statüye yerleştirilmesi ideolojiler için toplumu şekillendirme hedefine ulaşmada ilk adımdır.

Rothman, anneliği şekillendiren ideolojileri şu şekilde sıralamaktadır: kapitalizm, teknoloji ve patriyarka. Patriyarka, sosyal yapı içinde erkeklerin kadın emeklerinin üzerinde kurduğu egemenliği vurgulamaktadır. Teknoloji ise; hamilelik, doğum gibi süreçlerde anneliğe müdahale etmektedir. Teknoloji ile birlikte, annelik kadın bedeninde bir üretim olarak karşımıza çıkmaktadır. Kapitalizm ise, patriyarka ve teknolojiyi etkileyen en önemli unsur olarak gösterilmektedir. Bu üç ideoloji de birbiriyle etkileşim halinde anneliği belirli kalıplara sokarak dönüştürmektedir.

Toplumsal cinsiyet bağlamında anneliğin eleştirisini yapan Gittins, belirlenen kalıpların dışına çıkan annelik davranışlarının, örneğin evlilik dışı çocuk sahibi olma,

toplum tarafından dışlanmasından yola çıkarak anneliğin biyolojik değil sosyal bir kavram olduğunu savunmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri bakımından kız çocuklarına küçük yaşlardan itibaren kadınlığa anne olarak ulaşabilecekleri algısının yaratılmasıyla en büyük amacı anne olmak olan kadınlar yetiştirilmektedir. Anne olarak hakiki amacına ulaştığını düşünen kadın için toplumdaki statüsü belirlenmiş, kimliği gerçekleşmiş olmaktadır (Gittins, 2012, s. 95-96). Ayrıca Gittins, toplum tarafından kurulan annelik baskısını şu şekilde açıklamaktadır; “Çocuk sahibi olmak aile ile ilgili kültürel değerlerle o kadar yakından ilişkilidir ki yalnızca çocuk sahibi olununca aile kurulabileceği algısı yaratılmaktadır. Siyasi, ekonomik dürtüler, yalnız kalma korkusu, ‘normal’ kabul edilme ihtiyacı gibi patriarkal değerlerin hepsi anne olmak için sebeplerdir” (Gittins, 2012, s. 109).

Anneliğin tarihsel süreç içindeki gelişimini sıralayan Badinter, 18. yüzyıla kadar çocuğa değer verilmediğini, teolojik etkilerle çocuğun günahkar olarak kabul edildiğini belirtmektedir. Bu yüzyıla kadar çocukla birlikte anneliğin de değersiz görülmesi aile kurumunda sadece babayı ön plana çıkarmaktaydı (Badinter, 1992, s. 42-43). 18. yüzyılda kadınların ekonomik anlamda güç elde etmeye başlamasıyla ‘yeni annelik’ kavramı ortaya çıkmaya başlamıştır. Yeni annelikte hem annenin hem çocuğun özgürleşmesi söz konusu olmuştur. Yeni anneler artık yalnızca kendi çocuklarıyla ilgilenmeye başlamış toplumsaldan ziyade daha bireysel bir annelik imajı sergilenmeye başlanmıştır. Bu zaman kadar kendi çocuğundan başka çocukları da emzirme görevi üstlenmiş olan anne artık sadece kendi çocuğunu emzirerek özgürlüğünü kendi ailesi içinde ilan etmiştir. 19. yüzyıla gelindiğinde bu defa özgürleşme çocuk için de yaşanmaya başlamış, çocuk ve anne arasında daha çok temasa dayalı bir sevgi ortaya çıkmaya başlamıştır. Annenin çocuğuyla oynamaya başlaması, annenin çocuğun yalnızca bakımını üstlenen görevini genişleterek eğitici özelliğini de ön plana çıkarmıştır ve modern anne oluşmaya başlamıştır. 70’lerle birlikte doğum kontrol yöntemlerinin yaygınlaşması kadına annelik konusunda özgür iradesiyle karar verme hakkı vermiştir. Kadının kendi seçimiyle anne olması anneliğe bakış açısını büyük ölçüde değiştirmiştir. 80’li yıllara gelindiğinde ise, egemen ideolojilerle annelik yine popüler bir kavram olarak gündeme getirilmeye başlanmıştır (Badinter, 1992, s. 161-166).

Günümüze gelindiğinde, feminist hareketlerin de etkisiyle annelik farklı açılardan değerlendirilmeye ve sorgulanmaya başlamıştır. Radikal feminizm, üreme teknolojilerinin erkek egemen toplum yapısına karşı çıkılması için bir yol olarak görmekteydi fakat teknolojinin bu anlamda gelişmesiyle her kadının anne olmasının daha da kolaylaşması savunulan düşüncenin tam tersi bir durumun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Türkdoğan, 2013, s. 44). Teknoloji bu bağlamda ataerkil toplum düzenine hizmet eder hale gelmiştir. Teknolojinin yanı sıra günümüz toplumlarında kapitalizm, kitle iletişim araçları, modernleşme süreci, popüler kültür gibi birçok etmen anneliği dönüştürmeye devam etmektedir.

Türkiye’de annelik kimliğinin gelişimine bakıldığında, her toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da aile toplumsal işlevleri ve kültürü yansıtıcı özelliği ile önemli kurumlardan biridir. Ataerkil bir yapıya sahip olan Türk toplumunda kadının konumunu kültürel etkenler ortaya koymaktadır. Kültürün ve geleneklerin etkisiyle arka planda kalan Türk kadını, tarih boyunca geleneksel cinsiyet rollerine itilerek çalışma hayatından ziyade ev işleri ve annelik kimliği ile özdeşleştirilmiştir (Demiray, 2012, s. 39).

Sanayi devrimine kadar aile, üretimin başrolünde olduğu için oldukça önemliydi. Aile içinde iş bölümü üretimin arttırılmasına yönelik olduğundan kadının annelik ve ev işlerindeki özverisi önem verilen bir konuydu (Sancar, 2013, s. 39). Sanayi devrimi ile gerçekleşen kentleşme, aile yapısında büyük değişikliklere yol açmıştır. Çekirdek aile olarak tanımlanan az çocuklu aile tipi kadının iş hayatına girmesiyle oluşmaya başlamış modern aile yapısı oluşturulmuştur.

Modern düşüncenin temelinde yatan kadın ve erkek olmanın ortaya çıkardığı farklılıkları toplumsal özelliklere bağlayarak normalleştirme eğilimi Türk toplumunda aileyi dönüştürmektedir (Sancar, 2012, s. 23). Sancar’a göre, Türkiye’de endüstrileşme sürecinde kadınlar aile ve çalışma hayatı arasında sıkışıp kalmış ve bu durum annelik rollerinde değişiklikler yaşanmasına ve işgücü piyasalarında cinsiyetçi politikaların görülmesine neden olmuştur (Sancar, 2012, s. 32-33).

Sancar, Türk modernleşmesindeki aşamaları anlamak adına ‘aile odaklı modernleşme’ anlayışının incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Sancar, “erkeklerin modern bir ulus-devlet, kadınların da modern aileler kurarak” modernleşme süreçlerine katkıda bulunduklarından bahsetmektedir. Bu bağlamda Türk modernleşmesinde aile

yapısında öncü olarak görülen kadınlardan modern annelik kimliği oluşturmaları, modern çocuklar yetiştirmeleri ve böylece modern gündelik yaşama ayak uydurmaları beklenmiştir. Ancak, modern aile yapısının inşa edilmeye başlanmasıyla, modernleşmenin bir etkisi olarak aile yapısında çözümler yaşanmaya başlanmış toplumsal yapı içinde birbiriyle bütün olan alanların ayrışması gerçekleşmiştir. İnsan yaşamı, aile ve toplumsal yaşam olarak ikiye bölünmüş ve Türk toplumunda aile yapısı annenin ve çocuğun doğal ortamı olarak tanımlanarak güç ve egemenlik alanlarının dışında bırakılmıştır. Aile üzerinden gerçekleştirilen bu modernlik ideolojisinde, saf dışı bırakılan aile kurumu ve buna dahil olarak kadın ve çocuklar, yeni bir toplum inşa etmek için en elverişli ortamlar haline getirilmeye başlanmıştır (Sancar, 2012, s. 194-198).

Modernleşme düşüncesinin özünde yatan bireysellik fikri, kadının çocuğa sahip olma ve ona bağlı kalması adına bağımsızlığını tam anlamıyla gerçekleştiremeyeceğinden annelik rolüyle örtüşmemektedir (Bora, 1998, s. 12). Ayrıca Türk toplumunda geleneklerin ve dinin aile yapısını şekillendirmede rolü oldukça büyüktür. Kalaycıoğlu bu durumla ilgili şunları söylemektedir; “İslam’a dayalı inanç ve gelenekler, toplumsal cinsiyet rollerinin tanımlanmasında hukuki, sosyal ve siyasal alandaki reformlara rağmen, hem kır hem kent sosyal yaşamında çok güçlüdür ve kadının kamu alanındaki yaşamı, tavır ve tutumlarını kısıtlamaktadır” (Kalaycıoğlu, 2000, s. 29-30’dan akt. Uğurlu, 2003, s. 61). Türkiye’de geleneksel yapının güçlü olması ve dini temelli bir ülke olmasıyla ailede, toplumda ve ekonomide ataerkil hakimiyetin görülmesi kaçınılmazdır. Ancak Türk toplumunda gizli bir anaerkil sistemin olduğu söylenebilir. Aile içinde annenin sahip olduğu roller ve çocuk bakımında aile içinde kurduğu üstünlük ile kadın anne kimliğini erkek karşısında üstün duruma getirmiştir (Sancar, 2013, s. 57).

Türkiye’de modernleşme sürecinde özellikle Cumhuriyet döneminde kadınlar modern ve geleneksel olarak ayrılmaya başlamıştır. Modern kadınlar, bireysel özgürleşmelerini toplumsal rollerini yerine getirerek gerçekleştireceğini düşünmekte, çocuklarının da eğitim gibi ihtiyaçlarının yerine getirilerek özgürleşeceğini düşünmekteydiler. Böylece çocuğun yetiştirilmesinde öncelikli olarak eğitime önem verilmeye başlanmıştır. Geleneksel kadınlar ise, toplumsal cinsiyetin dayattığı iş bölümünün etkisi altında kalmışlardır ancak geleneksel kadınlar da toplumsal yapı

içinde kendilerini sadece aileleriyle tanımlamayarak iş bölümünün kusurlu yanlarını sorgusuz bir şekilde kabul etmemektedirler (Uğurlu, 2003, s. 63). Bunda modernleşme düşüncesinin yaydığı bireyselliği ön plana çıkaran söylemlerin etkisi büyüktür.

Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan kültürel etkileşimle kapitalizmin ve medyanın annelik pratiklerini yansıttı biçimlerinde de farklılıklar ortaya çıkmıştır. Annelik artık standart kalıpların dışına çıkarılarak eğitimle özdeşleştirilen bir kimlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuğun bilinçli olarak dünyaya getirilişi, batılı politikaların etkisi, küreselleşme, postmodernite gibi etkilerle çocuk merkezli bir kültür yaratılmaktadır. Bu oluşturulan yeni annelik ideolojisi, anneliği popülerleştirerek ideal anneliğin geleneksel pratiklerin dışında eğitim ile oluşturulabileceği vurgusunu yapmaktadır (Işık, 2015, s. 48).

Küreselleşmeyle birlikte Türkiye’de, anneliğin kısmen de olsa dönüşümüne neden olmuştur. Kısmen olmasının nedeni olarak Işık (2015, s. 49-50), özellikle “eğitimde eşitsizliğin halen devam ediyor olması, nüfus artışını destekleyen siyasal politikalar, kadının çalışma hayatında erkeklere oranla daha az yer alıyor olması ve cinsiyet rollerinin baskın bir şekilde görülüyor” olmasının Türk toplumunda anneliğin tamamen olmasa da bazı yönlerinde değişimler yaşanmaya başladığını vurgulamaktadır.

Türkiye’de yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren batılı değerlerin benimsenmeye çalışılmasıyla kendini gösteren aile yapısındaki modernleşme günümüz koşullarında küreselleşmeyle birlikte çok daha farklı bir boyut kazanmıştır. Popüler kültürün yaygınlaşmasıyla birlikte bakış açılarında değişimler yaşanarak ebeveynliğin ve aile yapısının bireyselliği ortadan kaldırması bireyler tarafından özgürlüklerinin kısıtlanması olarak görülmeye başlanmıştır. Böylece annelik kadının dünyasında geri plana atılmaya başlanmıştır. Ancak geleneklerin etkili olmaya devam ettiği Türk toplumunda annelik ve aile önemli bir kültürel değer olarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir (Turgut, 2010, s. 32).

“Türkiye’de yaşayan ailelerin sahip olduğu değerler sistemini” araştırmak için 2010 yılında Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü tarafından yapılan *Türkiye’de Aile Değerleri Araştırması*, Türk aile yapısı içinde kadının rollerini ve Türk anne kimliğinin değerlerini görebilmemiz adına önemli araştırmalardan biridir. Araştırmanın ‘kadın rolleri’ ile ilgili olan bölümünde kadının ev içi rollerini anlamak

adına “Bir kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir” ifadesine araştırmaya katılanların %50,8’i desteklemektedir. Desteklemeyen katılımcı oranı ise %31,3’tür.

Tablo 1. *Bir Kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir İfadesine Katılım Düzeyleri (Turgut, 2010, s. 98).*

	Frekans	Yüzde
Tamamen katılıyor	1027	17,0
Katılıyor	2037	33,8
Ne katılıyor ne katılmıyor	1084	18,0
Katılmıyor	1356	22,5
Hiç katılmıyor	531	8,8
TOPLAM	6035	100,0

(Kaynak: Turgut, 2010, s. 98)

Araştırmanın sonucuna göre araştırmaya katılanların bu konudaki görüşlerinin heterojen bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Ayrıca araştırılan bu ifade, katılımcıların sosyodemografik özelliklerine göre incelendiğinde, yaş kategorisinde yaş değerinin yükseldikçe ifadeye katılanların oranı yükselmektedir. Ancak eğitim seviyesi yükseldikçe de ifadeye katılmayanların sayısı artmaktadır:

Tablo 2. *Bir Kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir İfadesine Katılım Düzeyinin Sosyodemografik Özelliklere Göre Dağılımı (Turgut, 2010, s. 99).*

	Tamamen katılıyor	Katılıyor	Ne katılıyor ne katılmıyor	Katılmıyor	Hiç katılmıyor
CİNSİYET			X²= 34,41	Sd= 4	P= 0,001
Kadın	15,5	32,4	17,6	24,6	10,0
Erkek	18,6	35,1	18,4	20,3	7,6
YAŞ			X²= 68,75	Sd= 16	P= 0,001
18-24 arası	16,3	31,8	17,6	24,4	9,8
25-34 arası	15,6	31,1	19,2	25,8	8,4
35-44 arası	15,2	36,4	18,0	21,6	8,7
45-54 arası	16,7	34,2	16,6	21,7	10,9
55 +	22,5	35,9	17,6	17,3	6,7
EĞİTİM			X²= 330,49	Sd= 16	P= 0,001
Eğitimsiz	26,0	44,4	14,0	11,0	4,5
İlkokul	19,8	38,7	16,8	18,6	6,1
Ortaokul	15,7	33,5	19,6	23,6	7,6
Lise	14,2	29,7	19,4	25,9	10,8
Üniversite	10,8	22,9	19,5	31,7	15,2

(Kaynak: Turgut, 2010, s. 99)

“Bir Kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir” ifadesi ayrıca kır ve kent ayrımında incelenmiş ve Türkiye’de bölgeler arasında ifadeye katılım düzeylerinde farklılıklar olduğu görülmüştür. Kırdaki yaşayanların kadının geleneksel rolünü ön plana çıkaran düşünce yapısına sahip olduğu görülmektedir. Kentte yaşayanların ise ifadeye katılım oranları düşüktür:

Tablo 3. *Bir Kadının Asıl Görevi Çocuk Bakımı ve Ev İşleridir İfadesine Katılım Düzeyinin Bölgelere Göre Dağılımı*

BÖLGE			$\chi^2= 354,40$	$Sd= 44$	$P= 0,001$
İstanbul	17,2	32,4	18,8	19,8	11,8
Batı Marmara	11,3	28,3	12,2	35,2	13,0
Ege	11,4	28,1	20,8	25,0	14,6
Doğu Marmara	11,3	31,4	24,7	28,1	4,5
Batı Anadolu	18,7	32,5	19,9	22,1	6,8
Akdeniz	18,1	39,0	16,0	20,9	6,0
Orta Anadolu	19,9	39,5	15,7	22,7	2,1
Batı Karadeniz	22,6	34,5	12,8	24,7	5,4
Doğu Karadeniz	6,7	19,3	14,3	45,4	14,3
Kuzeydoğu Anadolu	35,3	36,1	13,4	11,8	3,4
Ortadoğu Anadolu	17,6	39,3	12,7	22,8	7,5
Güneydoğu Anadolu	22,2	42,8	16,0	13,3	5,7

(Kaynak: Turgut, 2010, s. 99)

Bu sonuçlara göre, Türk toplumunda kadınların çocuk bakımı ve ev içi rollerinin giderek değerini kaybetmeye başladığı görülmektedir. Geleneksel annelik anlayışının kaybolmaya başlamasıyla modern annelik kimliğinin inşası yeni nesil anneler ile birlikte giderek yaygın bir şekilde gerçekleşmeye başlamıştır.

Küreselleşmenin batılı anlamda Türk toplumunu dönüştürmeye başlamasıyla, çocuk merkezli aile yapısı ortaya çıkmaya başlamıştır. Ebeveynlik anlayışındaki bu yeni görüş, geleneksel toplum yapısında işgücü olarak kullanılan çocuğun modern toplumda hane içindeki tüketiciye dönüşmesi gerçekleşmektedir. Işık'a göre bu durumla birlikte, ebeveynlik tüketim kültürünün alanına girerek çocukların tüketim ihtiyaçlarını gidermekle görevli bir olguya dönüşmüştür (Işık, 2015, s. 55). Geç kapitalizmin kültürel öğretisi olan çocuk merkezlilik ile birlikte Türk aile yapısında birçok kriz yaşanmaya başlamıştır. Bir taraftan geleneksel alt yapıya sahip olan öte yandan da modernleşme ile birlikte ebeveynliğe yüklenen 'eğitilmiş, bilinçli ebeveyn olma' görevi ile özellikle anne kimliği kültürel bir karmaşa içine girmiştir. Eğitilmiş annelik toplumsal alanda yeni bir statü olarak keşfedilmiş, özellikle medya aracılığı ile anneliği uzmanlaşma alanı olarak

gören ve ideal anneyi bu uzmanlaşmaya göre belirleyen söylemler yer almaya başlamıştır.

2.3. Toplumsal Yapı İçinde Benlik Sunumları

Araştırmanın bu bölümünde, ileriki kısımlarda incelenecek olan annelerin sosyal medya ortamlarındaki benlik sunumlarını daha iyi anlamlandırabilmek adına öncelikle benlik kavramı açıklanarak daha sonra Goffman'ın benlik sunum yaklaşımı çerçevesinde toplumsal yapı içinde benliğin sunulma biçimleri incelenecektir.

Gordon Marshall Sosyoloji Sözlüğü (2005, s. 63) isimli eserinde benlik kavramının “insanların kendilerini, kendi düşüncelerinin nesneleri olarak ele almalarına olanak tanıyan, yansımali ve düşünümsel becerilerinin” altını çizdiğini vurgulamaktadır.

Psikoloji alanında benliğin tanımını yapan James'e göre, benlik kişinin kendisini nasıl tanımladığıyla ilgilidir. James benliği iki boyutta inceleyerek *bilen benlik* ve *bilinen benlik* kavramlarını oluşturmuştur. James'e göre bilen benlik, kişinin kendini nasıl tanımladığıysa bilinen benlik de bu tanımlamanın toplum içinde nasıl görüldüğüyle ilgilidir (Özen ve Gülaçtı, 2010, s. 22-23).

Toplumsal yapı içinde kişilerin kendi tanımlamalarının diğer kişiler tarafından algılanmasıyla benlik bilinir hale gelmektedir. Bu noktadan itibaren toplumun bilinen benliğe karşı verdiği tepkiler kişiye yansır ve kişi bu tepkileri alarak kendisi hakkında bir değerlendirme yapar. Böylece benliğin algılanma süreci tamamlanarak kişi hem kendisi hakkında hem de toplum içinde diğer kişiler tarafından nasıl konumlandırıldığı hakkında bilgi sahibi olur. Tüm bu süreç içerisinde kişinin kendi benliğini nasıl sunduğu kadar çevresinin bu davranışları nasıl değerlendirdiği de önemlidir (Özen ve Gülaçtı, 2010, s. 23).

Benlikle ilgili önemli açıklamalar yapan Mead, benliğin doğuştan olmadığını vurgulayarak benliğin zamanla toplumsal etkileşim süreciyle ortaya çıktığını söylemektedir. Yani benlik, bireyin toplumsal ilişkilerinin bir sonucudur ve öğrenilmiş bir olgudur. Mead, bireylerin benliğini diğer kişilerden aldığı tepkilerle algılamasıyla ilgili şunları söylemektedir:

Birey kendini doğrudan değil sadece dolaylı olarak, aynı toplumsal grubun diğer üyelerinin bakış açısından veya bir bütün olarak ait olduğu toplumsal grubun genel bakış açısından algılar ve kişi kendisi için bir nesne haline sadece (kendisi ve ilgili diğerlerinin ilişkili oldukları) toplumsal bir deneyim ve davranış ortamı veya bağlamı içindeki diğerlerinin kendisine ilişkin tutumlarını dikkate alarak gelir (Mead, 1934, s. 135'den akt. Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 490).

Mead'e göre kişiler toplumsal ilişkilerinde belirli roller alarak benlik imgeleri üretirler. Bireyler toplumsal ilişkilerinden elde ettikleri deneyimlerle benlik davranışlarını sergilerler. Mead, kişinin benliğine ilişkin davranışlarındaki tutumları tam ve birleşik benlik olarak ikiye ayırmaktadır. Tam benlik, kişinin benliğinin toplumsal süreç içerisinde bu sürecin bir yansıması olarak temel benliklerin tam benliği meydana getirmesi olarak tanımlanmaktadır. Kişiler tam benliği tutarlı bir şekilde oluştursalar da benlik davranışlarını sergilerken tutarlılık sağlamayabilirler. Bireyler koşullara göre, toplum içinde benliklerinin farklı yönlerini farklı şekillerde sunmaktadırlar (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 491).

Mead, benliğin evrelerini açıklamak için benliği ferdi ben ve sosyal ben olarak iki ayrı şekilde incelemektedir. Bireyin toplumdaki diğer bireylerin davranışlarına göre oluşturduğu benlik imgesi 'sosyal ben'i oluşturmaktadır. Sosyal ben, toplumdaki bireylerin kültürel yapıları hakkında bilgi vermektedir ve bireyin çevresinden etkilenecek benliğini oluşturmasıyla oluşmaktadır. Ferdi ben ise, bireyin davranışlarının somut bir şekilde sergilenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Kısacası, ferdi ben bireyin toplum içindeki benlik davranışlarıysa sosyal ben, bu davranışlara alınan tepkilerdir. Benliğin evreleri, "insanların eylemde bulunması, kendilerini nesneler olarak görmeleri, eylemlerinin sonuçlarını değerlendirmeleri, eylemlerine diğer kişilerden alınan tepkilerin yorumlanması ve bu tepkilerle bir sonraki adımda nasıl davranmaları gerektiğine karar vermeleri" süreçlerini içermektedir (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 492).

Mead, toplumun bireyler arasındaki benlik davranışlarının ilişkisi sonucunda oluştuğunu söylemektedir. Mead ve Durkheim toplumun bütünleşmesine sembolik olarak bakmaktadırlar. Durkheim topluma kültürel ve toplumsal temelden bakarken Mead, benlik ve zihin temelli bakmaktadır. Mead'e göre toplumun yapı taşı; zihin,

benlik ve bireylerin rol alma davranışlarıdır. Kısacası benlik, toplumsal bir üründür ve bireyin içinde bulunduğu toplum yapısına uyum sağlamaya çalışması sonucunda ortaya çıkmaktadır (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 500-501).

Benlik ile ilgili önemli çalışmaları olan bir diğer isim ise Giddens'dır. Giddens, benlik kavramını gündelik yaşam pratikleri içinde değerlendirirken modernite ile olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Giddens'ın benliği modernite ile ilişkili olarak incelemesi modernitenin toplumsal hayatı değiştirmesinin yanında bireysel hayatları ve benlikleri de değiştirmesidir. Giddens benliği çoğu zaman bireysel kimlik ile ilişkili olarak ele almaktadır.

Giddens'a göre bireyler benliklerini güven duygusu çerçevesinde şekillendirdikleri nesneler dünyası içinde anlamlandırmaktadırlar (Giddens, 2010, s. 65). Giddens'a göre, "benliğin kimliği, genel bir olgu olarak benliğin aksine, refleksif farkındalığı gerektirir. Bu kimlik bireyin 'kendinin bilincinde olma' anlamında bilincinde olduğu şeydir" (Giddens, 2010, s. 74). Yani bireysel kimlik, bireyin dönüşümlü olarak benliğini toplumsal hayat içinde yaratması ve bunu devamlı hale getirmesiyle ortaya çıkan davranışlardır.

Giddens, her toplumun kişileri algılamada kendi kültüründen etkilendiğini vurgulayarak Mead'in tanımında da bulunan 'ben' kavramının kültürün karakteristik özelliklerini yansıttığını ve bu farklılığın bireydeki refleksif algının temelini oluşturduğunu söylemektedir. Ayrıca Giddens, bireysel kimliğin doğasında bireyin kendini sunma davranışındaki kırılganlıktan kaynaklanan bir sorun olduğunu belirtmektedir. Bireylerin kendilerini sunma davranışları öznel olduğu sürece devamlılık sağlayabilmektedir. Birey toplumsal ilişkilerinde tamamen kurgusal bir benlikle var olamaz, çünkü bireysel kimlik duygusu güvenle doğru orantıda kendini gösterebilmektedir. Giddens, benliği modernite ile birlikte ele alırken asıl vurgulamak istediği nokta modern çağ ile birlikte ortaya çıkan bireysellik anlayışıdır. Moderniteden önce bireyin sosyal statüsü ve kimliği sabit ve toplumsal yaşam içinde pasif bir konumdaydı. Modernleşmeyle birlikte gelişen bireysellik olgusuyla benliği anlamlandırma daha etkili bir şekilde kendini göstermektedir (Giddens, 2010, 75-77).

Giddens'a göre benlik bireyin "olduğu ya da olmadığı şey değil, bizzat kendisinin yaptığı bir şeydir." Kişiler toplumsal yapı içinde birçok etkileyici unsurla karşı karşıya kalsa da kendini gerçekleştirme noktasında özgürdür. Burada kendini gerçekleştirme

olarak geçen bireyin toplum içinde kendini sunma davranışları, fırsatlar ve riskler arasında gidip gelmektedir. Bireyler standart davranış kalıplarından uzaklaştıklarında risklerle karşılaşabilmektedirler. Ancak bu durumun tam tersi olarak davranış kalıplarının değiştirilmesi olumlu sonuçlanıp fırsata da dönüşebilir. Kendini gerçekleştirme davranışlarının bir başka önemli konusu da ahlaki boyutudur. Ahlaki boyutla kastedilen bireyin benlik sunumunda sahiciliğin esas olmasıdır. Sahicilik bireyin sadece yakın çevresiyle sınırlı kalmamalı tüm toplumsal ilişki süreçlerinde olmalıdır. Toplumsal yaşam ortamı bireyin benliğini inşa ettiği yer olarak kişiler arası etkileşime açıktır ve bu anlamda ahlaki açıdan uygunluğu gerektirir (Giddens, 2010, s. 105-108).

Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* isimli eserinde tiyatroya benzettği toplumsal yaşam içinde bireylerin bu tiyatronun oyuncularını olduklarını ve farklı rollere girerek performans sergilediğinden bahsetmektedir. Goffman'a göre kişiler oyuncular, sergiledikleri davranışlar rolleri ve performansları, performansını sergilediği yer olarak toplumsal yapı da tiyatro sahnesidir. Goffman'a göre, birey toplumsal ilişkilerinde kendini ifade ederek iki farklı algı oluşturmaktadır: verdiği izlenin ve yaydığı izlenim. Bireyin verdiği izlenimde, bireyin sözlü simgelerle vermek istediği anlamları içermektedir. Yaydığı izlenim ise, bireyin davranışlarını sergilediği aşamada çevresindekilerce beklenti içine girilerek davranışına yüklenen anlamları içermektedir. Diğer bireylerin bu beklentisi gözlemledikleri davranışın verdiği izlenimden çok daha farklı anlamlara gelebilme ihtimalinin olmasıdır (Goffman, 2009, s. 19).

Goffman toplumsal rolü, “belli bir statüye bağlı hak ve görevlerin yerine getirilmesi olarak” tanımlamakta ve bu rolün çeşitli kısımlardan oluştuğunu söylemektedir. Birey rolünün farklı yönlerini toplum içinde aynı seyirciler önünde farklı şekillerde sahneleyebilmektedir (Goffman, 2009, s. 28).

Goffman'a göre benlikler, bireylere bağlı bir şekilde gerçekleşen toplumsal süreçlerdir. Goffman'ın dramaturjik yaklaşımına göre, kişiler canlandırdıkları rollere izleyicilerin inanmasını beklemektedir. Buna bağlı olarak “kişinin performansını ve sergilediği gösteriyi başkaları için yaptığı” gerçeği oluşmaktadır. Bu durumda kişinin başkaları için sergilediği davranışlar kendisiyle çelişki içine girse de kişi rolüne kendini kaptırarak oynadığı role inanması mümkündür (Goffman, 2009, s. 29). Bu noktada sunulan davranışın gerçekliği ile ilgili iki kavram ortaya çıkmaktadır. Bunlar; bölge

davranışı ve izleyici ayrımıdır. Birey farklı izleyiciler karşısında yaratmak istediği izlenimin dışına çıkmamak için davranışının bazı yönlerini gizleyebilmektedir. Bu durumda davranışlarının duruma göre farklılaşması bölge davranışı olarak adlandırılmaktadır. Kişinin farklı izleyicilere karşı oynadığı farklı rolleri bulunmaktadır. Kişi her defasında oynadığı farklı rollerinin farklı izleyicilerle buluşmasını sağlar. Bu durum da izleyici ayrımı olarak adlandırılmaktadır (Tseelon, 2002, 63-64).

Goffman kişilerin sergiledikleri performanslardan bahsederken kullandığı önemli kavramlarından biri de vitrin kavramıdır. Vitrin, kişinin performansını sergilerken kullandığı standart öğelerden oluşan donanımlardır. Kişi vitrinini bilinçli ya da bilinçsiz olarak çeşitli öğelerle donatabilmektedir. Kişinin performansını sergilediği an çevresine yaydığı toplumsal statüsünü ifade eden öğeler kişinin o anlık görünüşünü oluşturmaktadır. Görünüşünün yanı sıra kişi yani oyuncu, gerçekleştirmeyi beklediği rol hakkında çevresindekilere belirli uyarıcılar yollamaktadır. Bu uyarıcılar kişinin tutumunu oluşturmaktadır ve çevresindekilerin davranışı anlamlandırmasında oldukça etkili olmaktadır. Ayrıca görünüşle tutumun arasında bir tutarlılık olması beklenmektedir (Goffman, 2009, s. 35).

Gündelik yaşamda benliğin sunumunda bireyler için önemli olan konulardan biri de sergilediği davranışın toplum tarafından kabul görmesidir. Goffman'a göre bireyler benlik sunumlarını idealize ederek, performanslarını bağlı bulundukları toplumun değer yargılarına göre şekillendirmektedirler. Bu şekilde toplumsallaştırılan performans, bulunduğu toplumun ortak değerlerini ön plana çıkarmaktadır. Bireyler performanslarının ideale uymadığını düşündüklerinde uyumsuz davranışları gizleme yoluna giderler. Birey, benliğinin gerçek yönünden ziyade kendisinden beklenen yönlerini sunma taraftarıdır. Bu durum bireyin gerçek davranışlarını gizleyeceğinden birey hakkında olduğundan farklı bakış açılarının gelişmesine neden olmaktadır (Goffman, 2009, s. 45-52).

Goffman'a göre; toplumsal kurum, “belli türde faaliyetin düzenli olarak gerçekleştiği, algıyı kısıtlayan sabit engellerle çevrili bir yerdir” (Goffman, 2009, s. 222). Herhangi bir toplumsal kuruma bakıldığında çevresindeki oyuncularla uyum sağlamaya çalışan ve bunu benlik sunumları yani performansları ile gerçekleştirmeye çalışan bireyler görülmektedir. Bireylerin ortam koşullarına göre performansını yönetmesi hakkında Goffman; “ortaya çıkan performans, oyuncuların seyircinin

yokluğunda seyirciye karşı tavırları ve seyirci mevcutken iletilen özenli karakter iletişimiyle çelişir” (Goffman, 2009, 222).

Goffman dramaturjik yaklaşımda bireyleri ele alırken kültürel değerleri de dikkate almaktadır. Kültürel değerler bireyin çoğu konuda nasıl davranması, davranışı nasıl algılaması konusunda etkilidir. Toplumsal etkileşimlerin altında toplumu yöneten mevcut bir bilinç bulunmaktadır. Bu bilinçle hareket eden birey, performansının ahlaki boyutunu bu bilinçle göre belirlemektedir. Kültürel alt yapıları bireyleri Goffman’a göre; “ahlaki açıdan her zaman doğru bir görüntü çizme ve sosyalleşmiş bir kişiliğe sahip olma yükümlülüğü ve bunun karlılığı, kişiyi sahne sanatlarında tecrübeli bir kimse olmaya zorlamaktadır” (Goffman, 2009, s. 224).

2.3.1. Kimlik inşası ve benlik sunumları için yeni iletişim ortamları: sosyal ağlar

Araştırmanın bu bölümünde, yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi, sosyal ağlar ve özellikleri, sosyal medya kavramı ve sosyal medyada kimlik inşası ve benlik sunumu konuları ele alınacaktır.

2.3.1.2. Yeni iletişim teknolojileri ve özellikleri

Günümüzde teknolojinin giderek gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim ortamlarının toplumsal yaşamdaki etkileri de giderek artmaktadır. Dijital teknolojilerin gündelik hayatta bu kadar büyük bir yer kaplaması bireylerin yaşamlarını büyük ölçüde değiştirerek yeni toplumsal ortamlar yaratmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte günümüzün toplumsal yapısı, bilgi paylaşımını, bilgi erişimini ve bilgi iletimini kolaylaştırmıştır. Bunun sonucunda yeni iletişim teknolojileri toplumları değiştiren bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Marshall McLuhan’ın ‘Teknolojik Belirleyicilik’ tezinde belirttiği; “araçlarımıza biz şekil vermekteyiz, ancak bunun sonunda onlar da bizi şekillendirmektedir” ifadesi ile sosyal yaşamın teknolojiden büyük oranda etkilendiğini ve yeni iletişim ortamlarının dönüştürücü etkisini net bir şekilde anlayabiliriz (İspir, 2013, s. 3).

Timisi (2003, s. 77-78), teknolojik gelişmelerin toplumsal gelişmelerin tarihini şekillendirdiğini söyleyerek, 1960-1980 yılları arasında meydana gelen teknolojik gelişmelerin teknolojik devrim çağını başlattığını vurgulamaktadır. Bu yeni teknolojik devrim çağı toplumları ekonomik, siyasal ve kültürel anlamda yeniden yapılandırmaktadır.

Teknolojik devrim çağı olarak adlandırılan bu dönemin en önemli özelliklerinden biri bilginin hammadde olarak kullanılması ve bunun sonucunda yine bilginin üretilmesidir. Bu çağın en ayırıcı yanı olan bilgi merkezli oluşu ile birlikte enformasyona ekonomik anlamda büyük değer verilmekte ve iletişim teknolojileri bu yönde geliştirilmektedir. Bilginin insan yaşamında tüm etkinliklerinin bir parçası olduğu düşünüldüğünde kişilerin hem bireysel hem toplumsal ilişkilerinin yeni teknolojik ortamlarla şekillenmesi söz konusu olmaktadır (Timisi, 2003, s. 79).

İletişim, teknolojik devrimin öznesi konumundadır. Bu bağlamda teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte iletişim teknolojileri her anlamda ön plana çıkmaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler iletişimin yeni bir boyut kazanmasıyla birlikte bu alanda eski ve yeni olarak bir ayrıma gidilmesine neden olmuştur. İletişimin kullanım oranı, içeriği, olanakları, zamansal ve mekânsal farklılıkları ile yeni sıfatı adı altında incelenmesine neden olmuştur. Mikroişlemciler, fiber optik, uydu yayıncılığı, elektronik posta, video konferans vb. teknolojiler yeni iletişim teknolojilerini oluşturmaktadır. Timisi (2003, s. 83), yeni iletişim teknolojilerini; “hem kullanıcılar arasındaki hem de kullanıcılar ile enformasyon arasındaki karşılıklı iletişimi, içlerinde bulunan mikroişlemcilerle sağlayan veya geliştiren iletişim araçları” şeklinde tanımlamaktadır.

Yeni iletişim ortamlarının geleneksel iletişim araçlarından ekonomik, siyasal ve toplumsal anlamda ayırt edilebilecek özelliklerini Arterton (Arterton, 1988, s. 32-65’den akt. Timisi, 2003, s. 83-85) şu şekilde sıralamaktadır:

Elde edilebilen enformasyonun miktarında artış: Yeni iletişim ortamlarıyla birlikte önceden var olan bilgilere ulaşım ve yeni üretilen bilgilerin depolanıp saklanması kolaylaşmıştır. İletişim kanallarında meydana gelen artış ile birlikte bilgiye talep artmış ve bu da beraberinde hızlı bir enformasyon üretimini getirmiştir. Enformasyonun yeni iletişim teknolojileriyle küresel bir boyutta elde edilmesi kolaylaşmıştır.

İletişimde Hızlanma: Yeni iletişim teknolojileri bilgiye ulaşmada zaman ve mekanı dönüştürmüş, bu anlamda sınırların ortadan kalkmasını sağlayarak iletişim süreçlerinin hızlanmasını sağlamıştır. Özellikle bilgisayar aracılı iletişimin ortaya çıkması kullanıcıların bilgiye ulaşmasını ve bilgi aktarımını oldukça hızlandırmıştır.

Alıcı Kontrolü: Alıcı kontrolü, kullanıcıların kendilerine sunulan enformasyon üzerindeki özgür seçimidir. Kullanıcılar iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte istedikleri kaynaklara ulaşmada ve istedikleri enformasyonu üretmede özgürdürler. Böylece enformasyonun demokratikleşmesinden söz edilebilir. Özellikle internet ile birlikte, enformasyonun tüketicisi konumundaki kullanıcılar artık üretici konumuna geçmişlerdir.

Kitlesel Yayıncılıktan Dar Yayıncılığa: Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte kitlesel yayın yapma zorunluluğu ortadan kalkarak belirli bir kullanıcı/izleyici grubuna yayın yapabilme olanağı ortaya çıkmıştır. Böylece, kullanıcı gruplarının özellik ve ihtiyaçlarına göre enformasyon oluşturulup hedef kitleye iletimi sağlanmaktadır.

Medyanın sahiplik ve kontrol sorunu: Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile medya sahipliği algısı ortadan kalkmaya başlamıştır. Yeni iletişim ortamları belirli bir gücün elinde bulunmayan bağımsız enformasyon akışına sahip ortamlardır. İnternet ortamlarında içeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması ile enformasyon içeriğinin belirli tekellerin egemenliğinden çıktığı söylenebilir.

Etkileşim kapasitesinin artışı: Yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel iletişim teknolojilerinden ayrılan en belirgin özelliklerinden biri etkileşime olanak veriyor olmasıdır. Geleneksel medyada sınırlı bir şekilde gerçekleştirilen etkileşim yeni medya ortamları ile üst düzey bir boyut kazanmıştır.

Castells, yeni teknolojik devrimle birlikte elektronik teknolojilerin etkileşimli iletişim ortamlarında birleşmeleriyle bilgi çağının en önemli teknolojilerinden biri olan internetin ortaya çıktığını belirtmektedir. İnternetin ortaya çıkışında askeri stratejiler, bilimsel ve teknoloji ağırlıklı girişimler, bilginin önem kazanması gibi birçok farklı unsur etkili olmuştur. Bu iletişim teknolojileriyle, dijital ses, görüntü ve verilerin bir araya getirilebilecek hale dönüştürülmesi ve bu verilerin iletiminin sağlanabileceği ağlar oluşturulmaya başlanmıştır (Castells, 2008, s. 58).

Dijital iletişim ortamının sahip olduğu evrensel dil ve kolay bir şekilde ağ oluşturma özelliği ile küresel çapta iletişimin ortaya çıkması sağlanmıştır. Başlangıçta askeri amaçlarla ARPA¹⁰ tarafından oluşturulan ARPANET ile dağınık halde bulunan verileri toplayarak bilgisayarlar arasında paylaşmak ilk amaçtı. Ancak bu sistem günümüzdeki internet aracılı iletişimden çok daha farklı bir şekilde gerçekleşmekteydi. Günümüzdeki dijital iletişime benzer ilk uygulama, Ray Tomlinson'ın yarattığı ağ kullanıcıları arasında e-posta ile iletişim kurulmasına olanak sağlayan uygulamasıdır (Castells, 2008, s. 62). Ancak bu yeni uygulama da dijital iletişim anlamında bilgi aktarımının kısıtlı ve zor oluşu nedeniyle kullanımı sınırlandırmaktaydı. Ancak daha sonra önemli bir gelişme olarak internet içeriğini bilgiye göre kategorileştiren ve bilgiye ulaşımı kolaylaştıran 'world wide web' uygulaması geliştirildi ve internetin dünya çapında yayılımı başlamış oldu (Castells, 2008, s. 64). 1990'ların sonuna gelindiğinde, internetin iletişim gücü oldukça artmış, ayrı mikrobilgisayarlarla bilgisayarlaşma yaygınlaşmış ve insanlar artık istedikleri yerlerden uzmanlaşmış aygıtlarıyla ağa bağlanabilmeye başlamışlardır (Castells, 2008, s. 67). Günümüzde ise, kablosuz ağ teknolojinin gelişmesi ile birlikte ağ toplumunun yükselişi devam etmektedir.

İnternetin yaygınlaşması sunduğu olanakların artmasını da beraberinde getirmiştir. Bu olanaklardan biri de sosyal ağlardır. Sosyal ağlar, kullanıcılar arasında bağlantı kurarak görüntü, ses, dosya, video gibi verilerin paylaşımına olanak vermektedir. Büyüksener (2009, s. 19), sosyal ağların tanımını şu şekilde yapmaktadır; "Bireylerin sınırları belirlenmiş bir sistem içinde halka yarı/açık profil oluşturmaya, bağlantıda olduğu diğer kullanıcılarla listesini içeriklerini paylaşmasına ve diğer kullanıcıların bu bağlantılar arasında gezmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümüne sosyal ağlar denmektedir." Sosyal ağların oluşması ve yaygınlık kazanması Web 2.0'in oluşumuyla başlamıştır. Web 2.0 terimi ilk defa, Tim O'Reilly tarafından belirli ortak özellikleri bulunan siteleri, uygulamaları tanımlamak için oluşturulmuştur (Bozkurt, 2013, s. 689). Tim O'Reilly Web 1.0 ve 2.0'ın karşılaştırmasını şu şekilde belirlemiştir:

¹⁰ ARPA (Advanced Research Projects Agency), Amerika'nın farklı mekanlarında yer alan askeri görevlerin kaynaklarını paylaşmak, bir merkezde toplamak amacıyla kurulan bilgisayar ağ sistemidir (İspir, 2013, s. 11).

Tablo 4. *Tim O'Reilly'in Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması*

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	Bittorrent
Mp3.com	Napster
Britannicaonline	Wikipedia
personal websites	Blogging
Evite	Upcoming.org and evdb
Domain name speculation	Search engine optimization
Page views	Costper click
Screen scraping	Web services
Publishing	participation
Content management systems	Wikis
Directories (taxonomy)	Tagging (folksonomy)
Stickiness	Syndication

(Kaynak: Bozkurt, 2013, s. 689).

Web 1.0 ile başlayan internet ortamındaki tek yönlü iletişim web 2.0 ile çift yönlü bir hal alarak karşılıklı etkileşimin arttığı ortamların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Web 2.0'ın ortaya çıkmasıyla çok çeşitli sosyal ağlar

2.3.1.2.1. Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte günümüzde internet tabanlı oluşturulan yeni iletişim ortamları genel adıyla yeni medya olarak kavramsallaştırılmaktadır. Yeni medya geleneksel medyadan ayrılan üstün özellikleri ile 21. yüzyılın en önemli iletişim teknolojisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Birsen (2013, s. 40-43), yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli farkın yeni medyanın geleneksel medyanın tümünü kapsaması olduğunu vurgulamaktadır. Yani yeni medya, internet ortamının sunduğu olanaklarla kendi enformasyonunun yanı sıra geleneksel kitle iletişim araçlarının ürettiği enformasyonu da kullanıcılara sunabilmektedir. Böylece neredeyse sınırsız bir enformasyon kaynağına sahip olan yeni medya geleneksel medyanın her açıdan sınırlı yapısından oldukça

farklıdır. Birsen (2013, s. 41-42), yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özellikleri, erişim araçları, erişim yazılımları ve içerik olmak üzere üç başlıkta incelemektedir:

Erişim Araçları: İnternet sayesinde geniş kitleler eş zamanlı veya eş zamansız olarak çeşitli erişim araçları ile küresel boyutta bir iletişim süreci yaşayabilmektedirler. Yeni medyanın bu denli gelişmesindeki en büyük etkilerden biri de erişiminin kolay bir şekilde farklı araçlarla gerçekleşebiliyor olmasıdır. Yeni medya ortamlarına masaüstü, dizüstü, tablet bilgisayarların yanı sıra akıllı telefonlar gibi çeşitli araçlarla ulaşılabilir.

Erişim Yazılımları: Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerden biri de yeni medya ortamlarına erişmek için kullanılan yazılımlardır. Küresel ağa ulaşmak için enformasyonu saklayan, işleyebilen ve paylaşabilen ağ tarayıcıları kullanılmaktadır. Ağ tarayıcıları sayesinde geleneksel medyanın ulaşamayacağı kadar fazla bilgiye ulaşılabilir ve sınırları olmayan bir bilgi arşivi oluşturulabilir.

Yeni Medya İçeriği: Yeni medya, video, ses, metin, görüntü gibi farklı verileri bir arada bulundurabilme ve bu verileri eş zamanlı etkileşimli bir şekilde paylaşabilme özelliği ile geleneksel medyadan içerik yönüyle de ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra yeni medya içeriğinin kullanıcılar tarafından oluşturulabilmesi geleneksel medyada pasif durumda olan izleyici/kullanıcıyı aktif konuma getirmektedir. Yeni medya hipermetinsellik özelliği ile geleneksel medyanın kısıtlı içeriğinin önüne geçmiştir. Kullanıcılar yeni medyanın sunduğu sonsuz enformasyon içeriğiyle ulaşmak istedikleri bilgiye daha kolay sahip olmaktadır. Ayrıca yeni medyanın etkileşimlilik özelliği, kitle iletişimin tek yönlü yapısını çift yönlü hale getirmekte ve hem bireylerarası iletişimi hem de karşılıklı bilgi akışını kolaylaştırmaktadır.

Yeni medya teknolojilerinin giderek gelişmesiyle birlikte Web 2.0'ın bir sonucu olarak günümüzde internet tabanlı sosyal medya olarak tanımlanan birçok uygulama ortaya çıkmıştır. İçerik, video, fotoğraf, metin vb. hipermetinsel içeriklerin paylaşılmasına olanak veren sosyal medya, zaman ve mekan sınırlamasını ortadan kaldırarak kullanıcılar için geleneksel kitle iletişiminden çok daha farklı bir iletişim imkanı sunmakta, böylece sosyal medya günümüzde günlük yaşamın bir parçası olarak karşımıza çıkarak sosyal ağlar ile aktif katılımlı sanal toplumlar oluşmaktadır (Bedir Erişti, 2017, s. 3).

Sosyal medya kavramı ile ilgili birçok farklı tanım bulunmaktadır. Tanımların bir kısmı sosyal medyayı teknolojik boyutuyla açıklarken bir kısmı da sosyal yaşamdaki etkisiyle açıklamaktadır. Borges (2009), sosyal medyayı insanların internet ortamında etkileşimli olarak iletişim halinde olduğu bir ortam olarak tanımlamaktadır. Safko ve Brake (2009) ise sosyal medyayı; kelimelerin, resimlerin, videoların ve seslerin oluşturduğu içerikleri internet tabanlı uygulamalar ile paylaşarak etkileşim kuran insanların oluşturduğu platformlar olarak tanımlamaktadır (Eraslan ve Eser, 2015, S. 77). Bunlar gibi daha birçok farklı tanım da olsa yapılan tanımlamalarda ortak vurgu iletişim ve etkileşim olarak karşımıza çıkmaktadır. Erişebilirlik, hipermetinsellik, anındalık, etkileşim, katılım gibi birçok farklı özelliği bulunan sosyal medya, geleneksel medyadan ayrılan birçok üstün yönüyle alternatiftir. Zaman ve mekândan bağımsız olma özelliği ile anlık iletişime olanak sağlayan sosyal medya ile hızlı ve eşzamanlı bilgi paylaşımı sağlanabilmektedir. Sosyal medya, kendine özgü dili, kuralları, davranış kalıpları ile kendi kültürünü yaratmaktadır. Sosyal medya, bireylere yeni yaşam alanları sunmakta ve küreselleşme, sınırları aşan bir iletişim süreciyle birlikte gerçekleşmektedir. Bu bağlamda dijital bir sosyalleşmeden söz edilebilir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak kullanıcılar tarafından oluşturulan dijital kültür ortaya çıkmaktadır. İçeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması ile daha özgün ve bağımsız bir ifade alanı yaratılmaktadır.

Sosyal medyanın yarattığı çoklu iletişim ortamı ile kullanıcılar birden fazla kişiyle aynı anda iletişim kurabilmekte, birden fazla içerik paylaşabilmektedir. Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri de kimlik oluşumuna fırsat vermesidir. Kişiler sosyal medya ortamlarında geleneksel medyadaki kaynak ve alıcının ortadan kalkmasıyla mesajın yaratıcısı ve alıcısı haline gelmiştir. Böylece istediği zaman mesajın içeriğine göre belirgin olan ya da gizlenen kullanıcılar, sosyal medyadaki kimliklerini biçimlendirme olanağına sahiptir (Binark, 2005, s. 96). Kendine ilişkin enformasyonu kontrol edebilen kullanıcılar, oluşturdukları yeni sanal kimlikleriyle ya da gerçek kimlikleriyle sosyal medya ortamlarında kendi sanal topluluklarını kurabilmektedir. Safko'ya göre, sosyal medyada kişiler birbirleriyle iletişim kurma, kendi topluluklarını oluşturma, topluluğu içinde güven inşa etme ve birbirleriyle bilgi paylaşımında bulunmaktadır (Safko, 2010, s. 4-5). Sosyal medya bütün bu cazip özellikleri ile tüm dünyada son yıllarda en çok kullanılan iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. 2012 yılında 62 ülkede 41,738 internet kullancısı ile yapılan Universal

Mccan Wave 6 araştırması dünyada sosyal medya kullanımına ilişkin önemli bilgiler vermektedir. Araştırmaya göre;

Sosyal ağ sitelerine her gün 1.5 milyar ziyaret gerçekleşmektedir, kullanıcıların % 81'i arkadaşlarının sosyal ağlardaki profillerini ziyaret etmektedirler, kullanıcıların % 88'i çevrimiçi video izlemektedirler, % 77 oranındaki kullanıcılar sosyal ağ sitelerinde profil sahibidirler, internet kullanıcılarının % 47'si marka topluluklarına katılmaktadır, kullanıcıların % 49'u video paylaşım sitelerine video yüklemektedirler, internet kullanıcıları haftada ortalama 13 saatlerini internet ve 8 saatlerini sosyal ağlarda geçirmektedirler, kullanıcıların % 42,9'u microblogging (Twitter) kullanmaktadırlar, kullanıcıların % 30 sosyal medya araçlarına mobil cihazlar ile ulaşmaktadır, kullanıcıların akıllı telefon ve tablet kullanımları artarken, kişisel bilgisayarlar internet ve sosyal medya kullanımında önde gelen araçtır (Universal Mccan Wave 2012'den akt. İşlek, 2012, s. 20).

Sosyal medya kullanımının bu denli yaygın olması ve her geçen gün kişiler arasında daha da yayılmasıyla gündelik hayatı şekillendirmesi bağlamında bir etki olarak karşımıza çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Sosyal medya ile mesafelerin ortadan kalkmasıyla küresel boyutta gerçekleştirilebilen iletişim, birey makine ilişkisinden daha ötede bireylerarasında elektronik ortamda gerçekleştirilen bir etkileşim olarak ortaya çıkmaktadır (Timisi, 2005, s. 93). Sosyal medyada yaratılan bu iletişim ortamı çeşitli sosyal medya platformlarında kendini göstermektedir. Sosyal medya ortamları çeşitli özellikleri bakımından farklılaşmakta, kullanım amaçları ve özelliklerine göre sınıflandırılmaktadır. Aşağıda, alanyazında öne çıkan çeşitli sosyal medya kategorileri yer almaktadır:

Tablo 5. Çeşitli Sosyal Medya Sınıflandırmaları

(ICrossing, 2008: 6)	• Sosyal Ağlar (Myspace, Facebook) • Bloglar • Wikiler (Wikipedia) • Podcastler (Apple iTunes) • Forumlar • İçerik Toplulukları (Flickr, YouTube) • Microbloglar (Twitter)
(Weinberg, 2009)	• Sosyal Haber Siteleri (Digg, Reddit) • Sosyal İşaretleme Siteleri (Delicious, Stumble Upon) • Sosyal Ağlar (Facebook, Myspace, LinkedIn) • Diğer İçerik Paylaşım Siteleri (Podcast, YouTube, Flickr)
(Zarella, 2010)	• Bloglar • Twitter ve Microblogging • Sosyal Ağlar • Medya Paylaşımı • Sosyal Haberler ve Etiketleme • Oylama ve Değerlendirme Siteleri • Forumlar • Sanal Dünyalar
(Carabiner, 2009)	• Sosyal Ağlar (Facebook, Orkut) • Profesyonel Ağlar (LinkedIn, Plaxo) • Bloglar • İşaretleme Siteleri (Delicious) • Video Paylaşım Siteleri (YouTube, Yahoo! Video) • Bilgi Paylaşım Siteleri (Wikipedia) • Özel Sosyal Ağ Kurma Siteleri (KickApps, Ning) • İnteraktif E-Ticaret Siteleri (eBay, Amazon.com)
(Safko, 2010)	• Sosyal Ağlar • Yayıncılık (Bloglar, Wikiler) • Resim Paylaşımı (Flickr) • Ses Paylaşımı (Podcastler) • Vide Paylaşımı (Vlog, YouTube) • Microblogging (Twitter) • Canlı Yayıncılık (Justin.Tv) • Sanal Dünyalar (Second Life) • Oyun Siteleri (World of Warcraft) • Verimlilik Uygulamaları (BitTorrent, SurveyMonkey) • Toplayıcılar (Digg, FriendFeed) • RSS (Atom, Google FeedBurners) • Arama (Technorati) • Mobil Sosyal Medya (Akıllı Telfon Uygulamaları) • Kişilerarası (Skype, Apple iChat)
(Kaplan ve Haenlein, 2009)	• İşbirlikçi Projeler (Wikipedia, Sosyal İşaretleme Siteleri) • Bloglar • İçerik Toplulukları (YouTube, SlideShare) • Sosyal Ağlar (Facebook) • Sanal Oyun Dünyaları (World of Warcraft) • Sanal Sosyal Dünyalar (Second Life)

Kaynak: (İşlek, 2012, s. 23).

Web 2.0 teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya alanında birçok farklı uygulama ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalar genel kullanım alanlarına göre kategorilere ayrılmaktadır. Bu kategorilerden biri de bloglardır. Modern günlükler olarak tanımlanan

bloglar, sosyal medya uygulamalarının ilk örnekleri arasında yer almaktadır. Araştırmanın inceleme kısmında bloglar, veri toplama alanı olarak kullanılmıştır.

2.3.1.2.1.1 Bloglar

Sanal dünya ve gerçek dünya arasında bir köprü kuran sosyal medya uygulamaları her geçen gün hızla gelişerek toplumsal iletişime ve kültürel dönüşümlere yön vermektedir. Günümüzde sosyal medya, yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve yarattığı etkiler bakımından incelenmesi gereken önemli konulardan biri olmuştur. Kullanıcılarına sahip olduğu sınırsız içerikle bilgi akışını hızlandırma, anımsalılık özelliği ile iletişimi üst boyutlara taşıma, toplumsal ilişkileri güçlendirme, bireyleri sosyalleştirerek çağdaş kültürlerin birbirleriyle etkileşim halinde olmalarını sağlama gibi vaatler sunan sosyal medyanın, bireyleri olumlu yönde etkileyecek olan bu işlevleri kullanıcılara cazip özellikler sunmaktadır. Sunulan bu cazip özelliklerle birlikte bireyler sosyal medya araçlarına yönelmiş ve sosyal medya uygulamalarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Giderek yaygınlaşan sosyal medya uygulamalarından biri de bloglardır. İnternetin modern günlükleri olarak bilinen bloglar kullanıcılara yeni bir ifade ortamı sunmaktadır.

“Weblog” sözcüğünün kısaltılmışı olarak kullanılan “blog” terimi, Türkçe ’de genellikle “web günlüğü”, “internet günlüğü”, “ağ günlüğü” şeklinde kullanılmaktadır. “Blog” sözcüğü ilk kez 1999 senesinde Peter Merholz tarafından kullanılmıştır. (Çelebi, 2009, s. 56) 1990’lı yılların sonundan beri kullanılan bloglar, ilk zamanlarında sadece profesyoneller tarafından kullanılabilen bir uygulamaydı. İlk blogcular, bloglarını oluşturabilmek için işlenmemiş HTML kodlarını düzenleyerek oluşturuyorlardı. Profesyonel kullanım isteyen kod düzenlemeyi bloglarını her güncellemek istediklerinde yapmaları gerekiyordu. Web 2.0’ın ortaya çıkmasıyla birlikte kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturabilme imkanı doğmuştur. Bu bağlamda bloglar, Web 2.0 hizmetlerinden biri olarak kabul edilmektedir. 1999 yılında ücretsiz blog uygulaması olan Pitas’ın piyasaya çıkmasıyla metinlerin direkt siteye eklenebilmesi ve kullanıcıların kolayca içerik oluşturabilmesi sağlanmış oldu. Daha sonraları ise Blogger, Wordpress, Tumblr gibi kullanıcıların kolayca içeriğini oluşturabileceği uygulamaların

da çoğalmasıyla blog kullanımı artmaya başlamıştır. 2000’li yıllarda iyice popüler hale gelen bloglar, Barbara K. Kaye’in (2009) belirttiği gibi, 2004 yılında 8 milyon kullanıcı tarafından kullanılmaya başlanmış ve toplumsal değişimin kaynağı olmaya başlamıştır (Erbaş, 2011, s. 24).

Bloglar ilk kullanılmaya başlandığından bu yana gerek içerik ve kullanım alanları yönünden gerekse teknik açılardan birçok değişiklik yaşamıştır. Bu sebeple de bloglar için birçok farklı tanım ortaya çıkmıştır. Tanımların bir kısmı blogların formatına değinirken bir kısmı da işlevlerine odaklanmaktadır. Örneğin Walker blogları şu şekilde tanımlamaktadır; “ters kronolojik sırada düzenlenmiş tarihli gönderilerden oluşan, sık güncellenen web sitesidir.” (Walker, 2008’den akt. Çevikel, 2010, s. 82) Doctorow ise blogların formatına dikkat çekerek blogları, “Kronolojik olarak en yeni ilk sırada olacak şekilde düzenlenen, çevrimiçi günlük tarzında, gönderi olarak tanımlanan görüş ve enformasyon içeren kısa paragraflardan ya da bağlantılardan oluşan basit web sayfası.” olarak tanımlamaktadır. (Doctorow, 2002’den akt. Çevikel, 2010, s. 81) Bloglarla ilgili çeşitli tanımlar olsa da blogları diğer web sitelerinden ayıran temel ortak özellikler bulunmaktadır:

- **Blogların içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulur ve kişiseldir:** Bloglar genellikle tek bir kişi tarafından yönetilir ve içeriği tamamen kullanıcısına aittir. Modern günlükler olarak da adlandırılan bloglarda, blog sahibi bireysel deneyimlerini, kişisel görüşlerini ve istediği her içeriği paylaşma olanağına sahiptir. Ayrıca biçimsel olarak da blog sahibi sayfasını kendi tasarlayabilmektedir. (Eraslan ve Eser, 2015: 13)
- **Gönderiler kronolojik olarak sıralanmaktadır:** Blogların ayırıcı özelliklerinden biri de gönderilerin tarihe göre sıralanmasıdır. İçerikler en yeniden en eskiye doğru ters kronolojik sıralamayla üst üste yer almaktadır. Her yeni gönderi otomatik olarak sayfanın en üstünde yer alır. Bu özelliği sayesinde okuyucuların güncel içeriğe ulaşması daha kolay ve pratik bir şekilde sağlanmaktadır. Bu sayede bloglar sık sık güncellense de sayfalarda herhangi bir karışıklığa yol açmamaktadır.
- **Bloglar ağ yaratma özelliğine sahiptir:** Blog kullanıcıları bloglarında paylaştıkları linklerle blog içerisinde kendi ağlarını yaratabilirler. Blog yazarları beğendikleri başka blogları favorilerine ekleyerek ya da blogların linklerini

kendi sayfalarında paylaşarak ağ oluşturabilmektedir. Böylece okuyucular tek bir blog sayfasına girerek birçok farklı bloğa ulaşabilmektedirler. (Çelebi, 2009: 60)

- **Bloglar etkileşimlidir:** Blog yazarlığı her ne kadar kişisel olsa da blogların etkileşime olanak sağlayan formatları nedeniyle okuyucular da içerik üretimine dâhil olarak etkileşimli bir ortam yaratılmaktadır. Okuyucular gönderilere yorum yaparak dolaylı yönden blog yazarıyla iletişim kurabildikleri gibi bloğunda iletişim bilgilerini paylaşan kullanıcılarla doğrudan da iletişim kurabilmektedir. Blogların etkileşimlilik özelliğinden faydalanan şirketler, siyasi partiler, ünlüler ve birçok kurum ve kişiler bu özellik sayesinde amaçları doğrultusunda hedef kitleleriyle karşılıklı iletişim halinde olabilmektedir.
- **Blog kullanımı kolay ve pratiktir:** Her ne kadar ilk bloglar kod yazılarak profesyonel bir kullanım gerektirse de daha sonraları geliştirilen günümüz blog uygulamaları orta düzey bilgisayar kullanımı ile rahatça kullanılabilir. Bu yönüyle de herkes tarafından tercih edilen blog uygulamaları sadece bir e-posta adresi ve şifre ile pratik bir kullanım sağlamaktadır. Hiçbir yazılım bilgisine gerek duyulmadan kullanılan blog uygulamalarına internetin olduğu her yerden, bilgisayar ve cep telefonlarından ulaşılabilir.

Ülkemiz internet kullanımı açısından dünyada ilk sıralardadır ve internet kullanım amaçları arasında sosyal medya uygulamaları ilk sırada yer almaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre;

İnternet kullanım amaçları dikkate alındığında, 2016 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin %82,4'ü sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşırken, bunu %74,5 ile paylaşım sitelerinden video izleme, %69,5 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, %65,9 ile sağlıkla ilgili bilgi arama, %65,5 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama ve %63,7 ile İnternet üzerinden müzik dinleme (web radyo) takip etti (www.tuik.gov.tr).

Bu veriler doğrultusunda birçok farklı sosyal medya uygulamasındaki Türkiye'deki kullanım oranındaki yükseklik dikkat çekmektedir. We are social

tarafından 2014 yılında hazırlanan İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistiklerine göre, Türkiye’de blog kullanımı, Türk kullanıcıların ilgi gösterdiği ilk 50 uygulama arasında yer almaktadır (Eraslan ve Eser, 2015: 123):

Tablo 6. *Türk Kullanıcıların İlgi Gösterdikleri Sosyal Medya Araçları*

İlgi Sırası	Sosyal Medya Aracı
2	Facebook
4	Youtube
8	Live.com
9	Twitter
23	Instagram
30	Linkedin
45	Dailymotion
46	Wordpress
47	Tumblr
48	Msn
71	Pinterest
76	Vube
83	Blogger

(Kaynak: Eraslan ve Eser, 2015, s. 123)

Türkiye’de blog siteleri 1998 yılından itibaren ortaya çıkmaya başlamıştır. 2005 yılında ise blog yazarlığı popülerleşmeye başlamış, bu tarihte ilk Türkçe blog uygulamaları ortaya çıkmıştır. Böylece bu tarihten itibaren Türkiye’de blog kullanımı giderek artmıştır.

Murat Girgin, “Türkiye’de Blog Yazarlığı Araştırması Raporu” adlı çalışmasında 1 Aralık 2008 – 15 Ocak 2009 tarihleri arasında 1417 blog sahibi 717 blog yazarı ile çevrimiçi bir anket gerçekleştirmiştir. Bu anket, temsiliyet kabiliyeti tartışılır olsa da, Türkiye’deki blog yazarlarının profiliyle ilgili ilk verileri ortaya koymaktadır. Anketten

ıkan başka bir önemli sonuç ise, Türkiye’deki blog yazarlarının ağırlıklı olarak kişisel konularda yazmakta olduklarıdır. Ankete katılan blog yazarlarının % 70’i daha çok kişisel konularda yazdıklarını beyan etmektedirler. Bu konuyu sırasıyla % 52 ile internet, % 41 ile teknoloji, % 33 ile güncel/haber, % 32 ile yaşam, aynı oran ile müzik ve % 31 ile kültür/sanat takip etmektedir. Siyaset/politika ise % 15 oran ile 15’inci sırada yer almaktadır (evikel, 2010, s. 112).

Bloglar da kendi içlerinde amaçları ve özellikleri bakımından çeşitli kategorilere ayrılmaktadır:

Kişisel Bloglar: Bireysel olarak hazırlanan kişisel bloglar, çoğunlukla genel konularda yazılan, blog yazarının bireysel günlüğü olarak karşımıza çıkan blog türüdür. Kişilerin bireysel deneyimlerini, yaşantılarını gündelik bir dille yazdıkları bloglardır. Kişisel bloglar son zamanlarda giderek yaygınlaşmış ve en çok rastlanan blog türü olmuştur.

Temasal Bloglar: Belli bir konuda uzman olan kişilerin belirli alanlarda içerik üreterek oluşturdukları blog türüdür. Siyaset, bilim, ekonomi, yemek, moda, eğitim, fotoğraf vb. alanlara odaklanıp içerik üreten birçok temasal blog bulunmaktadır.

Topluluk Blogları: Bu blog türünde tek bir yazar bulunmaz. Birden fazla yazarın, üyelik sistemiyle dahil oldukları blog sayfalarında içerik üretmeleriyle oluşturdukları topluluk blogları, kendilerine özgü blog kültürlerini de oluşturmaktadırlar.

Kurumsal Bloglar: İş hayatında giderek önem kazanan kurumsal bloglar; şirketlerin, kurumların kendi reklamlarını yapmaları ve hedef kitleleriyle etkileşim halinde olmaları için oluşturulmaktadır. Kurumsal şirketler, ticari amaçlarla oluşturdukları bu bloglar sayesinde kendileriyle ilgili gelişmeleri güncel olarak okuyuculara sunarak gündemde kalmaktadırlar.

2.3.2. Bloglarda annelik kimliğinin inşası ve sunumu: blogger annelerin incelenmesi

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırma verilerinin elde edilmesi ve analiz yöntemiyle ilgili bilgiler verilecektir.

3.1 Araştırma Modeli

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntem dahilinde nitel ve nicel veri toplama araçlarından ve analiz biçimlerinden faydalanılmıştır.

Johnson ve Turner (2003) karma araştırmanın temel ilkesini, “araştırmacı farklı strateji, yöntem ve yaklaşımları kullanarak çoklu veriler toplamalı” diye ifade etmektedir” (Baki ve Gökçek, 2012, s. 2). Baki ve Gökçek, karma yöntemin araştırmacı için zorluğu açısından olumsuz etkileri ortaya çıkartıyor gibi gözükse de araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin kullanılmasının her iki yöntemin avantajlarını da içereceğinden araştırmaya olumlu katkısının olduğunu vurgulamaktadır (Baki ve Gökçek, 2012, s. 3). Baki ve Gökçek karma yönteminin avantajlarını ve dezavantajlarını Johnson ve Onwuegbuzie (2004)’den aktardığı şu tablo ile göstermektedir:

Tablo 7. Karma Yöntemin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri
• Araştırmacı aynı çalışma içerisinde bir yöntemin zayıf yönlerini kapatmak için başka bir yöntemin güçlü taraflarını kullanabilir.	• Tek bir araştırmacı için nicel ve nitel çalışmayı birlikte kullanmak, özellikle her iki yöntem aynı anda kullanılacaksa zor olabilir ve takım çalışması gerektirir.
• Araştırmacı tek bir yöntemle sınırlanmadığı için daha geniş ve eksiksiz bir biçimde araştırma sorularını cevaplayabilir	• Araştırmacı, birden fazla yöntem ve yaklaşım hakkında bilgi edinmek ve bunları nasıl uygun biçimde karıştıracağını bilmelidir.
• Kelime, resim ve olaylar sayısal verilere anlam katmak için kullanılabilir.	• Çok pahalıdır ve hem yazılı, hem de sayısal verileri analiz etmek fazla zaman alır.
• Sayısal veriler kelime, resim veya olaylara açıklık getirmek için kullanılabilir.	• Yöntembilimciler (methodological purists) bir kişinin yalnızca nicel veya nitel araştırma paradigması ile çalışması gerektiğini ileri sürmektedir.
• Sonuçların genellenebilirliğini artırmak için kullanılabilir.	Karma araştırmalar hakkındaki bazı detaylar tamamen yöntembilimciler tarafından çalışılmak üzere bırakılmıştır. (Bunlar, karma paradigmanın sorunları, nitel verinin nicel olarak nasıl analiz edileceği ve çelişen sonuçların nasıl yorumlanacağıdır)
• Yalnız tek yöntemin kullanıldığı bir çalışmada gözden kaçabilecek farklı görüş ve anlayışları açığa çıkarır.	
• Geniş çaplı ve karmaşık araştırma sorularına cevap aramak için uygundur	
• Bulguların yakınlığına ve doğruluğuna bakarak, sonuçlar için güçlü deliller sunabilir.	
• Nitel ve nicel araştırmaların birlikte kullanımı, teori ve uygulamaya ilişkin daha kesin ve tam bilgiler üretir.	

Kaynak: (Johnson, B. ve Onwuegbuzie, A. 2004, s. 21)

Araştırmada karma yöntemin kullanılmasının en önemli gerekçelerinden biri bu yöntem sayesinde aynı anda farklı veriler toplanabilmesidir. Bu sayede elde edilen farklı sonuçlar birbiriyle karşılaştırılarak aralarındaki uyum ölçülebilmektedir. Ayrıca iki yöntemden elde edilen sonuçlar birbirini anlamlandırmada kullanılarak iki yöntemin birbirini tamamlaması özelliğinden faydalanılmaktadır. Araştırmacı karma yöntemde ilk kullandığı yöntemin sonuçlarına bakarak hipotezlerini genişletebilir ve yeni sorular üretebilir. Bu sayede ikinci yöntemini birinci yöntemden elde ettiği bu yeni sorularla şekillendirebilmektedir. Bunun yanı sıra nitel ve nicel araştırma yönteminin bir arada kullanılmasıyla araştırmada ayrılan yönler ve farklılıklar daha net bir şekilde görülebilmektedir (Baki ve Gökçek, 2012, s. 4).

Araştırma, sosyal medya ortamlarından biri olan blog sitelerinde anne kullanıcıların annelik kimliğini nasıl sunduklarını incelemektedir. Bu anlamda anne kullanıcıların sosyal medyada kendilerini ifade ediş biçimlerinin analizi yapılırken aynı zamanda bu sunumların gerçek hayattaki anne kimlikleriyle ne derece örtüştüğünü görebilmek adına iki yöntemin de kullanılacağı karma yöntem belirlenmiştir. Bu bağlamda, araştırmada bloglardaki anne kimliklerini incelemek için siteler üzerinden nicel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik çözümlemesi kullanılmıştır. İçerik analizinin yanı sıra anne kimliği ile blog kullanan kullanıcılarla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu sayede her iki araştırma yönteminin sonucunun karşılaştırılmasıyla güvenilirliği yüksek bir araştırma yapılması planlanmıştır.

3.2. Çalışma Kümesi, Katılımcılar

Araştırmanın temel amaçları doğrultusunda blogger annelerin incelenmesi için duruma uygunluğu açısından amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada problemle ilgili olarak belirlenen unsurlara sahip kişiler seçilerek amaçlı örnekleme türlerinden biri olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme ile araştırma amacı dahilinde derinlemesine araştırma yapabilmek için önceden belirlenen ölçütlerle katılımcılar belirlenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006'dan akt. Erişti, 2014, s. 87). Bu anlamda, katılımcılar için belirlenen ölçütler şu şekilde oluşturulmuştur:

- Katılımcıların sosyal medya (blog) ortamında kendilerini annelik kimliği ile sunmaları,
- Katılımcıların aktif bir şekilde 1 yıldan uzun süredir blog kullanmaları.

Bu iki ölçüt ön planda tutularak hem blog siteleri incelenmiş hem de katılımcılarla görüşme yapılmıştır. Ölçütlere uygunluk gösteren 27 blog sitesi içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir ve ölçütlere uygun olan 8 katılımcıyla görüşme gerçekleştirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak görüşme ve içerik analizi kullanılmıştır. Karma yöntem kullanılarak oluşturulan araştırmada veri çeşitliliği ve tutarlılık oluşturulmaya çalışılmıştır. Verilerin toplanmasına yönelik ayrıntılar aşağıda belirtilmektedir.

3.3.1. Görüşme

Yaygın kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme, araştırmacı tarafından hazırlanan soruların katılımcılara yönlendirilmesiyle araştırmacı ve katılımcı arasında karşılıklı gerçekleşen söyleşidir (Kuş, 2003, s. 50). Görüşme tekniği amaçlı ve planlı olmasından dolayı ciddi bir boyut kazanarak hedefe yönelik bir yapıya sahiptir. Araştırmacı katılımcıdan aldığı yanıtlara odaklanarak hedefine ulaşmada veri toplama çabası içine girmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 120).

Araştırmada öncelikle görüşme yapılacak katılımcılarla iletişim kurularak görüşme için randevu alınmıştır. Görüşme öncesinde katılımcılara görüşme formu (ek 1) okutularak görüşme yapmayı kabul edip etmedikleri sorulmuştur. Katılımcılara araştırmada kimliklerinin deşifre edilmeyeceğinin garantisi verilerek analiz sürecinde takma isimleriyle araştırmaya dahil olacakları belirtilmiştir. Araştırmada görüşmelerle ilgili sırasıyla şu yollar izlenmiştir:

- Araştırmacı görüşme sorularını hazırlamadan önce derin bir literatür taraması yaparak elde ettiği bilgilere göre görüşme sorularını oluşturmuştur.
- Araştırmada görüşmeler için amaçlı örneklem seçilerek araştırmanın sorununa uygun kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.
- Araştırmacı görüşme sorularını önceden yapılandırmış olsa da katılımcıdan elde ettiği yeni bilgiler dahilinde sorularını genişleterek katılımcılara göre yeni sorular eklemiştir.
- Görüşmelerde güvenilirliği sağlamak adına cevaplar araştırmacının dışında bir kişiye daha kontrol ettirilerek sonuçlar karşılaştırılmıştır.

- Görüşmeden elde edilen veriler tarafsız bir şekilde yorumsuz olarak araştırmaya eklenmiştir.
- Son olarak, görüşme verileri literatür ile uyumlu bir şekilde raporlaştırılmıştır.

Araştırmada güvenilirlik hesaplaması Miles ve Huberman'ın (1994) güvenilirlik formülü esas alınarak yapılmıştır:

$$\text{Güvenirlilik} = \frac{\text{Görüş Birliği}}{\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}}$$

3.3.2. Blog sitelerinin içerik analizi

Çalışmada ikinci yöntem olarak nicel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. Blog sitelerinde anne kimliğiyle kendilerini tanımlayan ve sunan kullanıcıların kendilerini sunuş biçimlerini görmek adına araştırmada blog sitelerine uygulanan içerik analizi yöntemi önem kazanmaktadır. Araştırmada, 17.04.2017-25.04.2017 tarihleri arasında 27 blogun her birinde yer alan son 7 paylaşımın içeriği analiz edilmiştir. İçerikler görsel ve yazılı olarak bir bütün halinde ele alınıp incelenmiştir. Araştırma konusunun amacına uygun kodlama cetveli (ek 2) oluşturularak 27 blogun son 7 paylaşımları bu cetvele göre analiz edilmiştir. Kodlama cetveli konuya uygun bir şekilde kategorilere ayrıştırılarak sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma yapılarak verilerin analizi kolaylaştırmaktadır. Böylece kodlayıcılar kodlama işlemini daha çok anlamlandırarak yapabilmektedir. Buna bağlı olarak kodlama işleminin güvenilirliği artmaktadır. Kodlayıcılar arası güvenilirlik şu formülle hesaplanmıştır:

$$R = \frac{2 \cdot C_{1,2}}{C_1 + C_2}$$

Tablo 8. Kodlayıcılar Arası Uyum Tablosu

Kategori Numarası	Uzlaşan Kodlama Sayısı	Birinci Kodlayıcı Kodlama Sayısı	İkinci Kodlayıcı Kodlama Sayısı
1	100	100	100
2	100	100	100
3	100	100	100
4	82	100	100
5	100	100	100
6	92	100	100
7	80	100	100
8	97	100	100
Toplam	751	800	800

$$R = 2 \cdot \frac{751}{800+800} = 0.93,87$$

Çalışmada %93,8’lik güvenilirlik hesaplanmıştır. Kodlayıcılar arası uyum, %93,8’dir.

3.4. Verilerin Analizi

Çalışmada katılımcılarla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler betimsel yorumlayıcı veri analizi ile analiz edilmiştir. Betimsel analiz yöntemiyle elde edilen veriler belirlenen kategorilere ayrılarak literatür taramasından elde edilen bilgilerle yorumlanır ve sonuçlar analiz edilir. Betimsel analizin en önemli yanı elde edilen verilerin anlamlı bir şekilde özetlenerek sunulmasıdır. (Özdemir, 2010, s. 336). Betimsel analiz dört aşamada gerçekleştirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2003’den akt. Özdemir, 2010, s. 336):

- Birinci aşamada, araştırmanın konusuna, problemine ve amacına uygun bir şekilde veri analizi için bir çerçeve oluşturulur. Böylece elde edilen bulguların sınıflandırılıp analizinin kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi olanaklı hale gelir.

- İkinci olarak, araştırmacı belirlediği çerçeve dahilinde bulguları okuyup düzenler ve birbiriyle ilişkili verileri konuya uyumlu bir şekilde araştırmasında sunar.
- Daha sonra ise, araştırmacı verileri tanımlar ve görüşmelerden elde ettiği önemli ve gerekli gördüğü kısımları araştırmasına ekler.
- Son olarak, tüm verilerin yorumlanması, açıklanması, literatürle bağlantısının kurulmasıyla birlikte veriler neden sonuç ilişkisi ve karşılaştırmalarla anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde sunulur.

Görüşmelerin analizinde ses kayıtları hem araştırmacı hem de bir başka kişi tarafından yazıya geçirilmiştir. Daha sonra elde edilen iki ayrı deşifre karşılaştırılarak kayıtların tutarlılığına bakılmıştır.

Araştırmada, betimsel analiz N-Vivo 11 analiz programıyla yapılmıştır. NVivo görüntü, ses, metin gibi çeşitli verilerin analizinde kullanılan, araştırmacılara hız ve kolaylık sağlayan bir nitel analiz programıdır. Programda analiz edilen veriler grafikler halinde raporlaştırılarak sunulabilmektedir. Bu araştırmada veriler NVivo programında analiz edilirken çeşitli kategorilere ayrıştırılmış ve tematik bir çerçeve doğrultusunda analiz yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan nicel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinde 27 blog sitesinin her birinin son 7 paylaşımı analiz edilmiştir. Analizde konuya uygun kodlama cetveli kullanılmıştır. Kodlanan veriler daha sonra SPSS 24.0 programına aktarılarak verilerin istatistiksel analizi gerçekleştirilmiştir.

3.4.1. Betimsel analiz temaları

Görüşme verileri aşağıda belirlenen temalara göre kodlanmış ve analiz edilmiştir.

1. *Katılımcıların kişisel özellikleri*

- a) Katılımcının yaşı
- b) Katılımcının eğitim durumu

2. *Blog kullanım pratikleri*

- a) Katılımcıların blog kimlikleri

- b) Katılımcıların blog kullanım sıklığı
- c) Katılımcıların blog kullanım nedenleri, amaçları
- d) Katılımcıların paylaşımlarının içerikleri

3. *Bloglarda annelik kimliğinin sunumu*

- a) Katılımcıların annelik tanımları
- b) Katılımcıların blogger anne tanımları
- c) Katılımcıların sundukları anne imajları

4. *Katılımcıların blog ortamı hakkındaki düşünceleri*

- a) Katılımcıların mahremiyet düşüncesi
- b) Katılımcıların diğer kullanıcılarla etkileşimi
- c) Blogların avantajları ve dezavantajları
- d) Katılımcıların blogların annelik kimliğini değiştirmesi ile ilgili düşünceleri ve blog ortamında karşılaşılan popüler kültür öğeleri

4. BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın problemi ve amacı doğrultusunda gerçekleştirilen verilerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcılarla Yapılan Derinlemesine Görüşme Bulguları

Sosyal medya ile kültürel kimliklerin dönüşümü odaklı blogger annelerin incelenmesi yönünde kendini blogger olarak tanımlayan ve blog sitesinde anne kimliği ile bulunan 8 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler 4 ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar; katılımcıların kişisel özellikleri, katılımcıların blog kullanım pratikleri, katılımcıların bloglarda annelik kimliğini sunumları, katılımcıların bloglar hakkındaki düşünceleridir.

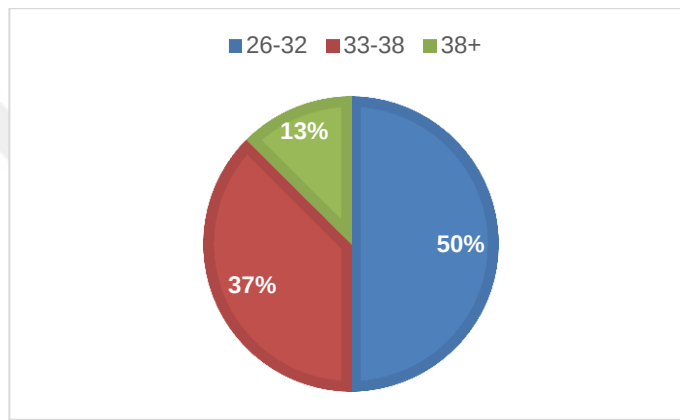
4.1.1. Katılımcıların kişisel özellikleri

İlk tema olarak katılımcıların yaş ve eğitim durumları bilgilerine yer verilmiştir:

4.1.1.1. Katılımcıların yaşı

Katılımcıların yaş kategorileri ve oranları tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Yaş Kategorileri

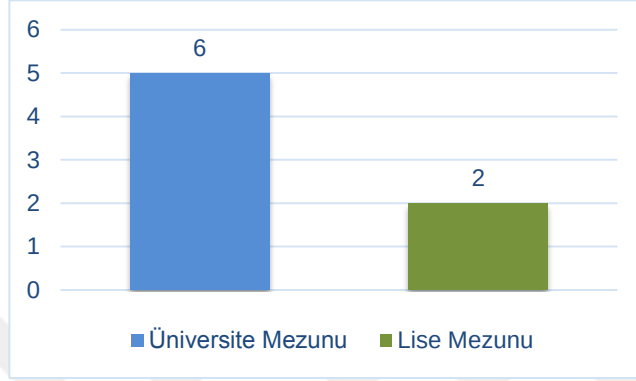


Yaş kategorileri 18-25, 26-32, 33-38, 39+ şeklinde belirlenmiş olup, katılımcılardan hiçbiri 18-25 yaş aralığında olmayıp, Miray, Nermin, Öznur ve Fulya 26-32 yaş aralığında; Ebru, Selda ve Hülya 33-38 yaş aralığında ve Sema 38+ yaş kategorisindedir.

4.1.1.2. Katılımcıların eğitim durumları

Katılımcıların eğitim durumları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Durumları



Görüşmelerde katılımcıların eğitim durumları sorulmuş, katılımcılardan 6 tanesinin üniversite 2 tanesinin de lise mezunu olduğu saptanmıştır. Üniversite mezunu annelerin çoğunlukta olması teknoloji okuryazarlığı ve kullanım yeterliklerinin niteliğinin yanı sıra eğitim seviyesinin sosyal ağ kullanımına ilişkin farkındalıklara yansımaları ile ilişkilendirilebilir.

4.1.2. Blog kullanım pratikleri

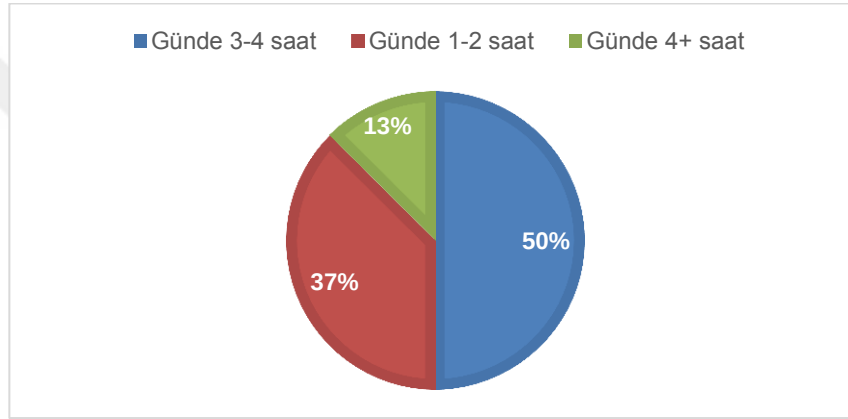
Araştırmanın bu kısmında katılımcıların ‘blog kullanım pratikleri’ ana başlığı altında “katılımcıların blog kimlikleri, katılımcıların blog kullanım sıklığı, katılımcıların blog tanımları, katılımcıların blog kullanım nedenleri, amaçları, katılımcıların blog paylaşım türleri” ele alınmıştır.

4.1.2.1. Katılımcıların blog kimlikleri

Araştırmada katılımcılara blog sitelerinde gerçek kimlikleriyle mi yoksa farklı bir sanal kimlik oluşturarak mı bulundukları sorulmuştur. Soruya 8 katılımcı da gerçek kimliği ile blog sitesinde bulunduklarını söylemiştir.

4.1.2.2. *Katılımcıların blog kullanım sıklığı*

Tablo 11. *Katılımcıların Blog Kullanım Sıklığı*

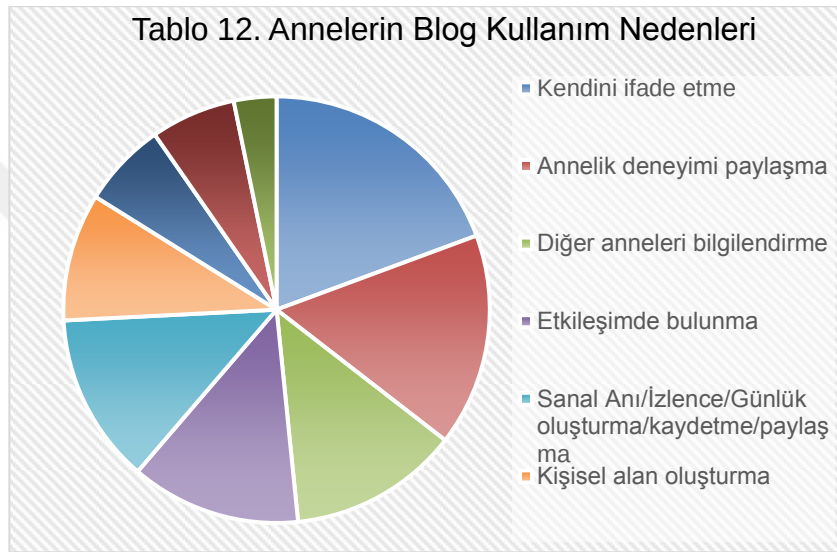


Katılımcılara bloglarında günde ne kadar zaman geçirdikleri sorulduğunda; Nermin, Öznur ve Selda'nın 1-2 saat; Fulya, Miray, Hülya ve Ebru'nun günde 3-4 saat, Sema'nın ise 4 saatten fazla blog kullandığı öğrenilmiştir.

4.1.2.3. *Katılımcıların blog kullanım nedenleri*

Katılımcıların blog kullanım nedenlerine ilişkin alt temalar şu şekilde tablolştırılmıştır:

Tablo 12. Annelerin Blog Kullanım Nedenleri



Görüşmeler sırasında katılımcılara blog kullanım nedenleri sorulmuş ve her bir kategoriye birden fazla kişi katılmıştır. Yukarıdaki tabloda yoğunluklu olarak paylaşım nedenleri görülmektedir. Blogger annelerin blog kullanım nedenlerine ilişkin görüşlerine dayalı alt temaların frekansları ise Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. Annelerin Blog Kullanım Nedenlerine İlişkin Alt Temalar

Annelerin Blog Kullanım Nedenleri	F	%
<i>Kendini ifade etme</i>	6	75
<i>Annelik deneyimi paylaşma</i>	5	62
<i>Diğer anneleri bilgilendirme</i>	4	50
<i>Etkileşimde bulunma</i>	4	50
<i>Sanal Anı/İzlenim/Günlük oluşturma/kaydetme/paylaşma</i>	4	50
<i>Kişisel alan oluşturma</i>	3	37

Faydalı içerik paylaşma
Özgür ifade ortamı bulma
Günlük yaşam sınırlarını aşma

2	25
2	25
1	12

Katılımcılardan blog kullanım nedenlerine ilişkin ana temaları ve alt temalarına ilişkin görüşleri şu şekildedir:

Öznur, blog kullanım nedenini blogları sosyal medya uygulamaları içinde kendini en iyi ifade edebildiği ortamlar olarak görerek deneyimlerini paylaşmak için blog kullandığını belirtmiştir.

Ebru, blog sitesini annelik deneyimlerini paylaşmak ve yazarak kendini iyi ifade ettiği için kullandığını belirterek nedenlerini şu şekilde belirtmiştir:

“Her zaman yazarken kendimi çok mutlu hissetmişimdir. 2007 yılından beri blog yazıyorum. Kendimi yazarak iyi ifade edebildiğim için blog kullanmaya karar verdim. Bloglar diğer sosyal medya ortamlarından daha fazla yazı içerikli. Bu yönü bana cazip geliyor. 2011 yılında anne olunca da kendi kişisel blog sitemi kapatıp çocuğumla ilgili bir blog açtım. Burada elimden geldiğince annelik deneyimlerimi paylaşıyorum. Diğer annelerle bildiklerimi paylaşmak beni en mutlu eden yönü diyebilirim.”

Miray blog kullanım nedeni ile ilgili, uzun süredir takip ettiği anne-çocuk blog sayfaları olduğunu belirterek çocuk sahibi olduktan sonra kendisinin de çocuğuyla yaşadıklarını kayıt altına almak için ve bilgi edinmek için kendi blog sayfasını açtığını söylemiştir. Ayrıca şunları eklemektedir:

“Sosyal medya kullanmaya başladığımdan beri çeşitli blogları takip ediyordum zaten. Ama sadece okuyucuydum. Kendi hesabım yoktu. 2 yıl önce anne olduktan sonra ben de bebeğimle ilgili bir sayfa açabileceğimi düşündüm. Başta tereddüt ettim bebeğim çok küçük olduğu için zaman

ayıramayacağımı düşünüyordum ama bir yandan da fotoğraflarımızı, videoları ve paylaştığımız güzel anları bir yerlerde saklamak, biriktirmek istiyordum. Biliyorsunuz bloglar da eskiden tuttuğumuz günlükler gibi ve artık elimizden telefon düşmüyor çocuklarımızın her anını çekiyoruz. Ben de bu sebeple fırsat buldukça çektiğim fotoğrafları ve anılarımızı paylaşıyorum. Ayrıca çok yararlı sayfalar olduğunu düşünüyorum. Bebeğimin bakımıyla ya da beslenmesiyle ilgili bilgi almak için birçok sayfadan yararlanıyorum.”

Selda blog kullanım sebebin öncelikle annelik tecrübelerini paylaşmak olduğunu belirtmiştir. Selda'ya göre; “blog kullananlar bir şekilde kendi yaşadıklarını sayfalarında paylaşıyorlar. Tıpkı diğer sosyal medya platformları gibi ancak bloglar bana daha kişisel alanlar gibi geliyor ve annelik tecrübelerimi paylaşarak mutlu oluyorum.” Annelik tecrübelerini paylaşmak için blog sayfası açtığını belirten Selda ayrıca ek olarak diğer anne-çocuk sayfalarından bilgi almak için de blog kullandığını eklemiştir.

Sema blog kullanımını 3 nedene bağlamıştır. İlk olarak blogların Türkiye’de popüler olmaya başladığı zamanlardan bu yana blog kullanıcısı olduğunu vurgulayarak, başlarda aktif bir kullanıcı olmadığını sadece diğer sayfalardaki bilgilerden faydalandığını ancak daha sonra anne olmasıyla birlikte hem çocuğuyla yaşadıklarını diğer kullanıcılarla paylaşmak hem de anılarını internet ortamında kaydetmek için blog kullandığını söylemiştir.

Nermin uzun yıllardan beri kişisel blog sayfası olduğunu belirtmiştir. Yazmayı çok sevdiği için anılarını yazmak için başladığı blog yazarlığına anne olunca başka anne kullanıcılarla iletişime geçip bilgi almak için blog kullandığını söylemiştir.

Hülya, anne olduktan sonra tecrübelerini insanlarla paylaşmak için blog sayfası kurduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra Hülya, çocuklarıyla ilgili anılarını düzenli bir şekilde blog sayfasında kaydettiğini eklemiştir.

Fulya, sosyal medyanın farklı insanları bir araya getirme özelliğini vurgulayarak blog kullanım nedenlerini şu şekilde sıralamıştır:

“Blog sayfamı takip ettiğim faydalı hesaplardan esinlenerek açtım. Anne olduktan sonra yaşadıklarımı diğer insanlarla paylaşmak ve diğer anneleri bilgilendirmek hayatımı bir bakıma düzene soktu diyebilirim. İçerik paylaşımı yapmadan önce paylaşacağım şey hakkında detaylı araştırma yapıyorum sonuçta birçok anne yazdıklarını takip ediyor, tavsiyeleri uyguluyor ya da örnek alıyor. Bununla ilgili sorumluluk hissetmeye de başladım sanırım. Her gün düzenli olarak faydalı içerikler paylaşmaya özen gösteriyorum. Her gün düzenli olarak araştırma yapıyorum. En önemlisi sosyal medyada birçok insan bir araya geliyor ve herkes deneyimlerini paylaşıyor. Farklı ülkelerden birbirimizi takip ettiğimiz, fikir alışverişinde bulunduğumuz kullanıcılar da var. Büyük bir aile gibiyiz ve insanlar günlük hayatta konuşamadığı birçok şeyi daha rahat bir şekilde sosyal medyada konuşabiliyor. Bu yüzden özellikle blog sayfalarını çok samimi buluyorum.”

Katılımcıların blog kullanımı dışında izleme nedenleri de ortaya koydukları görüşlerde öne çıkmaktadır. Bu görüşlere ilişkin alt temalar ise Tablo 14’de verilmiştir:

Tablo 14. Annelerin Blog İzleme Nedenlerine İlişkin Alt Temalar

Annelerin Blog İzleme Nedenleri	F	%
<i>Anne ve çocuk yetiştirme ile ilgili bilgi almak,</i>	6	75
<i>Anne ve çocuk yetiştirme ile ilgili bilgilerden yararlanmak</i>	6	75
<i>Başka annelerle iletişim kurmak</i>	6	75
<i>Popüler olması</i>	4	50
<i>Farklı kültür/ülke anneleri ile etkileşimde bulunmak</i>	2	25
<i>Diğer anne blogu sayfalarından etkilenerek blog izlemek</i>	2	25

Katılımcı annelerin blog izleme nedenleri arasında anne ve çocuk yetiştirme bilgi almak ve bilgilerden yararlanmanın yanı sıra diğer annelerle iletişim kurmak da öne çıkmaktadır. Blog izlemenin popülerliği ise dikkat çeken bir diğer temadır. Farklı kültür ya da ülkelerdeki annelerle etkileşimde bulunmak ve bu etkileşimin bilinçli anneliğe yansması da değinilen bir diğer nokta olarak dikkat çekmektedir. Yine popülerlik

bağlamında diğer annelerden etkilenererek blog izleme ya da oluşturma da sosyal ağların popülerliğinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

4.1.2.4. Katılımcıların paylaşım içerikleri

Görüşmeler sırasında katılımcılara paylaşım içeriklerini belirlemek adına ne tür paylaşımlarda bulundukları sorulmuştur. Çeşitli cevaplar alınsa da genellikle bebek bakımı, çocuk eğitimi ve beslenme konularında içerikler paylaştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 15. Blogger Annelerin Paylaşım İçerikleri

Blogger Annelerin Paylaşım İçerikleri	F	%
<i>Bebek bakımıyla ilgili içerik paylaşımı</i>	6	75
<i>Günlük yaşam içerisindeki olayların paylaşımı</i>	4	50
<i>Oyun/etkinlik haberleri paylaşımı</i>	4	50
<i>Çocuk eğitimi ile ilgili paylaşımlar</i>	3	50
<i>Çocuklar için yemek tarifi paylaşımları</i>	3	37
<i>Çocukların sosyalleşmesine ilişkin içerik paylaşımı</i>	3	37
<i>Ürün ve marka tanıtımına ilişkin paylaşımlar</i>	3	37
<i>Uzman görüşleri paylaşma</i>	2	25
<i>Uygulanarak deneyimlenmiş içerik paylaşma</i>	2	25
<i>Doğruluğu sınanmış içerik paylaşma</i>	2	25
<i>Güncel içerik paylaşma</i>	1	12

Katılımcıların paylaşımlarına ilişkin görüşlerinden doğrudan aktarımlar verilmiştir. Hülya, Ebru ve Fulya ağırlıklı olarak bebek bakımıyla ilgili içerikler paylaştıklarını belirtmişlerdir. Bununla ilgili Ebru:

“Anne olduğumdan beri bebek bakımıyla ilgili çok fazla şey araştırdım, okudum. Hala da okumaya devam ediyorum. Hep daha bilinçli bir anne olmak için elimden geleni yapıyorum. Hamilelik dönemimden beri ciddi anlamda bu konuda çeşitli bilgiler edindim ve bebek bakımıyla ilgili öğrendiklerimi her fırsatta paylaşıyorum.”

Nermin günlük yaşamda yaşadığı günlük olayları paylaştığını söyleyerek; *“sanırım bu sıralar en çok oyun etkinlik haberleri paylaştım. Çocukların sosyalleşmelerini çok önemsiyorum. Genel olarak düşündüğümde bebek bakımıyla ilgili ve çocuk eğitimiyle ilgili içerikler paylaşıyorum.”*

Katılımcılardan Sema, en çok çocuğuna yaptığı yemekleri, beslenme önerilerini ve eğitici içerikler paylaştığını söylemiştir. Selda da aynı şekilde çocuklar için faydalı olabilecek yemek tarifleri paylaştığını ve çocuğuyla yaptığı eğitici etkinlikleri paylaştığını söylemiştir. Miray çocuğuyla ilgili paylaşımlarını yaşadığı anılara göre şekillendiğini söyleyerek; *“o gün ne yaşarsak onu paylaşıyorum açıkçası. Ne paylaşayım diye önceden düşünmüyorum. Yine de paylaşımlarımın bilgi verici olması için özen gösteriyorum”* gündelik hayatını olduğu gibi blog sayfasına aktardığını söylemiştir.

4.1.3. Bloglarda annelik kimliğinin sunumu

Görüşmenin ‘bloglarda annelik kimliğinin sunumu’ teması altında “katılımcıların annelik tanımları, katılımcıların blogger anne tanımları, katılımcıların sundukları anne imajları, katılımcıların blog ortamında kendilerini ifade ediş biçimleri” alt kategorileri ile görüşme verileri analiz edilmiştir.

4.1.3.1. Katılımcıların ‘annelik’ tanımları

Görüşme sırasında katılımcılara anneliği nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Hemen hemen benzer cevaplar alınmıştır. Katılımcıların çoğu anneliğin fedakarlık gerektiren ve huzur verici bir duygu olduğunu söylemiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu anne olunca kendilerini tamamlanmış hissettiklerini vurgulamıştır. Anneliğin kutsal bir olgu olduğuna dair oluşan inanç katılımcıların ortak düşüncesidir (Bkz. Tablo 16).

Tablo 16. *Blogger Annelerin Geleneksel Annelik Tanımları*

Geleneksel Annelik	F	%
<i>Özel ve kutsal bir görev</i>	8	100
<i>Fedakarlık</i>	8	75
<i>Ödün verme</i>	4	50
<i>Sorumluluk</i>	4	50

Geleneksel annelik tanımına ilişkin görüşlerden doğrudan aktarımlar verilmiştir. Selda'nın annelik ile yaptığı tanım şu şekildedir:

“Annelik gönüllü bir şekilde kendinizi bir başkasına adamaktır bence. Anne olunca çok da mantıklı düşünemiyorsunuz çok duygusal oluyorsunuz. Ben anne olunca kendimi tamamlanmış bir kadın olarak hissettim. Anne olana kadar çocuk gibiymişim anne olunca anladım olgunlaştığımı.”

Hülya ise anneliği sonsuz bir fedakarlık olarak tanımlamakta ve şunları eklemektedir:

“Anne olmak demek kendinden ödün vermek demek. Her konuda kendinizden ödün veriyorsunuz fedakarlık yapıyorsunuz. Ayrıca ömür boyunca sürececek bir sorumluluk hissi. Tüm stresli yanlarının yanında annelik gerçekten deneyimleyebileceğim en güzel duygu bana kalırsa. Anne olmadan önce hayatta hiçbir amacım yokmuş meğerse anne

olduktan sonra beni hayata sınıksız bağlayacak bir sebebim oldu. Annelik beni her açıdan tamamladı diyebilirim.”

Ebru da diğer katılımcılarla benzer düşünceleri paylaşarak anne olduktan sonra bedenen ve ruhen tamamlandığını ifade etmiş ve anneliğin sorumluluk bilincini en üst seviyeye taşıyarak çocuğu için yaşamak olduğunu belirtmiştir.

Nermin anneliği kutsal bir görev olarak gördüğünü belirterek şunları eklemiştir:

“Annelik bence bir delilik. Delilik diyorum çünkü ömrünüzün sonuna kadar sorumlu olacağınız biri olacak ve her zaman stresli olacaksınız. Annelik böyle bir şey. Bir taraftan huzursuzken bir taraftan da dünyanın en huzurlu şeyi. Annelik kadınlara verilmiş kutsal bir görev kesinlikle. Anneyken deneyimlediğim her şey bana çok özel geliyor. Özel ve kutsal.

4.1.3.2. Katılımcıların blogger anne tanımları

Görüşme sırasında katılımcılara annelik kimlikleri ile blogger kimliğinin nasıl özdeşleştirildiğini anlamak adına ‘blogger anne’ tanımını nasıl yaptıkları sorulmuştur. Katılımcıların çoğu blogger anneliği sosyal medyada annelik deneyimlerini paylaşan kullanıcılar olarak tanımlamıştır. Blogger anne tanımına ilişkin alt temalar şu şekilde yapılandırılmıştır:

Tablo 17. Blogger Annelerin Blogger Annelik Tanımları

Blogger Annelik	f	%
Yeni nesil annelik	6	75
Teknolojik annelik	4	50
Çağı yakalayan annelik	4	50
Yeniliklere uyum sağlayan annelik	4	50
Meslek olarak blogger annelik	2	25
Diğer anneleri bilinçlendirme misyonu odaklı annelik	2	25

Katılımcıların blogger anne kimliğine ilişkin görüşleri doğrudan aktarımlarla desteklenmiştir. Katılımcılardan Ebru, her annenin kendi deneyimlerini blog sayfasında paylaşmasıyla birlikte blogger anneler diye yeni bir akım çıktığını belirterek şu şekilde açıklamıştır:

“Bir annenin blogger anne olarak kendi yaşamındaki tecrübelerini paylaşması başkalarını bilgilendirmesi çok güzel bir şey. Bizler anne olarak paylaşımlar yapıyoruz ve içimizde bunu meslek olarak yapan anneler de var. Çeşitli markalarla çalışıyorlar ve sosyal medyada ürün tanıtımları yaparak anne çocuk alanında bilgi paylaşıyorlar.”

Fulya ise, blogger anne adı altında sosyal medyada birçok hesap olduğunu belirterek sosyal medyadaki bu konuyla ilgili bilgi kirliliğine dikkat çekmektedir ve bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“Anne olduktan sonra herkes çeşitli sosyal medya ortamlarında çocuğuyla ilgili içerikler paylaşmaya başladı. Ancak bu paylaşımların çoğunu doğru bulmuyorum. İnsanlar kulaktan dolma bilgilerle araştırmadan, kaynak göstermeden bilgi paylaşır oldular. Diğer kullanıcılar bu tür paylaşımları ciddiye alıp kendi hayatlarında uyguluyorlar. Bu sakıncalı bir durum. Ben de kendimi blogger anne olarak tanımlıyorum ancak genellikle uzman görüşleri paylaşmaya özen gösteriyorum ya da deneyip uyguladığım doğruluğundan emin olduğum konuları tavsiye ediyorum.”

Selda, blogger anneleri çağın koşullarına ayak uydurarak sosyal medyada paylaşımda bulunan yeni nesil anneler olarak tanımlamakta ve şunları eklemektedir:

“Günümüzde sosyal medya insanlara binlerce kişiye ulaşarak iletişim kurmaları için olanak sağlıyor ve bazılarımız bu olanakları iyi değerlendiriyoruz. Birçok blogger annenin ve benim de bunu iyi değerlendirdiğini ve insanlara ulaşmak için sosyal medyayı doğru bir şekilde kullandığımızı düşünüyorum. Tabi genelleme yapmak sakıncalı olabilir ancak kendi adıma konuşmam gerekirse blogger anne adı altında yaptığım her şey çok güncel mesela. Her zaman güncel içerikler paylaşarak çağın gerektirdiği şekilde bir anne olma çabasındayım. İnternet sayesinde bütün bilgiler artık elimizin altında ve bunları değerlendirmek bizim elimizde. Bu konuda blogger anneleri teknolojinin tüm fırsatlarını değerlendirerek diğer insanları bilinçlendirmek için paylaşımda bulunan kişiler olarak tanımlayabilirim. Blogger anneler kesinlikle yeni nesil anneliği temsil ediyorlar.”

Miray blogger anneleri teknolojik anneler olarak tanımlayarak blogger anne kimliği ile ilgili düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Son yıllarda internette böyle bir tanımlama çıktı evet ben de kendimi blogger anne olarak tanımlıyorum. Blogger anneler bana göre anneliğin teknoloji ile buluşması gibi. Bizler günümüzün anneleri olarak artık interneti aktif bir şekilde kullanıyoruz. Kullanmak da zorundayız bence. Artık ufacak çocuklarımız bile internetten çıkmazken biz anneler olarak çağa ayak uydurmak zorundayız. İnternet sayesinde günümüzde her şey o kadar hızlı değişiyor ki yeniliklere zor uyum sağlıyoruz. Blogger annelerin bu konuda diğer annelere, kadınlara hatta babalara ebeveynlik hakkında güncel içerikler paylaşarak bu uyumu yakalamalarına fırsat verdiğini düşünüyorum.”

4.1.3.3. Katılımcıların sundukları anne imajları

Blog sayfalarında annelik kimliğinin nasıl inşa edildiğini anlamak adına görüşme sırasında katılımcılara; blog ortamında ortaya koydukları annelik modeli ile gündelik yaşamdaki annelik modelinin birebir örtüşüp örtüşmediği, sosyal medya ve blog kullanımıyla birlikte annelik bakış açısında değişimler olup olmadığı, kendilerini annelik bağlamında geleneksel mi yoksa modern olarak mı tanımladıkları sorulmuştur.

Sorularla ilgili katılımcılardan çeşitli cevaplar alınmış olsa da genel anlamda cevapların ortak noktası olarak tüm katılımcılar gerçek hayatta sergiledikleri anne imajıyla blog ortamında sergiledikleri anne imajının birebir örtüştüğünü düşünmektedir. Bununla birlikte katılımcıların çoğu blog kullanımıyla birlikte bakış açılarında olumlu değişimler yaşandığını belirtmişlerdir.

Tablo 18. *Blogger Annelerin Bloglarındaki Annelik İmajları*

Bloglardaki Annelik İmajları	f	%
<i>Modern anne imajı</i>	8	100
<i>Gerçek yaşamı olduğu gibi yansıtmaya yönelik imaj</i>	6	75
<i>Gerçek kimliği yansıtmaya ilişkin imaj</i>	4	50
<i>Gerçek yaşam paylaşımlarına dayalı imaj</i>	4	50
<i>Geleneksel ve modern anne imajı</i>	4	50
<i>Geleneksel Türk kadını imajı</i>	4	50

Katılımcıların alt temaları yansıtan görüşlerinden doğrudan aktarımlar verilmiştir. Katılımcılardan Sema ve Nermin daha çok kendilerini geleneksel Türk tipi anne olarak görürken Miray, Fulya ve Ebru modern anne tanımına daha çok uyduklarını düşünmektedir. Selda ve Hülya ise modern ve geleneksel yönlerinin eşit düzeyde olduğunu belirtmişlerdir.

Sema sunduğu anne imajıyla ilgili şunları söylemektedir:

“Gerçek yaşamda nasıl bir anneysem sosyal medyada da o şekilde davranıyorum. Sonuçta gerçek kimliğimle gerçek hayatımdan paylaşımlar yapıyorum ve kendimi olduğum gibi gösteriyorum iyisiyle de

kötüsüyle de. Ben tam geleneksel Türk kadını olduğumu düşünüyorum. Tabi artık bulduğumuz dönemde eski adetler, gelenekler etkisini kaybetti hepimiz çoğu konuda modernleştik ancak annelik konusunda hala kendi annemden gördüğüm deneyimlerle hareket ettiğim de bir gerçek. Mesela nazara çok inanırım ve hala çocuğumun yakasına nazar boncuğu takmadan çıkarmıyorum”

Ebru ise sosyal medya ile birlikte insanlarla bilgi alışverişinde bulunmanın kendisine çok şey kattığını söyleyerek açıklamasına şunları eklemiştir:

“Tabi ki gerçek hayattaki anne kişiliğimle sosyal medyadaki birebir aynı, hiçbir fark yok. Sosyal medya hayatımıza girdiğinden beri aslında her konuda bakış açımız değişmeye başladı, buna annelik de dahil bana göre. Eskiden her şey gizli saklı yaşanır, anneler ev içinde de arka plana itilirdi. Ancak şimdi bakıyorum da bu durumda sosyal medya ile birlikte büyük değişimler yaşanmaya başladı. Anneler artık toplum içinde daha aktif. Sosyal medya sayesinde elimizin altında hali hazırda bir sürü bilgi bulunuyor ve bu bilgilere hemen ulaşabiliyoruz. Annelik konusunda da bu bilgileri kullanabiliyoruz. Bu anlamda ben de kendimi daha çok modern anne olarak gördüğümü söyleyebilirim. Annelik konusunda da her zaman özverili davrandım ve kendimi geliştirdiğimi düşünüyorum. Bu gelişimde internetin büyük bir payı var tabi ki. Sosyal medya üzerinden birçok uzmana bile ulaşip iletişim kurabiliyoruz.”

Kendini hem geleneksel hem de modern anne tipiyle tanımlayan Fulya, sosyal medyada sunduğu anne imajıyla ilgili şunları söylemektedir:

“Ben kendimi hem geleneksel hem de modern anne olarak görüyorum. Sonuçta biz Türk toplumunda doğup büyüyen insanlarız. Anne olduktan sonra da hala çocuk bakımında birçok konuda geleneklerimizde olan şeyleri uyguluyorum. Çocuğumun beslenmesinde bile hazır gıdalar

yerine ev yapımı, Türk usulü yiyecekler kullanmaya gayret ediyorum. Ancak çocuk eğitimi konusunda çok ilgiliyim. Montessori modeliyle oğlumu yetiştirmeye gayret ediyorum bununla ilgili seminerlere katılıp eğitim de aldım. Yani kısacası çocuğumun eğitimi konusunda tabi ki modern bakış açısına sahibim ancak günlük yaşamda geleneksel anne özellikleri taşıdığım da bir gerçek.”

Kendini modern anne olarak tanımlayan Miray sahip olduğu annelik imajıyla ilgili şunları söylemiştir:

“Kendimin daha çok modern anneliğe uyduğunu düşünüyorum ve bloğumda da bu şekilde paylaşımlarda bulunuyorum. Devir internet devri ve artık eskisi gibi geleneksel aile biçimleri kalmadı bana kalırsa. Artık herkes araştırıyor, okuyor, biliyor. Eskisi gibi çocuk büyütürken kocakarı ilaçları, eski usul yöntemler pek yok. Çocuğun bakımında da eğitiminde de hatta oyunların da bile uzmanlardan bilgi alıyoruz. Ayrıca ben dünyadaki gelişmeler hakkında da internetten sürekli bilgi alan biriyim. Bu yüzden çocuğumu büyütürken artık geleneksel değil de daha dünya çapındaki bilgilerle hareket ettiğimi söyleyebilirim.”

Blogger annelik tanımının daha çok günümüz bilgi ve iletişim teknolojilerinin bir parçası olma ile özdeşleştirildiği dikkati çekmektedir. Bir başka deyişle aktif katılımcı bir blogger anneliğin teknolojiyi etkin kullanan, çağcıl, yenilikçi ve kitleleri etkileyici bir takım nitelikler ortaya koymakla özdeşleştirildiği görülmektedir. Bulgular içinde dikkat çeken en önemli nokta blogger anneliğin bir meslek olarak görülmesidir. Bu çerçevede yine aktif katılımcı bir rol ile sanal ortamı annelik kimliği odaklı ticaret platformuna dönüştürmek, reklam yapmak, ürün paylaşmak/tanıtmaq, marka paylaşmak/tanıtmaq ve satış yapmak olarak işe koşan blogger annelerden bahsedilebilir. Bu bağlamda blogger annelik tanımı aynı zamanda anneliğin girişimci bir yaklaşım ile mesleğe dönüştürülmesinin önemli bir göstergesidir.

Blogger annelerin bloglarındaki annelik imajlarına ilişkin öne çıkan boyutlar da dikkat çekicidir. Bu çerçevedeki paylaşımlarda öne çıkan boyutlar blogger annelik imajına ilişkin öne çıkan göstergeler ana teması altında ele alınmıştır.

Tablo 19. *Bloglardaki Annelik İmajlarında Öne Çıkan Göstergeler*

Blogger Anne İmajı Göstergeleri	f	%
<i>Annelik kimliğini aktif hale getirme</i>	8	100
<i>Anne kimliğini öne çıkarma</i>	6	75
<i>Modern anne kimliğini öne çıkarma</i>	4	50
<i>Bilinçli anneliği öne çıkarma</i>	4	50
<i>Anneliğe ilişkin kişisel gelişimi öne çıkarma</i>	3	50
<i>Çocuk bakımında uluslararası bakış açısını öne çıkarma</i>	1	50

Blogger annelik imajı çerçevesindeki modern, bilinçli ve paylaşımcı anne kimliklerine dayalı yansımalar dikkati çekmektedir. Örneğin annelerin paylaşımları öncesinde hazırlık yapması, araştırma gerçekleştirmesi, uzmanlara ulaşarak bilinçli anneliği öne çıkarması söz konusudur. Ayrıca kültürler ve ülkeler arasındaki anneler ile etkileşime dayalı uluslararası bakış açısı ve etkileşim çıktılarını paylaşan anneler de dikkati çekmektedir. Bu çerçevedeki paylaşımları sorumluluk taşıma ile özdeşleştiren anneler, bu süreç için ciddi bir ön hazırlık ortaya koymaktalar ve bir anlamda blogları çerçevesinde doğru içerik paylaşımını toplumsal bir sorumluluk olarak görmektedirler.

4.1.4 Katılımcıların blog ortamı hakkındaki düşünceleri

Görüşmede bu tema altında katılımcılara, “katılımcıların mahremiyet düşüncesi, katılımcıların diğer kullanıcılarla etkileşimi, blogların avantajları ve dezavantajları, blog

ortamında karşılaşılan popüler kültür öğeleri, katılımcıların blogların annelik kimliğini değiştirmesi ile ilgili düşünceleri” sorulmuştur.

4.1.4.1. Katılımcıların mahremiyet ile ilgili düşüncesi

Katılımcılara mahremiyet ve gizlilik ile ilgili olarak, çocuklarının ve kendilerinin özel hayatlarını paylaşıırken mahremiyetle ilgili bir kaygı yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur. Katılımcıların hepsi çocuklarının fotoğraflarını paylaşıırken mahremiyetle ilgili kaygılara sahip olduklarını dile getirmiştir.

Tablo 20. Bloglardaki Mahremiyet ve Gizliliğe İlişkin Görüşler

Bloglardaki Mahremiyet ve Gizlilik	f	%
Özel hayat paylaşımlarında seçicilik	8	100
Paylaşımların oluşturacağı sorunlar için önlem alma	6	75
Fotoğraf paylaşımlarının kötü amaçlı kullanımını önleme	6	75
Özel yaşam alanı bilgilerini paylaşmama	6	75

Bloglardaki mahremiyet ve gizliliğe ilişkin görüşler çerçevesinde hem kendilerinin hem de çocuklarının fotoğraflarını paylaşıırken seçici davrandıklarını ve çok özel içerikler paylaşmadıklarını söylemişlerdir. Bu temaya ilişkin doğrudan aktarımlar şu şekildedir:

Ebru mahremiyet ile ilgili düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

“Blog sayfamda ve diğer sosyal medya hesaplarımda özel hayatımla ilgili paylaşımlar yaparken seçici davranıyorum. Sonuçta bu sayfalar herkese açık ve düşünmeden yapılacak paylaşımların sorun yaratacağına inanıyorum. Özellikle çocuğumun fotoğraflarını paylaşıırken daha da seçiciyim tabi. Uygunsuz ve çıplak fotoğraflarını kesinlikle paylaşmıyorum.”

Sema ise blogunda çocuğunun pek fotoğrafını paylaşmadığını belirterek, sadece bir iki tane çocuğunun fotoğrafının bulunduğunu onların da ailecek çekilmiş fotoğraflar olduğunu belirtmiş, çocukların fotoğraflarının herkese açık ortamlarda paylaşılmasını doğru bulmadığını eklemiştir.

Miray, blog sayfasında özel hayatıyla ilgili pek fazla içerik paylaşmadığını söylemiştir. Özellikle çocuğunun okulu, evinin adresi gibi özel yaşam alanlarının paylaşımını yapmadığını belirterek bu gibi özel bilgilerin herkese açık sosyal medya ortamlarında paylaşılmasının oldukça yanlış olduğunu sözlerine eklemiştir.

Hülya ise çocukları hakkında paylaşımda bulunurken mahremiyet ile ilgili endişeleri olduğunu belirtmiş ve bu konu hakkında fikirlerini şu şekilde açıklamıştır:

“Tabi ki çocuğumla ilgili paylaşımda bulunurken endişelerim yok değil. Blog sayfam herkese açık ve herkes paylaşımlarımı görebiliyor. Bu bazen beni tedirgin ediyor. Kötü niyetli insanlar çocuğumla ilgili bilgileri, fotoğrafları alıp kullanabilirler. Bu yüzden paylaşım yaparken dikkatli olmaya özen gösteriyorum. Çocuğuma ve aileme zarar verecek içerikler paylaşmıyorum.”

4.1.4.2. Katılımcıların diğer kullanıcılarla etkileşimi

Görüşme sırasında katılımcılara diğer kullanıcılarla etkileşiminin ne yönde olduğu, ne tür geri bildirimler aldıkları sorulmuştur. Katılımcıların hepsi kendi takipçilerinden genelde olumlu yorumlar aldıklarını, iletişimlerinin iyi olduğunu belirtmiştir.

Tablo 21. Blogger Anneler Arası Etkileşimlere İlişkin Görüşler

Bloglarda Anne Etkileşimleri

f

%

<i>Olumlu dönütler alma</i>	8	100
<i>Etkili iletişim kurma</i>	6	75
<i>Fikir alışverişi yapma</i>	4	50
<i>Merak edilenleri paylaşma/yanıtlama</i>	4	50
<i>Uzun sürecek dostluklar oluşturma</i>	4	50
<i>Özgürce yorum yapma</i>	4	50
<i>Farklı deneyim paylaşımları yapma</i>	2	25
<i>Karşılıklı bilgilendirme yapma</i>	2	25

Blogger anne etkileşimlerinde genelde olumlu dönütler almanın yanı sıra farklı anneler ile etkili iletişim kurulması, fikir alışverişi, merak edilen konuları detaylı bir şekilde sorma ve yanıtlama olanağı olması, uzun süreli dostlukların oluşturulabilmesi çoğunlukla bahsedilen etkileşim göstergeleridir. Ayrıca blog içeriğinden yola çıkılarak farklı konularda özgürce yorum yapılması, kendileri ile etkileşim kuranların deneyimlerini paylaşmaları ve bu çerçevede hem blogger hem de blog izleyicileri arası karşılıklı bilgilendirmeye dayalı etkileşimler dikkati çekmektedir. Söz konusu alt temalara ilişkin doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

Öznur, blog sayfasında diğer kullanıcılarla etkileşiminin iyi yönde olduğunu vurgulayarak diğer kullanıcılarla iletişimini; “bloglarda samimi bir ortam var ve bu ortamda bilgi alışverişi yapılırken aynı zamanda dostluklar da kuruyoruz. İletişimimiz çok iyi” şeklinde açıklamıştır.

Diğer kullanıcılarla birçok konuda fikir alışverişi yaptığını belirten Hülya, bu konuyla ilgili olarak:

“Blog ortamının belki de en sevdiğim yanı diğer insanlarla iletişim kuruyor olmam. Blog sayfamda kendi hikayemi paylaşıyorum ve paylaşımlarıma olumlu yorumlar almak bilgi paylaşımımı teşvik ediyor. Bu açıdan blogları samimi buluyorum. Bloglarda diğer sosyal medya uygulamalarına göre amacı daha çok belli olan bir kitleye paylaşım yapıyoruz. Özellikle hamile kadınlar, yeni anne olanlar için bu tarz etkileşimli sayfalar oldukça yararlı oluyor. İnsanlar merak ettiklerini

soruyor ya da sıkıntılarını paylaşıp tavsiye alıyorlar. Bu açıdan sosyal medya insanları bir araya getirmek için oldukça faydalı.”

Nermin de blog sayfasına diğer kullanıcılardan olumlu tepkiler geldiğini belirterek diğer takipçileriyle etkileşimini şu şekilde ifade etmiştir:

“Şimdiye kadar diğer kullanıcılardan genellikle olumlu yorumlar aldım paylaştıklarıyla ilgili. Çok uzun süredir blog ortamında tanışıp dost olduğum insanlar da var hayatımda. İletişimimiz çok güzel bu açıdan. Nadiren de olsa paylaşımlarımın eleştirildiği de oluyor tabi. Özellikle bazı anneler kendilerine uymayan ya da farklı gelen tavsiyelere olumsuz tepki gösterebiliyorlar. Ancak her zaman saygı çerçevesinde iletişimimizi devam ettirmeye çalışıyorum. Farklı fikirlerin bu şekilde saygı çerçevesinde sosyal medyada konuşulup tartışılması da bir yandan iyi olabiliyor. İnsanlar kendi fikirlerini tartışarak özgürce yorum yapabiliyorlar.”

Sema paylaşımlarına gelen geribildirimlerin olumlu olduğunu belirtmiş ve diğer kullanıcılarla etkileşimini “blogda genellikle uzun süredir etkileşim halinde olduğum insanlar tarafından yorumlar alıyorum ve hepsi olumlu diyebilirim. Farklı görüşteki insanlar da bana kendi deneyimlerini aktarıyorlar ve ben de onlardan faydalaniyorum” şeklinde açıklamıştır.

Miray da diğer katılımcılarla benzer şekilde paylaşımlarına genellikle olumlu tepkiler aldığını söyleyerek blogunun diğer blog kullanıcılarıyla etkileşim halinde olduğunu ve bu etkileşim sayesinde karşılıklı bilgilendirmelerde bulunduklarını vurgulamıştır.

4.1.4.3. Blogların avantajları ve dezavantajları

Görüşmelerde katılımcılara blogların genel anlamda ve annelik sunumları için avantajlarının ve dezavantajlarının neler olabileceği sorulmuştur. Katılımcıların çoğu blogların avantajı olarak bilgi alışverişinin sağlanması görüşünde hem fikir olmuşlardır.

Tablo 22. *Blogların Avantajlarına İlişkin Görüşler*

Blogların Avantajları	f	%
<i>Kolay bilgi alışverişi</i>	8	100
<i>Kolay etkileşim kurma</i>	4	50
<i>Kendini ifade etmede özgür ortam</i>	4	50
<i>Yeni bir sosyalleşme ortamı</i>	4	50
<i>Kullanımının basit olması</i>	4	50
<i>Kolay paylaşım olanağı</i>	2	25
<i>Aktif katılım olanağı</i>	2	25
<i>Sınırsız içerik paylaşma olanağı</i>	2	25
<i>Düzenli içerik paylaşma olanağı</i>	2	25
<i>İçeriklerin tarihlerine göre sınıflandırılması olanağı</i>	1	12
<i>Kişisel haber yapma olanağı</i>	1	12

Blogger anneler blogların avantajları çerçevesinde hem içerik paylaşımına ilişkin bir sosyalleşme ortamı olmasına, kendilerini özgür ifade ettikleri ortam olmasına ve aktif katılım sağlamasına vurgu yapmışlar hem de teknik anlamda kullanım kolaylığı ve olanakları ile diğer sosyal ağlara göre daha rahat kullanılabildiğine vurgu yapmışlardır.

Tablo 23. *Blogların Dezavantajlarına İlişkin Görüşler*

Blogların Dezavantajları	f	%
<i>Yanlış bilgilendirme</i>	8	100
<i>Bilgi kirliliği</i>	6	75
<i>Bilgi içeriğinin doğruluğunun sınanmaması</i>	4	50

Kaynak göstermeden paylaşımda bulunma

2 25

Araştırma yapmadan paylaşımda bulunma

2 25

Blogger annelerin dezavantaj olarak gördükleri noktalar ise çoğunlukla paylaşılan içeriğin yanlış olması, bilgi kirliliği, doğruluğunun sınanmaması, yeterince araştırılmaması ve doğruluğu için doğru kaynaklara ulaşılmaması ile ilgilidir. Bu konu anneler tarafından oldukça önemsenen bir konudur. Çünkü blogger anne kimliğinin önemli bir sosyal sorumluluk gerektirdiğini düşünen anneler, kitleleri yanlış yönlendirmenin sakıncalarına ilişkin endişeler taşımaktadırlar.

Aşağıda blog kullanımının avantajları ve dezavantajlarına ilişkin katılımcı görüşlerine dayalı doğrudan alıntılar verilmiştir.

Blogların avantajları ve dezavantajları sorusuyla ilgili Selda şu açıklamayı yapmıştır:

“Bloglar bana göre oldukça yararlı içeriklerin olduğu siteler. Birçok alanda birçok farklı konuda insanlar yazılar paylaşıyorlar. Bu açıdan bilgi alışverişi için oldukça avantajları olduğunu düşünüyorum. Dezavantajları da yine bu bilgiler olabilir aslında. Tabi yalan yanlış ortalıkta dolaşan bilgi kirliliğinden bahsediyorum. Onun dışında insanlarla etkileşim kurmak için kişisel sitelerin bulunması gayet güzel.”

Miray ise blog sayfasında özgür bir şekilde kendisini ifade edebildiğini söyleyerek:

“Blog ortamı, daha doğrusu genel olarak sosyal medya platformları özellikle kadınların kendilerini ifade etmelerinde özgür bir ortam sunduğunu düşünüyorum. Bence en büyük avantajı bu olabilir. İnsanlar istedikleri bilgileri birbiriyle paylaşabiliyorlar. Etkileşimle birlikte blog ortamında diğer kullanıcılarla sanki yeni bir aile kurmuş gibiyiz.”

Sema da genel olarak blogların kullanım avantajlarına değinerek şunları söylemiştir:

“Uzun süredir blog kullanıyorum ve yaşadıklarımı paylaşmak için en uygun ortamlardan biri bence bloglar. Bence uygulamalar arasında blogların kullanımı oldukça basit. Herkes çok kolay bir şekilde blog sayfası oluşturarak paylaşım yapabilir. Twitter, Facebook gibi uygulamalar bence daha karmaşık yapıya sahip. Ben blog kullanımını daha kolay öğrenmiştim. Bu yüzden blogda diğer uygulamalara göre daha aktif olabiliyorum ve daha uzun yazılar paylaşabiliyorum.”

Ebru ise blogları haber sitelerine benzeterek blogların avantajları ve dezavantajları hakkında şu yorumları yapmıştır:

“Bloglarda istediğimiz gibi uzun yazılar paylaşabiliyoruz, fotoğraflar, videolar yayınlatabiliyoruz. Evet diğer uygulamalarda da bunları yapıyoruz ama blogların yapısı daha derli toplu geliyor bana. Sonuçta biz anneler olarak bu önemli bir özellik. İçeriklerimiz tarihlere göre sıralanıyor belli bir düzen içinde. Tıpkı haber siteleri gibi. Aslında bizler blog yazarları da birer haberci gibiyiz. Kendi hayatlarımızdan kesitleri ya da başka tavsiyelerin haberini yapıyoruz gibi. Bu yüzden de çok avantajlı bloglar. Dezavantajı da sayfalardaki yanlış bilgilendirmeler olabilir diye düşünüyorum. Bilgi kirliliği diyebiliriz dezavantajına. Tabi bu genel olarak internetin bir sorunu.”

4.1.4.4. Katılımcıların blogların annelik kimliğini dönüştürmesi hakkındaki düşünceleri

Katılımcılara son olarak blogların ya da genel olarak sosyal medyanın annelik kimliğini dönüştürüp dönüştürmediği ve blog ortamında ve genel anlamda sosyal medyada karşılaştıkları popüler kültür öğeleri sorulmuştur. Katılımcıların hepsi sosyal

medya uygulamaları ve internetin büyük ölçüde annelerin bakış açılarında değişikliğe yol açtığını söyleyerek bu değişikliği katılımcıların yine hepsi, olumlu anlamda değerlendirmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu sosyal medya kullanırken popüler kültürün etkisi altına girdiğini belirtmiştir.

Tablo 24. *Blogların Annelik Kimliğini Dönüştürmesine İlişkin Görüşler*

Blogların Annelik Kimliğine Yansımaları	f	%
<i>Annelik bakış açısına ilişkin dönüşüm</i>	6	75
<i>Popüler kültür etkisine ilişkin dönüşüm</i>	4	50
<i>Sosyal etkileşime dayalı modern anne kimliğine dönüşüm</i>	4	50
<i>Sosyal medya anneliğinin popülerliğine ilişkin dönüşüm</i>	4	50
<i>Çocuk yetiştirmeye ilişkin rekabeti yansıtmaya ilişkin dönüşüm</i>	2	25
<i>Modern annelik göstergeleri ortaya koymaya ilişkin dönüşüm</i>	2	25

Annelik bakış açısına ilişkin dönüşümün temelinde popüler kültürün blogger kimliğini öne çıkarması yer almaktadır. Bir diğer deyişle blogger anneliğin sosyal medya içerisinde var olmak ile doğrudan ilişkisi vardır. Bu varoluşun modern annelik kimliğine dönüşümü ise toplumsal uzantıları olmayan bir dönüşüm niteliğindedir.

Modern annelik ve blog kullanımı arası yoğun bir biçimde ilişki kurmaktadır. Blog kullanımı ile anneler aslında modern, bilinçli, geleneksel yöntemleri uygulamayan, sorgulayıcı, dünya üzerinde farklı kültürlerdeki anneler ile etkileşim kuran bilinçli bir anne kimliği oluşturma çabası içerisine girmektedirler. Bu çerçevede bloglarda çocuğun aile içinde öneminin arttığı, çocuk yetiştirmeye ilişkin bilinç düzeyinin arttığı, çocuk gelişimi ile ilgili yeniliklerin ya da trendlerin takip edildiği ve uygulandığı yeni nesil bir anne kimliğine ilişkin dönüşümler dikkati çekmektedir. Ancak modern annelik tanımlaması içerisinde yer alan anne baba paylaşımları, etkileşimleri, ortak ebeveynlik, mükemmel değil ama nitelikli annelik ile ilgili dönüşümlerin olmadığı da dikkati çekmektedir. Annelerin kişisel bloglarında aile olarak değil de özellikle çocuk ve anne

olarak var olma çabası daha dikkat çekici bir unsurdur. Bu noktada annelik kimliğinin takdir edilmesi ve değer görme beklentileri de öne çıkmaktadır.

Modern annelik ile ilişkili olarak blog kullanımı bir kanıt niteliği taşımaktadır. Ancak annelerin vurguladığı bir diğer nokta geleneksel değerlerin kaybedilmesine ilişkin taşıdıkları kaygıdır. Bu durumda annelerin görüşlerine dayalı olarak temelde modern annelik ile geleneksel anneliğin arasında bir noktada bulunan annelik kimliğinin tam olarak dönüşmediği ancak blog kullanımı ya da sosyal medya etkisi ile sorumlulukları artırdığı söylenebilir.

Anneliğin dönüşümüne ilişkin görüşlere dayalı doğrudan aktarımlar aşağıda verilmiştir.

Katılımcılardan Miray sosyal medya ile annelerin annelik ve çocuk eğitimi konusunda daha çok bilinçlendiğini vurgulamış ve şunları eklemiştir:

“Artık herkes yediden yetmişe kadar internet kullanıyor. Ufacık çocuklarımız bile ellerinde tabletlerle neredeyse doğar doğmaz internete girmeye başlayacaklar. Hal böyle olunca artık internet ve sosyal medya kullanmayan insanlara cahil gözüyle bakılmaya başlandı. Annelerin de gözlemlediğim kadarıyla çok büyük bir kısmı artık sosyal medya kullanıyor ve sosyal medyada anneliğini ön plana çıkaran birçok kullanıcı var. Burada anneler birbirlerinin paylaşımlarını takip ediyor ve bir bakıma çocuk yetiştirme konusunda gizli bir rekabetin olduğu da söylenebilir. Eskiden anneler çocuklarının kilolarını kıyaslayarak kendi aralarında yarışa girerlerdi kendi annemden hatırlıyorum. Artık böyle şeyler kalmadı. İnsanlar çok daha bilinçli. Artık anneler arasında çocukların eğitimi konusunda yarışlar başladı. Kocakarı ilaçları, değişik yöntemler eskisi kadar uygulanmıyor. Sosyal medya aracılığı ile birçok uzmanla iletişime geçerek her konuda fikir danışabiliyoruz. Kısacası sosyal medyanın anneleri daha çok bilinçli ve modern yaptığını düşünüyorum.”

Ebru da sosyal medyanın anneliği iyi anlamda değişime uğrattığını belirtmektedir:

“Sosyal medya ile birlikte bence anneler görerek, sorarak, anlayarak daha bilgili ve bilinçli hale geldiler. Gözlemlediğim kadarıyla çocukların aile içindeki önemi de arttı. Kendi ailemden örnek veriyim. Yeğenimin zamanında internet ve sosyal medya yoktu ve şu an kendi çocuğumla yeğenimin yetiştirilmesi arasındaki farklara bakınca internetin önemini anlıyorum. Kesinlikle annelerin daha çok bilinçlenmesini ve çocuğun eğitimine daha fazla yönelmesinde sosyal medyadaki örneklerin payı var. İnsanlar sosyal medyada dünyanın her yerinden anne çocuk örnekleri görüyor. Bunlardan örnek aldıkları oluyor, yeni şeyler öğrendikleri oluyor. Küresel çapta etkileri olduğunu düşünüyorum annelere. Örneğin ben, yabancı dil eğitimine bu kadar önem vermezken sosyal medya ile birlikte çocuğumun en erken dönemde yabancı dil öğrenmesi gerektiğini düşünür oldum.”

Selda, sosyal medyanın anneliği dönüştürmede önemli etkilerden biri olduğunu söyleyerek bu konuyla ilgili şunları ifade etmiştir:

“İnternet çağında yaşıyor olmamız aslında her şeyi değiştirdi. İnternetin bu kadar yaygın olmadığı 10 15 yıl öncesine ve şimdiye bakıyorum da hemen hemen hiçbir şey eskisi gibi değil artık. Her şey gelişme halinde tabi ki annelik de. Sosyal medya ile tüm dünya aynı anda aynı konulardan haberdar olabiliyor. Hal böyleyken annelik de eski annelik gibi olamaz. Benim çocuğumu yetiştirme tarzımla annemin bizleri yetiştirme tarzına bakıyorum da büyük bir uçurum var arada. Artık her şey çok daha bilgi çerçevesinde yapılıyor. Biz anneler olarak internetten son trendleri takip ederek çocuğumuzu yetiştiriyoruz. Popüler olan artık daha kıymetli gelmeye başladı herkese. Çocuğumuzun eğitiminde, yemesinde içmesinde, giyiminde bile dünyadan gördüğümüzü yapar olduk.”

Sema da sosyal medya ile annelik algısında değişiklikler olmaya başladığını belirtmiş ancak geleneksel değerlerin kaybedilmemesi gerektiğini şu şekilde açıklamıştır:

“Sosyal medyada özellikle yerli ve yabancı ünlü anneler takip ediliyor ve onların hayatlarını örnek almaya çalışan kadınlar, anne adayları ve anneler var. Popüler kültür bu şekilde yayılıyor sanıyorum. Reklamlar da bunda çok etkili oluyor. Bunlar birleşince çocukların giyim tarzları bile değişti artık. Eskiden pijamalarla dolaşan çocuklar şimdi moda ikonu gibi dolaşıyor. Ne kadar eleştirsem de ister istemez ben de gördüklerimin etkisi altında kalıp çocuğumu bu şekilde giydirdiğim oluyor açıkçası. Çoğunluğa uymak gibi bir şey. Dediğim gibi ben daha çok geleneksel Türk anneliğinin devam ettirilmesinden yanayım aile değerlerimiz için ancak internet ile birlikte sanırım bu değerler de ortadan kalkacak zamanla.”

Fulya da sosyal medya ile kendisinin ve çevresindeki annelerin bakış açılarının değiştiğini vurgulayarak blogger annelerin bu konudaki etkilerine şu şekilde değinmiştir:

“Sosyal medya her şeyi değiştirdiği gibi aile yapılarını da değiştirdi elbette. Blogger anneler olarak bizlerin de naçizane farkındalık yarattığımızı düşünüyorum bazı konularda. Diğer anneleri bilinçlendirmek için faydalı işler yapıldığını gözlemliyorum blogger anneler adı altında. Bu blogger anneliğin beni en çok tatmin eden yanı diyebilirim. Bana kalırsa, diğer insanları bilgilendirerek, anneleri çocuklarının eğitimi konusunda bilinçlendirerek blogger anneler bir değişim yaratıyor. Anneliği daha modern şekilde düşünmek gibi diyebiliriz. Kendi adıma bloğumdaki paylaşımlarımın ya da annelik tarzımın örnek alındığını gözlemledim çoğu kez. Bu beni çok mutlu etti ve bir o kadar da sorumluluklarımın arttığını fark

ettim. Blogger anneler olarak annelerin bakış açılarını değiştirebiliyorsak tabi ki bunu iyi yönde yapmaya gayret göstermeliyiz.”

4.2. Blog Paylaşımlarının İçerik Analizi

Araştırma kapsamında 27 tane blog sitesi ve bu 27 blogun her birinin son 7 paylaşımları içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 24.0 programı ile istatistiksel sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar kategoriler halinde verilmiştir.

Tablo 25. Paylaşımlarda Çocuğun Fotoğrafının Yer Alması

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	76	40,2
<i>Paylaşılmamış</i>	113	59,8
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan paylaşımların 76'sında çocuğun fotoğrafı yer alırken 113 paylaşımda çocuğun fotoğrafına yer verilmemiştir.

Tablo 26. Paylaşımlarda Annenin Fotoğrafının Yer Alması

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	50	26,5
<i>Paylaşılmamış</i>	139	73,5
<i>Toplam</i>	189	100,0

İncelenen paylaşımların 50 tanesinde annenin fotoğrafı yer alırken 139 tanesinde annenin fotoğrafı bulunmamaktadır.

Tablo 27. *Paylaşımlarda Babanın Fotoğrafının Yer Alması*

	Frekans	Yüzde
<i>Paylaşılmış</i>	8	4,2
<i>Paylaşılmamış</i>	181	95,8
<i>Toplam</i>	189	100,0

Paylaşımların çok az bir kısmında, sadece 8 tanesinde babanın fotoğrafı yer almaktadır. 181 paylaşımda babanın fotoğrafı bulunmamaktadır.

Tablo 28. *Paylaşımların Konuları*

	Frekans	Yüzde
<i>Kişisel</i>	26	13,8
<i>Çocuk eğitimi</i>	44	23,3
<i>Reklam</i>	22	11,6
<i>Güzellik/moda/bakım</i>	9	4,8
<i>Yemek/beslenme/diyet</i>	20	10,6
<i>Çocuk bakımı</i>	15	7,9
<i>Hamilelik/doğum</i>	5	2,6
<i>Ev işleri</i>	5	2,6
<i>Çocuk oyunları/ etkinlik</i>	20	10,6
<i>Sosyal sorumluluk</i>	9	4,8
<i>Sağlık</i>	14	7,4
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan analiz sonucunda paylaşımların 26 tanesinin kişisel konularda, 44 tanesinin çocuk eğitimi ile ilgili, 22 tanesinin reklam, 9 tanesinin güzellik/moda/bakım, 20 tanesinin yemek/beslenme, 15 tanesinin çocuk bakımı, 5 tanesinin hamilelik/doğum,

5 tanesinin ev işleri, 20 tanesinin çocuk oyunları/etkinlik, 9 tanesinin sosyal sorumluluk, 14 tanesinin sağlık kategorisinde yapıldığı görülmektedir.

Tablo 29. *Diğer Kullanıcılarla Etkileşim*

	Frekans	Yüzde
<i>Etkileşim var</i>	79	41,8
<i>Etkileşim yok</i>	110	58,2
<i>Toplam</i>	189	100,0

Paylaşımların 79 tanesinde diğer kullanıcılarla etkileşimin olduğu 110 tanesinde ise etkileşimin olmadığı analiz edilmiştir.

Tablo 30. *Modern Annelik Göstergeleri*

	Frekans	Yüzde
<i>Güzel/bakımlı</i>	20	10,6
<i>Kültürlü/bilgili</i>	94	49,7
<i>Sosyal</i>	33	17,5
<i>Sportif</i>	4	2,1
<i>Nötr</i>	22	11,6
<i>Kariyer sahibi</i>	16	8,5
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan içerik analizi sonucunda paylaşımların 20 tanesi güzel/bakımlı, 94 tanesi kültürlü/bilgili, 33 tanesi sosyal, 4 tanesi sportif, 22 tanesi nötr, 16 tanesi kariyer sahibi kategorilerinde kodlanmıştır.

Tablo 31. *Geleneksel Annelik Göstergeleri*

	Frekans	Yüzde
<i>Hamarat/becerikli</i>	53	28,0
<i>İyi eş imajı</i>	4	2,1
<i>Nötr</i>	85	45,0
<i>Kültürel/geleneksel söylemler</i>	15	7,9
<i>Belirsiz/yok</i>	32	16,9
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan içerik analizi sonucunda paylaşımların 53 tanesi hamarat/becerikli, 4 tanesi iyi eş imajı, 85 tanesi nötr, 15 tanesi kültürel/geleneksel söylemler, 32 tanesi belirsiz/yok kategorisinde kodlanmıştır.

Tablo 32. *Paylaşımlara Yapılan Geri Bildirimler*

	Frekans	Yüzde
<i>Olumlu</i>	77	40,7
<i>Nötr</i>	6	3,2
<i>Yok</i>	106	56,1
<i>Toplam</i>	189	100,0

Yapılan analiz sonucu paylaşımların 77 tanesi olumlu, 6 tanesi nötr, 106 tanesi belirsiz/yok kategorisinde kodlanmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1 Sonuç

5.1.1 Blog Kullanım Pratiklerine İlişkin Sonuçlar

Öncelikle araştırmaya katılan annelerin eğitim durumları sorgulanmış ve 6 katılımcının üniversite mezunu 2 katılımcının ise lise mezunu olduğu belirlenmiştir. Üniversite mezunu annelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu noktada eğitim seviyesi ile sosyal ağ kullanımı değerlendirildiğinde teknoloji okuryazarlığı ve kullanım yeterliklerinin niteliğinin yanı sıra eğitim seviyesinin de sosyal ağ kullanımına ilişkin etkisinin olduğu düşünülebilir.

Araştırmada blog kullanıcısı annelerin blog kullanım nedenleri incelenmiştir. Katılımcıların blog ortamını annelik deneyimlerini paylaşmak ve sosyal medyadan bu konuyla ilgili bilgi almak için faydalandıkları, kendilerini ifade etmek ve etkileşimde bulunmak için blog ortamını doğru bir sosyal medya platformu olarak gördükleri, sanal anı/ günlük/ izlence oluşturmak istemeleri ve sosyal ağda kişisel bir alan oluşturmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Görüşmelerde blog kullanımının yanı sıra araştırmaya katılan annelerin blog izleme nedenlerinin ise; çocuk yetiştirme ile ilgili bilgi almak, başka annelerle iletişim kurmak, blogların popüler olması, farklı kültürel örnekleri/deneyimleri görme isteği ve diğer anne bloglarından

etkilenecek blog izleme isteği olduğu gör÷lmektedir. Blog ortamının anneler tarafından bir deneyim alanı olarak kullanılması toplum içinde kültürel rollerin zamansal ve mekânsal olarak değişime uğradığını göstermektedir. Timisi'ye göre, sosyal medya kültürel yeniden yapılanma araçlarından biri olarak ele alınabilir (Timisi, 2005, s. 93). Timisi bu anlamda siber uzamı çeşitli düzeylerde konumlamaktadır. İlk olarak yaygın ve küresel bir alan olmasına değinen Timisi, siber uzamı “insan hafızasının ve kimliğinin küresel olarak dolaşıma girdiği bir alan” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, veri kullanımı ile kullanıcılar arasında kolektif ilişkiler yeniden tanımlanarak inşa edilmektedir. Böylelikle toplumsal bir mekan olarak karşımıza çıkan sosyal medya ortamlarının toplumsallaşma pratiklerinin ortaya koyulduğu yeni iletişim alanları olduğu söylenebilir. Blogger anneler, kendi deneyimleri çerçevesinde toplumsal olanı veriler aracılığı ile blog ortamına aktararak sanal uzamda kültürel üretkenler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Kendi gerçek hayatlarındaki gerçeklikten yola çıkarak sosyal medyada bu gerçekliğin dolayımı bir şekilde yeniden sunumu gerçekleşmektedir.

Araştırmada blogger annelerin blog sayfalarında günde ortalama 3-4 saat zaman geçirmekte ve gün içinde sıklıkla paylaşımda bulundukları incelenmiştir. Araştırmadan çıkarılan bu sonuca göre katılımcı annelerin blog kullanımının günlük yaşamlarının bir parçası haline geldiği söylenebilir. Gündelik yaşam içinde sosyal medya kullanımının bu denli yaygın olması sosyal medyanın gündelik yaşam pratiklerini biçimlendirmedeki etkisinin artmasına neden olmaktadır.

Yapılan görüşmeler sırasında annelere blogların kullanım nedenlerine bağlı olarak ortaya çıkan avantajları sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda, blogların kolay bilgi akışı sağlaması, etkileşimin güçlü olması, kendilerini ifade etme anlamında özgür bir sosyalleşme ortamı sunması, aktif katılım olanağı sağlaması, sınırsız içerik paylaşımına olanak vermesi, içerikleri tarihlere göre düzenleme fırsatı veren şablonlarının olması ve kolay kullanılabilir olması, kişisel haber yapma olanağı ile kullanıcıya popülerlik/ görünürlük anlamında yansıması blogların kullanıcılara sağladığı avantajlar olarak değerlendirilmiştir. Sayılan bu avantajların çoğu sosyal medya platformlarının kişilere cazip gelen ve bu ortamların bu denli kullanılıyor olmasının en önemli sebepleri olduğu söylenebilir. Günümüzde internet ve sosyal ağların toplumda yaygın olarak her yaş grubundan ve her eğitim

seviyesinden insan tarafından kullandığı düşünülündüğünde bu platformların popülerliğinin artmasıyla annelerin aktif olarak sosyal ağlarda bulunması annelik kimliğine olumlu yansımalarla bulunduğu ifade edilebilir. Enformasyon çağında teknolojinin kültürel kimlikler üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu bir gerçektir (Castells, 2006, s. 19). Yapılan incelemelerde, modern anneliğin teknoloji/bilgisayar kullanımı ve sosyal medyada aktif bir şekilde bulunma ile ilişkilendirilmesi yeni nesil anneliğin bu bağlamda teknoloji ile özdeşleştirilmesine neden olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra blogların dezavantajlarının değerlendirilmesinde katılımcıların genel olarak ortaya çıkan bilgi kirliliği ve mahremiyete ilişkin kaygılardan şikayetçi oldukları ortaya çıkmıştır. Genel olarak sosyal ağların en önemli sorunlarından biri olan bilgi kirliliği, kullanıcıların sınırsız veri girişi yapabilmesi ve sosyal ağlarda denetimin çok zor olması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada bir diğer önemli sorunlardan biri olan mahremiyet sorunu araştırmaya katılan annelerin bir diğer dezavantaj olarak değerlendirdikleri konudur. Ancak bu dezavantajlar annelerin blog kullanımını, aldıkları önlemler ile çok fazla olumsuz anlamda etkilememektedir. Anneler, çok özel ve kişisel paylaşımlar yapmaktan kaçınarak ve çoğu zaman çocukları, aileleri ile ilgili veri girişi yapmayarak mahremiyet/gizlilik sorununa çözüm üretmektedirler. Bunun yanında oluşan bilgi kirliliği ile ilgili, içerik paylaşımı yaparken kaynak göstererek, kaynağı belli olmayan bilgileri paylaşmaktan çekinerek ve kendi sayfalarını denetim altına alarak gerek gelen yorumlarda gerek ise kendi paylaşımlarında sürekli bir düzenleme ile baş etmeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. Annelerin bu yönleri ile sosyal medya kullanımında bilinçli bir medya okuryazarlığı sergiledikleri ve bloglarındaki annelik kimlikleri ile diğer kullanıcıları etkileme bağlamında sorumluluk duygularıyla hareket ettikleri söylenebilir.

Yapılan içerik analizi sonucunda incelenen paylaşımların 50 tanesinde annenin fotoğrafı yer alırken sadece 8 tanesinde babanın fotoğrafının paylaşıldığı görülmüştür. Katılımcı annelerin blog sayfalarında ailelerini bütün olarak yansıtmadıkları, bireysel olarak annelik kimliğini ön plana çıkarmayı tercih ettikleri görülmüştür. Anneler kişisel bloglarında aile olarak değil de daha çok çocuk-anne odaklı var olma çabasıdadır. Bu bağlamda annelik kimliğinin takdir edilmesi ve toplum içinde değer görme beklentisi ön plana çıkmaktadır. Modernite ile toplumda ortaya çıkan toplumsal bütünlükçü yaklaşımın yerini bireyselliğin alması, aile

yapıları içinde de görülmeye başlanmıştır. Giddens (2010 s. 103), geleneksel kültürlerde bireyselliğin olmadığını, bireyselliğin toplum tarafından kabul görmeyen bir düşünce olduğunu vurgulamaktadır, modern toplumlarda ise gelenekselin aksine bireysellik ön plandadır ve bireyler sadece kendi kimlikleriyle toplumda var olmayı tercih etmeye başlamışlardır. Bu bağlamda, blogger annelerin kendilerini gerçekleştirmelerinde geleneksel etkilerin giderek azaldığı ve modernitenin etkilerinin görülmeye başlandığı söylenebilir. Ayrıca yapılan araştırmada, araştırmaya katılan annelerin çoğunun üniversite mezunu ve meslek sahibi olduğu saptanmıştır. Geleneksel toplum yapısının sahip olduğu toplumsal cinsiyet rollerinden kadına sunduğu ev işleri ve annelik rollerinin modernleşme sürecinde değiştiği görülmektedir. Kadının eşine ve geleneksel aile yapısına karşı bağımsız bireysel kimliğini kazanmasında önemli nedenlerden biri de budur. Durkheim (1984) modern toplumlarda işbölümündeki farklılaşmayla bireysel kimliklerin ortaya çıkışını vurgulamıştır. Durkheim'ın bu düşüncesi, geleneksel toplumda yalnızca ev işi ve çocuk bakımı ile özdeşleştirilen, bağımsızlığını ilan edememiş annenin modernite ile birlikte toplumdaki işbölümünde farklı yerlerde konumlandırılmaya başlanması ve böylece bireyselliğini ilan etmesi ile ilişkilendirilebilir.

Araştırmada toplam 189 paylaşımın 76'sında çocuğun fotoğrafının paylaşıldığı görülmektedir. Genel olarak blogger annelerin çocuklarının fotoğraflarını paylaştığı görülse de çocuğun fotoğrafını hiç paylaşmayan ya da yüzünü gizli bir şekilde paylaşan blog sayfaları da araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre de gizlilik ve mahremiyet katılımcı anneler için sosyal medyada içerik paylaşımında önemli sorunlardandır. Katılımcı anneler blog sayfalarında ve genel olarak sosyal medya ortamlarında kişisel bilgilerin gizliliğine önem verdiklerini belirtmişlerdir. Özellikle çocuklarının fotoğrafını paylaşmayan annelerin geleneksel kültürel olgulardan etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcı annelerin bir kısmı nazar vb. kültürel, dini sebeplerle çocuğunun fotoğrafını paylaşmaktan kaçındıklarını dile getirmiştir. Buradan yola çıkarak, geleneksel kültürel değerlerin ve dini unsurların katılımcıların annelik davranışlarında etkili olduğu söylenebilir.

5.1.2 Kimlik İnşası ve Benlik Sunumuna İlişkin Sonuçlar

Araştırmada görüşmelerden elde edilen bilgiye göre blogger annelerin tamamı blog ortamında gerçek kimlikleriyle bulunduklarını belirtmişlerdir ve katılımcı annelerin tamamı gerçek hayattaki anne kimliğiyle blog sayfalarında sundukları kimliklerinin birebir örtüştüğünü söylemişlerdir. Kullanıcılar kimliklerini paylaştıkları gönderilerin içeriğiyle oluşturmaktadırlar. Paylaşılan metinler, fotoğraflar, videolar kullanıcıların blog ortamındaki kimlik inşasında en önemli parçalardır. Blog kullanıcıları okuyucularının odaklanmak istedikleri yönlerini ön plana çıkararak sanal uzamda oluşturdukları yeni kimlikle var olabilmektedirler. Blog ortamlarında ve diğer sosyal medya ortamlarında bulunan 3 kimlik türü bulunmaktadır: anonim kimlik (anonymous), takma isimli kimlik (pseudonymous) ve nonim kimlik (Erbaş, 2011, s. 31):

Anonim kimlikler: Blog ortamında oluşturulan anonim kimlikler, gerçek kimliğin tamamen gizlenmesiyle ortaya çıkar. Gerçek ismini sayfasında belirtmeyen anonim kimlikler ayrıca kimliklerini belli edecek video, fotoğraf, ses gibi içerikleri de paylaşmaktan çekinirler.

Takma isimli kimlikler: Takma isimli kullanıcılar kendilerine sanal uzamda diğer insanlara yansıtmak istedikleri kimliklerini temsil edecek bir takma isim edinirler. Takma ismin yanında profil fotoğrafını gizleyen ya da gerçek fotoğrafını koyan kullanıcılar da bulunmaktadır. Takma isimli kullanıcının gerçek fotoğrafını kullanmış olması diğer kullanıcılar için pek fazla gerçeklik ifade etmemektedir. Takma isim seçilirken genellikle dikkat çekici olmasına önem verilir. Dikkat çekici olmasının yanı sıra kişinin kendi kimliğiyle özdeşleştirdiği bir isim seçmesi de kullanıcılar için önemli olmaktadır.

Nonim kimlikler: Gerçek kimliğini kullanan bu kullanıcılar, sayfalarında gerçek kişisel bilgilerini verirler. Çoğu zaman profil fotoğrafları kendi fotoğraflarıdır. Genellikle kendi yakın çevresiyle iletişim kurmayı hedefleyen kullanıcılar gerçek kimlikleriyle blog ortamında yer almayı tercih etmektedir.

Bu üç kimlik türünde de birey kendi kimliğinden oldukça uzaklaşabilmektedir. Araştırmada 27 blog sitesinin isimleri incelendiğinde 17 blogun isminin doğrudan

‘annelik’ ile bağlantılı bir şekilde oluşturulduğu, sadece 3 annenin kendi ismiyle blog sayfası oluşturduğu geri kalanların ise farklı takma isimler ile blog sitesi oluşturdukları incelenmiştir. Bu verilerden yola çıkarak araştırma dahilindeki annelerin blog ortamında benlik sunumlarını doğrudan çocukları üzerinden yani annelik kimliği ile gerçekleştirdiğini söyleyebiliriz. Blog sitelerinin adında annelik kimliğinin vurgulanması annelerin bloglarındaki kimlik inşalarının ilk aşaması olarak değerlendirilebilir. Burada gerçekliğin, sembolik bir temsil olarak sosyal medyada karşımıza çıkması söz konusudur. Gerçeğe alternatif olarak sunulan sosyal medya ile oluşturulan sanal gerçeklik aynı zamanda gerçek toplumsal yaşamla paralellik göstermektedir. Araştırmada incelenen anne blogları ile görüşmeye katılan blogger annelerden elde edilen veriler karşılaştırıldığında gerçek ile sanal gerçekliğin iç içe olduğu ortaya çıkmıştır. Timisi’nin (2005, s. 96) belirttiği gibi gerçeğin toplumsal yapı içinde saf bir şekilde bulunmaması ve tasarlanarak toplumsal pratikleri saran semboller ile algılanması durumu sosyal medya ortamlarında kurgulanan ve yansıtılan gerçeklikle benzerdir.

Toplumsal paylaşım ağlarında kimlik oluşumunda etkili olan birçok unsur bulunmaktadır. Blog ortamında anneler gerçek kimlikleriyle yer alıyor olsa da benlik sunumları gerçek hayattakinden çok farklı olabilmektedir. Goffman (2009), benliğin sunumunu etkileşim süreciyle ilişkilendirmektedir. Goffman’a göre, kişilerin gündelik hayatta sergiledikleri performanslar benliğin sunumudur. Kişiler yaşamdaki performanslarıyla çevrelerindeki kişiler tarafından kabul edilme ve takdir edilmeyi amaçlarlar. Blog ortamında da paylaşılan her içerik blogger annelerin performansları olarak değerlendirilebilir. Katılımcı anneler, blog ortamında kabul görmüş davranışları en ideal şekilde sunarak toplum içinde kabul görmüş annelik rollerini gerçekleştirebilmektedir. İletişim teknolojilerinin belirleyici özelliğine dikkat çeken McLuhan “Küresel Köy” isimli eserinde, “Bizler sosyal ağlarımızı oluşturuyoruz ve sonra sosyal ağlar bizi şekillendiriyor” demektedir. Popüler kültür o anda nasıl bir kimliği yüceltiyorsa o kimliğe bürünmek blog ortamlarında sürdürülebilir bir popülerlik için çok önemlidir. Bunun için sanal kimlikler sürekli değiştirilerek sanal düzen içinde var olmak için yenilenmektedir. Sosyal ağlardaki beğenilme ihtiyacından doğan bu sanal kimlikler ile gerçek kimlik değerleri yerini giderek küresel değerlere bırakmaya başlamıştır.

Annelik rollerinin toplumsal yapı içinde sanal ortamlarda sunulması günümüz internet toplumunun doğurduğu yeni sosyal ihtiyaçlar ile açıklanabilir. Elihu Katz'ın ilk kez 1959 yılında dile getirdiği kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin kendi ihtiyaçları doğrultusunda medyayı kullandıklarını ve bu kullanım sonucunda bir doyuma ulaşıldığından bahsetmektedir. Ulaşılan bu doyumun altında yatan sebepleri, bireylerin medyadan beklentilerini ve bu beklentilerin altında yatan güdüleri araştıran kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile aktif tüketici konumundaki birey incelenmektedir (Yaylagül, 2010, s. 57). Sosyal medya ile yayılan popüler kültür, bireylere kendilerini sürekli yayınlamalarına dair ihtiyaçlar oluşturmaktadır. Sürekli paylaşımda bulunarak, özel hayatını ifşa ederek var olmaya çalışan bireyi kuşatan bu sanal psikolojik ihtiyaçlar sosyal medyada bulunan kullanıcı davranışlarını şekillendirmektedir. Blogger anneler bu anlamda blog ortamında düzenli olarak deneyimlerini, yaşantılarını paylaşarak sanal uzamda kendilerine bir yer oluşturmakta ve annelik rollerinin toplumsal kabulü için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Araştırmada annelerin gerçek yaşamlarıyla blog ortamında yansıttıkları yaşamlarının örtüşmesinin yanı sıra bu iki farklı dünyanın birbirinden ayrılan yönleri de ortaya çıkmaktadır. Özellikle kadınlar için toplumsal yaşamda sahip oldukları özgürlük alanından daha fazlasını vadeden sosyal medya platformları kadınların kendilerini ifade ediş biçimlerinde yarattığı bu özgürlük ile değişimlere neden olmuştur. Görüşmelerde katılımcıların hepsi sosyal medyayı daha özgür bir ifade ortamı olarak belirtmiş ve kendilerini bu ortamda ifade ederken daha rahat hissettiklerini vurgulamıştır. Tseelon (2002, s. 59), kadının toplumda kendisine yer bulabilen aynı zamanda dar bir alana hapsolmuş kimliğine vurgu yaparak, kadınların kimlikleriyle yargılandıklarını ve bu toplumsal dayatmalarla kendilerine sunulan rolleri koşulsuz şartsız kabul ettiğinden bahsetmektedir. Bu kabulleniş ile bastırılan gerçeklik günümüzde, yeni bir özgürleşme alanı olarak var olan sosyal medya platformları ile karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda geleneksel kitle iletişim araçlarında kendini gösteren annelik ve kadınlık sınıflandırmaları sosyal medya ile kişilerin kendi sunumlarını kendilerinin gerçekleştirmesiyle daha özgür bir hale dönüşmüştür. Tseelon'un Kadınlık Maskesi (2002, s. 11) isimli eserinde belirttiği; kadın dergilerinin kadınları yansıtmaya biçimi olarak ortaya çıkan "Elle Dergisi varlıklı sınıf kadını, Woman's World Dergisi ev kadını, Network Dergisinin

meslek sahibi kadını” temsil etmesi gibi sınıflandırmalar sosyal medya ile keskinliğini yitirmiştir. Her sınıftan her kültürden kadının çeşitli annelik sunumları sosyal medyada karşımıza çıkmaktadır. Elif Gizem Uğurlu’nun 2003 yılında yazmış olduğu “Türkiye’de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda annelik rolünün sunumu” isimli yüksek lisans tezinde incelemiş olduğu televizyon reklamlarında anneliğin sunumunda kitle iletişim araçlarının gelenekselliği ön plana çıkararak toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında annelik kimliğini şekillendirdiği sonucuna varmıştır. Bu anlamda, geleneksel kitle iletişim araçlarında kadının temsil ediliş biçiminin sosyal medyada kadının kendini temsil etme biçimi arasında farklılıklar görüldüğü söylenebilir. Sosyal medya ortamlarında geleneksel medyadaki kültürel yönlendirici katılığın çözülmeye başladığı söylenebilir. Sosyal medyada kişiler dolaylı ya da doğrudan popüler kültür, küresel kitle kültürü, kapitalizm gibi olguların etkisi altında kalsalar da kimlik inşaları sürecinde kitle iletişim araçlarına göre daha özgür oldukları söylenebilir. Bu bağlamda sosyal medya kişilere kitle iletişim araçlarındaki kurgusal kimliklerden ziyade gündelik yaşamı olduğu gibi aktarma fırsatı vererek gerçekliğin yansıtılmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal medyada da kimliklerin kurgulanması söz konusudur ancak bu durumun kitle iletişim araçlarındaki egemen gücün tekelinden sıyrılarak dolaylı olarak kişisel boyuta indirgendiğinden bahsedilebilir.

Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında araştırma dahilindeki blogger annelerin annelik rollerini sunma biçimlerinde benzerlikler görülmektedir. Geleneksel yapıya sahip olan Türk toplumunda kültürel cinsiyet rollerinin baskın olması bu benzerliği sağlamada en önemli sebep olarak gösterilebilir. Öte yandan sosyal medyanın yarattığı özgürlük alanı ve küreselleşme ile yayılan popüler kültür öğelerinin de etkisiyle katılımcıların annelik sunumlarında gelenekselden moderne doğru bir kayma olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca popüler kültürün bir göstergesi olarak anneliğin bir meslek olarak görülmesi de yeni iletişim stratejileri içerisinde önemli bir yer etmektedir. Çünkü günümüzde özellikle ürün ve marka tasarımlarının iletimi sürecinde kullanıcı deneyimi öne çıkmaktadır. Kullanıcı deneyimi asıl hedef kitlenin marka ya da ürün adına deneyimleyerek tanıtım yapmasıdır. Bu noktada kullanıcı deneyimleri pazarlama ve ar-ge stratejilerinin temelini oluşturmaktadır (Bedir Erişti, 2017). Blogger annelerin bu kimliklerini aynı zamanda meslek olarak görmelerine dayalı olarak blogları üzerinden ürün, marka ya da etkinlik tanıtımları ve bu

çerçevede kurumsal bağlamda anlaşmalarla bu paylaşımları kazanç haline dönüştürmeleri günümüz pazarlama stratejilerinin sosyal ağlar üzerinde bulunduğu bir karşılıktır.

Cinsiyet sunumlarının kültür ile biçimlenmesi geleneksel betimlemelerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Ancak araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda, sosyal medyada katılımcı anneler, bu geleneksel betimlemelerin ötesinde kendilerini algılayış biçimlerini ortaya koymaktadırlar. Sosyal medyada nasıl bir görüntü ortaya koyması gerektiğiyle ilgili beklentiye giren anneler, görselin yoğun olduğu bu ortamda gerek kendi ve çocuğunun görüntüleriyle gerek ise diğer paylaşımlarıyla modernite sürecinde kültürel bir kimlik dönüşümü yaratmaktadır.

Sosyal medya ile küresel kitle kültürünün daha hızlı bir şekilde yayılmasıyla modern araçların egemenliğinde olan kültürel üretimin dilsel, mekânsal ve zamansal sınırları aştığı görülmektedir (Çakır, 2014, s. 340). Küresel kitle kültürünün karakteristik özelliklerinden biri olan Batı merkezilik geleneksel toplum yapısına sahip olan Türkiye’de annelik kimliğinde bir dönüşüm yaratmaktadır. Sosyal medya ile yaşanan annelik kimliğinin dönüşümü farklı toplumlarda farklı kültürel etkiler sebebiyle değişiklik göstermektedir. Bu değişikliklerin yanı sıra anneliğin genel olarak tüm toplumlarda kabul gören ve ön plana çıkarılan toplumsal değerleri genel anlamda ortaktır. Brigham Young Üniversitesi’nde Angela Nuttall Ward’ın “Mom Blogs: Portrayals of Contemporary Mothering Standards, Styles, and Secrets” isimli yüksek lisans tezi Amerikan toplum yapısında bloglardaki annelik sunumlarını incelemek adına yapılmış önemli çalışmalardan biridir. Bu çalışmadan yola çıkarak Türk ve Amerikan toplumunda blogger annelerin ortak özelliklerini ve farklılıklarını görmek sosyal medyada kültürel kimliklerin sunumunun toplumsal yapılara göre şekillendiğini anlamlandırmak adına faydalı olacaktır. Ward’ın araştırmasında ele aldığı Amerikalı annelerin blog kullanım sebeplerinin Türkiye’deki blog kullanıcısı annelerle benzer özellikte olduğu görülmektedir. Çevrimiçi topluluklarda annelik ve kadınlık deneyimlerini paylaşmak için blog yazarlığı yapan annelerin sayısının oldukça fazla olduğuna değinen Ward, teknolojinin toplumsal ilişkileri belirleyiciliğinden bahsetmiştir. Ward’ın çalışmasında vurguladığı Amerikan blog yazarı annelerin kendilerini ‘bilgili anneler’ olarak atfetmesi bu çalışmada ortaya çıkan blogger annelerin kendilerini ‘çağı yakalayan anne’, ‘teknolojik anne’

tanımlamalarıyla benzerlik göstermektedir. Ward'ın çalışmasında ortaya çıkan Amerikan blogger annelerin bloglarda modern kimliklerini ön plana çıkarmalarının yanı sıra geleneksel anne rollerini de muhafazakar, çocuk odaklı ve fedakar gibi tanımlamalarla göstermeleri yine benzer şekilde bu araştırmanın bloglarda modern anne kimliğinin yanı sıra geleneksel değerlerin de sunulduğu sonucuyla örtüşmektedir. Annelerin başkalarına göstermek için toplumsal değerlere bağlı bir şekilde kendilik sunumlarını gerçekleştiren sosyal aktörler olarak blog ortamlarında bulunmaları Ward'ın araştırması ile bu araştırmanın ortak sonuçlarından biridir. Ward araştırması kapsamında anne bloglarıyla ilgili şunları söylemektedir;

“Anne blog metinlerinde geleneksel, ortak annelik sembolleri ve ritüellerinden oluşan materyal hakimdir. Mütevazı anne blogları, ulusal çapta bloglardan çok ortak, geleneksel anneleştirme deneyimleri hakkında daha fazla yayın yapar. Annelik konusundaki çok yönlü bir görüntüyü kamuya açıklamak okuyucuları, geçerlik ve destek duygularını geliştirmeye ve çağdaş annelik deneyiminin çeşitli, daha az mükemmel yönlerini normalleştirmeye yardımcı olabilir” (Ward, 2012, s. 44).

Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında Amerikan anne kimliğinin Türk anne kimliği ile gelenekselin etkisinin enformasyon çağında hala devam ediyor olması iki topluma ait ortak bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak bunun yanı sıra Ward'ın da belirttiği gibi blog ortamında çağdaş annelik kimliğinin modernite, popüler kültür, küreselleşme gibi etkiler ile şekillendirilip sunulması enformasyon çağında sosyal medyanın kültürel bir kimlik olan anneliği dönüştürmedeki yansıması olarak farklı kültürel yapıya sahip toplumlarda ortak bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

5.2 Öneriler

Bu bölümde araştırma sonuçları ve literatüre dayanarak araştırma kapsamında uygun görülen öneriler verilecektir.

- Öncelikle araştırmada zaman sınırlılığı sebebiyle 8 katılımcı ile görüşülmüştür. Daha fazla katılımcıya ulaşılması ve daha ayrıntılı

görüşmelerin yapılması veri çeşitliliği açısından konunun amacına ulaşmada daha yararlı olabilir.

- Araştırma daha uzun bir süreye yayılarak blog ortamında ya da diğer sosyal medya platformlarında etnografik inceleme yapılması ve böylece kişilerin bulunduğu ortamda etkileşimli bir şekilde veri toplanması annelik kimliğinin nasıl sunulduğunu görmek için daha elverişli sonuçlar oluşturabilir.
- Sitelerin incelenmesinde kullanılan içerik analizi yönteminde kodlama kategorileri geliştirilerek sosyal medya içerikleri daha fazla açıdan incelenip farklı yorumlamalar yapılabilir.
- Ayrıca sosyal medyada annelik kimliği ile var olan blogger annelerin diğer kişileri, özellikle kadınları, anneleri ve anne adaylarını nasıl etkilediğini ortaya çıkarmak için anne bloglarını takip eden kişilerle anket ya da görüşme yapılarak fikir alınması blogger annelerin diğer kişiler tarafından nasıl algılandığını görmek ve toplum içinde annelik rollerinin aktarımının sosyal medya aracılığı ile nasıl gerçekleştiğini anlamlandırmak adına faydalı olabilir.
- Kadın kimliğinin ve annelik rollerinin bulunduğu kültüre göre nasıl farklılaştığını görmek adına farklı toplumlardaki örneklerle karşılaştırmalı bir çalışma yapılabilir. Bu sayede kültürel kimliklerin bulunduğu topluma göre nasıl şekillendiği daha net bir şekilde ortaya konulabilir.
- Ayrıca, anneliğin geleneksel medya ve yeni medyadaki temsilleri karşılaştırmalı olarak incelenebilir. Böylece kültürel kimliklerin sunumunun geleneksel ve yeni medyada hangi noktalarda farklılaştığı ya da benzer olduğu ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2016). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi* (Çev: N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Afary, J. ve Anderson, K. (2012). *Foucault ve İran devrimi toplumsal cinsiyet ve İslamcılığın ayartmaları* (Çev: M. Doğan). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Akay, A. (2002). *Postmodern görüntü*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Anık, M. (2012). *Kimlik ve çokkültürcülük sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap
- Arık, B. (2009). İnsan ve toplumu bir arada düşünmedikçe popüler kültürü tartışamayız. Karakoç, E. (Ed.). *Medya ve popüler kültür içinde*. Ankara: Literatürk Yayınları.
- Aydın, S. (1999). *Kimlik sorunu, ulusallık ve “Türk kimliği”*. Ankara: Öteki Yayınevi.
- Badinter, E. (1992). *Annelik sevgisi 17. yüzyıldan günümüze bir duygunun tarihi* (Çev: K. Çelik). İstanbul: Afa Yayınları.
- Baki, A ve Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (42) 1-21.

- Baudrillard, J. (2016). *Simülakrlar ve simülasyon* (Çev: O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan modern dünyada kültür* (Çev: İ. Çapcıoğlu ve F. Ömek). Ankara: Atıf Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). *Bireyselleşmiş toplum* (Çev: Y. Alagon). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beauvoir, E. (1981). *Kadın: evlilik çağı* (Çev: B. Onaran). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Bedir Erişti, S. D. (2017). *Yeni medya ve görsel iletişim tasarımı*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Bedir Erişti, S. D. (2014). Uluslararası Erasmus programı çerçevesinde Türkiye'ye gelen sanat ve tasarım öğrencilerinin Türk kültürü algıları, *Anadolu Üniversitesi Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4 (2) 82-104.
- Belek, U. (2013). *Toplumsal cinsiyet algısının statik duruşu*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal cinsiyet bize yüklenen roller* (Çev: K. Ay). İstanbul: Dayanışma Vakfı Yayınları.
- Birsen, H. (2013). *Değişim aracı olarak yeni medya*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları (Dijital İletişim ve Yeni Medya içinde).
- Bozkurt, A. (2013). *Açık ve uzaktan öğretim: web 2.0 ve sosyal ağların etkileri*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Bilişim Konferansı Bildirileri, s. 689-694.
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye'de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış. *Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Cassirer, E. (1980). *İnsan üstüne bir deneme* (Çev: N. Arat). İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür cilt 2: kimliğin gücü* (Çev: E. Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür 1. Cilt ağtoplumunun yükselişi* (Çev: E. Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chomsky, N. (1999). *Medya gerçeği* (Çev: A. Yılmaz). İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Connel, R.W. (1998). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar: toplum, kişi ve cinsel politika* (Çev: C. Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Connor, S. (2015). *Postmodernist kültür çağdaş olanın kuramlarına bir giriş* (Çev: D. Şahiner). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları.
- Çakır, M. (2013). *Medya ve modernlik*. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Çakır, M. (2014). *Görsel kültür ve küresel kitle kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çaycı, B. ve Karagülle, A. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Global Media Journal TR Edition*, 6 (12).
- Çelebi, P. (2009). “Türkiye’de toplumsal cinsiyetin kuruluşu: bloglar”, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çevikel, T. (2010), *Web 2.0, Bloglar ve gazetecilik: türkçe politik bloglara profesyonel medya ve gazetecilik ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çıtak, A. (2008). *Kadınların çalışmasına yönelik tutum: cinsiyet, cinsiyet rolü ve sosyoekonomik düzeye göre bir karşılaştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

- Debord, G. (2016). *Gösteri toplumu* (Çev: A. Ekmekçi ve O. Taşkent). İstanbul: Ayrintı Yayınları.
- Demiray, E. (2012). Toplumsal yaşamda kadın. Oğuz, G. (Ed.). *Toplumsal yaşamda kadın* içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Demirtaş, A. (2003). Sosyal kimlik kuram, temel kavramlar, varsayımlar. *İletişim Araştırmalar*, 1(1), 123-14.
- Doğan, Ö. (2008). *Kültür bilimleri ve kültür felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dökmen, Z. (2015). *Toplumsal cinsiyet ve psikolojik açılımlar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eraslan, L. Ve Eser, D. (2015). “*Sosyal Medya Toplum Araştırma*” İstanbul: Beta Basım.
- Erbaş, T. (2011), *Türkiye’de Tumblr blog ortamındaki popüler blogcuların kullanım pratikleri*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ersoy, Ş. (2009). *Identity, sex and gender concepts and reflection of them to the music*, Folklor/Edebiyat, (60), 111-124.
- Fiske, J. (2012). *Popüler kültürü anlamak* (Çev: S. İrvan). İstanbul: Parşömen Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve bireysel kimlik geç modern çağda benlik ve toplum* (Çev: Ü. Tatlıcan). İstanbul: Say Yayınları.
- Güvenç, B. (1996). *Türk kimliği kültür tarihinin kaynakları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güvenç, B. (2002). *İnsan ve kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hatıplı, M. (2016). *Ekonomik boyutta görsel kültür ve kültür endüstrisi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Hepp, A. (2014). *Medyatikleşen kültürler* (Çev: Ç. Bozdağ ve E. Devrani). Ankara: Dipnot Yayınları.

- Holton, R. (2013). Küreselleşmenin kültürel sonuçları (Çev: K. Kahraman). *Sosyoloji Konferansları*. No:47, 57-59.
- Işık, S. (2015). Küresel kültürel değişim ve yeni annelik: Kamil Ocak Mahallesi örneği. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13 (50), 48-75.
- İşlek, M. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da geç kapitalizmin kültürel mantığı* (Çev: A. Gölcü). Ankara: Nirengi Kitap.
- Jourdain, A. ve Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nun kuramı ve sosyolojik kullanımları* (Çev: Ö. Elitez). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kahraman, H. (2002). *Postmodernite ile modernite arasında Türkiye*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Kara, U. (2003). *Kültürel kimlik anayasal vatandaşlık özyönetim*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Kara, U. (2004). *Kimlik oyunu video oyunları, yeni medya ve kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karaduman, S. (2010). Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 17 (5).
- Karakoç, E. (2009). *Medya ve popüler kültür*. Ankara: Literatürk Yayınları
- Kaylı, D. (2012). *Kadın bedeni ve özgürleşme*. İzmir: İlya Yayınevi.
- Köse, H. (2016). Bourdieu düşüncesinde tahakküm itaat ve sosyo-politik beden. *Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 173-199.

- Lyotard, J. (2014). *Postmodern durum* (Çev: İ. Birkan). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (Çev: O. Akinhay ve D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg galaksisi*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür ve Sanat Yayınları.
- Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1).
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Oskay, Ü. (2010). *Yıkanmak istemeyen çocuklar olalım*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişimin kültürel işlevleri 19. yüzyıldan günümüze kuramsal bir yaklaşım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.
- Özen, Y. Ve Gülaçtı F. (2010). Benlik kavramı ve benliğin gelişimi bilen benliğe gereksinim var mı?. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 21-37.
- Özer, Ö. (2003). *Yetiştirme kuramı: televizyonun kültürel işlevlerinin incelenmesi*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Özsöz, C. (2007). Pierre Bourdieu'nun temel kavramlarına giriş. *Sosyoloji Notları Dergisi*, Sayı: Belirtilmemiş.
- Rosenau, P. (2004). *Postmodernizm ve toplumbilimleri* (Çev: T. Birkan). İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sancar, E. (2013). *Televizyon dramalarında annelik temsiliinin izleyici tarafından alımlanması: Adını Feriha Koydum*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

- Sancar, S. (2012). *Türk modernleşmesinin cinsiyeti, erkekler devlet kadınlar aile kurar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Saraç, S. (2013). Toplumsal cinsiyet ve yanılsamaları. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Soner, A. (2012). *Yapı ve fail ilişkisinden hareketle ataerkil ideoloji ve toplumsal cinsiyet etkileşimini anlamak*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- Sözen, E. (1991). Sosyal kimlik kavramının sosyolojik ve sosyal psikolojik bir incelemesi, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 23.
- Sözen, E. (2011). Modernite ve kültürel kimlik. *Sosyoloji Konferansları*, O (25) 153-160.
- Stevenson, N. (2015). *Medya kültürleri sosyal teori ve kitle iletişimi* (Çev: G. Orhon ve B. Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Sütcü, G. (2010), *Blog ortamı ve türkiye’de blogosferdeki akademik entelektüeller örneği*. Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Swingewood, A. (2010). *Sosyolojik düşüncenin kısa tarihi* (Çev: O. Akınhay). İzmir: Agora Kitaplığı.
- Taylor, C. (2010). *Çokkültürcülük ve tanınma politikası* (Çev: L. Köker). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Turgut, M. (2010). *Türkiye’de aile değerleri araştırması*. T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Turner, J. Beeghley, L. Ve Powers, C. (2010). *Sosyolojik teorinin oluşumu* (Çev: Ü. Tatlıcan). İstanbul: Sentez Yayıncılık.

- Uğurlu, G. (2003). *Türkiye’de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda annelik rolünün sunumu*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Varlı, Ö. D. (2007). *Kültürel kimliğin değişim oluşum sürecinde kadın kimliği ve müziğine yansımaları: Afyon, Trabzon, Kıbrıs, İstanbul örneklemleri*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Vatandaş, C. (2011). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 0 (35), 29-56.
- Ward, N. A. (2012). Mom blogs: portrayals of contemporary mothering standards, styles, and secrets, Brigham Young University Department of Sociology, Master Thesis, All Theses and Dissertations, Paper, 3533.
- Williams, R. (1993). *Kültür* (Çev: E. Başer). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Williams, R. (2003). *Televizyon teknoloji ve kültürel biçim* (Çev: A. Türkbağ). Ankara: Dost Kitabevi.
- Yağlı, S. (2006). *Gündelik hayatımızda akıl tutulması: medya uygulamalarında tüketim ideolojisinin izlerini sürmek*. (Ed: S. Akçalı, Gündelik hayat ve medya içinde). Ankara: Ebabil Yayınları.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yuval-Davis, N. (2003). *Cinsiyet ve millet* (Çev: A. Bektaş). Ankara: İletişim Yayınları.

EKLER

Ek 1. Araştırma Katılım Formu



ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu çalışma, *Sosyal Medyadaki Kültürel Dönüşüm Odaklı "Blogger Anne" Kimliklerinin İncelenmesi* başlıklı bir araştırmadır. Çalışma, Gözde Yardım tarafından yürütülmektedir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, görüşme (*araştırmanın türü/türleri*) yapılarak ve site incelemesi ile sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi bölümünden Doç. Dr. Duygu Erişti'ye yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Gözde Yardım
Adres: Anadolu Üniversitesi İletişim
Bilimleri Fakültesi

Cep Tel: 05078624805

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi onaylayarak verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.
(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:
İmza:
Tarih:

Ek 2. Kodlama Cetveli

- 1- Eğitim durumunuz nedir?
- 2- Blog sitesi oluşturma nedenleriniz nelerdi? Hangi amaçla blog yazmaya başladınız? Meslek olarak mı yoksa hobi olarak mı blog yazarlığı yapıyorsunuz?
- 3- Blogunuza günde ortalama ne kadar zaman ayırıyorsunuz?
- 4- Blog ortamında gerçek kimliğinizle mi bulunuyorsunuz yoksa farklı bir kimlik mi edindiniz?
- 5- Ne tür konularda yazılar yazıyorsunuz? Blogunuzun genel içeriğinden bahsedermisiniz?
- 6- Bloglar içerik özellikleri ile kendilerine özgü bir hikaye yaratırlar. Sizin blog sitenizin bu anlamda nasıl bir hikaye sunduğunu düşünüyorsunuz?
- 7- Anneliği nasıl tanımlarsınız?
- 8- ‘Blogger’ın tanımını nasıl yaparsınız?
- 9- Blogger kimliği ile annelik kimliğinin bağdaştırılmasını nasıl yapıyorsunuz?
- 10- Blogunuzda nasıl bir anne imajı sunduğunuzu düşünüyorsunuz?
- 11- Annelik sunumları için blog ortamlarının sağladıkları avantajlar ve dezavantajlar nelerdir?
- 12- Blogların kendinizi ifade etmek için özgür bir ortam olduğunu düşünüyor musunuz?
- 13- Blogların yeni nesil internet kullanıcıları açısından annelik rollerine katkılarını nasıl açıklarsınız?
- 14- Sitenizi takip eden kullanıcılarla etkileşiminiz ne yönde oluyor?
- 15- Diğer blogger annelerle ortak bir dayanışma içerisinde misiniz? Blogger anneler olarak ortak sanal bir topluluktan bahsedebilir miyiz?
- 16- Kendinizle veya çocuğunuzla ilgili içerik paylaşımında bulunurken mahremiyetle ilgili endişeleriniz oluyor mu? Oluyorsa bununla ilgili ne gibi çözümler üretiyorsunuz?
- 17- Blog ortamında ortaya koyduğunuz annelik modeli ile gündelik yaşamdaki annelik modeliniz birebir örtüşüyor mu? Farklılıkları varsa nelerdir?
- 18- Sosyal medyada anne kimliğiniz ile var olmanız toplumsal ilişkilerinize nasıl yansıdı? Toplum tarafından ve aileniz içinde blogger anne olmanız nasıl karşılanıyor?

- 19- Kadınlar anneliğin sosyokültürel değerlerini çeşitli yollarla toplum içerisinde aktarımını sağlarlar. Sosyal medyanın (blogunuzun) böyle bir kültürel aktarımı gerçekleştirdiğini düşünüyor musunuz? Blogunuz bu anlamda nasıl bir kültürel yayılım gerçekleştirmektedir?
- 20- Sosyal medya ile popüler kültürün ilişkisini nasıl açıklarsınız?
- 21- Sosyal medyada ne tür popüler kültür öğelerinin etkisi altına girdiğinizi düşünüyorsunuz?
- 22- Sosyal medya ile popüler kültürün yaygınlaşmasının geleneksel Türk anne modelinde bir çözülmeye neden olduğunu düşünüyor musunuz? Nasıl bir çözülmeye bahsedebilirsiniz?
- 23- Siz kendinizi annelik bağlamında geleneksel olarak mı yoksa modern olarak mı tanımlarsınız?
- 24- Sosyal medya ve blog kullanımıyla birlikte annelik bakış açınızda değişimler oldu mu? Olduysa bu değişimlerden söz eder misiniz?
- 25- Sosyal medya kullanımı hem kendinizle ilgili hem de çevrenizde gözlemlediğiniz ölçüde kültürel anlamda anneliği nasıl bir dönüşüm içerisine sokmuştur?

Ek 4. Çeşitli Anne Bloglarının Görüntüleri



Devamını yükle

İçimden Gelenler



1 YAŞ DOĞUM GÜNÜ
HAZIRLIKLARI
MERHABA...!



İÇİMDEN GELENLER
"ÇOCUK NE ZAMAN?"



1 YAŞ DOĞUM GÜNÜ
HAZIRLIKLARI
DOĞUM GÜNÜN KUTLU OLSUN
KIZIM!

Devamını yükle

Öneriler



MERHABA...!

Melina... 30 Ocak 2014

Anneliğe giden yol, benim için hayli uzun ve yıpratıcıydı. Bu yolculukta, umutsuzluğa kapıldığım, daha fazla devam edemeyeceğimi düşündüğüm, hasta dibe vurduğum anlar oldu. Hamileliğim süresince...



Doğum ve Çocuk Fotoğrafçısı

Melina... 1 Ocak 2014

Doğum ve Çocuk Fotoğrafçısı Melina'ya zorlu bir sürecin ardından kavuştuğum için mi, yoksa Yengeç burcu olmanın getirdiği aşırı anaçlıktan mı bilmiyorum ama bebeğimin sürekli üzerine...



İLK 1 YIL HAYATIMIZI KURTARAN
OYUNCAKLAR!

Melina... 1 Ocak 2014

İlk 1 Yıl, hayatımı kurtaran oyuncakları! Bebek sahibi olduğumuz ilk aylar genelde en zor zamanlardır. Bazen ellerimizi yıkamaya bile fırsat bulamadığımızdan yakınız. Böyle anlarda, 3...



GAZLI BEBEK! (İlk 4 ay, Gaz Sorunumuzu
Halletmek İçin Neler Yaptık?)

Melina... 1 Ocak 2014



21 Ekim 2015



KANGURU SEÇİMİ /
MOMFORTBABY
16 Eylül 2015



OKUYUCUMUZ S...
KIZINA 1 YAŞ GÜNÜ MEKTUBU
6 Şubat 2015



PIRİNÇ UNLU MUHALLEBİ TARIFI
5 Temmuz 2014



GAZLI BEBEK! (İlk 4 ay, Gaz
Sorunumuzu Halletmek İçin Neler
Yaptık?)
27 Mart 2014

En Çok Yorum Alanlar



MERHABA...!

30 Ocak 2014



"ÇİLEKLİ DONDURMA"MIN
HİKAYESİ... - BİR TUP BEBEK
BAŞARI HİKAYESİ!
24 Ocak 2014



ANINDA BEYAZLIK, İPANA
PERFECTION
22 Şubat 2015



"ÇOCUK NE ZAMAN?"
13 Şubat 2014



MELINA'S MOM FOX ANA
HABERDE! - Merve Öztürk
3 Şubat 2014

Devamını yükle



- Rukham -

"İşte sonra Batuhan doğdu ve ben anne oldum."

ANASAYFA ANNE - ÇOCUK ALIŞVERİŞ GÜZELLİK - BAKIM SEYAHAT YAŞAM





GENEL

GÜZELLİK

SAGLIK

DEKORASYON

ÇOCUKLAR

TARİFLERİM

PRATİK BİLGİLER

İLETİŞİM

TARİFLERİM



Ton balıklı diyet yemek tarifleri

1 Mayıs 2017

Yorum Yok



Çocuklarınızın Severek Yiyeceği
Lezzetli Yemekler

21 Nisan 2017

Yorum Yok



Pratik ve hızlı yemek yapmanın
yolları

18 Nisan 2017

Yorum Yok



Yiyecekler mikroskop altında
nasıl görünüyor?

13 Nisan 2017

Yorum Yok

ÇOCUKLAR



Çocuğunuza güvenlik
kelepçesi takar mısınız?

7 Mayıs 2017

Yorum Yok



Annelerin hayatını
kolaylaştıracak icadlar

2 Mayıs 2017

Yorum Yok



Babalar kızlarıyla nasıl oyun
oynar?

25 Şubat 2017

Yorum Yok



Okul öncesi çocuklar için 15
aktivite

20 Ocak 2017

1 Yorum



Örümcek adam kostümü
nereden alınır?

2 Aralık 2016

Yorum Yok



Pasaklı dağınık anneye
hayır!

23 Ekim 2016

Yorum Yok



KİM
26

2
Yaşında

PER
02

Bebeğim ve Biz –
Şubat – 2015

PER
07

TÜP BEBEK HİKAYEM,
VOL:1

ANNE OLMAK

DEVAMI ▶



Prematüre Annesi Olmak
Posted by Özge in Anne Olmak,
Aylık Bebek Gelişimi



Çocuklarımızı Yeni Kardeşleriyle Tanıştırırken
Posted by Özge in Anne Olmak,
Çocuğum İçin



İyi Bir Ebeveyn Olmanın 10 Yolu
Posted by Özge in Anne Olmak,
Çocuğum İçin, Tavsiye

HAMİLELİK

DEVAMI ▶



Sağlıklı Bir Şekilde Hamile Kalmanın Yolları
Posted by Özge in Anne Olmak,
Genel, Hamilelik, Hamilelik Süreci, Tavsiye



Hamilelik Sırasında Kaçınılması Gereken Gıdalar
Posted by Özge in Hamilelik,
Hamilelik Süreci



Sezin Anneden Minik Bebeğine Mektuplar
Posted by Özge in Genel, Hamile
Günüğü, Hamilelik

SAĞLIK



ASİ VURDURMALI VURDURMAMALI
Posted by Özge in An
Sağlık



GAZ -ŞİŞKİNLİK Sİ PROBLEMLERİ VE
Posted by Özge in Ge



Bir Mucize: Ödem
Posted by Özge in Ge
Tavsiye



Yenidoğan'da Kold

Son güncellemeler

Yazılar

Yorumlar

çığdem

yardımcı olduğun için sağol =)

ata

Gerçekten çok güzel görünüyor.
mmmmmmmm.

Pelin

İmren Ablacım ben Mine'nin
arkadaşı sayfanı ...

12 Mayıs 2017

Bu sene de Anneler Gününde şunları almayın



Annellik üzerine yazılar yazan bir blog yazarı olarak Anneler Günü'nde bir iki kelam etmiş olmak ile, tüketim çılgınlığının vücut bulduğu böyle bir günü fazla önemsemiş olmak arasında sıkışıp kalıyorum her sene... Derken geçen seneki yazım aklıma geldi. Bu sene de...

Devamı... 3 Yorum

10 Mayıs 2017

Analar çekmesin yükü, herkes paylaşsın



Sanırım beş yaşındaydım, anaokuluna gidiyordum. Anneler Günü'nde annelerimiz için "ront" hazırlamıştık. Analar çeker yükü Kimsenin bileşi yok Gelin çiçek derelim Yollanna serelim Sevgilerle türkülerle annemize verelim diye diye, öğretmenlerimizin öncesinde elimize tutuşturduğu, bizim de kıyafetlerimizin bir yerlerine gizlediğimiz papatyaları hakikaten...

Devamı... 9 Yorum

07 Mayıs 2017

Hamileyim, Yetersiz Değilim!



ScaryMommy.Com sitesinde yayınlanan bu yazı Ebrar Güldemler tarafından Türkçeleştirildi. *** Hamile olduğumu söylediğimden beri, insanlar bana oturup dinlenmemi söylüyor ve günlük işleri yapmak konusunda kendimi kötü hissetmemi sebep oluyorlar. Anlıyorum, hamile bir kadın görünce, onu rahat ettirmek ve fiziksel yükünü azaltmak...

Devamı... Yorum yap



ANNE GÜNLÜKLERİ



Bir gece ansızın...
24 Şubat 2017



Madalyalı anne
19 Aralık 2016

GEBELİK GÜNLÜKLERİ



Ezgi K.'nın Gebelik Günlüğü:
Mutlu Son
25 Mart 2017

Yorumlar

Kategoriler

Etiketler

Bani: çocuklara şans gülmedi, belki de ben daha şanslıyım!... 13 Mayıs 2017

mehtap: şansımı deniyorum :)... 13 Mayıs 2017

Pınar Sağ: Merak ettiğim bir kitap,

Yorumlar

Kategoriler

Etiketler

Banu: çocuklara şans gülmedi, belki de ben daha şanslıyım :)... 13 Mayıs 2017

mehtap: şansımı deniyorum :)... 13 Mayıs 2017

Pinar Sağ: Merak ettiğim bir kitap, hepimize bol şans :)... 13 Mayıs 2017

Aslı: Ben de okumak istiyorum.... 13 Mayıs 2017

MelteM: uzun süredir merak ettiğim bir kitap Işığın Yolu. umarım şan... 13 Mayıs 2017



Eve her yeni gelen eşya gibi bu yeni elektrik süpürgesi de hanehalkımızda merak uyandırdı. Öncelikle kutunun içine girmek istemeler, sonrasında kendisini deneyimlemek istemeler, boyunu kendine göre ayarlamalar falan... Geçen haftadan beri evimizde müthiş bir temizlik ve atma/verme operasyonu var. Adeta **fazla kilolarıyla birlikte fazla eşyalardan da kurtulmak istiyorum** sayın seyirciler... Eşyaları kaldırdıkça ve yer açtıkça, evdeki tozda da bir yükselme olunca son günlerde elektrik süpürgesi kullanımımız arttı ve iş başa düştü.

Çocukların büyüyor olması bu noktada çok işe yarıyor çünkü temizlik gerçekten bir ekip işi... Eskiden ben evi süpürürken Doğan da eşyaları itip kakardı, şimdi o içeride yemek yaparken çocukları kullanabiliyorum bunun için... İşin içine "Legolarınızı toplamazsanız heeeepsini süpürürüm!" şeklinde tehditler de katmış olabilirim ama neyse ki onlar duyulmuyor videoda...



Görüldüğü üzere, temizlik hep birlikte başlayıp tek başına bitirilen bir ekip işidir sevgili izleyenler. Eylemlerim devam edecek.

Mükemmel anne yoktur.
Mükemmel olmaya çalışmaktan
yorgun düşen anne vardır.

POZİTİF DOĞUM
HİKAYELERİ

Ayşenur Ve Dağhan'ın Hikayesi
23 Şubat 2017



Gül ve Selim'in Hikayesi
09 Haziran 2016



Gizem Ve Alp'in Hikayesi
27 Mayıs 2016

ÖNE ÇIKANLAR



Hiçbir anne yoktur ki sütü
bebeğine yetmesin!..
25 Aralık 2009



Çocuk da yazarmı siyaset de...
11 Mart 2015

05 Ocak 2015

Kutsal bir kariyer olarak annelik

Görünen o ki günümüz Türkiye'sinde hükümette yer almak için bir numaralı kriter kadınları ilgilendiren her türlü konuda ahkam kesmek... Tabii erkek olarak...

Bu yüzden de memleketin devlet 'adam'larından genç kızların erkek arkadaşlarıyla el ele yürümemesi, kadınların kaç çocuk yapması ve o çocukları ne şekilde doğurması, onlara nasıl bakması, onları ne şekilde büyütmesi, çalışıp çalışmaması, istenmeyen hamilelikleri kat'i surette sonlandırmaması, kadının tecavzeye uğrarsa doğurması... gibi konularla ilgili sürekli nasihatler duyuyoruz.

Ne ilginçtir ki aynı kişilerden kadın cinayetlerinin sonlandırılması, kadınların iş hayatına döndürülmesi, girişimci kadınların desteklenmesi, iş ortamında kadınlara erkeklerle aynı fırsatların verilmesi, doğum izninin geliştirilmesi ve uzatılması... gibi konularda tek kelime duyamıyoruz.

Duyduğlarımız hep kadınların **nasıl daha fazla anne olabileceği yönünde...**

Hükümetin bu 'Daha fazla annelik' görüşünü taçlandıran bir açıklama yaptı geçtiğimiz hafta Sağlık Bakanı... *'Kadının annelikten başka kariyeri olmamalı'* buyurdu. Sonradan toparlamaya çalıştı, *babalık da kariyerdir dedi, bana katılmayabilirsiniz dedi, dedi de dedi*, ama hepimiz bu sözlerin hükümetin 'kadın evde oturup çocuk baksın' görüşünü yansıttığını ve ne ilk ne de son olmadığını biliyoruz.

Bir kere annelik kariyer değildir. Öğretmenlik bir kariyerdir. Bankacılık kariyerdir. Grafik tasarımcılığı, borsacılık, pastacılık, doktorluk... Hayatınız boyunca ciddi anlamda nakit ve mesai yatırımı yaptığınız ve o sayede de para kazandığınız şeydir kariyer.

8 senedir anneyim. Ne maaşım var, ne sosyal sigortam. 8 senedir (arada tek çocuklu hayattan iki çocuklu hayata geçişimi saymazsak) terfi etmedim. Böyle kariyer mi olur?

Bu gereksiz teknik açıklamayı bir kenara bırakacak olursam, daha önce bu blogda 4549852071074 kere dile getirdiğim **'Devletin kadına ve kadınlığa karışmasından çok rahatsızım!'** söylemini bir kere daha tekrarladıktan sonra konuya biraz daha geniş açıyla bakayım:

Başımıza ne geliyorsa bu 'kutsal annelik' kavramından dolayı geliyor. Annelik çok kutsalmış ve cennet anaların ayağının altındaymış ya hani... Hani küçük kızların evlendirildiği ama birinin anasına küfretmenin cinayet sebebi kabul edildiği bir ülkede yaşıyoruz ya hani...

İşte bunlar hep anneliğin kutsal addedilmesinden...



ANNE İTİRAFLARI

sabrılı

15 Mayıs 2017

Özel gün olmayagörsün...

15 Mayıs 2017



KİTAPLIK



ÖZGEÇMİŞ

Gözde Yardım

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı
Yüksek Lisans

Eğitim

Ls. 2015 Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın Yayın
Lise 2008 İzzet Ünver YDA Lisesi (İstanbul)

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/yılı: İstanbul/1990

Cinsiyet: Kadın

Yabancı dil: İngilizce