



T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM BİLİMİ VE İNTERNET ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DOKTORA PROGRAMI

**DİJİTAL HABİTUS VE SOSYAL MEDYA: SOSYAL YAŞAMIN
DÜZENLENMESİNDE YOUTUBERLARIN ETKİSİ**

Doktora Tezi

Murat ÖZDEMİR

İSTANBUL, 2023



T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM BİLİMİ VE İNTERNET ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DOKTORA PROGRAMI

**DİJİTAL HABİTUS VE SOSYAL MEDYA: SOSYAL YAŞAMIN
DÜZENLENMESİNDE YOUTUBERLARIN ETKİSİ**

Doktora Tezi

Murat ÖZDEMİR

200000856

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Füsun ALVER

İSTANBUL, 2023

TEŐEKKÖR

Disiplinler arası bir perspektifle yazılmış olan bu tez çalışması, uzun bir süreç sonunda ortaya konulmuş bir çalışma. Bu doktora tezinde ilk olarak danışman hocam Prof. Dr. Füsun Alver'e teşekkürü bir borç bilirim. Tez yazım sürecinde özgün bir çalışma olması adına en ince ayrıntısına kadar uyarı ve önerilerde bulunarak hata ve eksiklerimi görmemi sağladı. Sabrı, özverisi ve anlayışlı tavırları için de ayrıca teşekkür etmek istiyorum.

Tez savunma jürisinde yer alması dışında da ders dönemimde ve lisans dönemimde de bana her zaman destek veren ve yardımcı olan Prof. Dr. Oya Şakı Aydın'a da çokça teşekkür etmek istiyorum.

Tez izleme ve tez savunma jürisinde yer alan Prof. Dr. Celalettin Aktaş'a, tez izleme jürisinde yine yer alan Prof. Dr. Şebnem Çağlar'a, tez savunma jürisinde yer alan Prof. Dr. Güven Büyükbaykal'a ayrı ayrı teşekkür ederim.

Son olarak tez yazım sürecinde maddi ve manevi olarak her zaman yanımda olan aileme ve arkadaşlarıma çok teşekkür ediyorum.

Murat Özdemir

Aralık 2023, İstanbul

ETİK BEYAN SAYFASI

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Öğrenci Adı-Soyadı: Murat Özdemir



ÖZET

Dijital sosyal ağlar, gündelik yaşamın inşasında gerçekleşen iletişimsel eylemlerin ve pratiklerin yeniden üretildiği sosyalleşme araçlarıdır. Bireysel ve kolektif özelliklere sahip olan bu ağlarda içerik üreticisi ve tüketicisi konumunda bulunan bireyler, toplumsal pratikleri eyleyen güce sahip faillerdir. Toplumsal failler, toplumsal sınıf habituslarını ilişkisel bir biçimde dijital sosyal ağlarda başkalarıyla etkileşime girerek değiştirmekte, dönüştürmektedir. Youtube, dijital sosyal ağlar arasında toplumsal faillerin birbirini etkileyebildiği bir sosyal alandır ve Youtuber adı verilen fenomenler yaratmıştır. Bu kapsamda Youtuberlar ve takipçileri arasındaki etkileşimler sonucunda dijital ve fiziki sosyal yaşamda sınıfsal ayrımların ortaya çıkması ve yeniden üretilmesi probleminden yola çıkılmış, Anthony Giddens ve Pierre Bourdieu'nün yapı/fail teorileri perspektifinden, gençlerin habituslarının üretim/yeniden üretiminde Youtuberların etkisini araştırarak bu durumun dijital-fiziki sosyal yaşam eylemlerine yansımalarını sınıf, stil, tarz ve beğeni kavramları çerçevesinde inceleyerek sınıfsal farklılıkların üretiminde Youtuberların ve takipçilerinin etkisini tartışmak amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda altı soru araştırma sorusu olarak belirlenmiştir. Araştırmanın ilk sorusu “Dijital sosyal ağlarda yer alan Youtuberların ve takipçilerinin eylemleriyle sınıfsal ayrımlar ve farklılıklar üretilmekte veya yeniden üretilmekte midir ?” şeklinde, ikinci sorusu “ Youtube, Youtuberların ve takipçilerinin eylemleriyle toplumsal ilişkilerin kalıplaştığı bir sistem ya da yapı mıdır?” şeklinde formüle edilmiştir. Araştırmanın üçüncü ve dördüncü sorusu ise sırasıyla “Youtuberlar, içerik üretim sürecinde takipçilerinden etkilenmekte midir? Etkileşim süreçlerinde bireysel eğilimler, yatkınlıklar ve toplumsal köken etkili midir ?”, “Dijital sosyal ağlarda belirli kategorilerdeki içerik üreticilerinin (Youtuberlar) takip edilmesinde gençlerin çıkar strateji/pratik bilincinin rolü nedir?” şeklindedir. Araştırmanın beşinci ve altıncı sorusu ise “Gençlerin fiziki sosyal yaşam alanında sahip oldukları eylemlilik ve eğilimler seti (habitus); beden, beğeni ve yaşam tarzı konusunda dijital sosyal ağlardan nasıl ve ne ölçüde etkilenmektedir?”, “Gençlerin sahip oldukları sermaye/kaynak türleri dijital sosyal ağların normlarıyla uyumakta mıdır? Bu ağlarda gerçekleşen etkileşim sonucunda sahip olunan sermaye ve kaynaklar değişime uğramakta mıdır?” biçimindedir. Çalışma kapsamında 18-24 yaş aralığına sahip gençler ile farklı özelliklere sahip 10 Youtuber rastgele örnekleme yoluyla seçilmiştir. Yarı-yapılandırılmış sorularla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, MAXQDA nitel veri çözümleme programıyla beş alt başlığa ayrılarak Anthony Giddens'ın yapılaşma teorisi ve Pierre Bourdieu'nün pratik teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Youtuberlar ve Youtuber takipçileri sınıfsal farklılıkları yeniden üreten failer olduğu, sembolik ayrımlara sahip olma isteğinin bu yeniden üretimin sebeplerinden biri olduğu, sembolik ayrımların dijital habitus içerisinde yapılanmış bir biçimde faillerin eylemlerine etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Youtuberlar, Dijital Sosyal Ağlar, Sınıfsal Ayrımlar, Yapılaşma Teorisi, Pratik Teorisi.*

ABSTRACT

Digital social networks are socialization tools where the communicative actions and practices that occur in the construction of daily life are reproduced. Individuals who are content producers and consumers in these networks, which have individual and collective characteristics, are the agents who have the power to activate social practices. Social agents change and transform their social class habitus in a relational way by interacting with others in digital social networks. Youtube is a social space among digital social networks where social actors can influence each other and has created phenomena called Youtubers. In this context, we set out from the problem of the emergence and reproduction of class distinctions in digital and physical social life as a result of the interactions between Youtubers and their followers, and from the perspective of Anthony Giddens and Pierre Bourdieu's structure/agency theories, by investigating the effect of Youtubers in the production/reproduction of young people's habitus, this situation is digitally-based. It is aimed to discuss the impact of Youtubers and their followers in the production of class differences by examining their reflections on physical social life actions within the framework of the concepts of class, style, style and taste. In line with the purpose of the research, six questions were determined as research questions. The first question of the research is "Are class distinctions and differences produced or reproduced through the actions of Youtubers and their followers in digital social networks?" The second question is "Is YouTube a system or structure in which social relations are molded by the actions of Youtubers and their followers?" It is formulated as . The third and fourth questions of the research are respectively "Are YouTubers influenced by their followers during the content production process?" Are individual tendencies, predispositions and social origins effective in interaction processes?", "What is the role of young people's interest strategy/practice awareness in following certain categories of content producers (Youtubers) in digital social networks?" It is in the form. The fifth and sixth questions of the research are "The set of activities and tendencies (habitus) that young people have in the field of physical social life; How and to what extent are people affected by digital social networks in terms of body, taste and lifestyle?", "Do the types of capital/resources that young people have match the norms of digital social networks? Within the scope of the study, young people between the ages of 18-24 and 10 Youtubers with different characteristics were selected through random sampling. The data obtained as a result of in-depth interviews with semi-structured questions were divided into five subheadings with the MAXQDA qualitative data analysis program and interpreted within the framework of Anthony Giddens' structuring theory and Pierre Bourdieu's practice theory. According to the results of the study, it has been determined that Youtubers and Youtuber followers are the perpetrators who reproduce class differences, that the desire to have symbolic distinctions is one of the reasons for this reproduction, and that symbolic distinctions affect the actions of the perpetrators in a structured way within the digital habitus.

Keywords: Youtubers, Digital Social Networks, Class Distinctions, Structuration Theory, Practice Theory.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Özet.....	ii
Abstract.....	iii
Tablo Listesi.....	IX
Şekil Listesi.....	X
GİRİŞ.....	1
1. ANTHONY GIDDENS'IN YAPILAŞMA TEORİSİ	8
1.1. Anthony Giddens'in Hayatı ve Sosyolojik Düşüncesi.....	8
1.2. Yapılaşma Teorisi	12
1.3. Yapılaşma Teorisinde Kurallar ve Kaynaklar.....	16
1.4. Yapılaşma Teorisinde Faillik ve Eylem Düşüncesi.....	21
1.5. Yapılaşma Teorisinde Yapının İkiliği.....	32
1.6. Anthony Giddens Yapılaşma Teorisinde Sosyal Ağlar ve Toplumsal İlişkiler.....	37
1.7. Anthony Giddens'in Yapılaşma Teorisinin Genel Değerlendirmesi.....	43
2. PIERRE BOURDIEU VE PRATİK KURAMI.....	46
2.1. Pierre Bourdieu'nün Hayatı ve Çalışmaları.....	46
2.2. Pierre Bourdieu'nün Pratik Teorisi ve Yapı/Fail Tasarımı.....	50
2.3. Habitus Kavramı.....	61
2.4. Habitusun Ontolojik Suç Ortağı Olarak Sosyal Alan Metaforu.....	69

2.5. Sermaye Formları ve Türleri.....	81
2.5.1. Ekonomik	
Sermaye.....	85
2.5.2. Kültürel Sermaye.....	86
2.5.3. Sosyal Sermaye.....	90
2.5.4. Simgesel Sermaye.....	93
2.6. Habitus – Sosyal Alan – Sermaye İlişkisi.....	97
2.7. Toplumsal Sınıflarda Beğeni Anlayışı.....	100
2.8. Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Genel	
Değerlendirmesi.....	104
3. DİJİTAL SOSYAL AĞLARIN YAPISI, EYLEM VE DİJİTAL	
HABİTUS.....	107
3.1. Yeni İletişim Teknolojileri.....	107
3.2. Dijital Sosyal Ağlar.....	111
3.3. Dijital Sosyal Ağların Özellikleri.....	114
3.4. Dijital Sosyal Medya.....	116
3.4.1. Facebook.....	118
3.4.2. Twitter.....	120
3.4.3. Instagram.....	122
3.4.4. Youtube.....	124
3.5. Dijital Sosyal Ağlarda Oluşan Dijital Normlar.....	127
3.5.1. Enformasyon Normları.....	129

3.5.2. İletişimsel Normlar.....	130
3.5.3. İçerik Normları.....	131
3.5.4. Yararlanma Normları.....	131
3.6. Fiziki Sosyal Yaşamda Yer Alan Toplumsal Normlar.....	133
3.6.1. Toplumsal Normların Özellikleri.....	136
3.6.2. Toplumsal Normlar ve Bireylerin Eylemlerine Etkisi.....	138
3.6.3. Dijital Sosyal Ağlarda Oluşan Dijital Normların Fiziki Sosyal Yaşam Alanına Etkisi.....	145
3.6.4. Fiziki Sosyal Yaşam Alanında Yer Alan Toplumsal Normların Dijital Sosyal Yaşam Alanına Etkisi.....	146
3.7. Dijital Habitus.....	147
3.8. Dijital Habitusun Üretiminde/Değişiminde Yapı/ Fail Etkisi.....	150
3.9. Youtuberlık Kavramı.....	152
3.9.1. Youtuberların Dijital Sosyal Yaşam Alanına Etkisi.....	155
3.9.2. Youtuberların Fiziki Sosyal Yaşam Alanına Etkisi.....	157

4. ARAŞTIRMA.....160

4.1. Araştırmanın Amacı.....	160
4.2. Araştırmanın Önemi.....	162
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	165
4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	165
4.5. Araştırmanın Yöntemi.....	167

4.6. Bulgular, Analiz ve Yorum.....	171
4.6. 1. Youtuberlar.....	171
4.6.1.1. Youtuberların Demografik Özellikleri.....	171
4.6.1.2. Youtuberların Kanal ve İçerik Üretme Özellikleri.....	172
4.6.1.3. Youtuberlara İlişkin Verilerin Analizi ve Yorumlanması.....	173
4.6.1.3.1. Fenomenliğin Dijital Boyutu: Ün veya Şöhret Sahibi Olmak....	174
4.6.1.3.2. Alanda Konumlanmanın Kaynakları: “Benim Konumum Tartışılmaz”.....	176
4.6.1.3.3. Sınıfsal Beğenilerin Ekonomik ve Simgesel Boyutu: “Merak İçin Bile Tıklasa Yeter”.....	180
4.6.1.3.4. Görünmeyenin Kabulü: “Youtuberlığa Hazır Olmak Lazım”....	183
4.6.1.3.5. Dijital Sosyal Yaşamın Kuralları “ Sınırsız Gibi Görünen Ama Sınırlı”.....	188
4.6.2. Youtuber Takipçileri.....	194
4.6.2.1. Youtuber Takipçilerinin Demografik Özellikleri.....	194
4.6.2.2. Youtuber Takipçilerinin Sosyal Ağ Kullanım Özellikleri.....	196
4.6.2.3. Youtuber Takipçilerine İlişkin Verilerin Analizi ve Yorumlanması	200
4.6.2.3.1. Youtube’un Zorunlu Erdeme Dönüşmesi: Ortak Bir Faillik.....	200
4.6.2.3.2. Youtube’da Sermaye ve Kaynakların Kullanımı: “Başka Amacım Yok Ki!.....	205
4.6.2.3.3. Yanlış Tanımanın İçselleştirilmesi: “Yalnız Değilmişim”	211
4.6.2.3.4. Failliğin Dijital Hâli: “Ben de Yapabilirim!”	220
4.6.2.3.5. Kuralların İhlal Edilme Korkusu: “Bazı Değerleri Korumak Lazım”	225

SONUÇ.....229

KAYNAKÇA.....237

EKLER.....254



TABLO LİSTESİ

SAYFA NO

Tablo 1. Youtuber Verileri.....	154
Tablo 2. Youtuberların Demografik Özellikleri.....	172
Tablo 3. Youtuberların Kanal Özellikleri.....	173
Tablo 4. Youtuber Takipçilerinin Demografik Özellikleri.....	195
Tablo 5. Youtuber Takipçilerinin Sosyal Ağ Kullanımı, Ağ Kullanım Süreleri.....	197

ŞEKİL LİSTESİ

SAYFA NO

Şekil 1. Giddens'in Katmanlaşma Modeli.....	24
Şekil 2. Giddens'in Yapının İkiliği Modeli.....	36
Şekil 3. Bourdieu'nün Toplumsal Uzam Modeli.....	79



GİRİŞ

Toplum içerisinde yaşayan her insan, içerisinde yaşamış olduğu toplumsal düzeni açıklama ve anlamlandırma gayreti içerisinde. Toplumsal düzenin ve gerçekliğin kavranışı, insanın toplumsal dünya içerisinde sahip olduğu özellikleriyle yakından ilişkilidir. İnsanın sahip olduğu bireysel özellikler, sınıfsal konumlar, dünyaya ilişkin yorumlamaları, siyasal tercihleri vb. toplumsal düzeni açıklama sürecinde insanın eylemlerine içkin özellikleridir. İnsanın toplumsal dünyada bir fail olarak eylemlerini sahip olduğu bu özelliklerine göre oluşturmakta ve şekillendirmektedir. Ancak bu özellikler insan eylem ve davranışlarını açıklamada tek başına yeterli değildir. Nitekim insan, eylemlerini bir fail olarak niyetlenmiş olduğu koşullara göre üretmeye ve sürekli kılınabilir hale dönüştürmeye çalışsa da bireyin iradesi dışsal zorlayıcılığa sahip yapılar tarafından kısıtlanmakta ve dönüştürülmektedir. Modern dönemde aklın rasyonalitesi ile bireyciliğin ön plana çıkması ve bireyciliğin modern toplumsal ilişkiler bağlamında yüceltilmesine rağmen toplumsal yapıların nesnel zorlayıcılığı, insanın kendi iç gerçekliğini öznel bir çerçevede üretmesini engellemektedir. Bu bağlamda, toplumsal birer fail olarak insanın davranışlarını açıklama konusunda insanın davranış, eylem ve pratiklerinin üretiminde hangi aktörlerin etkili olduğu sosyolojik açıdan yıllardır tartışılmaktadır. “Toplum nedir, insanlar arasındaki ilişkileri belirleyen ölçütler nelerdir, insanlar diğer insanlarla olan ilişkilerinde iradesini sınırlayan şeyler nelerdir” gibi sorulara yanıt arayan sosyoloji bilimi, toplumsal düzenin açıklanmasında toplumu oluşturan insandan ve onun eylemlerinden yola çıkarak genel-geçer bilgiye ulaşma arzusundadır.

Toplumsal gruplar, aktörler, sosyal fenomenler toplumun yapı taşını oluşturan temel unsurlardır. Gündelik yaşamın yorumlanması ve topluma ait sorunsalların incelenmesinde başvuru bu aktörler, sosyolojinin temel konusudur. Sosyoloji, sosyal aktörlerin davranış kalıpları, modelleri ve birbiriyle olan iletişimlerini inceleyerek toplumsala dair bir yorum getirme çabası olarak nitelendirilebilir. Sosyoloji, genel olarak yukarıda ifade edildiği gibi tanımlansa da tanımına yönelik farklı görüşler de söz konusudur. Bu tanımlardan en yaygın olan iki görüş söz konusudur. Birincisi sosyolojinin doğa bilimlerine ait olduğu ve ampirik bir çalışma disiplini olduğu düşüncesidir. İkincisi ise toplumsal sorunlara eleştirel bir gözle

yaklaşan ve toplumun kendi içerisinde yer alan sorunsal ve ihtilafların çözümüne odaklanan yaklaşımdır. Bu görüşler, sosyolojinin belirli kural ve yapılarla hapsedilmesine ve sosyolojinin sadece ampirik sonuçların elde edilmesinde bir araç olarak tanımlanmasına neden olmaktadır. Ancak Giddens'ın da belirttiği gibi sosyoloji her ne kadar fiili olarak gözlemlenebilir konularla ve ampirik araştırmaya dayalı olsa da insanların davranış biçimleri, eylem repertuarı doğal bir fenomeninkinden farklıdır ve insanlar nesneden farklıdır (Giddens, 2020, s.13). Bu bağlamda toplumsal dönüşüm süreçlerini açıklama konusunda yapı ve eylem karşıtlığı ortaya çıkmış, sosyolojide ikilikler meydana gelmiştir. Yapısalcılık ve işlevselcilik, toplumsal düzen ve problemleri yapısal modellerle açıklamaya çalışırken yapının eylem üzerindeki kısıtlayıcılığını vurgularlar. Zira yapılaşma teorisi, toplumsal üretim süreçlerinde aktörün kendisi hakkında düşünmesini, karar vermesini ve eylem kapasitelerini geliştirmesini göz ardı eder. Bu sosyolojik geleneğin karşısında ise yorumsamacı gelenek yer almaktadır. Hermenötik (yorumsamacı) gelenek, doğa bilimlerinin önemsemediği güç, eylem, faillik, aktör gibi konulara vurgu yaparak yapının aktör üzerindeki kısıtlayıcılığını görmezden gelmekte ve insana etkin bir rol vermektedir. Nitekim bu karşıtlık, modern toplumun karmaşık yapısının analizinde ve anlaşılmasında yetersiz kalmaktadır. Klasik sosyolojideki bu düaliteler, modern sosyolojideki yaklaşımlarla yeniden tartışılmış ve makro ve mikro düzeyde toplumsal süreçler ikiliklere düşmeden analiz edilmeye çalışılmıştır.

Sosyal sistemler sosyolojisi ve eylem sosyolojisinin toplumsal süreçleri analiz etme yöntemleri farklı olsa da yapıların ve eylemlerin ilişkiseliliği, düalitelerin aşılması konusunda kolektif bir bütünlük sağlayabilmektedir. Zira insan sosyal bir varlıktır, her ne kadar dünyaya gelişinde verili bir çevreye sahip olsa da kendi irade ve yetenekleriyle sosyal dünyasını inşa edebilmektedir. Sosyal çevrede sahip olunan yapısal faktörler, toplumsal pratikleri etkileyebiliyorken diğer taraftan aktörlerin eylemleri de var olan yapıları yeniden üretebilmektedir. Dolayısıyla toplumsal davranış ve eylemlerin nedenselliği değerlendirildiğinde “tek mantıklı sonuç, toplumsal bütünlüklerin özellikleri ile eylem prosedürlerinin toplumsal hayatın gerçekliği içinde bir şekilde birbirlerini gerektirdiğidir” (Cohen, 2013, s. 308). Bu birliktelik ihtiyacı, toplumsal hayatın gerçekliğini yapı-eylem karşıtlığına düşmeden ve uzlaşmacı bir konsensüsle aşmaya çalışan yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

Öznel/nesnel ikiliği olarak tanımlanan bu perspektif, sosyal bilimcilerin üzerinde tartıştığı konuların başında gelmektedir. Düalizmleri ortadan kaldırma aşamasında Entegratif Sosyal Kuramlar devreye girmiştir. Bunlar, “sosyal bilimlerdeki makro ve mikro kuramların, sosyal olgu ve gelişmelere ilişkin açıklama krizinin aşılması amacıyla geliştirilmekte ve günümüzde büyük ölçüde ilgi çeken bir kuram tasarımının çerçevesini ifade etmektedir” (Alver, 2011, s. 205). Anthony Giddens ve Pierre Bourdieu, öznel/nesnel ayrımı üzerine önemli çalışmalar yapmışlardır. Giddens, ‘Yapının İkiliği’ adını verdiği kavramıyla birey/toplum, yapı/eylem karşıtlığını aşmaya çalışır (Giddens, 2003, s.8). Bourdieu da Giddens gibi bu karşıtlıkları aşmak adına bir ‘pratik kuramı’ geliştirir (Bourdieu, 1990, s. 25-29). Çalışmamızda temel alınan bu iki teorinin ikilikler konusunda uzlaşmacı bir yönelime sahip olması, real ve dijital yaşamda yer alan eylemlerin çeşitliliği ve sürekliliğini açıklayabilme konusunda zengin bir içeriğe sahip olmasından gelmektedir. Günümüzde insan eylemlerinin inşasında yapı veya eylemin iç içe geçtiği düşünüldüğünde, dijital yaşamın sosyal yaşama ya da real yaşamın sosyal yaşama olan etkilerini açıklama konusunda yapı veya eylemden birine öncelik tanımak yanlış olacaktır.

Dijital ve sosyal yaşam formları, toplumsal ve bireysel etkileşimlerin bir sonucudur. Bu etkileşimlere en çok dijital sosyal ağlarda rastlanılmaktadır. Etkileşimlerin sınıf farklılıklarının ve eşitsizliklerin yeniden üretiminde etkili olduğunu varsaydığımızda; egemen sınıfların kültürel, simgesel, ekonomik ve sosyal hegemonyalarını sürdürmelerinde dijital sosyal ağların önemli bir etkiye sahip olduğu görülür. Bilginin ve enformasyonun hızlı bir şekilde üretildiği ve tüketildiği günümüz toplumunda her bireyin birer “prosumer” olması, toplumsalın dijital bir ortamda üretimini sağlamıştır. Bu fazda, toplumsal hayat koşulları ve pratikler, dijital toplumsal yaşamın standart ve normlarıyla zaman zaman uyuşmakta ya da uyuşmamaktadır. Nitekim modern toplum bireyleri, dijital dünyada ve gerçek dünyada bu normlardan etkilenebilmekte, ortaya koydukları eylemler veya pratiklerle her iki dünyada da izler oluşturarak bu normları yeniden üretebilmekte ve bu izler aracılığıyla sosyal çevrelerini etkileyebilme potansiyeline sahip olabilmektedirler. Özellikle dijital sosyal ağlarda kurulan arkadaşlık ilişkileri, içerik üreticilerinin eylemleri, sanal topluluklar vb. bu bağlamda düşünülebilecek güncel fenomenlerdir.

Dijital sosyal ağlar, günümüzde iletişimin yapısını değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda bireyin/failin toplumsal yaşamdaki ilişkilerini, ilişki yapısını, hayat tarzını, beğeni anlayışını değiştirmiştir/dönüştürmüştür. Bu değişim/dönüşümün temelinde insanların temel ihtiyaçlarının yanı sıra birey/faildeki yetke ve değişim arzusu da yatmaktadır. Toplumsal döngü içerisinde bireyler yetenekleri, eğilimleri ve ihtiyaçları doğrultusunda hareket eder ve buna göre iletişimsel eylemlerine yön verirler. Bireyin dönüşümünde bireyselliğin mikro-kozmos yapısı yer alsa da bu yapının insan eylemlerine tek başına yön verdiği iddia edilemez. Bireyin eylemleri öznelliği tarafından üretilse de toplumsal yapılar da en az mikro-öznel yapı kadar bireyin eylemlerinin üretiminde etkilidir. Bireylerin eylemleri özne/nesne, eylem/yapı düaliteleri ile ilişkisel olarak düşünüldüğünde dijital sosyal ağlar günümüzde araştırmacılara önemli veriler sunmaktadır. Bu bağlamda dijital sosyal ağlar birer yapı unsuru olarak ele alındığında, kullanıcılarının eylemlerine ne ölçüde etki ettiği ve kullanıcıların kurallar - kaynaklar bakımından dijital sosyal ağların yerleşik normlarını davranışsal/bilişsel düzeyde ne kadar benimsediği önem kazanmaktadır. Dijital sosyal ağlarda ürettikleri içeriklerle milyonlarca takipçilere sahip olan Youtuberlar, takipçilerinin eylemlerine etki edebilmektedirler. Bu çalışmada Anthony Giddens ve Pierre Bourdieu'nün yukarıda bahsedilen kavramları ışığında Youtuberların takipçilerinin nesne/öznel yapıları nasıl ürettiği, ne ölçüde Youtuberlardan etkilendiği ve bu dijital mecrada üretilen yerleşik ve değişen normlara uyumluluk konusunda nasıl hareket ettikleri ve bu durumun aktörlerin sosyal yaşamlarına etkisi ele alınacaktır.

Dijital sosyal ağlar, toplumsal ilişki biçimlerini ve anlam üretimlerini yeniden üretmede ve dönüştürmede işlevsel bir yapı sunmaktadır. Günümüz ağ toplumunda sosyalleşme aracı olan sosyal ağlar, toplumsal açıdan iktidarın neye veya kime ait olacağını belirleyen dinamik bir yapıya sahiptir. Yaygın bir biçimde kullanılan video paylaşım ağlarından biri olan Youtube platformu da toplumsal yapıları üreten ve yeniden üreten bir toplumsal fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır. Youtube, sanal dünyada kültürel ve simgesel formların mübadele edildiği ve toplumsal failerin birbirleriyle mücadele ettiği bir mecradır. Youtube, yukarıda belirtildiği gibi yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı kolaylıklar sayesinde etkileşimli bir sosyal ağıdır. Youtube'da profil oluşturularak ya da kanal açılarak çeşitli içerikler üretilmekte ya da izlenebilmektedir. Hemen her konuda içerik üretilen Youtube, kullanıcıların

kültürel ve simgesel temsillerinin tanınmasını sağlamasının yanı sıra aynı zamanda habituslarının değişimini ve dönüşümünü de sağlamaktadır (Özdemir, 2020). Binlerce veya milyonlarca takipçisi olan Youtuber ya da Youtube fenomenleri, bu dönüşüm ve değişimin gerçekleşmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Youtube bir alan biçiminde ele alındığında ve Youtuberlar da toplumsal eyleyici olarak incelendiğinde, toplumsal sınıf mantığının kitlelere aktarımında bir araç konumundadırlar. Seçkin bir kültürün ya da lüks ve gösterişçi tüketimin kutsandığı günümüz toplumunda, sanal dünyada hiyerarşik düzenin üretimi bu fenomenlerle gerçekleşmektedir. Youtuberlar, habituslar aracılığı ile alan içerisinde ortaklaşa bir oyunun içine girerek bu üretimi sağlamaktadırlar. Bu anlamda doxalar, özellikle değer yargılarını ifade eden dil yapısı üzerinden hareket ederek simgesel şiddetin doğallaştırılmasında önemli rol oynamaktadır (Ölçer, 2019, s. 38). Böylece seçkin sınıfın simgesel temsilleri, fenomenlerin çektikleri videolarda yer alan ürünlerin tanıtımında ve fenomenin dil pratiklerinde doğallaştırılarak sunulmaktadır.

Çalışmanın temel problemini, Youtuberlar ve takipçileri arasındaki etkileşimler sonucunda dijital ve fiziki sosyal yaşamda sınıfsal ayrımların ortaya çıkması ve yeniden üretilmesi düşüncesi oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, Giddens ve Bourdieu'nün yapı/fail teorileri perspektifinden, gençlerin habituslarının üretim/yeniden üretiminde Youtuberların etkisini araştırarak bu durumun dijital-fiziki sosyal yaşam eylemlerine yansımalarını sınıf, stil, tarz ve beğeni kavramları çerçevesinde inceleyerek sınıfsal farklılıkların üretiminde Youtuberların ve takipçilerinin etkisini tartışmaktır. Böylece, toplumsal birer fail olarak bireylerin dijital ve fiziki sosyal yaşamda kültürel ve simgesel hangi konumlarda oldukları, benzeştikleri/ayrıştıkları noktalar tespit edilerek dijitalleşmenin fiziki sosyal yaşam alanı üzerindeki etkileri konusunda bilimsel anlamda bir çerçeve oluşturularak sınıfsal ayrımların sebepleri hakkında bir veri seti oluşturulması düşünülmektedir.

Dijital sosyal ağlarda yer alan ve içerik üreten kullanıcı/aktörler üzerine literatürde birçok çalışma bulunmaktadır ancak çalışmalar incelendiğinde daha önce dijital sosyal ağların kullanıcıları/aktörleri üzerinde yapı/fail, öznel/nesnel ikiliği bakımından bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada günümüzde binlerce veya

milyonlarca takipçisi olan Youtuberların, takipçilerini ne ölçüde etkilediği, fiziki ve dijital sosyal yaşamlarını düzenlemelerinde ne kadar etkili olduğu ve sınıfsal ayrımlara sebep olup olmadıklarını verilerle ortaya koyarak dijital sosyal ağlarda yer alan norm/kuralların sosyal yaşam eylemleriyle ve pratikleriyle bütünleşmesinin ne gibi sonuçlara yol açabileceği üzerinde durulacaktır. Çalışmanın araştırma soruları şu şekildedir:

1. Dijital sosyal ağlarda yer alan Youtuberların ve Youtuber takipçilerinin eylemleriyle sınıfsal ayrımlar ve farklılıklar üretilmekte veya yeniden üretilmekte midir ?
2. Youtube, Youtuberların ve Youtuber takipçilerinin eylemleriyle toplumsal ilişkilerin kalıplaştığı bir sistem ya da yapı mıdır?
3. Youtuberlar, içerik üretim sürecinde takipçilerinden etkilenmekte midir? Etkileşim süreçlerinde bireysel eğilimler, yatkınlıklar ve toplumsal köken etkili midir ?
4. Dijital sosyal ağlarda belirli kategorilerdeki içerik üreticilerinin (Youtuberlar) takip edilmesinde Youtuber takipçilerinin çıkar strateji/pratik bilincinin rolü nedir?
5. Youtuber takipçilerinin fiziki sosyal yaşam alanında sahip oldukları eylemlilik ve eğilimler seti (habitus); beden, beğeni ve yaşam tarzı konusunda dijital sosyal ağlardan nasıl ve ne ölçüde etkilenmektedir?
6. Youtuber takipçilerinin sahip oldukları sermaye/kaynak türleri dijital sosyal ağların normlarıyla uyumakta mıdır? Bu ağlarda gerçekleşen etkileşim sonucunda sahip olunan sermaye ve kaynaklar değişime uğramakta mıdır?

Çalışmanın **birinci** bölümünde araştırmanın amacına uygun olarak Giddens'in yapılaşma teorisi, ayrıntılı bir biçimde ele alınmıştır. Yapılaşma teorisinin temelini oluşturan kurallar ve kaynakların yanı sıra faillik ve eylem kavramları açıklanarak toplumsal ilişkiler dijitalleşme bağlamında yorumlanmıştır. Çalışmanın **ikinci** bölümünde Bourdieu'nün pratik kuramı, habitus, alan ve sermaye kavramlarından yola çıkılarak açıklanmıştır. Alan, sermaye ve habitus arasındaki ilişkiye odaklanılarak pratiklerin oluşumunda yapı ve fail etkisi tartışılmıştır. Bourdieu'nün toplumsal yaşamda yer alan sınıfların beğeni anlayışı, pratik kuramı çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmanın **üçüncü** bölümünde dijital sosyal ağlar ve genel özellikleri, dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarında yer alan normlar ve bu normların etkileri

açıklanmıştır. Bu başlıkların yanı sıra Bourdieu'nün habitus kavramı temelinde dijital habitus kavramı, Youtuberlar ve Youtuberların dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarındaki etkileri çalışmanın amacı çerçevesinde genel hatlarıyla incelenmiştir. Çalışmanın **dördüncü** bölümünde ise araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın sınırlılıkları ve yöntemi, araştırma verilerinin analizi ve yorumlanması yer almaktadır. Bu çerçevede araştırmada farklı sosyo-demografik özelliklere sahip 24 Youtuber takipçisi ve 10 Youtuber ile derinlemesine görüşme tekniğiyle görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edildikten sonra Giddens'ın yapılaşma ve Bourdieu'nün pratik teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.



1. ANTHONY GIDDENS'IN SOSYOLOJİSİNDE YAPI EYLEM TASARIMI

Çalışmanın bu bölümünde, tezin kuramsal perspektifini oluşturan Giddens'in yapının ikiliği teorisi açıklanacaktır. Çalışmanın ilk başlığında Giddens'in yaşamı, çeşitli alanlarda yapmış olduğu çalışmalar ve sosyolojik çalışmaları ele alınacaktır. Bunun yanı sıra Giddens'in geleneksel sosyoloji okullarının kavramlarından yararlanarak oluşturmuş olduğu yapılaşma teorisi ve modernleşme bağlamında küreselleşme konusunda fikirleri de genel hatlarıyla anlatılmıştır. Alt başlıkların ikincisinde ise bu çalışmanın altyapısını oluşturan 'yapılaşma teorisi' yer almaktadır. Yapılaşma teorisinde, yapının tanımı olarak kavramsallaştırılan 'Kurallar ve Kaynaklar' bölümü ise 'Yapılaşma Teorisi' başlığından sonra açıklanmıştır.

1.1. Anthony Giddens'in Hayatı ve Sosyolojik Düşüncesi

Anthony Giddens, toplumsal yaşamın anlamlandırılmasında ve sınıflandırılmasında yapı-eylem ilişkisine bütüncül bir bakış açısı getirerek hermenötik ve pozitivist bakış açısını aşmaya çalışan bir sosyolog olarak karşımıza çıkmaktadır. Giddens, günümüzde sosyal teorinin temsilcilerindendir ve bu yönüyle özgün bir akademik ve entelektüel kariyere sahiptir. Anthony Giddens, İngiltere' de dönemin şartlarında sıradan sayılabilecek Londra'nın Edmonton kasabasında doğmuştur (Giddens, 2010, s.5; Bryant ve Jary, 2003, s.249). Üniversiteye gidene kadar bu kasabada eğitim alan ünlü sosyolog, ailesinde kendisinden daha önce yükseköğrenim gören kimse olmadığı için ve dolayısıyla herhangi bir yol göstericisi olmadan eğitim hayatını tamamlamıştır. Psikoloji ve sosyoloji ile ilgilenen ve bu alanlarda eğitim almak isteyen Giddens; Hull Üniversitesine başvurmuş, bu okuldan kabul alarak üniversite eğitimine başlamış ve yüksek dereceyle mezun olmuştur (Bryant ve Jary, 2003, s. 249). Üniversiteye başvuru sürecinde felsefe bölümüne ilgi duyan ancak bu bölümde akademik kariyer yapma fırsatının olmadığını gören ünlü sosyolog, başka bir alan seçmek zorunda kalmış ve psikolojiye yönelmiştir. Üniversitede psikoloji bölümünün eğitim-öğretim faaliyeti olarak tek başına yürütülmemesinden dolayı psikoloji ile sosyoloji derslerini beraber almıştır (Giddens ve Pierson, 2001, s. 7-8). Daha sonra yüksek lisans eğitimini Londra Ekonomi Okulunda bitiren Giddens, 1961'ten sonra Leicester Üniversitesinde sosyoloji bölümünde okutman olarak göreve başlamıştır.

Manchester ve Oxford Üniversiteleriyle akademik kariyer için yakından ilgilenmesine rağmen meslek olarak devlet memurluğu yapmayı düşündüğünü belirten Giddens (Giddens ve Pierson, 2001) okutmanlık görevini tesadüfen kazandığını belirtmektedir. Ünlü sosyolog, Leicester Üniversitesinde çeşitli fikir tartışmalarının olduğu entelektüel bir ortamda çalışmalar yapmaya başlar.

Anthony Giddens, üniversite ortamında yer alan düşünce zenginliğinin de etkisiyle akademik çalışmalara ağırlık vermiş ve bu alanda farklı teori ve bakış açılarının doğmasına katkıda bulunmuştur. Aynı üniversitede Ilya Neustadth, Percy Cohen ve Nobert Elias gibi modern sosyal teorinin teorisyenleriyle metodoloji ve felsefe üzerine tartışmalar yapan Giddens, daha sonra bu üniversiteden ayrılarak Cambridge Üniversitesinde lektör (okutman) olarak görev yapmaya başlamıştır. Üniversitede sosyal ve politik bilimler fakültesinin kurulmasına öncülük etmiş ve bu fakültenin ilk dekanı olarak atanmıştır (Bryant ve Jary, 2003, s.251). Üniversitedeki görevi dışında Polity Press ve Toplumsal Araştırmalar Merkezi'nin başkanlığı ve yöneticiliğini de yapan Giddens, günümüzde bu görevlerini devam ettirmektedir (Giddens, 2008, s.1). Polity Press'de John Thompson ve David Held'le beraber çalışmış, farklı sosyoloji geleneklerinin oluşması için çalışmış ve birçok çalışmasını bur merkezde yazmıştır. Giddens yakın zamanda İngiltere eski Başbakanı Tony Blair'ın danışmanlığını üstlenmiş ve İşçi Partisi'ni destekleyerek aktif bir şekilde siyasette de yer almıştır (Giddens, 2011, s.2). Yapmış olduğu yayın sayısı yönüyle de dikkat çeken Giddens, yirmi iki kitap bölümü yazmış ve birçok kitap editörlüğü yapmıştır. Buna ek olarak iki yüz civarında kitap değerlendirmeleri, makaleleri bulunan ünlü sosyolog, sempozyum ve sunumlarla da küresel çapta çalışmalara imza atmıştır (Bryant ve Jary, 2003, s. 248). Akademik kariyerinin yanı sıra siyasi kimliğiyle de ön plana çıkan Anthony Giddens, sosyal teori, modernleşme, küreselleşme gibi günümüzde halen tartışılan konularda oldukça özgün eserler ortaya koyarak sıklıkla takip edilen entelektüellerden biri olmuştur.

Giddens, sosyolojinin tanımı ve ne olduğu üzerine yapmış olduğu çalışmalarla kendisinden önce gelen sosyoloji geleneklerinin yeniden tartışılmasını sağlamıştır. Sosyolojide temel olarak kabul edilen pozitivist ve hermeneutik geleneklerinin birbirine karşıt görüşleri, toplumsal düzenin anlaşılmasında çeşitli

kısıtlılıklara ve tek-tipliliğe neden olmaktadır. Pozitivist bakış açısı, bilimi dış dünyaya yönelik açıklayıcı ve her şeyi neden-sonuç ilişkisine indirgeyen ampirik bir açıklama modeli olarak tanımlanmaktadır. Bu geleneğe karşılık insanın tekilliğini ya da biricikliğini temel alan hermenötik (yorumsamacı) gelenek, insan eylemleri üzerinde durmakta ve insanın öznel yapısının gündelik yaşam pratiklerinde nasıl şekillendiğine odaklanmaktadır. İnsanların hayat tarzının yanında insan eylemleri sonucunda ortaya çıkan ve şekillenen toplumsal kurumların anlamını kavrama ve yorumlama, hermenötik geleneğin başlıca ilgi alanlarıdır. Sosyolojik açıdan toplumu kavrayış modellerinde farklılıklar olan bu iki gelenek, siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel bakımdan ikiliklere sebep olmuştur. Anthony Giddens, bu ikili yapının sorunlara çözüm üretmediğini ve bu ikili yapıyı aşmanın gerekliliğini vurgular ve modern toplum teorisi bağlamında bu ikiliği aşmaya çalışır (Şen ve Turguter, 2014, s. 90). İşlevselci ve yapısalcı bakış açısının yapıları ön plana çıkaran ve eylemleri/failleri önemsememesine karşılık modern hermenötik okullara yönelerek birey, fail ve eylem sorunsallarını merkezi bir çerçeveye oturtmaya çalışmıştır. Giddens, yapısalcılıktan tamamen vazgeçmez ve yapılaşma teorisinde yer alan bütünleşme ve yapı kavramını ve zaman nosyonunu dönüşüme uğratarak yeni bir yapıyı inşa eder (Tatlıcan, 2005, s.23). “Yapının ikiliği” olarak literatürde yer alan bu teori, yapı ve eylem teorilerinin birbirinden ayrılan yönlerinin ön plana çıkarılması yerine her iki sosyolojik tahayyülün bazı kavramlarının kullanılmasıyla sosyal problemleri ya da sosyal düzeni tanımlamayı amaçlamaktadır.

Anthony Giddens, yapının ikiliği haricinde modernleşme ve küreselleşme üzerine çalışmalar yapmıştır. Modernlik, günümüzde siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda ortaya çıkan bir fenomendir. Giddens (2018), bu fenomeni on yedinci yüzyılda Avrupa’da başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimleri biçiminde açıklamaktadır. “Giddens’in modernliğin anlamlandırılması noktasında başvurduğu yapılaşma kuramının modernliğe dinamizmini veren üç temel özelliği zaman-uzam uzaklaşması, yerinden çıkarma ve düşünömselliktir” (Ritzer, 2013, s. 552). Zaman-uzam uzaklaşmasını mekanik saatin ve takvimin icat edilmesine dayandıran Giddens (2018), zamanın evrenselleşmesinin bu sayede gerçekleştiğini savunmaktadır. Sosyal etkileşimler modern dönem öncesinde zaman ve mekana bağlı iken modern dönemde mekaniğin gelişimine

paralel olarak zaman kavramının içi boşalmıştır. Dünya zamanla küçülmüş ve zaman-uzam uzaklaşması sonucunda yerinden çıkarma mekanizmaları, sosyal etkileşimleri bağlamından koparma imkanına kavuşmuştur. “Yerinden çıkarma mekanizmaları, soyut sistemler ve simgesel işaretlerdir” (Giddens, 2018, s. 26) ve bu mekanizmalar modernliğin bir boyutunu oluşturmaktadır. Modernliğin diğer bir boyutu ise düşünümselliktir. Ona göre düşünümsellik, insan eylemlerinin tanımlayıcı bir karakteristiğidir (Giddens, 2018, s. 30-31). Modern dönem öncesinde gelenekler düşünümselliği belirlemekte ve insanlar geçmişten gelen kabul edilmiş kurallara göre davranışlar göstermektedirler. Modern dönemde ise bilgi düşünümselliği belirleyen bir faktör olmuş ve “gelenek modernlikle beraber çözülerek yerini düşünümselliği sağlayan başka unsurlara bırakmıştır. Bilgi, insanın kendi düşünüp ürettiği bir meta haline gelmiş ve sosyal yaşamın koşulları bilgi tarafından üretilmiştir.

Sanayi Devrimi’nden bugüne teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi sonucunda ortaya çıkan zaman-uzam uzaklaşması, bilgi ve enformasyonun küresel ölçekte çok hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamıştır. “Geleneksel toplum birbirine yakın yaşayan insanlar arasındaki doğrudan etkileşime dayanmaktadır. Modern toplumlar ise zaman ve uzam içerisinde giderek daha da uzağa esnemektedirler” (Van Dijk, 2018, s. 240). Geleneksel toplumlarda bilgiye ve enformasyona ulaşmak için aynı yerde ve zamanda bulunma şartı söz konusuysen teknoloji aracılığıyla bu durum tersine evrilmiş, küçük bireysel ilişkilerden toplumsal ilişkilere geçilmiştir. Küreselleşme olarak tanımlanan bu süreç, modern dönemde dijitalleşmenin de etkisiyle tüm dünyada tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Giddens da küreselleşmeyi modernite ile ilişkilendirerek ele almıştır. Giddens (2018), küreselleşmeyi modernitenin bir sonucu olarak görmekte ve küreselleşmenin “geç modernite” olarak ele alınmasının gerekliliğini belirtmektedir. Küreselleşmeyi teknolojinin sonucunda ortaya çıkan alternatifsiz bir dönüşüm süreci olarak gören Giddens (2008), küreselleşmeyi iki aşamada açıklamaktadır. Endüstriyel kapitalizmin küresel bir biçimde her yere dağılması ve pekişmesinin yanı sıra ulus devletlerin küresel yükselişleri bu iki aşamayı oluşturmaktadır. Giddens, küreselleşmeyi olumlayan bir bakış açısına sahip olsa da küreselleşmenin olumsuz boyutlarından söz eder. Giddens (2009: 208)’a göre küreselleşme gerçeğiyle beraber büyük ölçekli felaketler, çevre kirliliği, kaza riskleri gibi çeşitli risk alanları ortaya çıkmıştır. Gerçekten de

günümüzde küreselleşmenin olumlu pek çok boyutu olsa da olumsuz birçok sonucu da sebep olduğu aşîkardır.

1.2.Yapılaşma Teorisi

Sosyal bilimlerde en önemli tartışmalardan biri olan birey-toplum ya da yapı-eylem karşıtlığı, çeşitli düşünürlerin farklı teorileri inşa ettiğı bir tartışma alanını ifade eder. Bu konuda Emile Durkheim, Levi-Strauss ve Althusser gibi düşünürler yapının eylem üzerindeki kısıtlayıcılığını ve kuşatıcılığını vurgularlarken Alfred Schutz (2018), Garfinkel (1984) ve Erving Goffman (1976) gibi düşünürler ise eylemin yapıdan önce geldiğini ifade etmişlerdir. Bu iki anlayış, sosyolojinin iki ayrı perspektifte ilerlemesini sağlamış; yapı ve eylem karşıtlığı ortaya çıkmıştır. Bu iki sosyolojik perspektif, yapılaşma teorisinin çıkış noktasını oluştursa da Giddens bu iki düşünce eğiliminin kavramlarını temel alarak ilişkisel ve bütüncül bir teori oluşturmuştur. Bu teorinin kuramsal setinin genel çerçevesini Talcott Parsons (1991), Max Weber (2011), Karl Marx (2011), Emile Durkheim (2016) gibi düşünürlerin düşüncelerinin eleştirisi de oluşturmaktadır.

Tarih, siyaset bilimi, antropoloji gibi çeşitli alanlarda yapmış olduğu çalışmalarla adından söz ettiren Anthony Giddens (2020) yapılaşma teorisiyle sosyolojide süregiden karşıtlıkları aşarak sosyolojiye yeni bir yönelim kazandırmıştır. İnsanın kendi eylemleri ve davranışlarının yapı tarafından kısıtlandığı ve dönüştürüldüğü düşüncesi, Giddens'ın yapılaşma teorisinde çıkış noktası olmuştur. Klasik sosyolojide yer alan yapı-eylem karşıtlığını uzlaşmacı bir tavırla aşmayı amaçlayan Giddens, yapıyı kısıtlayıcı bir araç olmaktan çıkararak insanın bir özne olarak toplumsal etkileşimleri icra edebilen bir fail olduğunu vurgulamaya çalışmıştır. Bu vurgu aynı zamanda, sosyal teoride de çokça atf yapılan Marx'ın (2010, s. 30) meşhur şu sözünü akla getirmektedir: “İnsanlar tarihlerini kendileri yaparlar, ancak onu serbestçe kendi seçtikleri parçaları bir araya getirerek değil, dolaysızca önlerinde buldukları, geçmişten devreden verili koşullarda yaparlar”. Giddens'ın (2020) yapılaşma teorisi, Marx'ın insan eylemlerinin temelinde var olan soruna işaret etmektedir. Verili koşullarda geçmişten gelen yapılar, insanların eylemlerine ve davranışlarına etki etse de insanın kendi eylemlerini yapabilme yetisi

de insanın eylemlerine içkin bir yapıdadır. İnsanların toplumsal bir eyleyici olarak toplumsal etkileşim süreçlerinin merkezinde olup olmaması ve yapı tarafından sınırlandırılabilen bir varlık olup olmadığı Giddens'in yapılaşma teorisindeki temel sorunsalıdır. Bu bağlamda Giddens'in yapılaşma teorisi, insanın failliğini vurgulayarak toplumsal pratik sürecini yapı ve eylem karşılığına indirgmeden açıklamayı amaçlar.

Yapılaşma teorisi, birey ve toplum yerine toplumsal pratiklerin üretimi ve sürekliliğine odaklanan bir sentezi içermektedir. Giddens (2020), bu sentezi formüle ederken iki önemli amaca yönelmiştir. Birincisi, eylem sürecinde insanın bilgili bir fail olduğunu öznelciliğe düşmeden ortaya koymaktır. İkincisi ise toplumsal kurumların ve eylemlerin inşa edilmesinde yapıların da dışsallaştırılmadan yapılaştırmacı özelliklerini vurgulamak. Böylece bu entegratif kuramda yapı, sistem, faillik, gibi kavramlar yeniden formüle edilerek açıklanmıştır. Yapılaşma teorisinin ana hatlarını oluşturan bu kavramların açıklanması, çalışma bağlamında önem arz etmektedir. Çünkü toplumsal bir eyleyici olan insanın eylemleri ve eylemlerin sonucunda gerçekleşen toplumsal pratikler, günümüz modern toplumunu anlamada işlevsel bir yapı sunacaktır.

Yapı ve eylem, yapılaşma teorisinin anlaşılmasında iki anahtar kavramdır. Yapı, işlevselcilikte işlev kavramının yerine kullanılmıştır ve işlevselcilikte yapı kavramı soyut bir imge biçiminde düşünülecek olursa bir organizmanın iskeletini ya da belirli bir bütünün parçaları ifade etmektedir. Dolayısıyla yapı, toplumsal ilişkilerin kalıplaşmasıdır. Yapısalcı ve post-yapısalcı düşüncede ise yapı, var olanın kalıplaşması olarak değil, kodların karakteristik bir biçimde olan ve olmayanların kesişimi olarak yüzeydeki görünüşlerden ortaya çıkan bir unsurdur. Giddens, bu klasik yapı tanımlamalarına itiraz eder ve bu ikili yapı anlayışını yapı ve sistem kavramları arasındaki farklılığa gönderme yaparak toplumsal ilişkilerin yapılaşmasını zaman-mekan bağlamında yeniden ele alır (Giddens, 2020, s. 52). Böylece yapı, benzer görünür pratiklerin zaman ve mekan aralıklarına yayılmasını sağlayan ve pratiklerin sistemleşmesini olanaklaştıran yapılaştırmacı özellikleri ifade etmektedir. Makro bütünlükler içindeki toplumsal pratiklerin üretimi, zamansal ve mekânsal yayılma sürecine bağlıdır. Bu düşünce, yapıyı 'zaman ve mekandan

soyutlanmış, sınırlandırılmamış ve bireysel olmayan bir şey olarak soyut bir mekanizma' olarak kavramsallaştıran Levi-Strauss, Saussure ve Wittgenstein gibi yapısalcı düşünürlerin yapı anlayışına adeta bir itiraz olarak nitelendirilebilir. Giddens, her ne kadar klasik yapısalcı düşünceden farklı bir yapı tanımı yapsa da sosyolojideki yapı kavramıyla özellikle Saussure'un dilin yapısal özellikleri anlayışının paralel nitelikte olduğunu düşünmektedir:

“Sosyolojide yapı kavramının Saussure'un dilin yapısal özellikleri anlayışıyla paralellik içinde ve içerik bakımından onu bir ölçüde içerecek biçimde kullanılabileceğini düşünüyorum. Zira dil kullanımı toplumsal pratiklerle iç içe geçer.” (Giddens, 2005, s. 506-507).

Giddens'in (2005), dil kullanımı ile toplumsal pratikler arasında bağlantı kurması, dilin toplumsal süreçlerin merkezinde olduğu düşüncesiyle yakından ilişkilidir. Zira dil, gündelik yaşam pratiklerimizin nasıl ve ne şekilde ilerleyebileceğini tayin edebilecek özelliklere sahiptir. Giddens, bu bağlamda yapıyı dil ve konuşma arasında bir ayrım yaparak açıklamaya yönelir. Giddens (2003)'a göre, konuşma edimi özne olmadan gerçekleşemez ve birden çok kişinin 'orada bulunmasını' gerektirirken dil, mekan ve zamandan bağımsızdır ve orada olmayan bir bütünlüğü içermektedir. Dil/konuşma arasındaki ilişkisel bütünlük, aktörler aracılığı ile üretilmektedir ve dil sözcükler yoluyla aktörlerin konuşma eylemlerinde somutluk kazanmaktadır. Böylece yapı, paradigmatic bir düzeyde geçici/anlık varlık kazanmaktadır. Dolayısıyla yapı, aktörlerin zihninde ihtiyaç durumunda başvuru olan geçici bir şey olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle, “yapı önceden yapılan bir eylem konusunda sözel bir şekilde düşünüldüğünde ortaya çıkmaktadır ve eylemler aktörlerin kendi yapısal özelliklerinden yararlanması sonucunda yeniden yaratılmaktadır” (Kaspersen, 2000, s. 42). O halde yapının işleyişi, öznenin bağımsız değildir ve bu anlayış aktörün toplumsal pratiklere içkin olduğunu göstermektedir.

Yapının üretimi, aktörlerin gerçekleştirmiş olduğu eylemlerle ve sahip oldukları bilgililik durumuyla bağlantılıdır. Birer fail/aktör olarak insan, toplumsal etkileşim sürecinde sahip olduğu bilgilerini ya da sermayelerini kendi amaç ve istekleri doğrultusunda kullanabilmektedir. İşte Giddens, bu noktada toplumsal pratiklerin ve yapının üretiminde yapı ve eylem ayrımı yapmaz, bu iki kavramı bir

birliktelik olarak tasarlar: Yapı, failliği kısıtladığı gibi aynı zamanda onu mümkün kılıcı koşullar da sağlamaktadır (Giddens, 2020, s. 61). Dolayısıyla yapılar hem kısıtlayıp hem mümkün kılabiliyorsa yapılar failliğin birer aracı ve sonucu olarak karşımıza çıkar (Cruickshank, 2003). Eylem ise yeniden üretici bir doğaya sahiptir ve başka türlü yapabilme potansiyelini taşımaktadır. Ancak bu, her zaman amaçlandığı gibi olmayabilir. İnsanın kendi tarihini yapabilmesi bağlamında istenilen koşulları oluşturmak için çeşitli yönlendirme girişimlerine başvurması kaçınılmazdır. Nitekim bu girişimler, süreç içerisinde tehlikelere de kapı aralamaktadır ve bu süreçte her zaman arzulanan sonuçlara ulaşmak mümkün olmayabilir. Giddens (2020, s. 45-46), bu koşulların refleksif olarak failler tarafından düzenlenmeye çalışıldığını ancak aktörlerin üretici ve yeniden üretici konumunda olduklarını belirterek aktörlerin eylem üretme süreçlerinde istedikleri ya da niyetlendikleri sonuçlara ulaşamayabileceklerinin altını çizmektedir. Bu kavramsallaştırmanın anlaşılması için bir örnek verilmesi, çalışmamız bağlamında önem arz etmektedir.

Örnek olarak askeri sistemin kendi uygulamış olduğu askeri sınavlar verilebilir: Askerlerin bedensel ve zihinsel açıdan yeterli olup olmadıklarını belirleyen bir jüri düşünelim. Jüri üyesi A, yalpan sınavda bedensel açıdan yeterli görmediği B'nin donanımlı bir asker olamayacağını veya asker olsa bile gelecekte rütbe bakımından yükselmesinin doğru olmayacağını düşünmektedir ve ona red vermiştir. B ise bedensel açıdan yeterli görülmediği için elenmiş ve bedensel yeterliliğin ön planda tutulmadığı, bilgi ve başka bir askeri sınava başvurmuştur. Bu sınavdan başarılı olan ve mesleğine başlayan B, zamanla terfiler alarak Silahlı Kuvvetlerde üst düzey bir asker olmuştur. Dolayısıyla bu durumda A'nın niyeti istediği gibi sonuçlanmamış, tam aksine bir yönde ilerlemiştir. Giddens'in (2020) yapılaşma teorisini bu örnek üzerinden okumaya çalışırsak, görüldüğü üzere failler istedikleri sonuca her zaman ulaşamazlar. Yapıların kısıtlayıcılığı, faillerin eylemlerine etki etmekte ve eylemler kurallar ya da kaynaklarla birlikte ele alınmalıdır. Bu durumda şu söylenebilir: Fail olarak insanlar, koşullar çerçevesinde niyetlenmiş oldukları eylemlere ulaşamayabildikleri gibi insanın etkilemiş olduğu başka insanlar da kendi niyetlenmiş oldukları sonuçlara ulaşamaz. Böylece yapı ve eylem bir bütün olarak bakmamız gerektiği anlaşılmakta ve sosyal düzeninin tabakalaşmış bir düzene sahip olduğu görülmektedir. Bu tabakalaşma sürecinde sahip olunan kurallar ve kaynaklar,

yapının anlaşılır kılınmasını sağlayacaktır. Yapıyı oluşturan kurallar ve kaynaklar ile faillik ve eylem düşüncesi ele alındıktan sonra Giddens'ı diğer geleneksel ve modern sosyal teorilerden ayıran düşüncesi 'yapının ikiliği' açıklanacaktır.

1.3.Yapılaşma Teorisinde Kurallar ve Kaynaklar

Kurallar ve kaynaklar, yapılaşma teorisinde etkileşimin gerçekleştirilmesinde başvurulmuş, soyut fiili düzeni ifade eden dinamik bir yapıdır. Birer aktör olarak insanların eylemlerini icra etmelerinde yararlandıkları bu denetleyici ve dönüştürücü mekanizmalar, yapının asli unsurlarıdır. Yapı, kurallar ve kaynaklardan oluşmaktadır ve kısıtlayıcılığının yanı sıra mümkün kılıcı bir özelliğe de sahiptir. Giddens'a (2005, s. 507) göre, yapı "sosyal sistemlerin cisimleşmesini sağlayan, soyut bir varoluşa sahip kurallar ve kaynakları" ifade eder. Kurallar ve kaynaklar, ne öznesizdir ne de zaman ve mekandan bağımsızdır. Turner (1991), bu çerçevede Giddens'ın klasik yapısalcı düşünceden farklı olarak yapı kavramını aktörlerin zaman ve alanda genişleyen etkileşim ortamlarında faydalandıkları 'kurallar ve kaynaklar' şeklinde kavramsallaştırdığını ifade eder. Zira yapıyı oluşturan kurallar ve kaynaklar, aktörün fiili toplumsal pratikler içinde eylem ve pratiklerini yönlendirir. Öyle ki kurallar ve kaynaklar için aynı zamanda realist bir ontolojiyi ortaya koyma girişimidir denebilir. Kurallar ve kaynaklar yani yapı, aktörlerin sözel bilinçlerini kullanarak önceden yapılmış bir eylem üzerine düşündüklerinde somutluk kazanmaktadır. Bir başka deyişle insanların belleklerinde yer alan yapı, insanların kuralları ve kaynakları etkinliklerinde fiilen kullanıldığı anlarda üretilir (Layder, 2006, s. 198). Dolayısıyla kurallar ve kaynaklar, etkinliğe içkin bir varoluşa sahiptir ve pratikler içinde sürekli mevcudiyet kazanan unsurlardır.

Gündelik yaşamın akışı ve durağanlığı içinde başvurulmuş kurallar ve kaynaklar, toplumsal düzen içerisinde güç ilişkilerinin üretiminde ve aktörün toplumsal konumlarını belirleme konusunda değiştirici ve dönüştürücü işleve sahiptir. Bu işlev, ancak öznenin farkındalığı ve gücü kullanma kapasitesiyle gerçekleşir. Giddens (2020) , yapılaşma teorisinde failin bir durum ya da olay karşısında eylemi 'değiştirici yönüne' işaret ederek güç kullanımını toplumsal etkileşimin vazgeçilmez bir unsuru olarak görür. Yani eylem, failin değişiklik yaratma kapasitesinin bir sonucudur. Bir eyleyen, güç yeteneğini kullanıp değişiklik

yaratamıyorsa artık bir eyleyen olamaz (Giddens, 1999, s. 57). Bu noktada Giddens, gücü -norm ve anlam üretme mekanizmaları gibi – toplumsal yaşamın tanımlayıcı öğelerinden biri olarak kabul eder. Bir başka ifadeyle güç, toplumsal etkileşim sırasında bireyler arasındaki bağımlılık ve özerklik ilişkilerini de düzenlemektedir. Egemen yapılar, kuralların ve kaynakların kullanımı ve failin eyleyciliği ve dönüşümsel kapasitesinin kombinasyonu ile inşa edilmektedir. Sonuç olarak toplumsal etkileşimin ve dolayısıyla egemenlik ilişkilerinin inşası, failerin istedik sonuçlara ulaşma çabasıyla ilişkilidir.

Yapılaşma teorisinde yapının kurallara ve kaynaklara karşılık gelmesi, bu kavramların çalışmamız çerçevesinde daha ayrıntılı irdelenmesi gerektiğini göstermektedir. Giddens, kuralları ve kaynakları toplumsal eylemin yanı sıra sistemin yeniden üretiminin araçları olarak yorumlar. Bu yorumlama girişimi, bizleri yapının ikiliği adını verdiği entegratif sosyal kurama götürür. Ancak bu kuram, daha sonraki bölümde ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Giddens (2020), kuralların modern kapitalizmin kurumlarının inşasında ve bu kurumların yeniden üretilmelerinde ne kadar etkili olduğu sorunsalından yola çıkarak kuralların net bir tanımının yapılamayacağını ileri sürer. Bu konuda Wittgenstein’in kurallar konusundaki düşünceleri, Giddens’in yapı anlayışında etkili olmuştur. Wittgenstein, *Felsefi Soruşturmalar*’da sözcüğün kullanım kurallarına değinerek “bir sözcüğün kullanımında önceden belirlenmiş bir kurallar seti olmadığını” ifade eder (Wittgenstein, 2010, s. 59). Diğer bir ifadeyle kurallar, sözcüğün anlamlandırılmasını sınırlandıran bir güç unsuru değildir. Giddens, kuralın en etkili tanımını analitik olarak en uygun biçimde formülün doğası içinde açıklamaya yönelir ancak bunu yaparken toplumsal yaşamı matematiksel bir dizi ilkeye indirgemeyerek yapmaya çalıştığını belirtir. Bunu, *Toplumun İnşası*’nda Wittgenstein’in sayı oyunları örneğiyle şu şekilde ayrıntılı bir biçimde açıklar:

“..... $a_n = n^2 + n - 1$ formülü Wittgenstein’in sayı oyunları örneğinden alınmıştır. Kişi bir sayı dizisi yazar; ikinci kişi bu sayıları uygun yerlere yerleştirerek formülü çizer. Bu türden bir formül ne anlama gelmekte ve neyi anlamayı amaçlamaktadır? Formülü anlamak onu dile getirmek değildir. Kişi formülü dile getirebilmesine rağmen sayı dizisini anlamayabilir; ayrıca formülü dile getirmeden de sayı dizisini anlamak

mümkündür. ‘Anlamak’ sayı dizisinin ortaya çıkardığı bulmacayı çözmeye eşlik eden, en azından bir melodiye veya söylenen cümleyi duymak anlamında bir zihinsel süreç değil, sadece sayı dizisini sürdürebilmek için formülü doğru yerde ve biçimde kullanmak demektir” (Giddens, 2020, s. 55-56).

Yukarıda da ifade edildiği gibi kurallar formüle edilebildikleri ve doğru yerde kullanıldıkları ölçüde ‘anamlı’ hale gelebilir. Kuralların formülize edilmesi, onu sürekli kılınabilir prosedürlere dönüştürmektedir. Öyle ki bu genellenebilir ve tekrarlanabilir prosedürler, toplumsal pratiklerin icrasında ya da yeniden üretiminde uygulanmaktadır ve toplumsal hayatın kurallarını ifade etmektedir (Giddens, 2020, s. 56). Ancak bu prosedürler, tek başına herhangi bir şey ifade etmezler ve hiçbir ilkeye tabi değildirler. Prosedürler ya da kurallar, toplumsal pratiklerin içerisinde anlam kazanırlar ve gerçekte kurallardan ziyade kuralların kodlanmış yorumlarıdır. Dolayısıyla kuralların kullanımı ve işlevselliği, onların yapılması gereken şeylere sözel ifade kazandırmasıyla anlaşılabilir. Diğer taraftan kuralların işlerlik kazanması, kolektivist bir uzlaşımla mümkün olabilir. Kurallar, toplumsal yaşantımızda bireylerin var olan kesin, sabit normların uygulanmasında uzlaşımı benimsedikleri gibi benimserlerse işlerlik kazanacaktır. Burada önemli olan, bir kuralı takip etmenin kullanım ve alışkanlık düzeyinde gerçekleşmesidir (Wittgenstein, 2010, s. 99). Ancak Giddens (2005), bu noktada alışkanlık ile kurallar arasında bir ayırmadan söz ederek insanların gerçekleştirmiş oldukları pratiklerin gerçekte bir kural olmadıklarını iddia eder. Zira kurallar, alışkanlıklar veya rutin davranışlar üzerinde çok etkili olsa da ikisi aynı şey değildir. Kurallar “sadece toplumsal uzlaşımlardır ve aktörlerin değil, sadece kolektivitelerin özellikleri olarak tanımlanmalıdır” (Giddens, 2005, s. 555). Kuralların kolektivite biçiminde zihinlerde yer alması ise pratik bilincin varlığıyla mümkündür.

Toplumsal uzlaşımların varlığını sağlayan faktörler, bireylerin zihinlerinde kolektif bir mevcudiyet biçiminde yer almaktadır. İnsanlar, günlük yaşam döngüsünde evde, arabada, iş yerinde, tatilde neler yapması ya da yapmaması gerektiğini öğrenmiştir. Örneğin bir öğrenci kütüphanede sessiz olunması gerektiğini, derste parmak kaldırmadan ya da söz istemeden konuşamayacağını bilmektedir. İnsanlar, zihinlerinde mevcut bulunan toplumsal uzlaşımın izlerini

sürerek ve sahip oldukları verili bilgilerden yararlanarak etkileşimde bulunurlar. Anthony Giddens, toplumsal kurallarla aktörlerin pratikleri arasında nasıl bir ilişki olduğunu büyük ölçüde daha önceden öğrenilmiş ve gündelik pratiklerde kullanılan bilgilerle açıklamaya çalışır. Giddens (2020), Alfred Schutz'un (2018) *bilgi stokları* kavramını ödünç alarak "aktörlerin günlük etkinliklerinin akışı içinde toplumsal hayatın koşullarını müzakere edebilmek için 'tipleştirilmiş şemalar'a (formüllere) rutin olarak müracaat ettikleri" kurallar olarak nitelendirmektedir (Giddens, 2020, s. 57). Başvurulan bu bilgiler, kuralları tanımlamaktadır. Toplumsal etkileşimin önkoşulu bu bilgi stoklarıdır ve "aktörlerin eylem araçlarını" oluşturmaktadır (Kaspersen, 2000, s. 42). Daha farklı bir biçimde ifade edecek olursak, gündelik yaşamın anlamlandırılmasında ve sürdürülmesinde bu genellenebilir, tekrarlanabilir kurallar/prosedürler bilgi stokları sayesinde üretilirler.

Bilgi stokları, etkileşimin yorumsal boyutlarını belirleyebilmektedir. Bireyler ya da aktörler etkileşim sürecinde karşısındakinin ya da ötekinin eyledikleri şeyleri kavrayabilmek ve kategorize etmek için çeşitli yorumlamalar gerçekleştirir. Giddens (2019), bu yorumlama sürecini Schutz'a atıfta bulunarak 'tipleştirme' süreci olarak nitelendirir. Gündelik yaşam formlarının kaynağı, yorumlama şemalarının kullanılarak diğer aktörlerin ya da bireylerin tipleştirilmesi sonucunda işlev kazanmaktadır. Bu işlevsellik, aynı zamanda bireyin muhtemel tepkilerinin hesaplanabilirliğini ve etkileşimin sürdürülebilirliğini sağlayan sağduyusal anlayışları da içerisinde barındırır (Giddens, 2019, s. 49). Ancak sahip olunan bilgi stokları ve sağ duyuşal anlayışlar bütünü, bireyin/aktörün gündelik yaşam akışında kullanabileceği formüle edilmiş reçeteler değildir. Giddens (2019), bilgi stoklarının koşullara göre değişebilen ve belirsizlik durumunda başvuru faydacı bir bütün olduğunun altını çizerek failerin olumsuz bir durum ortaya çıkana kadar bu 'bilgi stoklarının' doğruluğunu sorgulamadığını belirtir. Nitekim toplumsal failerin yaşam koşullarının ve kendi anlam dünyalarını oluşturma sürecinde farklı gerçeklikler etrafında refleksif açıdan farkındalığa sahip olmayabilir. Bu durum, toplumsal fail olarak bireyin çoğul gerçeklikler içinde bilgi stoklarını şekillendirmesi sonucunda tersine çevrilebilir ve fail farkındalık ehliyetini sağlayabilir.

Bilgi stokları, failin iletişim sürecinde başvurduğu ve yorumlama şemalarını kapsayan tipleştirme tarzlarının kategorize edilmesini sağlar. Aktörler etkileşimi

gerçekleştirirken çeşitli gerekçelendirme ve açıklamalara ihtiyaç duymaktadır. Öyle ki ‘bilgi stokları’ aktörlerin etkileşime girerken ya da yeniden üretirken faydalandıkları kaynaklara tekabül eder ve bu kaynaklar açıklama getirmek ya da gerekçeler sunmak için kullanılmaktadır (Giddens, 2020, s. 66). Kaynaklara sahip olmak, aynı zamanda güce ya da yaptırım gücüne kimin veya neyin sahip olacağını belirleyen temel bir araçtır. Bu bağlamda güç, egemenlik yapılarıyla ve bu yapıların yeniden üretimi aracılığıyla üretilmektedir. Yapılaşma teorisinde egemenlik yapıları iki kaynak türünden oluşmaktadır. Tahsis ve otorite kaynakları olarak sınıflandırılan bu kaynak türleri, belirli bileşimleri gerektirmektedir (Giddens, 2020, s. 303). Kaynaklar egemenliğin temel parametrelerini ortaya koymada kılavuz niteliğindedir. Güç ilişkilerinde kullanılan temel kaynak tipleri, egemenliğin yanı sıra dönüştürme kapasitesi olarak toplumsal hayatın tamamlayıcı bir unsurudur (Giddens, 2020, s. 302). Dolayısıyla güç, toplumsal yaşamda baskı altına alıcı ve yıkıcı olduğu kadar üretken ve her şeyin kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gücün temelini oluşturan kaynak tiplerinin açıklanması, egemenlik ilişkilerinin ve aktör eylemlerinin anlaşılmasında önem arz etmektedir.

Tahsis kaynakları, insanların nesneler ve diğer maddi olgular üzerinde kurmuş oldukları denetim ve hakimiyet gücüdür. Giddens, temel tahsis kaynaklarını şu şekilde sınıflandırır: “ Çevrenin maddi özellikleri (hammaddeler, maddi güç kaynakları), maddi üretim/yeniden üretim araçları (üretim araçları, teknoloji), üretilmiş mallar (1. ve 2. kaynak türleri arasındaki etkileşimler sonucunda yaratılan ürünler)” (Giddens, 2020, s. 303). Toplumsal bütünlüğün özelliklerini oluşturan bu kaynaklar, sadece toplumsal failerin sahip oldukları bir şey değildir. Tahsis kaynakları, toplumsal bütünlüğün bir özelliği olarak her toplumda farklı özellikler gösterebilmektedir. Egemenlik sisteminin yapılaşmasını sağlayan tahsis kaynaklarının genişlemesi, otorite kaynaklarının köklü bir dönüşüme uğramasıyla gerçekleşmektedir.

Otorite kaynakları, yapılaşma teorisinde toplumun altyapısının bir parçası olarak ele alınmıştır. Maddi ve teknolojik üretim araçlarının toplumsal hayat döngüsüne olan etkisi oldukça önemli bir vurguyu ifade etse de otorite kaynakları da paralel bir etkiye sahiptir denebilir. Marksist ya da Viktoryen düşüncede yer alan maddi dünyanın dönüşümü, insanlık tarihinin itici gücü olarak görülmektedir ve bu

eksik bir noktaya işaret etmektedir. Giddens (2020, s. 303-304), bu noktadan hareketle tahsis kaynaklarının yanı sıra otorite kaynaklarını “toplumsal zaman-mekan organizasyonu (toplumun zamansal-mekânsal inşası), insan bedeninin üretimi ve yeniden üretimi (insanların toplum içindeki organizasyonu ve ilişkileri), insanların hayat fırsatlarını organize etme (kendini geliştirme ve kendini ifade fırsatları yaratma)” biçiminde sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma mantığı, toplumsal faillerin toplumsal pratik ve eylemlerini gerçekleştirme biçimlerini oluşturma ve kullanım dağılımına işaret etmektedir.

Otorite ve tahsis kaynakları, toplumsal ilişkilerin zaman ve mekanda sürdürülmesini sağlayarak toplumsal yeniden üretimin bir parçası olmaktadır. Kaynakların tekrar edilebilirliği, zaman-mekanın başka bir zaman-mekan organizasyonuna aktarılmasına olanak tanır. Bu olanaklılık durumu, kaynakların saklanması yoluyla gerçekleştirilir. “Otorite ve tahsis kaynaklarının saklanması toplumsal ilişkilerin zaman-mekanda sürdürülmesini sağlayan malumatlar ve bilgileri muhafaza etmeyi ve kontrolü içerir” (Giddens, 2020, s. 306). Muhafaza etme ve kontrol mekanizmaları, toplum ya da topluluğun devinimi ile işlemektedir. Tüm güç kaynaklarında olduğu gibi saklama; bilginin üretimi, bilgiye yeniden erişme ve hatırlama biçimleriyle sürdürülebilmektedir ve toplumun inşasında önemli bir güç mekanizması olarak kullanılmaktadır.

1.4. Yapılaşma Teorisinde Faillik ve Eylem Düşüncesi

Yapılaşma teorisi, geleneksel literatürde yer alan düalist teorilerin aksine faillik ve eylem konusunda farklı bir yaklaşım sunmaktadır. Klasik teorilerde eylem konusunda yer alan iki karşıt görüşe itirazda bulunan Giddens, faili yani toplumsal eyleyiciyi toplumsal düzenin ve pratiklerin oluşumuna etki edebilen bir aktör olarak varsaymaktadır. Yapı ve eylem arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğu üzerine tartışan Giddens’a göre (2003) pratikler oluşturulmaları bakımından failliğin sonucudur ve kolektiviteler ya da sosyal grupların oluşmasında faillerin bir dizi edimidir. Fail, toplumsal pratiklerin birer eyleyicisi olarak düşünüldüğünde etkileşim biçimlerinin ve anlam aktarımının da öznesi olmaktadır. Bu bağlamda yapılaşma teorisinde fail, güce sahip bir eyleyici olarak toplumsal sistemler, toplumsal kurumlar, statüko ya da otorite üzerinde etki edebilen bir kimse olarak tanımlanmaktadır. Giddens, insan

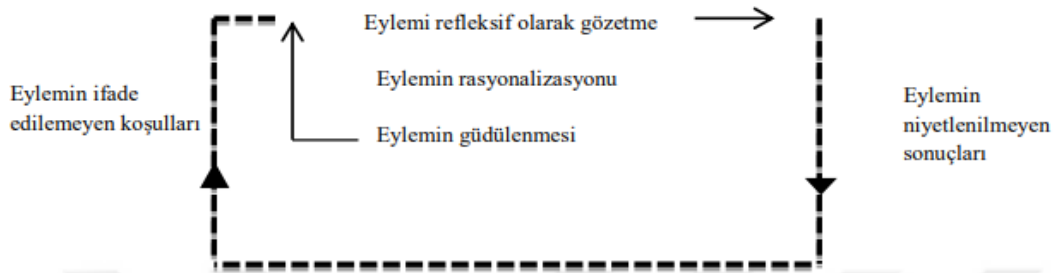
özünün karmaşık bir yapısı olduğunu ve insan özünün tam olarak anlaşılamayacağını ifade etmek için *fail* kavramını kullanmıştır.¹ Kendi varlığının farkında olmak, bilişsel mekanizmaları kullanarak dünyanın içinde olmak insanın fail olması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda faillik, bireyin toplumsal dünyanın içinde olma, dünya sayesinde olması demektir. Bireyin toplumda olma edimi, bireyin olarak dünyaya katılımını, dünyayı gündelik pratikler vasıtasıyla üretmesini ve yeniden üretmesini sağlamaktadır. Böylece birey, toplumsal yaşamda *fail* olarak toplumsal zaman-mekan organizasyonlarında sürekliliği devam ettirir.

Failin toplumsal pratikleri üretimi ve yeniden üretimi toplumsal yaşamda özel bir konumda olduğunu göstermektedir. Birey sadece varoluşu yönüyle değil, tarihsel ve toplumsal yönleriyle de zaman ve mekanda değişim yaratabilmekte, geçmiş ve gelecek arasında bağlantı işlevi görmektedir. Giddens'a göre (2000) fail, varoluş bakımından tarihsel ve toplumsal bir kişiliktir ve bu yönüyle zamanın geçmesinin farkındadır. Failin bu farkındalığı, onun dönüştürücü kapasitesiyle ilişkilidir ve belirli yoksunluklara sahip olan failler gündelik yaşamını devam ettirebilmek için maddi dünyayı egemenlik altına almaya zorlanır. Failin toplumsal pratiklerini belirlenmişlik üzerine inşa etmesi ve kendi ilgi ya da çıkarlarını bir pratiğe dönüştürmesi, eylemin *praxis* yönüne işaret eder. Öyle ki faillik kavramı bakımından *praxis*, insanın bir şeyi farklı yapabilmesi ve bireyden bağımsız biçimde süregiden gündelik olayların akışı içinde şekillendirilmiş toplumsal dünyanın önceden belirlenmiş bir geleceğe dayanmamasını ifade etmektedir (Giddens, 2003, s. 99). Nitekim *praxisin* bu ikinci özelliği, Marx'ın "İnsanlar tarihlerini kendileri yaparlar, ancak onu serbestçe kendi seçtikleri parçaları bir araya getirerek değil, dolaysızca önlerinde buldukları, geçmişten devreden verili koşullarda yaparlar" (Marx, 2010, s. 30) sözüne işaret etmektedir. Giddens, bu noktada failliği sınırlandırılmış bir özellik olarak ifade etse de insanların her zaman başka türlü eyleyebilme ya da davranabilme potansiyeline vurgu yaparak toplumsal döngü içinde ortaya çıkan uzlaşımların körü körüne başvurulmuş alışkanlıklar olmadığını ve bu alışkanlıklardan gündelik hayatın döngüsünde vazgeçilebileceğini ifade etmektedir. Toplumsal düzen ve yapıyı

¹ Giddens'in özne yerine fail kavramını kullanması, insanın varoluş kurallarıyla ilgili duruma işaret eder. Giddens'a göre birey bedensel varoluşa sahip olsa da sadece bedenden ibaret değildir, bireyin fail olarak tanımlanması için bireyin gerçekleştirdiği eylemleriyle kendisini, çevresini ve toplumu değiştirebilen bir varlık olması gerekmektedir (Giddens, 2003, s. 8).

oluşturan toplumsal normların bile zamanla değiştiği ve dönüştüğü düşünüldüğünde, bireylerin sahip oldukları rutin alışkanlıkların da kırılan olduğu söylenebilir.

Rutinleşme, yapılaşma teorisinde faillerin tekrara dayalı düzenlerini açıklama noktasında anahtar bir kavramdır. Rutinleşme kavramı ise insanın refleksivitesiyle paralel düşünülmesi gereken bir kavramdır. Rutinleşme kavramını açıklamadan önce refleksivitenin açıklanması, faillerin rutin davranışlarının anlaşılması noktasında önemlidir. Refleksivite, yapılaşma teorisinde eylemin bir özelliğidir. Aktörler, hem kendi etkinliklerinin akışını (duree) hem de ötekilerin etkinlik ve davranışlarını gözeterek toplumsal bağlamların toplumsal ve fiziksel yönlerini rutin bir şekilde üretirler. Dolayısıyla “toplumsal pratiklerin tekrara dayalı düzeninin en derinlerinde insan faillerin bilgililiklerinin bilhassa refleksif biçimi bulunur ve pratiklerin sürekliliği refleksiviteyi gerektirir” (Giddens, 2020, s. 37). Ancak refleksivite için sadece bilgililik değil, aynı zamanda zaman ve mekanda açık bir biçimde aynı kılınan pratiklerin sürdürülebilirliği ile mümkündür. “Bu yüzden ‘refleksivite’yi sadece bilinçlilik değil, aynı zamanda toplumsal hayatın süregiden akışını gözetme olarak anlamamız gerekir” (Giddens, 2020, s. 37). Fail olarak bireylerin kendi rutin alışkanlıklarını ve başkalarının alışkanlıklarını gözetmesi, faillerin ehliyetlilikleriyle bağlantılı görülen bir rasyonalizasyon sürecidir. Bu süreçte eyleyen benlik refleksif olarak gözetme, eylemin rasyonalizasyonu ve benlik içinde yer alan güdülenme sayesinde var olabilmektedir. Yapılaşma teorisinde *katmanlaşma modeli* adı verilen şema ile niyetliliğe işaret eden eylemin rasyonalizasyonu ile eylemin gerçekleştirilmesinde sözel olarak ifade edilen gerekçeler arasında ayrım olduğuna dikkat çeken Giddens, güdülerin her zaman dile getirilemeyeceğini belirtir. *Katmanlaşma modeli* şu şekilde şematize edilmiştir:



Şekil 1: Katmanlaşma Modeli (Giddens, 2020, s.40)

Görüldüğü üzere Giddens *katmanlaşma modelini* eylemin rasyonalizasyonu, eylemin refleksif gözetimi ve eylemin güdülenmesi şeklinde oluşturmuştur. Eylemin katmanlaşma modelinde bu üç ögenin de var olması ve birbiriyle ilişkili ele alınması; toplumsal bütünlüklerin, etkileşim biçimlerinin ve ikili ilişkilerin makro ve mikro düzeyde ne kadar birbiriyle iç içe geçen süreçler olduğunu göstermektedir. Giddens, bu karmaşık süreçleri kapsayan modelde eylemin rasyonalizasyonu ile eylemin güdülenmesi arasında bir ayrım yapar. Bu ayrım, eylemin gerçekleştirilmesini sağlayan gerekçeler ile güdülenme arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Giddens’a göre (2020), eylemin rasyonalizasyonu eylemin gerekçelerine işaret eder ve güdülenme ile aynı şey değildir. Toplumsal yaşantımızda belirli eylemler gerçekleştiririz ve bu eylemlerin gerçekleştirilmesinde fail olarak *farkındalık* durumu söz konusudur. Bu *farkındalık*, eylemin ya da davranışların neden öyle yapıldığını açıklayabilmesinden ziyade davranışların/eylemlerin gerekçe ve amaçlarına ilişkin sözleri (beyanının) hakkında -sürekli olmasa da- kanıt niteliği taşımasıyla ilgilidir. *Eylemin katmanlaşma modelinde* ise güdülenme, eylemin rasyonalizasyon sürecinde yer alan *farkındalık*a sahip değildir. Zira Giddens’a göre (2003, s.111), “güdü terimi... hem aktörlerin kendi isteklerinin farkında oldukları durumları hem de davranışlarını etkileyen ancak bilinçlerine açık olmayan nedenlerini” ifade etmektedir. Bu anlamda güdüler, sözel bilincin yansıması olarak dile getirilmemesi demektir. Bir başka şekilde ifade edecek olursak, birey niyet ve gerekçelerinde olduğu gibi bazen güdülerinin de farkında olabiliyorken bazen de gerekçe ve niyetlerinden farklı olarak eylemlerini etkileyen güdülerinin farkında olmayabilir.

Güdülenme, bireyi ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda eylemlere yönelten bir kaynak görevi görmektedir. Bu bağlamda, güdü eylemlere şekil verebilen bir şey olarak tanımlanmaktadır. Ancak Giddens’a göre (1991/2010), güdüler gerekçeler ve niyetler gibi eylemler üzerinde etki bakımından sürekliliğe sahip değildir. Gündelik rutin davranışlar, anlık duygusal durumların etkisiyle gerçekleştirilse de bu durum sadece geçici bir mevcudiyet sağlar. Bu anlamda güdülenme için, davranış ve eylem potansiyellerinin ortaya çıkışını sağlayan eylem kaynaklarının yansıması denebilir. Diğer taraftan güdülenme, rutin davranışların meydana getirilmesinde bireyin ihtiyaç durumuyla bağlantılıdır. Zira güdüler çoğu kez “korkma, korku, kıskançlık, kibir gibi

isimlere sahiptir ve bu duygu durumları aynı zamanda duygu adları olarak alınır” (Giddens, 2003, s. 111). Bu duygu durumlarını kendi benliğimiz bağlamında düşündüğümüzde sürekliliğe sahip olmayan, anlık değişebilen duygu durumlarının olduğunu görürüz. Dolayısıyla güdüler, bilinçlilik durumundan çok bireylerin gündelik rutin davranışlarının oluşumuna kaynaklık eden ihtiyaç ve isteklerinin giderilmesinde geçici bir eylem kaynağıdır.

İnsan ‘failler’ ve ‘aktörlerin’ günlük yaşamlarında eylemleri sırasında gerçekleştirdikleri etkinlikler ve davranışlar, toplumsal hayatın zamana ve mekana yayılmış rutin karakterini oluşturmaktadır. *Rutin* kavramı bilindiği üzere “sıradanlık, çeşitlilik göstermeyen, alışlagelmiş düzen içinde yapılan” (TDK, 2022) anlamına gelmektedir. Toplumsal hayattaki etkinlik ve davranışlar, toplumsal yaşamın tekrara dayalı doğası gereği sürekli tekrarlanmaktadır. Toplumsal yaşamın bu karakteristik özelliği, bireyin fail olarak pratik bilincinin yansıması yoluyla ortaya çıkar. Bu bağlamda, *rutinleşme* kavramını faillik bakımından yeniden tanımlayan Giddens, *rutinleşmenin* bireyin toplumsal hayatını inşa ederken ‘güven ve varlığını güvende hissetme’ konusunda kolaylık sağladığını ve bu duyguların toplumsal hayattaki günlük etkinlikler içinde sürdürüldüğü psikolojik mekanizmalar açısından hayati bir önemde olduğunu belirtir (Giddens, 2020, s. 21). Davranışlar ve etkinlikler, herhangi bir gerekçeye bağlı olmaksızın toplumsal yaşamın akışında (duree) gerçekleştirilmesiyle *rutin* bir özellik kazanmaktadır. Bu *rutin* davranışların kabulü ve yasalaşmasıyla bireyler ontolojik güven duygusunu kazanmaktadır. Diğer taraftan bu ontolojik güven duygusunun kazanılmasını sağlayan *rutin davranışlar*, toplumsal kolektiviteyi oluşturan faillerin yapıları üretmesinde temel öneme sahiptir (Giddens, 1999, s. 60-64). Faillerin refleksif gözetimi, bilgililik durumunun da oluşmasıyla eylemlerin rutin bir karakter kazanmasını sağlamakta ve bireyin toplumsal kimliğinin hangi konumda olduğunu göstermesi açısından betimleyici bir karakteri ifade etmektedir.

Bireylerin kendi rutinleşmiş karakterini üreten birer *fail* olmaları, gündelik karşılaşmaların ve etkileşimlerin hangi yönde ilerleyeceğini belirlemektedir. Rutin davranışlar ve gündelik yaşamda gerçekleşen karşılaşmalar, mevcut toplumsal koşullar içinde *faillerin* ontolojik güven duygusunu hissettiklerinde süreklilik

kazanırlar ve toplumsal birliktelik bu sürekliliğin sonucunda oluşur. Toplumsal birlikteliklerin sağlanması, bireylerin karşılıklı refleksif gözetimiyle bir araya gelmeleri ve toplanmalarıyla yakından ilişkilidir. Örneğin gündelik yaşamımızda amaç ve niyetlerimize bağlı olarak çeşitli toplanmalar ya da bir arada bulunmalar gerçekleştiririz ve toplumsal birlikteliğimizin sürekliliği bu etkileşimlerin devam edip etmemesine bağlıdır. Toplumsal birlikteliğin toplanmalar biçiminde sağlanması ise çeşitli formel ilişkilerin düzenleyici yönleriyle tamamlanabilmektedir. Giddens, toplanmalar sonucunda ortaya çıkan toplumsal birlikteliğin normatif yaptırımlar içeren ve zaman-mekan dilimi içerisinde tabi olunan bir kavram olduğunu belirtir (Giddens, 2020, s. 108). Öyle ki toplanmalarda zaman ve mekan belirgindir ve toplanmalar fiziksel alan ya da mekanda gerçekleşmektedir. Diğer yandan toplumsal birliktelik, aynı zamanda toplumsal bağlam da üretir. Bir toplumsal birliktelik çoğu toplanmanın oluşması, sona ermesi ve yeniden oluşmasının muhtemel olduğu bir toplumsal bağlam sağlamaktadır (Goffman, 1973). Böylece toplumsal birlikteliklerin karakteristik özellikleri bu toplumsal bağlamlarda açığa çıkmaktadır demek yanlış olmayacaktır. Giddens (2020), yapılaşma teorisinde bağlamı “ toplanmaların gerçekleştiği zaman-mekan kümeleri ve hatları” olarak tanımlar ve Goffman’ın bazı kavramlarını değiştirerek etkileşimi şu şekilde şematize eder:

[bir arada bulunma]

toplanmalar

toplumsal birliktelikler

odaklanmamış etkileşim

odaklanmış etkileşim

karşılaşmalar (yüz yüze temaslar)

rutinler (uğraklar)

Kaynak: (Giddens, 2020, s.107)

Yukarıdaki şemada yer alan etkileşimin çeşitlilikleri göz önüne alındığında toplanmaların bağlamsal karakterleri faillerin temaslarıyla biçim kazanmaktadır. Toplumsal birlikteliği sağlayan bir toplanma ya da karşılaşma, belirli bir uyumu gerektirmektedir. Odaklanılmış etkileşim, faillerin belirli bir bağlam amacıyla bir arada bulundukları karşılaşmaları ifade etmektedir. Bu anlamda odaklanılmış etkileşim, “iki veya daha fazla birey kendi etkinliklerini sürekli olarak bir ‘yüz

ifadesi ve ses uyumu' içinde koordine ettiklerinde gerçekleşir" (Giddens, 2020, s, 109). Bu koordinasyon belirli bir bağlamda bir arada bulunan bireyler için aynı zamanda kısıtlılık anlamına gelmektedir. Belirli bir bağlamda orada bulunan bireyler, bağlamın dışına çıkmak istemiyorsa bedensel hareket ya da sinyallerini sınırlandırır ve etkileşimin içeriksel boyutunu istediği doğrultuda devam ettirir. Odaklanılmamış etkileşimde ise bireylerin -odaklanma olmadığı için- bedensel hareket ve sinyalleri çok çeşitli ve kapsamlıdır. Odaklanılmamış etkileşim, belirli bağlamda bir arada bulunanların bütün bedensel hareketlerini ve sinyallerini kapsamaktadır (Giddens, 2020). Dolayısıyla toplumsal birlikteliği sağlayan toplanmalarda gerçekleşen etkileşimlerin içeriksel boyutu, faillerin bedensel kontrol ve hareketleriyle yakından ilişkilidir. Bedenin kontrolü ve refleksif bir biçimde gerçekleşen etkileşimde yer alan bedensel hareketler ve sınırlamalar, faillerin etkileşim sürecinden sonra bedende inşa edilen toplumsallığın faillik süreciyle okunmasını sağlamaktadır. Faillerin etkileşim sürecinde ve sonrasında gerçekleştirdiği bedensel hareket ve sinyaller, toplumsal yaşamın içinde faillerin ötekiler tarafından sınıflandırılmalarını ve belirli bir konumda değerlendirilmelerine imkan tanımaktadır.

Toplumsal etkileşim ve yapıların oluşumunda *beden* oldukça kilit bir role sahiptir. Yapılaşma teorisinde *beden* genellikle algı çerçevelerinin ve anlamlandırma şemalarının eyleme olan etkisiyle ele alınmıştır. Yapılaşma teorisinde *beden* hakkında bilgi vermeden önce toplum-beden ilişkisi hakkında yapılan çalışmalardan söz etmek, *failler* tarafından üretilen beden imgesinin hangi koşullarda oluştuklarını anlamamız açısından önemlidir.

Beden sosyolojisi olarak nitelendirilen ve bedenin toplumu inşa etme noktasında temel bir öneme sahip olduğu savunan inşacı yaklaşımların ortak noktası, bedenin tarihsel ve kültürel pratiklerin bir uzantısı olduğu düşüncesidir. Bu yaklaşımlar, insanlık tarihi boyunca bedensel pratiklerin önceden verili olan toplumsal yapı ya da iktidarlar tarafından şekillendirildiklerini ileri sürerler. Michel Foucault, iktidar odaklı beden tahakkümünün en önemli ismidir. Foucault'a göre (2006, 2007), iktidar ilişkileri toplumsal yaşamın bütün noktalarına sızmış ve bedeni kuşatarak tahakküm altına almıştır. *Bedenselleşmiş iktidar* olarak da literatürde yer alan bu düşünce, iktidar mekanizmalarının karşısında failleri edilgen bir varlık olarak

görmektedir. Bu noktada sorulması gereken soru, toplum ya da iktidar mekanizmalarının bedeni tahakküm altına alma sürecinde *faillerin* etken bir role sahip olup olmamasıdır. Nitekim bu anlamda bedeni kültür yapıları üzerinden değerlendiren Norbert Elias, bireylerin davranışlarını kültürel süreçlerin odağına yerleştirerek uygarlaşma süreciyle bedensel pratikleri ilişkilendirerek *bedenselleşmiş kültür* kuramı ortaya koyar (Elias, 2002). Bu bağlamda beden sosyal bir nesne olarak düşünüldüğünde, toplumun anlamlandırma hafızasıdır. Bu ‘hafıza kutusu’, “hem bireysel hem de toplumsal üretimlerin bir sonucudur” (Vaskul ve Vannini, 2006, s.1). Bireysel ve toplumsal olanın bir bütünü olarak değerlendirilen *beden*, kültürel yapıların nakşedildiği bir alandır. Bu sembolik alan, toplumların kültürel anlamlandırma süreçleriyle sürekli yenilenir.

Beden sosyolojisinde yapılan tartışmalara bakıldığında, bedenin fizyolojik ve evrimsel özellikleriyle toplumsal konumu arasındaki zıtlıkları üzerinde durulduğu görülür. Bedenin sadece fizyolojik bir mekanizma mı yoksa toplumsal süreçleri temsil eden bir mekanizma mı olduğu tartışması, özellikle modern dönem sonrası araştırmacıların yöneldiği bir problematik haline gelmiştir. Howson ve Inglis (2001), bedenin biyolojik ve somut yapısından ziyade toplumsal anlamlar vasıtasıyla nasıl üretildiği konusunun belirleyici olmasını gerektiğini belirtirler. Söz gelimi, beden toplumsal sınıflandırma ve konumlandırmaların inşasında yer alarak toplumsal düzenin açıklanmasında anahtar rol üstlenen araçlardan biridir. Zira beden toplumsal yapılar tarafından toplumsal olarak yapılandırılmaktadır (Turner, 1996; Shilling, 2004). Toplumsal olarak inşa edilen beden, aynı zamanda toplumların farklılıklarını görünür hale getirmekte ve toplumların pratik ya da davranış biçimlerini dönüştürmektedir. Toplumsal yapıların inşa edilmesi konusunda önemli bir perspektifin oluşmasını sağlayan isimlerden biri de Pierre Bourdieu’dür. Bourdieu (2015), toplumsal yapıların beden yoluyla cisimleştiğini ve bedenselleşmiş yapıların toplumsal olduğu kadar tarihsel yönünün de olduğunu vurgular. Zihin-beden karşıtlığını aşmaya çalışan Bourdieu (1984, s: 676), toplumsal yapıların bedenselleşen yönünü şu şekilde anlatır: “Toplumsal eyleyicilerin toplumsal dünyayı pratik bir biçimde tanımak için kullandıkları bilişsel yapılar bedene işlemiş toplumsal yapılardır”. Bourdieu’nün bedenin toplumsallaşan yönüne olan vurgusu, yapı-eylem karşıtlığını aşmaya yönelik bir perspektif olarak değerlendirilmesini mümkün kılar.

Giddens da Bourdieu gibi bedenin toplumsallaşan yönünü algı ve anlamlandırma çerçeveleri üzerinden yorumlamaktadır. Goffman'ın düşüncelerinden de beslenen Giddens (2018), bedenin modernleşme sürecindeki benliğin sunumundaki etkisine de odaklanır.

Beden, yapılaşma teorisinde toplumsallığın oluşumunda etkili olan ve toplumsalın bir 'hafıza kutusu' olarak faillerin dışsal yapıları benimsemesini sağlayan bir vasıta olarak tanımlanır. Beden, zaman-mekan organizasyonları içinde 'ben'in bir eylem alanıdır. Bu alan, 'ben'in fail olduğu durumlarda sosyal benliğini inşa ettiği sürece oluşmakta ve dönüşmektedir. Giddens (2020), Kartezyenizm ve Herbert Mead'in (1972) modern felsefesinde yer alan ben-faildir düşüncesinin hatalı bir ön kabul olduğunu belirterek 'ben'in failliğin önceden verili özü olduğunu düşüncesini reddetmektedir. 'Ben'i belirleyen faktörler, konuşma sırasında ortaya çıkar ve toplumsal konumlanmanın bağlamı belirlenmiş olur. Fail, niyetleri ve gerekçelerine dair eylemlerde bulunarak verili olan algılarının yanı sıra kendi algı şemalarını kategorize etmekte ve yeniden üretmektedir. Bu bağlamda algı, "...nietler, gerekçeler gibi algı da birbirinden ayrı bir algılar toplamı değil, aksine bedenin zaman-mekandaki hareketiyle bütünlük içinde bir 'etkinlikler akışıdır'" (Giddens, 2020, s. 80). Bütünlüğün içinde oluşan etkinliklerin akışı, eylemin refleksif olarak gözetilmesiyle ancak gerçekleşebilir. Dolayısıyla Giddens'ın bedenin inşa sürecinde bireyi aktif bir eyleyici biçiminde konumlandığı anlaşılmaktadır.

Bedenin toplumsallaşma süreci, bireyin ya da failin seçici davranışlarının sonucunda ortaya çıkar. Birey, toplumsal yaşantısını devam ettirirken çeşitli beklentilere sahip olabilmektedir. Beklentilerin ve isteklerin yerine getirilmesi, failin zihninde yer alan şemaları düzenlemesi anlamına gelir. Bu anlamda "şemalar beklentilerdir ve geçmişin geleceği etkilediği, belleğin temel mekanizmalarıyla özdeş araçlardır" (Neisser, 1976, s.22). Faillerin beklentileri doğrultusunda refleksif bir biçimde hareket etmeleri, yaşantının zamansallığını devam ettirmektedir. Giddens, algı şemalarının nörolojik tabanlı olduğunu ve sürekli işlediğini şu örnekle açıklar:

"Yeni doğmuş bebek kesinlikle bir iç algısal donanıma sahiptir. Başka deyişle, bebek dünyaya geldiğinde sadece organlara değil ayrıca çevresindeki dünyaya

seçici bir biçimde tepki vermesini sağlayan nörolojik şemalara sahiptir, fakat seçici tepkileri sonraki evrelerdeki tepkilerine kıyasla daha basittir. Bebeğin başını sesin geldiği yöne çevirdiğini, gözleriyle hareketli nesneleri izlediğini ve bunlara uzandığını gösteren birçok bulgu vardır. ‘Sesin geldiği yöne bakma’ kesinlikle duyuvar arasındaki koordinasyonu gerektirir.” (Giddens, 2020, s. 81).

Yukarıdaki pasajda görüldüğü üzere, Giddens (2020) algılama sürecinin bireyin bedeninde fiziki şartlarının meydana gelmesi sonucunda başladığını ancak bu süreç içerisinde bireyin seçiciliğinin ön plana çıktığını vurgulamaktadır. Öyle ki, bu vurgu algılama sürecinde bireyin refleksif gözetiminin etkili olduğunu göstermektedir. Bu durum da bireylerin zamanla nesneler ve anlamlandırma kategorilerini sınıflandırmalarını sağlar. Anlamlandırma kategorileri, beden aracılığıyla günümüz yaşam koşullarında modern yaşam pratikleri biçiminde faillerin yaşantısında yer almaktadır.

Faillerin eylemlerinde refleksif gözetime başvurmaları, modern dönemde faillerin varlıksal güvenlikleriyle düşünülmesi gereken bir olgudur. Bireylerin refleksif gözetimi, eylemlerinin karakteristik bir özelliğidir (Giddens, 2019) ve risk ortamlarında faillere temel bir dinamizm sağlamaktadır. Bu dinamizm, bireye kontrol mekanizmalarına sahip olmasını sağlayarak varlıksal güven duygusunu pekiştirir. Diğer taraftan kontrol mekanizmaları, failer tarafından bağlam biçiminde oluşturulsa da varlıksal güven duygusu *beden* sayesinde somutluk kazanır. Failler, gündelik etkinlikleri esnasında ürettikleri ve yeniden ürettikleri toplumsal uzlaşımlarda ötekilerle temel düzeyde etkileşim kurabilmesini, bedensel kontrole mümkün kılar. “Yetişkin/ehliyetli bir birey olmayı öğrenmek -toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretiminde eşit bir temelde diğerleriyle bir-arada olabilmek- yüz ve bedeni sürekli olarak ve başarılı bir biçimde kontrol edebilmektir (Giddens, 2019, s.82). Giddens’in (2019, 2020) düşüncelerini yorumlayacak olursak, bedenin kontrol edilmesi faile toplum içinde güven duygusunun yanı sıra sıradanlıktan uzak, farklılaşmış ve ötekileştirilmemiş bir birey kimliği sağlamaktadır. Bireylerin ortak uzlaşım alanlarında ontolojik güven duygusuna sahip olması, failin toplumsal ilişkilerinde daha rahat hareket edebilmesini sağlayarak gündelik yaşam pratiklerinde sonsuz bir çeşitlilik sağlar. Bu çeşitlilik, toplumsal ilişkilerin seyrini de değiştirebilmektedir. Bir iş yerinde çalışanın giydiği kıyafetin arkadaşları tarafından

beğenilmemesi sonucunda daha sonra çalışanın o elbiseyi giymemesi buna örnek verilebilir. Bu durum, bedensel kontrolün sadece devam ettirilmesini değil, aynı zamanda bedensel kontrolün gösterilmesi olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla bedensel beceri ve deneyimler, toplumsal yaşamda karşı karşıya kalınan uyarılarla da yeniden üretilmektedir.

Toplumsal etkileşimler ve bireylerin istekleri neticesinde bir kesişim ögesi olarak da inşa edilen beden, modern dönemde özellikle tüketim kültürünün yaygınlaşmasıyla farklı bir boyut kazanmıştır. Toplumsal birlikteliklerde ve toplanmalarda beden, geleneksel ölçülerden uzaklaşmış ve beğenin, lüksün bir göstergesi haline gelmiştir. Bu durumu modernitenin ortaya çıkışıyla ilişkilendiren Giddens (2019), bedenin modern dönemde haz ve acının kaynağı olduğunu belirtir. Faillerin rahatsızlıklarının ve gerilimlerinin bir kaynağı olabilen beden, faillerin beğeni anlayışlarının sonucunda sınıfsal bir görünüm kazanır. Featherstone'nun (2005) da ifade ettiği gibi bireylerin sahip oldukları kökenleri ve hayatının yörüngesini açığa çıkaran eğilim işaretleri ve sınıflandırma şemaları, o kimselerin konuşma tarzında, ses tonunda, vücut şeklinde, yürüyüşünde, kilosunda ve bedeninden duyduğu huzursuzluk ya da huzurda belirgindir. Dolayısıyla beden kültürel anlamlar taşıyan ve faillerin bağlamsallıklarına yol gösteren bir araçtır.

Beden için bu noktada, bireysellik ve toplumsallık arasında gerilimli bir hat gibidir diyebiliriz çünkü failler, istek ve arzularını kültürel bağlamlardan soyutlanmış bir yörüngede oluşturamaz. Giddens (2019), bedenin inşasının yapı-eylem bağlamında bireysellikten ve kültürel bağlamlara içkin bir biçimde oluşturulduğunu ifade ederek bireylerin ihtiyaç ve isteklerinin “rejimler” olarak alınabileceğini söyler. Bu rejimler, bireysel kontrol ve kültürel bağlamlarla gelişir, değişir, dönüşür. Ancak bedenin inşasında bireysel eğilimlerin oluşumuna kaynaklık eden de mevcut kültürdür. Failin bireyselliğinin farkında olması ve bedenini yönlendirebileceği düşüncesini sağlayan yegane şey, ait olduğu mevcut kültürün doğasıyla ilgilidir. Bu durum, bedenin inşa sürecinde bireysellik ve toplumsallığın faile olan etkisinin karmaşıklığını bize sunmaktadır. Giddens, bireysel ihtiyaçları sembolize ettiği rejimler kavramını açıklayarak faillerin bedenin inşa sürecinde yaşadığı karmaşıklığı şu şekilde şöyle özetler:

“... Bireylerin bir davranış alışkanlığı olarak oluşturdıkları rejimler davranışın bilinçsiz koşullandırıcı unsurları olarak kalırlar ve daha kalıcı güdüsel örüntülerle bağlantı içindedirler. Rejimler kendini disiplin biçimleridir, ancak sadece gündelik hayattaki uzlaşım biçimleriyle inşa edilmezler; onlar, kısmen toplumsal adetlere göre düzenlenen, ancak aynı zamanda kişisel ve doğal eğilimler tarafından biçimlendirilen kişisel alışkanlıklardır” (Giddens, 2019, s. 90).

Yukarıda da ifade edildiği gibi faillerin bedensel pratikleri bireysel kimlikleri açısından son derece merkezi bir öneme sahiptir. Belirli eylem biçimlerinin farklı etkileşim ortamlarında sürdürülebilmesi, bu bireysel bütünlüğün sağlanmasıyla sağlanabilmektedir. Böylece faillerin gerçekleştirdiği bedensel kontrol ve hareketleri, faillerin toplumsal konumu açısından belirleyici bir ölçüt konumuna gelmektedir.

1.5. Yapılaşma Teorisinde Yapının İkiliği

Giddens’in yapılaşma teorisi, yapının ve eylemin dikotomik bir biçimde karşıt kutuplarda değerlendirilmesine bir itiraz niteliği taşımaktadır. Daha önce belirtildiği gibi Giddens yapı kavramını faillerin toplumsal bağlamda başvurdukları ve somutlaşan kurallar ve kaynaklar sistemi olarak tanımlamıştır (Mouzelis, 2012, s. 202). Bu yapılar, toplumsal etkileşim süreçlerinde faillere güç kapasitesini kullanma gücü sağlamaktadır. Toplumsal etkileşimlerde bulunan failler, bulundukları toplumsal ortamlarda ve toplanmalarda sahip oldukları kurallar ve kaynaklardan faydalanan sosyal sistemleri yeniden üretirler. Söz gelimi yapılar, toplumsal etkileşim sürecinde bu etkileşimin hem aracı hem sonucu olarak üretilen ve yeniden üretilen fiili/soyut bir düzen olarak anlaşılmalıdır (Giddens, 2005, s. 124). Toplumsal bir olgu olan yapılar, faillerin eylemleriyle cisimleşerek toplumsal pratiklere dönüşmektedirler. Bu nedenle failler, sosyal pratikler vasıtasıyla toplumu üretme ve yeniden üretmelerinde aktif rol oynarlar (Giddens, 2010, s. 243). Bu durum, yapıların sürekliliğini ya da değişimini sağlayarak sosyal sistemlerin koşullarını uygun bir zeminde yeniden üretir.

Giddens, yapılaşma teorisinde eylem ve yapı arasındaki karşıtlığı aşmak için toplumun yapılaşmış özelliklerine başvurur. Toplumun yapılaşmış özellikleri sosyal

sistemlerde somutlaşır ve var olur. Somutlaşma toplumsal faillerin bilgisini üreten bellek izleriyle çerçeveselendirilir. Bu özellikler yapının tekrara dayalı doğasından dolayı yapının ikiliğini oluşturur (Giddens, 2005, s. 507). Sosyal sistemler, gündelik yaşamda tekrarlanabilir bir şekilde üretilir ve yeniden üretilir. Böylece sosyal sistemler yapılaşır ancak toplumsal faillerin ehliyetleri ya da bilgililikleri sınırlıdır. Bu sınırlılık durumu ise faillerin eylemlerinin niyetlenilmemiş sonuçlarıyla ilgilidir (Giddens, 2005, s. 509). Mouzelis, toplumsal etkileşimde gerçekleşen eylemler üzerinden Giddens'in sistematüğini şu şekilde somutlaştırır:

“London School of Economics'in (LSE) aktif bir katılımcısı [üyesi] olarak öğretim görevimi sürdürürken paradigmatik [soyut] düzeyde kurallardan yararlanıyorum -örneğin bu [soyut] kurallar temelinde bazı dersler, seminerler veriyor, okuma listeleri oluşturuyor, sınav kağıtları hazırlıyor, öğrencilerin sınav kağıtlarını... evrensel kriterler temelinde puanlıyorum. Aynı zamanda, örneğin Okul'un öğretim olanaklarını (tahsis kaynaklarını) kullanma imkanına sahibim veya konumum bana öğrencilerin hangi metinleri okumaları, bir seminerin nasıl yapılması gerektiği veya sınavda hangi soruların sorulacağı konusunda karar vermemi mümkün kılan güç kaynaklarından (otorite kaynaklarından) yararlanma imkanı sağlıyor. Bu perspektiften kurallar ve kaynaklar hem (işimi yapmamı mümkün kılan) araçlar hem de (her zaman onlardan yararlanarak öğretim görevimi gerçekleştirmem ve sınav yapmam anlamında) sonuçlardır. Bu bakış açısından katılımcılar, (öğretmenler, öğrenciler, müdür, idareciler, hizmetliler ve teknik elemanlar) gündelik işlerini sürdürmek için kurallar ve kaynaklardan... rutin olarak yararlanırken bir sosyal sistem olarak LSE yeniden-üretilir (Mouzelis, 2012, s. 207).

Mouzelis 'in örneği incelendiğinde Giddens'in sistematüğü ayrıntılı bir biçimde detaylandırıldığı görülmektedir. Bu örnek şu şekilde analiz edilebilir: Toplumsal etkileşim ve pratiklerin gerçekleştiği alan olarak görülen okullarda failler, toplumsal etkileşim sürecinin her aşamasında bir toplumsal sistem olarak okulu yeniden ürettikleri gibi yapısını da değiştirebilirler. Okulda gerçekleşecek herhangi bir değişim (idari kadronun değişmesi, yeni öğrencilerin gelmesi vb.) okulun değişip dönüşmesini sağlayacaktır. Yeniden üretim, sistemin devamlılığını sağlayan karakteristik bir özelliktir. Ancak sistem aynı zamanda üretim kavramından bağımsız

değildir. Üretim kavramı, sistemin değişim ve dönüşümünü ifade eder. Bu iki kavram toplumsal etkileşimler aracılığıyla sürer. Dolayısıyla “Yapının yeniden üretimine katkıda bulunan her edim aynı zamanda bir üretim edimi, yeni bir girişimdir; ve benzer şekilde, sözcüklerin anlamlarının kullanıldıkları sırada ve bu sayede değişmesi gibi, bu edimler yeniden-üretirken yapıyı dönüştürebilir” (Giddens, 2003, s. 155).

Giddens’in (2020) yapının ikiliği düşüncesi, dijital sosyal ağlarda üretilen pratiklerin anlaşılması noktasında araştırmacılara zengin bir kavramsal set sunmaktadır. Giddens’in sistemi, dijital sosyal ağlarda gerçekleşen etkileşimler bağlamında şu şekilde örneklendirilebilir: Dijital sosyal ağlardan biri olan Youtube’da belirli bir takipçi kitlesine sahip olan fenomenler, bu ağın kurallarına uygun bir biçimde soyut düzeyde kurallara uygun hareket etmek zorundadır. Bu kurallara videolar hazırlamak, videoları ilgi çekici hale getirmek, takipçi kitlesinin yorumlarını incelemek ve cevaplamak gibi eylemler örnek verilebilir. Diğer taraftan fenomenler, Youtube’un küresel ölçekteki imkanlarından (tahsis ve otorite kaynakları) yararlanırlar. Bu bağlamda kurallar ve kaynaklar, Youtuberların içerik hazırlama sürecinde işini yapmasını mümkün kılan araçlar olmasının yanı sıra söz edilen bu kural ve kaynaklardan faydalanmak (videolar hazırlamak, yayınlamak, Youtube’un içerikleri küresel ölçekte sınırsız bir şekilde yayması anlamında) sonuçları meydana getirir. Dolayısıyla bu sosyal ağda yer alan Youtuberlar, onların içerik düzenleyicileri, takipçiler, Youtube’un kurumsal çalışanları vb. failer, bu ağdaki günlük işlerini sürdürmek için kurallar ve kaynaklardan rutin bir biçimde yararlanarak Youtube’u bir sosyal sistem olarak yeniden üretirler.

Yukarıda verilen örneklerde olduğu gibi yapı, yapılaşma ve sosyal sistemler “yapının ikiliği ”nin anlaşılmasında anahtar kavramlardır. Yapının ikiliğinde yapı ve sistem birbirini gerektirecek biçimde kullanılan kavramlardır. Sosyal sistemler, yapısal özelliklere içkin bir biçimde toplumsal pratikleri üretir. Yapının inşası, ilk olarak toplumsal pratiklere bağlıdır. Bu noktada yapı, sosyal sistemler ve yapılaşma kavramları şu şekilde özetlenebilir:

“1. Yapı, eyleyenin eylemini mümkün kılacak araç ve aynı zamanda prosedür sağlayan kurallar ve kaynaklar olarak tanımlanabilir.

2. Sosyal sistemler, yapı ve eyleyen arasında bağıntıyı sağlayan organize edilmiş ve kalıplaşmış ilişki biçimleri olarak tanımlanabilir.

3. Yapılaşma, yapıların eyleyenlerin sosyal pratikleri bağlamında sistemlere dönüştürmesini sağlayan durumları ve iletişim araçlarını içerir. Yani eyleyenlerin zaman ve mekan koordinatlarında toplumsal etkileşimlerde yapının kural ve kaynaklarına yaklaşma stratejilerine bağlı olarak yapının unsurlarını sistemleştirmesi olarak yorumlanabilir.” (Esgin, 2004, s. 241).

İlgili alıntıda görüldüğü üzere yapıların özellikleri faillerin bilgililik ve kapasitelerini ifade etmektedir. Yapılar, faillerin eylemlerine form kazandırıcı bir bağlantıdır. Toplumsal gerçeklik içerisinde failler toplumsal etkileşim sürecinde yapıları kurallar ve kaynaklar bağlamında yeniden inşa ederek eylemlerini mümkün kılacak ve yapılar tekrar yapılaşacaktır. Giddens, *Toplumun İnşası*’nda yapının ikiliğini şu şekilde özetlemiştir:

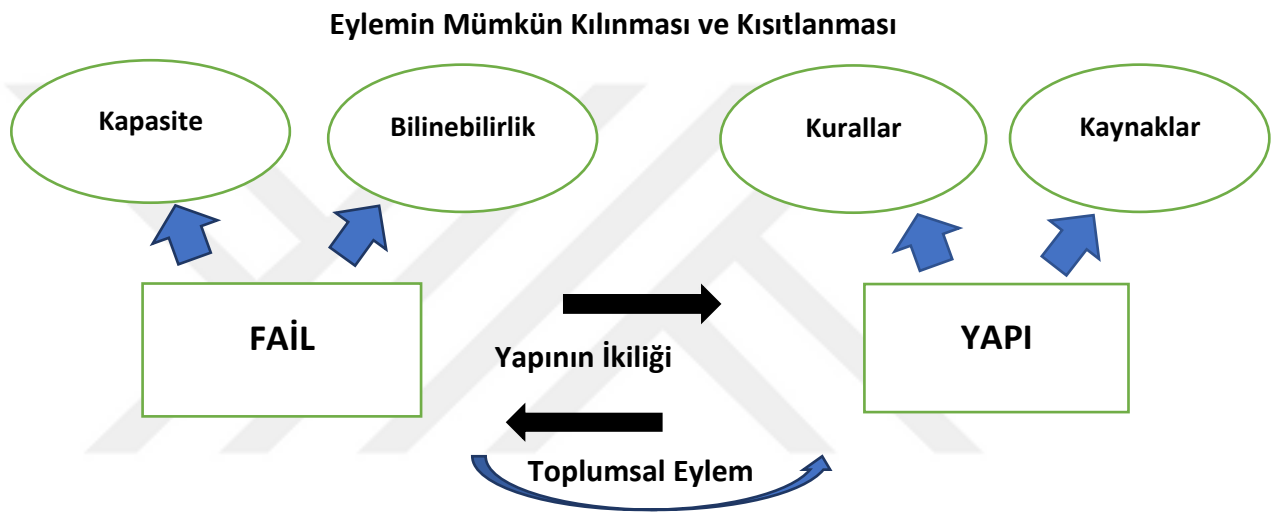
“Yapı (lar): Kurallar ve kaynaklardan oluşan ve aynı zamanda sosyal sistemlerin etkileşim bağlamında kalıplaşmış öbekleri.

Sistem (ler): Sosyal eyleyenlerin veya topluluk arasındaki, düzenli toplumsal etkileşimleri sonucu sürekli yeniden üretilen ilişkiler.

Yapılaşma: Sosyal sistemlerin yeniden üretimini sağlayan, yapının özelliklerinin eyleyenin zihninde ve beninde cisimleşmesi ve eylemle yapının inşası.” (Giddens, 2020, s. 60).

Giddens’a göre (2020), yapının ikiliğinde faillerin birer eyleyici olarak yapısal özellikleri yeniden üretirken eylemin gerçekleşmesini mümkün kılan koşulları da üretmiş olur. Faillerin üretmiş oldukları yapılar, faillerin bilgililik durumundan bağımsız değildir. Faillerin kapasiteleri ve bilinebilirlik özelliği, faillerin toplumsal etkinlikler hakkında bilgili olmalarını belirtmektedir. Giddens (2005), faillerin bilinebilirlik düzeyini usavurmaya dayalı bilinç, pratik bilinç ve düşünümsellik olmak üzere üç grupta inceler. Yapının ikiliğini sağlayan en önemli bilinç türü, pratik bilinçtir. Toplumsal yaşamın üretilmesi ve yeniden üretilmesi sırasında faillerin eylemlerinin nedenselliğine ilişkin bilgi ve becerileri ifade eden pratik bilinç, failler

karşılıklı pratiklerinde sahip oldukları kuralları ve kaynakları kullanarak yapıları etkilemelerini sağlar. Böylece yapı failerin pratik bilincinde bilgi stokları biçiminde ortaya çıkıp eylemin aracı ve sonucu olur. Öyle ki failerin bu bilgililik durumu, yapısal özelliklerin varlık sebebidir ve bu durum olmasaydı yapılar ve kurumlar olmazdı (Giddens ve Pierson, 2001, s. 68-69). Giddens'ın yapının ikiliği sistematığı şu şekilde ifade edilebilir:



Şekil 2: Yapının İkiliği (Giddens, 2020)

Yapının ikiliği stratejisi, Giddens'in sosyal pratik düşüncesinin, dolayısıyla sosyal pratiklerin varlığının (ontolojik anlamda) temelidir. Toplum, eyleyenin ve yapının yapılaşma süreci aracılığıyla üretilen ve yeniden üretilen sosyal pratikler olarak anlaşılmalıdır. Yapının ikiliği, bu anlamda sadece gündelik ilişkiler ve etkileşimlerde değil, aynı zamanda zaman ve uzamda sosyal kurumların üretiminde de etkilidir (Esgin, 2004: 243). Dolayısıyla toplumsal değişimin temelini oluşturan dinamik yapılar, yapının ikiliği aracılığıyla üretilmektedir.

1.6. Anthony Giddens Sosyolojisinde Sosyal Ağlar ve Toplumsal İlişkiler

Giddens (2020), yapılaşma teorisiyle sosyolojinin klasik ve çağdaş geleneklerini iki karşıt kutup arasında birleştirerek sosyolojide kökleşmiş düşüncelerin eksik yönlerini aşmayı hedeflemiştir. Bu bağlamda fail ve yapı kavramları üzerinden indirgemeci

bakış açılarına karşı bir bayrak açan Giddens, sosyal teorideki ikilikleri toplumsal pratik kavramsallaştırmasıyla aşmaya çalışmıştır. Yapılaşma teorisine göre (Giddens, 2020), sosyal teorinin temel inceleme nesnesi, ne faillerin deneyimleri ne de herhangi bir türdeki sosyal bütünlüğün varlığı olmalıdır. Bu noktada sosyal teorinin temel inceleme nesnesi, toplumsal pratik olmalıdır. Toplumsal pratikler, yapı ve failin birleşiminden oluşmaktadır. Giddens (2003, s.162), yapıyı toplumsal sistemlerde zaman ve uzamın birleştiricisi biçiminde nitelendirerek toplumsal sistemlerin yeniden üretilmesini mümkün kılan kurallar ve kaynaklar olarak nitelendirir. Bu nedenle failler bellek izlerinde yer alan yapıları eylemleriyle üretir ve yeniden üretir. Dolayısıyla yapı “Eyleme bir engel olarak değil, fakat onun üretimine katılan önemli bir faktör olarak kavramlaştırılır” (Giddens, 2005, s. 70). Giddens, bu noktada yapı ile sistem arasında bir ayrıma gider. Giddens’a göre (2020) sistem, failler arasında düzenli bir biçimde inşa edilen sosyal pratikler biçiminde düzenlenmiş yeniden üretilmiş ilişkileri ifade etmektedir. Bu ilişkiler, faillerin zaman ve uzam bakımından farklı noktalarda olsalar bile benzer eylem setleri oluşturabileceklerine işaret eder. Dolayısıyla bu ilişkiler, sosyal failler ve sistemler arasındaki etkileşim ve bütünlüğün üretici ve yeniden üretici özelliğiyle inşa edilmekte, etkileşim temelinde ağların oluşumunu açıklama potansiyeli taşımaktadır.

Failler, gündelik yaşam akışında karşılaşmalar, toplanmalar, rutin etkileşimler yoluyla bireysel niyetlerle toplumsal pratikler üreterek çeşitli sistemleri oluşturmaktadırlar. Bu toplumsal pratikler, failler ve toplumsal topluluklar arasında düzenlenmiş ilişkiler örüntüleri şeklinde ‘sistemleşmektedir’. Toplumsal faillerin toplumsal pratikleri ürettikleri düşünüldüğünde, faillerin geniş ölçekli sosyal sistem ya da kurumları nasıl ürettiği konusu dikkat edilmesi gereken bir konudur (Esgin, 2004, s. 243). Toplum bir sistem olarak düşünüldüğünde zaman ve mekanda yayılmış, toplumsal düzenin kurumsallaşmış topluluklarla failler arasındaki etkileşimlerin sonucu olarak kurulmuş sosyal pratiklerdir. Söz gelimi sosyal sistemlerin içerisinde yer alan kurumlar, rutinelere dayalı pratiklere bağlı olarak zaman ve mekana yerleşmiş pratiklerdir. Bu bağlamda evlilik bir kurum olarak örnek verilebilir (Craib, 1992). Evliliğin kurumsal bir nitelik taşıması, zaman ve mekana yayılmış pratikler aracılığıyla yeniden üretimiyle mümkün olmaktadır. Evlilik

kurumunda yer alan her fail, bireysel eylemleriyle sosyal sistemler içerisinde yer alan bu kurumu yeniden üretecektir.

Sosyal yaşamda gerçekleşen etkileşimlerin bireysel ve kurumsal boyutları, yapının ikiliği çerçevesinde üretilmektedir. Giddens, etkileşimleri bütünleşme kavramı çerçevesinde kavramsallaştırarak sosyal bütünleşme ve sistem bütünleşmesi biçiminde bir ayrıma gitmektedir. Ona göre, yapısalcı ve işlevselci geleneklerin sosyal düzeni tek bir boyuta indirgeyen tanımları yerine yüz yüze etkileşim (sosyal bütünleşme) ile mekânsal anlamda aynı yerde bulunmayan insanlar arasındaki etkileşimleri (sistem bütünleşmesi) inceleyen ayrımlar ele alınmalıdır (Yıldırım, 1999, s. 36-37). Bu bütünleşmelerin temel niteliği, karşılıklılık ilkesiyle inşa edilmeleridir. Sosyal bütünleşme, bir arada bulunan faillerin arasındaki karşılıklılığı belirtirken sistem bütünleşmesi gruplar veya topluluklar arasında zaman ve mekan boyunca genişleyen karşılıklılıktır (Giddens, 2005, s. 77). Karşılıklılık, yapının ikiliğini paradigmatik düzeyde üretmektedir. Diğer bir ifadeyle, toplumsal faillerin gündelik etkileşim pratiklerinin yanı sıra daha geniş topluluk ya da gruplar arasında zaman ve mekan boyunca yayılan etkileşimleri, hem bireysel etkileşimlerin hem de sosyal sistemleri oluşturan etkileşimlerin aracı ve sonucudur. Dolayısıyla yapının ikiliği biçiminde bütünleşme özelliği taşıyan sosyal bütünleşme ve sistem bütünleşmesi, sosyal etkileşim pratiklerini bütünlüğe bağlamaktadır (Giddens, 2000, s. 49).

Sosyal bütünleşme ve sistem bütünleşmesi, karşılıklılık ilkesinin işlevselliğiyle failler ve kurumlar arasında ağlar kurulmasını sağlar. Karşılıklılık, faillerin toplumsal pratiklerinin belirli bir amaç ve fayda çerçevesinde bir araya gelmesidir. Modern dönemde örgütler ve kurumlar etrafında gelişen etkileşim süreçleri, bireysel ve kurumsal düzlemde iç içe geçmiş ağları meydana getirmiştir. Bireysel ve kurumsal anlamda failler, sistematik bir bütünlükte ortak etkileşim ve ilişkilere başvurarak ortak ağlar kurarlar. Bu ağlar, somut bir biçimde toplumsal yaşamda yer alan örgütlerde gerçekleşen faillerin yüz yüze iletişim (sosyal bütünleşme) ile aynı zaman ve mekanda yer almayan faillerin (sistem bütünleşme) etkileşimleriyle bütünsel bir yapı kurar. Bu bağlamda ağları oluşturan örgütler, birbirini tanıyan küçük bir grup ya da topluluktan

oluşabileceği gibi kurumsal anlamda üniversiteler, dini kuruluşlar ve şirketler gibi daha büyük kuruluşlardan da oluşabilir (Giddens ve Sutton, 2013, s. 844). Bu örgütlerde gerçekleşen etkileşimler, yapıları yeniden üretmektedir:

“Örgütler içinde dünyaya geliyor, onlar tarafından eğitiliyor ve çoğumuz yaşamımızın büyük kısmını örgütler için çalışarak geçiriyoruz. Boş zamanlarımızın çoğunu da örgütlerde para harcayarak, oyun oynayarak ve dua ederek tüketiyoruz. Çoğumuz bir örgüt içinde ölüyor ve iş gömülme zamanına gelince, hepsinden büyük bir örgüt olan – Devlet –in resmi bir izin vermesi gerekiyor” (Etzioni, 1964, s. 9).

İlgili alıntıda görüldüğü üzere örgütlerde faillerin gerçekleştirdiği eylemler, bireysel ve kurumsal boyutta kurulan ağların yapıları ürettiklerini göstermektedir. Failler örgüt içerisinde örgütün kurallarını, işleyişini pratikleri aracılığıyla sistematik bir biçimde devam ettirirler. İnsanlar adeta bir makine gibi hareket ederek sahip oldukları kurallar ve kaynaklarla düzenli ve kalıcı ilişkileri organize ederler ve örgütü yani toplumsal bir kurum olan sosyal sistemi inşa ederler. Bu eylemler, sürekli olarak tekrarlanır ve yeniden üretilir (Kaspersen, 2000).

Modern toplumların bir özelliği olarak ortaya çıkan örgütlerin ağlarla olan ilişkisi, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Resmi örgütler kapitalist düzende varlığını sürdürmeye devam ettirirken teknolojinin gelişimi sonucunda yapılaşma teorisinde sistem bütünleşmesini ifade eden esnek yapıya sahip küresel örgüt ve ağlar da ortaya çıkmıştır. Bütün resmi örgütler ağlarla ilişkili olsa da, bilgi teknolojilerinin gelişi, öncesine göre gevşek, resmi olmayan sosyal ağları çok öne çıkarmış, bireylerin, grupların, ve örgütlerin daha etkili, küresel ağlarının yaratılmasını sağlamıştır (Lilley, Lightfoot, Amaral, 2004). Bu ağlar, özellikle günümüzde örgütsel yapıları merkeziyetçi yapısından uzaklaştırmaktadır. Ağların esnekliğini sağlayan yegane gelişim, internetin küresel anlamda yaygınlaşmasıdır. Castells (1996), internet temelinde ortaya çıkan ağ şirketlerinin küresel bilgi ekonomisine uyum sağlayan en iyi örgütlenme biçimi olduğunu belirtir. Elektronik ortamlar aracılığıyla tüm örgütler dünyanın her yerinde ağ oluşturmakta ve ortak faaliyetleri koordine etmektedirler. Bu durum, örgütsel bağıntı ve sınırların daha açık ve akışkan bir modele sahip olduğunu göstermektedir.

Örgütlerde pratikler üreten faillerin hızlı ve kolay bir biçimde bağlantılar kurmalarını kolaylaştıran ağ toplumunda, ağlar aracılığıyla sosyal ilişkiler kurmak ve yatırım yapmak kolaylaşmıştır. Bu bağlamda ağlar, toplum ve sosyal ilişkilerin örgütlenmesiyle ilişkilidir (Castells, 2004, s.114). Sosyal bir fail olarak ağlarda örgütlenmek isteyen her birey, bağlantılar elde ederek sahip oldukları yetkinlikleri genişletmek için bu ağlarda konumlanır. Faillerin bu ağlar aracılığıyla hedeflerini gerçekleştirmesini ve etkilerini genişletmesini sağlayan toplumsal bilgi ve bağlantılar ise sosyal sermayedir (Giddens ve Sutton, 2013, s. 875). Sosyal ağlarda konumlanan faillerin bağlantılar kurarak toplumsal ilişki biçimlerini değiştirerek hedefleri doğrultusunda hareket etmesi, sermayelerinin genişlemesini sağlamaktadır. Sosyal ağlarda etkileşimlerin artması ve sermayenin hızlı bir biçimde biriktirilmesi konusunda modernlik kavramı üzerinde duran Giddens, zaman ve mekan kavramlarını yapılaşma teorisi bağlamında modernlikle ilişkilendirerek tartışır. Giddens'in modernliği tanımlama çerçevesinde tartıştığı yapılaşma teorisinin modernizme dinamizm sağlayan üç özelliği zaman-uzam uzaklaşması, yerinden çıkarma ve düşünömselliktir (Ritzer, 2013, s. 552).

Zaman-uzam uzaklaşması, sosyal ağlarda toplumsal ilişki bağlantılarını ve yetkinliklerini zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde genişletmeyi ifade etmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere sosyal sistemler, failler arasında zaman ve mekan boyunca sosyal pratikler biçiminde düzenlenen ilişkilerin üretimidir. Bu sistemler, günümüzde dijitalleşme sonucunda dijital sosyal ağlarda üreilmeye başlamıştır. Dijital sosyal ağlarda benzer eylem kalıplarını sergileyen her fail, zaman ve uzam bakımından birbirinden farklı yerler de bulunsalar da toplumsal ilişki örüntüleri kurarak sistemleri yeniden üretirler. Toplumu ve alt alanları bir sistem olarak düşündüğümüzde, dijital sosyal ağlarda failler ve topluluklar arasında organize edilebilen düzenli ve kalıcı ilişki ağları oluşturan sistemler üreilmektedir. Dijital sosyal ağlarda faillerin gerçekleştirdiği sosyal bağlamdaki her eylem, yapılaşmaya imkan tanıyan dijital sosyal pratikleri oluşturur. Sosyal pratiklerin dijital bir nitelik taşıması, sosyal sistemler içerisine yerleşmiş olan kurumların yani dijital sosyal ağların, faillerin sanal dünyadaki eylemleriyle somutluk kazandığını ifade eder. Bu bağlamda sosyal sistemler içerisindeki kurumlar olarak dijital sosyal ağlar,

faillerin ve sosyal bütünlüklerin karşılıklı etkileşimlerinin dijital alanda rutinleşmesinin ürünüdür denebilir. Giddens (2020, s. 68), birbirinden bağımsız eyleyicilerin zaman ve mekandan bağımsız bir biçimde aynı pratikleri paylaşmasını şu şekilde örnekler:

“Dilbilgisine dayalı olarak bir söz ürettiğimde, bu sözün üretiminin katkıda bulunduğu aynı sözdizimsel kurallara dayanırım. Ancak, benim dil topluluğumdaki diğer konuşmacılarla aynı dili konuşurum; hepimiz bir dizi görece önemsiz değişke olsa da, aynı kuralları ve dilsel pratikleri paylaşıyoruz”

Giddens’in (2020) örneğinde görüldüğü üzere, sosyal bir pratik olan dil aynı zamanda sosyal pratiklerin üretilmesinde bir araçtır. Dilin kurallarının dışına çıkmadan aynı dili konuşan failler, Durkheimci bakışla sınırlandırılmış gibi gözükseler de dilin niteliklerine dair değişiklik yapma yeteneklerine de sahiptirler. Dolayısıyla zaman ve uzam boyunca var olan faillerin etkileşimleriyle üretilen dil, sürekli yeniden üretilmektedir. Dil, yapının ikiliği aracılığıyla, faillerin kendi kural ve kaynakları dahilinde kullandıkları bir araç olmasının yanı sıra faillerin eylemlerinin sonucudur. Giddens’in yapının ikiliğini özetleyen dil örneği, sosyal sistemlerin bir alt birimi olarak inşa edilen kurumların yani dijital sosyal ağların üretimi konusunda bizlere çeşitli potansiyeller sunmaktadır.

Giddens’in (2020) yapılaşma teorisinin dijital sosyal ağların niteliklerini açıklama konusundaki potansiyeli, yapılar ve etkileşim süreçlerinin olanaklarıyla açıklanabilmektedir. Yapının unsurları olarak anlam, egemenlik ve meşrulaştırma kavramlarıyla etkileşimin iletişim, güç ve dayatma kavramları yapının ikiliğinin boyutlarıdır ve bu boyutlar sosyal yeniden üretim sürecinde ilişkisel işlevlere sahiptirler (Giddens, 2020). Yapının ikiliğinin bu boyutlarını dijital sosyal ağlarda gerçekleşen yapılaşmaya uyarlamak mümkündür. Bu durumu şu şekilde özetleyebiliriz: Dijital sosyal ağlarda iletişim kurmak isteyen failler, pratik bilinçlerinde yer alan bilgi stoklarındaki yığınlarında yer alan yorum şemalarına başvurarak anlam üretirler. Diğer taraftan failler, dijital sosyal ağlarda yer alan diğer failleri kontrol ederken ve onlar tarafından kontrol ederken egemen yapıları yeniden üretirler. Failler, dijital sosyal ağlarda başkalarının eylemlerini onaylarken ya da

reddederken dijital sosyal ağların yerleşik normlarını kullanırlar ve bu yolla dijital sosyal ağları meşrulaştırarak yeniden üretirler.

Bu durumu bir örnekle detaylandırabiliriz: Facebook, Twitter, Instagram vb. dijital sosyal ağlarda kullanıcı olarak yer alan failler, bu ağlardaki elde edecekleri ilişki ağlarını ağın kendine özgü özelliklerini yeniden üreterek gerçekleştirmek zorundadırlar. Örneğin, Facebook'ta İETT emeklilerinin oluşturmuş oldukları topluluğun faaliyetleri buna örnek gösterilebilir. İETT'den emekli olduktan sonra dijital sosyal bir ağ olan Facebook'ta zaman ve mekandan bağımsız bir biçimde bir araya gelmiş olan bireyler, grubun kurallarına uymak durumundadır. Bu sosyal ağda yer alan her fail, çeşitli amaçlar için o ağın içerisine dahil olmaktadır. Kurumda çalışan eski arkadaşlarını bulmak, emekli olduktan sonra kurumda daha önce tanımadığı insanlarla ağ üzerinden tanışarak arkadaşlık ilişkileri kurmak vb. gibi amaçlar buna örnek gösterilebilir. Bu amaçlar doğrultusunda ağda yer alan failler, grubun kuruluş amacı ve işlevlerine tabi bir biçimde pratikler üreterek ağlarda eylemlerde bulunurlar. Fotoğraf veya video paylaşmak, düşüncelerini ifade etmek, paylaşımları beğenmek gibi pratikler, dijital sosyal ağ olan Facebook'u yeniden üretmek demektir. Bu pratikler, sürekli bir biçimde ağda yer alan faillerin eylemleriyle yeniden üretilerek Facebook'ta inşa edilen yapıları meşrulaştırmaktadır. Dolayısıyla bir sosyal sistem olarak kurulan bu ağda gerçekleşen etkileşimler, orada bulunmayanların karşılıklı etkileşimlerini sağlamakta ve sosyal ve sistem bütünleşmesini birbirine bağlayan yapının ikiliği olarak gerçekte var olan sosyal etkileşimi sosyal sistemlerin yapısal özelliklerine bağlar. Böylece bu bütünleşme, bireysel etkileşimler ve sosyal kurumlar arasında karşılıklı yapılaşmasını sağlar. Bu anlamda dijital sosyal ağlarda gerçekleşen eylemler, bireysel etkileşimlerin hem aracı hem sonucudur.

1.7. Anthony Giddens'in Yapılaşma Teorisinin Genel Değerlendirmesi

Sosyal bilimlerde en önemli tartışma konularından biri toplum/kişi veya yapı/fail olarak tanımlanan düalizmdir. Sosyal bilimlerde süregelen bu ikili yapı; yapı ve özne, özne ve nesne, doğa bilimi ve sosyal bilim ikiliğini içerir. Bu ikilikle sosyal bilimcilerin öznel bakış açısı ile tarihsel ve toplumsal olayların şekillendirdiği nesnel

gerçeklerden kaynaklanmaktadır ve aynı zamanda anlama-yorum kategorilerini ve zıt kavramları ifade etmektedir.

Giddens (2020), ‘yapının ikiliği’ adını verdiği entegratif kuramıyla yapı ve eylem karşılığını aşmayı amaçlar. Giddens’in yapılaşma (Strukturasyon) teorisi, sosyal bilimlerde çokça tartışılan kavramlardan biridir. Giddens, sosyolojide yapı kavramı ve metaforik ifadelerinde (örn. Biyolojik bir organizma ya da bina iskeleti) öznelerden bağımsız bir varlık gösteren soyut bir ilişkiler ağının kastedildiğini savunur. Bu anlayışa karşı eleştirel bir tutum geliştirir. Ona göre “Toplumsal yapılar ve insan eylemi birbirinden bağımsız var olamaz; daha ziyade birbirine karşılıklı bağımlıdırlar ve iç içe geçmişlerdir” (Alver, 2011, s. 207). Kendi kullanımında bu terim, kabaca kurallar ve kaynaklar bütününe gönderme yapar. Ancak Giddens’in kullanımında kurallar ve kaynaklar pratikleri dışsal olarak kuşatan ve sınırlayan bir güç değildir. Giddens’a göre (2005) kurallar kurucu ve düzenleyicidir. Pratikleri sadece kısıtlamaz, aynı zamanda mümkün kılar, üretir, var eder. Bu durumda kurallar özellikle ödül ve cezaları tanımladıkları ölçüde, eylem repertuarını belirlerler. Bu nedenle, eylemi düzenleyen sembolik sistemler olarak kavrayabiliriz. Düzenleyicilik kuralların sadece kısıtlayıcı bir güç olmadığına özel bir vurgu içermektedir. Kaynaklar ise, maddi kaynaklar (para, mülkiyet gibi), sembolik kaynaklar (prestij, itibar, tanınırlık), bilgi ve becerilerdir. Aktörler için sahip olunan kaynakların stratejik kullanımı pratiklere yön ve şekil vermektedir. Giddens’a göre (2020), toplumsal eylemlerin sistemli karakteri pratiklerin zaman ve mekan boyunca yeniden üretilmesi sayesinde olur. Toplumsal eylemler yapıları üretir, yapılar da toplumsal eylemleri üretir. Giddens’ın düşüncesinde buradaki yapı/eylem kavramları karşılığı değil ikiliği yansıtır. Pratiklerin yinelenmesi yapıları ürettiği sürece yapılar oluşur; diğer yandan da pratikler yapıların sonucudur. Bu nedenle; Giddens için yapı kısıtlayıcı değil, olanak verici bir ağ olarak kavramsallaştırılmıştır. Ancak, Giddens (2005) bu terim ile yapıları insanların eylemleri ve etkileşimlerinin esnek bir uzantısı olarak kavramaz. Pratiklerin yinelenmesi hem yapının üretimi hem de yeniden üretimidir. Ayrıca bu yapılaşma süreci bilinçli bir tasarı değildir.

Giddens yapılaşma teorisinde, faillerin ve bunun bilincinde olduğunu ve bu algının, aynı eylemin daha sonraki yürütülmesini ‘refleksivite’ kavramıyla

temellendirir. Düşünümsellik, yani öz-yansıtma, bu yeteneğe sahip faillerin hem kendilerinin farkında olmaları hem de sosyal hayatın sürekli akışıyla ilgilendikleri gerçeğini ifade eder. Giddens'a göre (2020) insan, kendi eylemleri için hem nedenleri olan hem de sorulduğunda bu nedenleri rasyonel olarak açıklayabilen toplumsal eyleyicidir. Kasıtlı eylemler, ayrı güdü ve güdülerin bir toplamı olamayacağından, insanlar gerçekleştirirken ve başkalarının da gerçekleştirmesini beklerken, eylemin sürekli izlenmesine güvenirlir. Eylemin refleksif olarak izlenmesi, failler tarafından bir süreç ve doğuştan gelen bir beceri olarak kabul edilmesi gereken rasyonalizasyona bağlıdır (Giddens, 2020). Bu nedenle, sosyal bilimlerin çalışma alanı, tek başına hareket eden ayrı bireylerden değil, kendi eylemlerinin ve bu eylemin sonuçlarının bilincinde olan faillerden oluşur. Bu failler kendilerini ve içinde yaşadıkları dünyayı anlar, yorumlar, ve hatta dönüştürürler. Dolayısıyla böyle bir alanı anlamak için yöntem olarak çifte hermenötiğin ve bunlarla ilgili refleksivite ve fail anlayışlarının farkında olmak gerekir.

Giddens'ın uzlaşıcı tavırla yapı ve eylemi bütüncül bir bakış açısıyla yeniden tasarlaması, modern toplumda yaşayan bireylerin icra ettikleri eylemlerin güdüsünü ve etkileşim ortamlarında gerçekleştirmiş oldukları pratikleri açıklama konusunda uygulanabilir bir kavram setini bizlere sunmaktadır. Dijitalleşmenin ve etkileşimlerin de fiziki sosyal yaşamda olduğundan daha fazla dijital sosyal ağlarda kurulduğu gerçeği düşünüldüğünde, insanın güce içkin bir varlık olarak eylemlerini ya da toplumsal pratiklerini dijital sosyal ağlarda inşa ettiğini ve bu ağların üretmiş oldukları 'yapıların,' insanların eylemlerini beden, beğeni, tarz, yaşayış biçimi gibi konularda etkileyebildiğini söylemek mümkündür. Ancak Giddens'ın (2020) da belirttiği gibi yapılar toplumsal eylemlerin hem nedeni hem sonucu olduğu için bu yapıların üretimi insanın kapasitesi ve kurallarıyla yakından ilişkilidir ve bu yapıların üretimi insanların bilgililik durumu ve refleksif eylemleriyle sağlanabilir. Dijital sosyal ağlarda çeşitli fenomenlerle etkileşimlerde bulunmak, aynı zamanda insanın eylem repertuvarını kurallar ve kaynaklar açısından önemli ölçüde belirleyebilmekte ve toplumsal oluşumunda bir kaynak görevi görmektedir. Bu bağlamda Giddens'ın yapılaşma teorisi, insan eylemlerinin açıklanması hususunda dijital ve real yaşam kesişiminde bir kavşak rolü üstlenmektedir. Dijital ve real yaşamda üretilen kurallar ve kaynakların sosyal yaşam pratiklerine etkisinin incelenmesi, günümüzde

dijitalleşme ile yaşanan değişim ve dönüşümü anlamamızda yol gösterici olabilecek bir veri setinin oluşmasına katkı sunacaktır.



2. PIERRE BOURDIEU VE PRATİK KURAMI

Tezin bu bölümünde Pierre Bourdieu'nün (2015a) pratik kuram; habitus, alan ve sermaye kavramları üzerinden ayrıntılı bir biçimde anlatılacaktır. Bourdieu'nün pratik kuramı, makro ve mikro teoriler arasında yeni bir yol arayışının çabaları olarak inşa edilen entegratif sosyal kuramdır. Bourdieu'nün pratik kuramı, onun Fransız toplum yapısını entelektüel anlamda çözümleme çabasının sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle ünlü düşünürün hayatına ve çalışmalarına değinmek, genetik yapısalcı düşünce anlayışının temellerini görmemiz ve anlamamız açısından değerlidir.

2.1. Pierre Bourdieu'nün Hayatı ve Çalışmaları

Pierre Bourdieu, Fransa'nın güneybatısında yer alan Gascony kentinin Béarn kasabasında dünyaya gelmiştir. Çekirdek bir aileye sahip olan Bourdieu, lise eğitimini önce Fransa'nın Pau şehrindeki lisede, daha sonra Paris'te bulunan Louis-le-Grand Lisesinde eğitimini tamamlamıştır. Bourdieu, yüksek öğrenimini felsefe alanında 1954 yılında Fransa'nın en saygın eğitim kurumlarından biri olan École Normale Supérieure'de (ENS) görmüştür. Egemen düşüncelerin karşısında bir konum alan Bourdieu, bu okulda Louis Althusser ile çalışmış ve epistemoloji üzerine çalışmalar yapmıştır. Bourdieu'nün egemen bilim anlayışının karşısında olması, onun çocukluğundan itibaren farklı sosyal yapıları tanınmasından kaynaklanmaktadır. Gascony şehrinin kozmopolit yapısı ve farklı kültürlerle ev sahipliği yapması, Bourdieu'nün çevresinde gelişen olayları analiz etme kapasitesini geliştirmesini sağlamıştır (Robins, 1999, s.2). Felsefe alanından sosyal bilimler alanına evrilen entelektüel çalışmaları, bu analiz yeteneğinin gelişmesi sonucunda yön bulmuştur. Diğer taraftan, ENS'nin elitlerin çoğunlukta olduğu bir okul olması, kasabada yetişmiş olan Bourdieu'nün çelişki ve gerilimlerin olduğu bir habitusa sahip olmasına neden olmuştur (Swartz, 2011, s. 17). Bu gerilimler, onun eleştirel kimliğinin oluşmasında adeta bir kaynak görevi görerek akademik çevresinden yakın arkadaşlarına kadar hemen herkese yöneltmiş olduğu eleştirilerine etki etmiştir.

Bourdieu'nün entelektüel ve araştırmacı kimliğinin gelişiminde okul yılları olduğu kadar askerlik yıllarında gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar da etkili olmuştur. Moulins de Lycee Banville şehrinde lisede felsefe öğretmenliği görevinde bulunduktan sonra Fransa'nın sömürgesi durumunda olan Cezayir'de çıkan savaştan

dolayı 1958-1960 yılları arasında askerlik görevine çağrılmıştır (Robins, 1999, s. 5). Askerlikte bulunduğu süre zarfında çeşitli gözlemler ve çalışmalar yapan ünlü sosyolog, akademik çalışmalarına Cezayir’de edebiyat fakültesinde devam etmiştir. Bourdieu, bu ülkede ampirik ve etnografi temelli çalışmalar yapmıştır. Bourdieu, Cezayir ve Fransız sömürgecileri arasındaki mücadeleyi gözlemlemiş ve etnografik ve istatistiksel çalışmalar yürüterek aslında sömürgecilik sosyolojisini, yerli kültürlerin yapısal dönüşümünü ve bu dönüşümün olumsuz sosyal ve yapısal sonuçlarını analiz etmiştir (Goodman ve Silverstein, 2009). Çalışmalarıyla Fransız akademisinde tanınmaya başlayan Bourdieu; Raymond Aron’un teklifiyle Sorbonne Üniversitesinde asistanlık görevinde bulunmuş, üniversitede Durkheim’la ilgili dersler vermiştir (Rey, 2014, s. 24). Bourdieu, Fransa’ya dönüşüyle beraber tamamen sosyoloji üzerine çalışmalara yoğunlaşmıştır.

Fransa’da patlak veren öğrenci hareketleri ve sol düşüncenin yükselişi, Bourdieu’nün akademik hayatında önemli bir dönüm noktasıdır. Bourdieu, 1968 öğrenci hareketleri konusunda dönemin düşünürlerinin aksine hükümeti desteklememiş, Fransız eğitim sistemi üzerine çeşitli eleştiriler ortaya koymuştur. Raymond Aron’la öğrenci hareketleri konusunda ters düşen ünlü düşünür, üniversite krizinden sonra Aron’un asistanlığından ayrılarak kendi araştırma merkezi olan Centre de Sociologie de l’Education et de la Culture’ü kurmuştur (Swartz, 2011, s. 19). Fransız düşünce hayatında kendisini sol konuma yerleştiren Bourdieu, bu merkezde yaptığı çalışmaların yanı sıra gazetelerde de birçok yazı kaleme almıştır. Levi-Strasuss gibi yapısalcı düşüncenin önde gelen isimlerinin seminerlerine katılan Bourdieu, “diğer taraftan da Marx okumalarına başlamış ve sosyolojik güzergahının rotasını da belirlemiştir” (Jenkins, 1992, s. 5). Eleştirel düşünce geleneğinin yaşatılması adına 1975 yılında *Actes de la recherche en Sciences sociales* isimli sosyoloji çalışmalarına odaklı bir akademik dergi çıkararak pratik teorisinin temellerini atmaya başlamıştır. Yapısalcı düşünce geleneği ile inşacı sübjektivizm arasındaki ikiliğin zıtlıklarını ortaya koymaya çalışan Bourdieu, bu dönemde sosyal sınıflar, akrabalık, entelektüel yaşam ve siyasi kurumları kapsayan ampirik çalışmalar yapmıştır. Sırasıyla Lille Üniversitesi, École des Hautes en Sciences Sociales ve College De France ’da (Rey, 2014; Swartz, 2011) görev ve çalışmalar yürüten ünlü sosyolog, 1960’lı yıllarda Pennsylvania Üniversitesini ve Princeton İleri

Araştırmalar Merkezini ziyaret etmek için kısa süreliğine ABD'ye gitmiştir. Erving Goffman'la tanışan Bourdieu, Goffman'ın çalışmalarının Fransa'da tanınmasını sağlamıştır (Swartz, 2011, s. 26). Dolayısıyla Bourdieu'nün düşünce yapısının oluşumunda birçok düşünürün etkisini görmek mümkündür. Bourdieu, 2002 yılında hayatını kaybetmiştir ancak onun pratik teorisi günümüzde birçok bilimsel disiplinin kesişim noktasında yer alan bir kavşak görevi üstlenmektedir.

Yaşamı boyunca oldukça üretken bir akademik hayata sahip olan Bourdieu, sosyal bilimler alanında kırktan fazla makaleye ve birçok esere imza atmıştır. Geleneksel düşünce geleneklerinin eleştirisi, teorinin pratikten bağımsız bir işlevinin olamayacağı düşüncesi onun ilgi çekici kabulleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda Bourdieu, bir pratik olarak kavranması gereken davranış ve tutumlarla ilgilenerek genelleştirici söylemlerden uzak durmuştur (Jenkins, 1992, s. 5-6). Epistemoloji ve metodoloji paradigmaları üzerine ortaya koyduğu düşünceleri, felsefe eğitiminin bir izdüşümüdür. Özellikle yapı-eylem, nesnel/öznel şeklinde gelişen düşünce geleneklerini eleştiriye tutarak aşmayı amaçlayan Bourdieu, saha çalışmalarıyla teorilerinin düşünsel temellerini uygulama fırsatı bulmuştur.

Bourdieu, ilk eseri olan *Sociologie de Algerie'de* (1958) Fransa'nın bir sömürgesi olan Cezayir halkını ve Fransa karşısında vermiş oldukları bağımsızlık mücadelesini anlatmıştır. Dört bölümden oluşan bu kapsamlı çalışmanın birinci bölümünde birbirinden farklı dört kabilenin sosyal yapısından ve bu yapıların çökmesinden, diğer bölümlerde ise sömürgeleştirme faaliyetlerinin Cezayir'deki şehirler, tarımsal faaliyetler ve iş gücü üzerindeki etkisini tartışmıştır. “Bu noktada Bourdieu'nün temel amacı, Cezayir toplumunun sosyal olarak yeniden bilinçlenmesi noktasında bir katkıda bulunmaktır” (Rey, 2014, s. 28). Sosyal organizasyonların politikaları konusunda Cezayir toplumunun değişimine yardımcı olmaya çalışması, kendi deyişiyle “ savaşa sadece gözlemci olmanın verdiği suçluluk duygusunu hafifletmek” (Webb, Schirato, Danaher, 2002, s. 78) içindir. Bourdieu, 1962'de *Celibat Et Condition Paysanne (Bekarlar Balosu)* isimli eserini kaleme almış ve bu eserinde yerel bir topluluk olan Bearn toplumunun değişen evlilik geleneklerini incelemiştir. Fransa'ya döndükten sonra Fransız eğitim sistemi, kültürel süreçler ve toplumsal eşitsizlikler arasındaki ilişkiye odaklanan ünlü sosyolog, *Les Heritiers Les*

*Etudiants Et La Culture (Varisler)*² ve *La Reproduction (Yeniden Üretim)* (1970)³ isimli eserleriyle okullardaki sınıfsal farklılıklara dikkat çekmiştir. Simgesel sermayenin sınıfsal farklılıkların ortaya çıkmasında başat bir faktör olduğunu belirten Bourdieu, simgesel güç kavramını ilk defa *La Reproduction* isimli eserinde kullanmıştır. Bu eserlerinin devamında *Un Art Moyen. Essai Sur Les Usages Sociaux de La Photographie* (1965), *L'amour de L'art, Les Musees d'art et Leur Public* (1966) isimli eserleriyle sanat üzerine düşüncelerini dile getirmiştir.

Bourdieu'nün pratik teorisinin kavramsal setini oluşturan iki temel eseri, *La Distinction* 1979 (*Ayrım*)⁴ ve *The Logic of Practice*'dir. Onun başyapıtı olarak nitelendirilebilecek sayılabilecek bu iki temel eserde; Fransız toplumunun sahip olduğu kültürel yaşam, yaşam stilleri gibi konuların ayrıntılı bir biçimde irdelendiği görülmektedir. Doğuştan gelen kültürel zevk ve anlayışın eleştirisini yapan Bourdieu, habitus, alan ve sermaye adını verdiği kavramlarını açıklamaya girişmiştir.⁵ Bourdieu'nün oluşturduğu bu kavramlar, onun sosyolojik düşüncesinin açılanmasında merkezi bir öneme sahiptir. Swartz (2011), Bourdieu'nün Karl Marx, Emile Durkheim ve Max Weber gibi sosyolojinin kurucu figürlerinden etkilendiğini belirtmiştir. Geleneksel sosyoloji figürlerinin eleştirisini de içerisinde barındıran pratik teorisi, ilişkisel sosyolojinin imkanlarını sunarak Bourdieu'nün ünlenmesini sağlamıştır.

Bourdieu, akademik alanda yapmış olduğu çalışmalar ve tartışmalarla da entelektüel alana katkı sunmuştur. Fransız akademisinin kanonlaşan yapısını eleştiriye tabi tutan ünlü düşünür, akademik konular için geliştirilen strateji ve çıkarları analiz etmeye

² Pierre Bourdieu-Jean Claude Passeron, *Les Heritiers Les Etudiants Et La Culture*, Les edition de Minuit, 1964. Eserin Türkçesi: *Varisler*, Çevirenler; Levent Ünsaldı ve Aslı Sümer, Heretik Yayıncılık, Ankara, 2015.

³ Pierre Bourdieu-Jean Claude Passeron, *La Reproduction-Éléments d'une Théorie du Système d'enseignement*, Les edition de Minuit, 1970. Eserin Türkçesi; *Yeniden Üretim*, Çevirenler Levent Ünsaldı, Özlem Akkaya ve Aslı Sümer, Heretik Yayıncılık, Ankara, 2015.

⁴ Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, , Les edition de Minuit, Paris 1979. Türkçe

Edisyonu: *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*, Çevirenler Derya Fitrat Şannan, Ayşe Günce Berkurt, Heretik Yayıncılık, Ankara, 2015.

⁵ <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0083.xml>

çalışmıştır. Bu çabasının ürünü olarak *Homo Academicus Grandes Ecoles* 'le ilgili 1970'lerde bir proje geliştirmiş ve bu çalışması 1989 yılında *The State Nobility* ismiyle basılmıştır (Swartz, 2011, s. 17). Bu eserinde Fransız akademisinin kontrolcü ve ampirik çalışmalar yapmamasına değinerek Ortodoks düşüncenin muhafazakar tutumunu eleştirir. Bu eleştirel tutumu, daha sonra Fransız eğitim sistemi üzerine yaptığı analizlerin de çıkış noktası olacaktır.

2.2. Pierre Bourdieu'nün Pratik Teorisi ve Yapı/Fail Tasarımı

Yapmış olduğu saha araştırmaları ve geliştirmiş olduğu kavramsal setleriyle çok yönlü bir sosyolog profili çizen Pierre Bourdieu, sosyolojisini klasik sosyoloji geleneklerinin eleştirisi üzerine kurmuştur. Sosyolojiyi bir 'ifşa' olarak gören ve felsefi temellere sahip olduğu da aşikar olan sosyolojik düşünce biçimiyle diğerlerinden ayrılan Bourdieu, toplumsal yaşamın derinliklerine gizlenmiş olan iktidar ilişkilerini ve tahakkümü açığa çıkarmayı amaçlamış ve bunun da sosyoloğun eleştirel bir tutuma sahip olmasıyla ilişkilendirmiştir. Sosyoloğun toplumsal sorunlar karşısında sorumluluk ilkesiyle hareket etmesi, statükonun sorgulanmasını sağlaması ve şeylerin açıklanması, Bourdieu'nün (2016a) bilimsel pratiklerin icrası noktasında üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. Ona göre bilimsel pratikler, menfaat içeren eylemlerden oluşmamalı, ekonomik çıkarlar bilimsel pratiklerin ortaya konmasında gözetilmemelidir (Bourdieu, 2016a, s. 25).

“Sosyoloji Bir Dövüş Sporudur” isimli belgesel serisinde⁶, sosyoloğun rahatsızlık vermesinin sebebini “Bilinçsiz kalınması istenen şeylerin bilincine varmaya zorlaması” biçiminde açıklayan Bourdieu (Carles, 2001), sosyolojiyi rahatsız eden bir bilim olarak nitelendirir. Bu anlamda; sosyoloğun en iyi yapacağı şeylerden biri, örtülü olanı gün ışığına çıkararak şimdiki zamanın derinliklerine inebilmektir (Bourdieu, 2016a, s. 88). Klasik sosyoloji geleneklerinin yöntemlerinden farklı olarak disiplinler arası bir perspektife sahip olduğu gösteren bu düşüncesi, onun yaşamı boyunca rehberi olmuştur diyebiliriz. Geleneksel anlayışların sahip olduğu makro ve mikro analizlerin sosyolojide var olan düalitesi, Bourdieu'nün 'rahatsız eden bilim insanı' edasıyla hareket ettiği bir düşünce alanını

⁶ Pierre Carles'in, Bourdieu'nün fikrî ve siyasi görüşlerini anlattığı “La Sociologie est un Sport de Combat” Belgeseli, 2001, <https://www.youtube.com/watch?v=WiUXInyZhik>

ifade eder. Bu noktada Bourdieu'nün pratik teorisinin anlaşılmasında bu düallitelere olan bakış açısı önem kazanmaktadır.

Sosyal bilimlerde Ortodoks konsensüsün gerilemesi sonucunda ortaya çıkan birey-toplum ikiliği, sosyal teoride önemli tartışmalara kaynaklık etmiştir. Kartezyenci ve işlevselci düşünce biçimlerinin toplumu öne çıkaran ve faili toplumsal süreçlerde görmezden gelen düşünce anlayışının yanı sıra buna karşı olarak eylem teorilerinin toplumsalın inşa sürecinde faili ön plana çıkaran bakış açısı, sosyolojide iki kutuplu bir alanı temsil etmektedir. Bu düallite, çağdaş sosyoloji öncesinde Karl Marx (2011), Emile Durkheim (2016), Max Weber (2011) gibi sosyolojinin kurucu figürlerinin de üzerinde tartıştıkları bir alandır ve bu alanın tekdüze bir sosyolojik bakış açısı sunduğu geçmişten günümüze tartışılalmaktadır. Toplumun salt nesnelci ya da öznelci bakış açısından değerlendirilmesi, toplumsal süreçleri açıklamada yetersiz kalınmasına ve diyalektik bir sürecin ortaya çıkmamasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla sosyal teori öznelci veya nesnelci perspektiflerin hangisine sahip olursa olsun, toplumsal olanın ilişkiel yapısını göz ardı etmesi imkansızdır (Powell ve Depeltau, 2015). Bu ilişkisellik, bir bütündür ve parçalanamamaktadır. Giddens'in da belirttiği gibi adeta "paranın iki yüzü gibidir" (Giddens, 2020, s.15) ve kapsayıcı olmayı gerektirmektedir. İşte Bourdieu de bu düşünceden hareketle, sosyal bilimlerin monist bakış açısına karşı ilişkiselliğe vurgu yapan dinamik bir kuram tasarlamıştır. Toplumsal süreçlerin inşasında diyalektik bir bakış açısını benimseyen Bourdieu, yapılara (alanlar) ya da faillerinden herhangi birine öncelik verilemeyeceğini, sosyal olanın iç içe geçmiş bir yapıya sahip olduğunu, faillerin sahip oldukları ya da bulundukları yapıları habitusları aracılığıyla dönüştürdükleri/yeniden ürettiklerini ifade ederek bu anlayışı "inşacı yapısalcılık" ya da "yapısalcı inşâcılık" adlandırmıştır (Bourdieu, 1989). Onun bu konuda en nihai amacı, objektivist ve sübjektivist bakış açılarının orta yolunu bulmaktır. Dolayısıyla onun sosyolojisi, çok katmanlı bir yapıya sahiptir.

Bourdieu'nün pratik teorisi, bilimsel araştırma sürecindeki nesnelci-öznelci ayrımının eleştirisi üzerine inşa edilmiştir. Bilimsel araştırma sürecinde nesnelliğin bilimsellikle özdeşleştirilmesi, doğa bilimlerinde ve sosyal bilimlerde tartışmalara sebep olmuş; araştırmacının değer yargıları nedeniyle araştırma nesnesine karşı

bağımsız olamayacağı iddia edilerek öznelcilik bilimsel olmayan biçiminde ele alınmıştır. 19. yüzyılda hakim bakış açısı pozitivist-nesnelci gelenek olmasına rağmen 20. yüzyılda yaşanan bilimsel gelişmeler, araştırma nesnesi-araştırmacı ilişkisine yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Bu gelişmelerin en önemli sonucu ise bilimin düşünüldüğü gibi nesnel kabullerle ilerlemeyeceği anlaşılmış ve bilimsel araştırma sürecinde nesnellik ve öznelliğin birlikteliğini destekleyen görüşler daha merkezi bir hal almaya başlamıştır (Öztürk, 2019: 823). Bu merkezi bakış açısı, Thomas Kuhn'un *Bilimsel Paradigmanın İnşası* ve Gaston Bachelard'ın *Diyalektik Akıl Yöntemi* adlı eserleriyle somutluk kazanmış, araştırma nesnesinin araştırmacının toplumsal ve kültürel bağlamlarından etkilenebileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır. Böylece araştırma sürecinde araştırma nesnesi ile araştırmacının birbirinden bağımsız ele alınamayacağı düşüncesi yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Bourdieu de bu noktadan hareketle toplumsal yapılar ve faillerin bir bütün olarak ele alınması gerektiğini belirterek düaliteleri reddeden bir pratik teorisi geliştirmiştir. Bu bağlamda Bourdieu, sosyal bilimlerdeki yapı-fail, nesne-özne, teori- pratik, mikro-makro gibi karşıtlıkları Bachelard ve diğer düşünürlerin de bu düalitelerle getirdikleri eleştirilerden faydalanarak mevcut dikotomileri aşmaya çalışmıştır (Calhoun, 2016, s. 93).

Bourdieu, farklı kuram ve metodolojilerin eksik ve artı yönlerini tartışarak kendi kuramını geniş bir spektrumla oluşturmuştur. “Epistemolojik anlayışında özellikle nesnelcilik ve öznelcilik karşıtlıklarını aşarak yeni bir eylem kuramı geliştirmeyi amaçlayan” (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 38) Bourdieu, mikro yaklaşımlara yönelerek etnometodoloji, fenomenoloji, sembolik etkileşimcilik gibi iradeciliği ve bireyselliği vurgulayan paradigmalardan yararlanmış, diğer taraftan nesnelci yaklaşımlar içerisinde ise Marksizm, işlevselcilik ve Fransız yapısalcılığı gibi makro kuramları inceleyerek toplumsal gerçekliğe ulaşmaya çalışmıştır. Gündelik yaşam pratiklerinde nesnelcilik ve öznelcilik arasında sürekli bir mücadele vardır, bu düaliteler toplumsal yaşama dair önemli tespitler ortaya koysa da toplumsal gerçekliği tek kutuplu bir biçimde ortaya koymuşlardır. Toplumsal uzamda yer alacak bu iki başlılık, ona göre denge sorunu yaratmaktadır ve uzlaşmaz bir gerçeklik ortaya çıkacaktır (Bourdieu, 1997, s. 87). Bu uzlaşmaz gerçeklik ancak toplumsal yapı ve faillerin çift yönlü bir ilişki mantığıyla uzlaştırılabilir.

Peki bu uzlaştırma mantığı nasıl gerçekleştirilebilir ? Toplumsal olanın ikiliği nasıl aşılabılır? Bourdieu, bu soruların cevabını *kopuş* kavramıyla açıklar: Nesnelci ve öznelci kopuş. Bu kopuş türlerini bilginin nesnelleştirilmesi ve öznelleştirilmesi bağlamında tartışan Bourdieu, pratik kuramını inşa ederken öznelci ve nesnelci bilgiyi birbirinden dışsallaştırmadan ilişkisel bir yönetime başvurur. Ancak ona göre, bunun için yapılması gereken ilk eylem, “nesnel yapının açığa çıkartılması ve gündelik bilgiden uzaklaşılmasıdır” (Bourdieu, 2016a, s, 58). Bu bağlamda bilimsel bilginin inşa edilmesi için gereken tavır ise nesnelci bir tutum takınmaktır. Nesnelci bilgi, öznel bilgilerin ve etkileşimlerin yaratıldığı koşulları tespit eder. Bunun sonucu olarak da bilginin inşası için gerekli olan şey, ilk olarak faillerin kendi anlayışlarından kopmasıdır (Swartz, 2011, s, 84). Görüldüğü üzere çift taraflı bir kopuşu ifade eden bu anlayış, bilginin gerçekliğini sorgulayan bakış açısını temsil etmektedir.

Bourdieu sosyolojisinde çift yönlü kopuş, yapı ve eylem arasındaki diyalektik ilişkiyi inşa etme çabasını ifade eder. Bu çift yönlü kopuş, epistemolojik bir kopuştur ve Durkheim’ın “toplumsal gerçeklik görünmeyen ilişkilerin toplamından oluşur” düşüncesinin izlerini taşır (Bourdieu, 2012, s. 352). Epistemolojik kopuşun gerçekleşmesi için önce öznelci bilgiden sonra da nesnelci bilgiden kopuş gerekmektedir. Bourdieu öznelci kopuş önerisinde; fenomenoloji, sembolik etkileşimcilik, etnometodoloji gibi failleri önceleyen yaklaşımların sunduğu bilgiyi eleştirerek faillere sınırsız öncelik vermenin tehlikeli olduğunu, bu durumun faillerin ortaya koydukları temsillerde tahakkümü pekiştirmeye neden olabileceklerini vurgular. Bourdieu’ye göre (2016a) faillere öncelik tanıyan bu yaklaşımlar, faillerin yaşadıkları toplumsal ortam koşullarından soyutlanmış bağımsız varlıklar olduğunu iddia ederler. Oysa failler toplumsal yapı veya ortamlardan etkilenen ve bu yapılardan bağımsız olmayan varlıklardır. Failler, gündelik yaşamlarında etkileşimde bulunurlarken, toplumsal yapılar tarafından etkilenirler ve buna göre pratiklerini şekillendirirler. Dolayısıyla toplumsal anlam ve gerçekliğin üretilmesi sürecinde “en bireysel eylemler (cinsellik) bile toplumsal bir niteliğe sahiptir” (Bourdieu, 2016a, s. 93). Bu durum aynı zamanda bireyselliğin ve kolektivitenin etkileşimine örnektir. Bu bağlamda toplumsal ve zihinsel yapılar karşılıklı inşa ve tekâbüliyet ilişkisi

içerisindedir (Wacquant, 2016, s, 60-61). Karşılıklı inşanın gerçekleşmesinde gerekli olan eylemlerden birisi de nesnelci kopuştur. Bourdieu, nesnelci kopuş yaklaşımında nesnelci bakış açısının failleri sınırlandıran özelliklerine odaklanır. Nesnelci yaklaşımlarda, faillerin pratiklerini sınırlayan ve e tarafından inşa edilir ve failler toplumsal anlam üretiminde edilgen bir varlıktır. Ancak Bourdieu (2015a), bu bakış açısına itiraz eder. Ona göre yapısalcılık ve nesnecilik, sadece gözlemlenebilen davranışları varsayarak söz konusu davranışları sosyal süreçlerden soyutlamaktadır. Ancak faillerin eylemleri yapılar tarafından şekillendirilse de faillerin pratikleri de yapıları inşa etmektedir. Dolayısıyla faillerin⁷ ürettikleri pratikler aynı zamanda toplumsal bir özellik taşımaktadır. Bourdieu, bu noktada toplumsal nitelikler taşıyan pratikler üzerine eleştirel düşünülmesi gerektiğini, sosyolojinin bu noktada merkezi bir öneme sahip olduğunu, sosyoloğun da düşünsel (refleksif) bir bakış açısına sahip olması gerektiğine işaret ederek sosyoloğun araştırma sürecinde araştırma nesnesiyle olan ilişkisine de dikkatini vermesi gerektiğinin altını çizmiştir (Swartz, 2011, s, 86-87). Bourdieu, bu durumu şu şekilde özetlemektedir:

“Bir taraftan sosyoloğun, bir taraftan faillerin öznel tahayyüllerini uzak tutarak nesnelci momentte inşa ettiği nesnel yapılar, öznel tahayyüllerin temelidirler ve etkileşimler üzerinde tekili olan yapısal tazyikleri teşkil ederler. Ancak diğer taraftan, bu yapıları dönüştürmeyi veya muhafaza etmeyi hedefleyen, bireysel ve kolektif gündelik mücadelelerin izahını özellikle vermek istiyorsak bu tahayyüller akılda tutulmalıdır. Bu nesnelci ve öznelci momentin diyalektik bir ilişki içinde var oldukları anlamına gelir” (Bourdieu, 2016b, s, 192).

⁷ Bourdieu, pratik kuramında fail kavramını kullanmasının nedenini *College de France Dersleri* adlı eserinde şu şekilde açıklar: “...Bana önemli görünen ve ‘fail’ dediğim ‘eyleyen özne’ ile toplumsal dünya arasındaki ilişki meselesiyle başlayacağım. Hemen ‘fail’ sözcüğünün kullanımı üzerine bir uyarı: Elbette çok da edebi görünmeyen ve bilimsel bir metinde kullanımı hep tatsız olagelmış bir sözcük bu, ama muadilleri zımni felsefelerle ve bir o kadar olumsuz anlamla yüklü. ‘Fail’, bir rolün varlığını kapsayan ‘aktör’ sözcüğüyle çelişir ve ben model-uygulama mantığına gönderme yaptığı için hiçbir zaman rol sözcüğünü kullanmam: Sanki bir partiyon varmış da aktör ezberlediği rolü uyguluyormuş gibi... ‘Aktör’ ve ‘rol’ dediğinizde, koskoca bir tarih ve eylem felsefesi devreye girer. ‘Özne’ sözcüğü ise koca bir bilinç felsefesini işin içine sokar: ‘Toplumsal öznelerin’ kendi eylemlerinin ve toplumsal dünyanın bilgisinin özneleri olduğunu söylemeye ve toplumsal dünyanın bilgisini tezli bir bilinç edimi olarak ortaya koymaya sevk eder. ‘Fail’ [agent] sözcüğünde, ‘eylem’ sözcüğünün yanı sıra belli bir kişiliksizlik söz konusudur: Bir ‘devlet görevlisinden’[agent de l’Etat] bahsettiğimizde, bir başka kişiyle ikame edilebilecek biri gelir aklımıza. Her ne kadar hayal kırıklığına neden olsa da , ‘fail’ sözcüğü sanırım gerçeğe daha uygun bir tarih felsefesine, bir eylem [felsefesine]den düşüyor. (Bourdieu, 2021, s.223)

Görüldüğü üzere Bourdieu, sosyal pratik ile yapısal pratiklerin diyalektik bir ilişki içerisinde olduğunu ifade etmektedir. Bu noktada pratik kuramının amacı, ilişkiyi düşünmeyi gerektirerek nesnel yapılarla öznel temsiller arasındaki zıtlıkların ötesine geçmektir (Harker, Mahar, Wilkes, 1990, s.3)

Bourdieu (1997), bu karşıtlığın ötesine geçme konusunda düşünümSELLİĞE ayrı bir önem atfetmektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi failler ürettikleri tarihsel ve toplumsal özellikler taşıyan pratikleriyle yapıları yeniden üretmektedirler. Sosyolog ya da araştırmacıları bu bağlamda düşündüğümüzde, sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel özellikleri olan toplumsal birer faillerdir ve araştırma sürecinde araştırma nesneleri hakkında bilgilere sahip olabilmektedirler. İşte tam da bu noktada Bourdieu için düşünümSELLİK, bir sosyoloğun ya da araştırmacının sahip olması gereken bir özelliktir ve sosyoloğun araştırma nesnesiyle olan ilişkisinde toplumsal dünyanın kodlarına maruz kalmanın getirdiği ön yargı ve yanılsamalardan kendini arındırmasıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Dolayısıyla araştırmacının sahip olduğu toplumsallığın üretim koşulları, yapıların özellikleri onun bakış açısını etkileyebilmektedir.

Bourdieu (1997), bu durumu bilimsel araştırma sürecinde tehlikeli olabilecek üç yanlılık çeşidinden bahsederek açıklamaya girişir. Birincisi, araştırmacının kimliğini oluşturan ırk, sınıf, milliyet, etnik kimliği gibi faktörlerdir. İkincisi ise araştırmacının entelektüel çevre içindeki konumu ve bu alandan sağlamış olduğu çıkardır ki bu çıkar genelde zor fark edilmektedir. Üçüncüsü ise araştırmacının farkında olmadığı ön yargılardır. Bu ön yargılar, araştırmacının ait olduğu toplumsallığından gelen temsillerdir ve bu yanlılık skolastik (entelektüel) yanlılıktır (Bourdieu, 1997; Wacquant, 2014, s. 37; Calhoun, 2016, s. 115). Diğer taraftan bu yanlılıklardan kurtulmanın yanı sıra entelektüel bir sürecin inşası da ancak düşünümSELLİKLE gerçekleşebilir. Bu bağlamda düşünümSELLİK, sosyoloğun kendi çıkarları da dahil olmak üzere rakip çıkarların bütünü ve mücadele konumlarını içeren entelektüel alanı inşa etmektir (Bourdieu, 2016b, s. 109-110). Zira bu inşa girişimi, tahakkümün ifşa etmesinde ve simgesel sistemlerin iktidarının açığa çıkarmasında bilim insanına yol gösterici bir katkı sunmaktadır. Bu katkı “ Uygun şekilde inşa edilmiş bir refleksif bir sosyolojinin bireyleri ve grupların toplumsal

belirlenimin ve tahakkümün dayatmalarından kurtarma vaadi taşıdığı iddiası, eleştirel toplumsal kuram ve araştırma alanına benzersiz bir katkıdır” (Swartz, 2011, s. 26).

Bourdieu’nün pratik teorisi, bireysellik ve toplumsallığın aşılmasında çok katmanlı bir yapıya sahip olsa da anlaşılabilir ya da karmaşık bir yapıya sahip değildir. Felsefi temellere ve argümantasyonlara sahip olan kuramsal perspektifi, bütüncül bir sosyal bilim anlayışına sahip olma isteğiyle ilgilidir. Wacquant’ın ifadesiyle “ ...Bu kadar fazla çeşitliliğin altında Bourdieu’nün yazılarına büyük bir tutarlılık ve süreklilik kazandıran belirli teorik ilkeler, kavramsal araçlar ve bilimsel-siyasal niyet bulunur” (Wacquant, 2014, s.56). Bu niyetlerini gerçekleştirmesi konusunda karşıt görüşleri uzlaştırma yoluna giden Bourdieu, indirgemeci zıtlıkların teorik perspektiflerini okumaya girer. Marx (2011), Weber (2011) ve Durkheim’in (2016) düşüncelerini birleştirmesi, sosyal olanın iktidara içkin bir yapısının olmasının yanı sıra onun gücüne yapmış olduğu vurguyu sürekli vurgulamasını ifade eder (Bourdieu, 1985). Nitekim bu statükonun ya da iktidarın sadece ekonomik değil, simgesel özelliklerinin de vurgulanması, Marx ve Weber’in Bourdieu sosyolojisinde birlikte ele alındığını gösterir. Dolayısıyla Bourdieu’nün pratik teorisi, kapsayıcı bir okumanın sonucudur.

Bourdieu, kendi kuramını inşa ederken Marx ve Weber’in düşüncelerinden faydalansa da Weberyen ya da Marksist bir ekol temsilcisi olmamıştır. Çeşitlilik arz eden sosyolojisinde klasik ve modern sosyoloji geleneklerinin çatışmalarının izleri görülür. Sosyolojide Durkheim, Marx, Weber, Mauss’un yanında Elias, Mannheim ve Goffman’ın fikirleri, fenomenoloji alanında Husserl, Heidegger ve Merleau Ponty, dil felsefesinde Wittgenstein ve Austin, Neo-Kantçı gelenekten Bachelard ve Cassirer, Levi-Strauss ve mimar Panofsky’nin Bourdieu üzerinde etkileri olan düşünürlerdir (Vandenberghe, 2012, s. 385-386) Bu etkilerden de anlaşılacağı üzere Bourdieu, tek yönlü bir kuramsal/ampirik geleneğe bağlı kalmamıştır. Öyle ki Bourdieu, “Weber’in dinsel yapıların sosyal-psikolojik kökenleri, kültürel, dini ve sosyal ritüel süreçlerinin oluşumu ve formları, bunların toplumsal dünyayla etkileşimsel cisimleşmeleri ve faillerin eylem yönelimlerini belirleyen boyutlarının çözümlemeleri” ile “Durkheim’in kolektif temsillerini, sembolik formların sosyal işlevleri ile ilişkilendirerek kendine yeni bir sıçrama tahtası oluşturur” (Palabıyık,

2011: 125). Zira bu bağlamda yararlandığı ve zaman zaman eleştiriye tabi tuttuğu karşıt görüşleri hangi bağlamda ele aldığı konusu, onun pratik teorisinin arka planını anlamamızda yardımcı olacaktır.

Bourdieu'nün pratik teorisi incelendiğinde yukarıda da belirtildiği üzere klasik olarak adlandırılan sosyoloji gelenekleriyle yakın bağı olduğu görülür. Onun pratik teorisini çerçeveledirirken yararlandığı en önemli kuramlardan biri Marksist teoridir. Toplumsal süreçleri açıklama konusunda kültürel süreçlerin üretim ilişkilerinde yer almaması, onun Marksist teoriye yönelttiği eleştirilerin başında gelir. Bourdieu (1984), toplumsal varoluşun sadece ekonomiye indirgenemeyeceğini dolayısıyla toplumsal varoluşun Marksist teorideki altyapı ve üstyapı ögelerine ayrılabilceğı ve bu ögelerin birbirinden bağımsız süreçler oldukları düşüncesine karşı çıkmaktadır. Toplumsal süreçlerde ekonomi kadar kültürel süreçler de etkilidir. Altyapı ve üstyapı hiyerarşik bir yapıdan ziyade bir bütün olarak kavranmalıdır çünkü gündelik yaşantımızda ekonomik süreçlerin içkin olduğu kültür, ideoloji, din, siyaset ve eğitim gibi farklı üretim süreçleri de söz konusudur. Diğer taraftan Bourdieu'nün Marksist teoriye yönelttiği diğer eleştirilerden biri de toplumsal sınıflar konusudur. Ona göre, Marx toplumsal sınıfları nesnel özellikleriyle ele alan bilimselci teori ile bu nesnel yapıyı dönüştürebilecek bir sınıflama mücadelesini bütünleştirememiştir (Bourdieu, 2021, s.81-82). Bu eksiklik, mekanik ve belirlenimci süreçlerden sonra gelen devrimci teori ile yaşanan bocalamadan kaynaklanmaktadır ve bu iki bağımsız süreç birbirlerine eklemelenmemiştir. Bourdieu'ye göre Marksist teoride toplumsal sınıflar, mekanik, sabit ve dirençli üretim ilişkilerine sahip bir biçimde konumlanır ve kendiliğindenci iradi eğilim bu konumlanma karşısında yetersiz kalır. Bourdieu, toplumsal deneyimlerin önemine atıfta bulunarak bu düşüncesini nesnelci kopuş olarak adlandırır ve bu karşıtlığı emek bağlamında şu şekilde açıklar:

“Benim çabam, özünde, kopuşu tekrar tekrar gerçekleştirmeye çalışmak ve karşısında gerçekleştirildiği yaşanmış deneyim ya da pratiğı işin içine dahil ederek bu kopuşu aşmaya çalışmak oldu. Emek konusuna gelecek olursak, emeğin bütüncül, yani hem nesnel hem de öznel gerçekliğini, Marksist gelenekte olduğu gibi nesnel gerçekliğine, yani artı artı-değer üretimine indirgemek demek, aslında emeğin artı-değer üretimi olarak nesnel gerçekliğini yanlış

tanımının [meconnaissance] bizzat emeğin nesnel gerçekliğinin bir parçası olduğunu unutmaktır. Eğer emeğin bütüncül gerçekliği, Marx'ın emek hakkında söylediği şey olsaydı, herkes Marksist olurdu ve politik çözümleme yapmaya gerek kalmazdı. Bu nedenle, nesnecilik ile kendiliğindencilik arasındaki başta tanımladığım karşıtlık, genellikle bilim insanı/aktivist karşıtlığıdır” (Bourdieu, 2021, s.83-84).

Yukarıdaki alıntıda da görüldüğü üzere Bourdieu, Marksist teorideki nesnelci sınıflandırmaya pratiği dahil ederek toplumsal sürecin doğasını iradi eylem bakış açısıyla açılar. Nesnelci bir tanımlamayla toplumsal sınıf ve süreçlerin statik bir yapı olarak gören nesnelci bakış karşısında pratiğe vurgu yaparak ona toplumsal bir anlam yüklemektedir. Zira ona göre pratik, “Bir kimsenin başka bir kimseyle somut bağlamda bazı şeyler yapıp etmesi yani toplumsal bir eylem içinde olmasıdır” (Jarvinen, 2011, s. 352). Böylece failer toplumsal gruplara ve sınıflara içkin bir varlık olarak sahip olduğu özellikleri ve yatkınlıklarıyla toplumsal etkileşim süreçlerine dahil olmaktadır.

Bourdieu'nün Marksist kuramla olan ilişkisi, sermaye kavramını ele alışıyla yeni bir boyut kazanır. Marx'ın sermaye konusundaki ekonomik indirgemeciliğine karşı bir duruş sergileyen Bourdieu, sermayenin ekonomik boyutunun yanı sıra kültürel, simgesel, sosyal boyutlarını da bu kavrama eklemleyerek toplumsal yaşamda elde edilen sermaye çeşitleri arasındaki ilişkilere odaklanır.⁸ (Bourdieu, 1986) Faillerin bireysel yatkınlık ve eğilim setleriyle toplumsal ilişkilerin ortak bir üretimi olan sermaye, failin toplumsal konumdaki yerini belirleyerek iktidar ilişkilerinin seyrini belirlemektedir. Bu sermaye türlerinin tamamı hem biriktirilebilir hem de birbirlerine dönüştürülebilme niteliklerine sahiptir (Bourdieu, 1986, s. 245). Bireylerin toplumsal yaşamda sermayelerini biriktirmeleri kendi konumlarını ve çıkarlarını korumasını, sınıfsal özelliklerini yükseltmelerini ifade eder. Böylece sermaye Bourdieu'nün pratik kuramında, işlevsel bir biçimde sosyal alanda bulunan failerin görece konumlarını açığa çıkarmaya yarar (Jaurdin ve Naulin, 2016, s.105). Toplumsal uzamı şekillendirme gücüne sahip olan bu sermaye türleri, toplumsal iktidarın ve tahakkümün belirleyici ögesidir. O nedenle sermayelerin kültürel, sosyal,

⁸ Sermaye türleri tezin bilimsel sistematğinde yer aldığı için bu bölümde ayrıca açıklanmayacaktır.

simgesel özellikleri pratik teorisinde toplumsal sınıfların çeşitli araçlara sahip olmak için ürettikleri bir mücadele aracıdır denebilir.

Bourdieu, Marx'ın (2011) ekonomik indirgemeciliğini aşarak toplumsal sınıfların sosyal, kültürel ve simgesel özelliklerinin de olduğunu göstermek için Max Weber'in (2011) sosyolojisine yönelir. Bourdieu; din, kültür ve ideoloji gibi simgesel sistemlerin toplumsal/sınıfsal eşitsizliklerin üretilmesi ve tahakküm kurulması gibi toplumsal işlevleri olduğunu iddia eden Marksist teoriyi kabul etse de (Swartz, 2011, s. 61) toplumsal yaşamın simgesel boyutunun maddi unsurlardan doğmadığını ifade ederek toplumsal hayatın maddi ve simgesel unsurlarını bir bütün olarak tasarlar ve Weber'in dini iktisat modelini örnek alır. Weber'in *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (1905) adlı eserinden etkilenen Bourdieu'ye göre (2015), Weber dinin iktisadi yönüyle dinin materyalist analizini genişleten bir siyasal iktisat modeli oluşturmuştur. Ona göre, materyalist kuramın spiritüalist kurama bıraktığı alanlara materyalist düşünceyi taşıyan kişi bizzat Weber'dir (Bourdieu, 1990, s. 17). Marx'ın tahakküm ve iktidar aracı olarak tanımladığı devlet kavramını Weber'in kavramlarıyla birleştiren Bourdieu (2016b, s. 77), devletin meşru güç olarak görülmesinin yani bireylerin üzerinde sağlanan tahakkümün meşrulaştırılmasında bireylerin de etkisi olduğunu ifade eder. Görüldüğü üzere Bourdieu, materyalist kuramın kitleler içindeki bireyleri edilgen bir konuma hapseden bakış açısına karşın bireyi aktif bir konuma yerleştirir. Swartz'a göre (2011), Bourdieu tahakküm kavramını Weber'den almıştır ve sembolik gücün aynı Weber'in teorisinde olduğu gibi dini gelenekler içerisinde nasıl kutsallaştırıldığını göstermeye çalışmıştır. Bu çaba, iktidar ve tahakküm ilişkilerinin açıklanmasında, sınıfların oluşmasında sadece ekonomik etkenlerin olmadığını ispatlama çabasıdır. Böylece Bourdieu, Marx (2011) ve Weber'in (2011) teorilerini birleştirerek yapı ve failin pratikleşme sürecinde birbirini etkilediğini dile getirir.

Bir bilimsel araştırma nasıl yapılır ? Toplumsal gerçeklik nasıl oluşturulur ? Öznelci ve nesnelci düalliteye düşmeden nasıl araştırma yapılabilir ? Bu sorular gibi pek çok sorunun cevabını arayan Bourdieu, tek bir metodoloji ya da kuramın peşinden gitmemiş ve ilişkisel bir yöntem anlayışı benimsemiştir. Epistemolojik açıdan üretilen bilgiye her zaman şüpheci bir yaklaşımla eğilen ünlü düşünür,

metodolojik açıdan kuram-empirizm d  alitesine de karşı çıkararak bilimsel araştırmalar sürecinde salt teorik ya da empirik yaklaşımın doğru bir yaklaşım olmayacağının altını çizmektedir. Ona göre, soyut kavramlar empirizmle açıklığa ulaşırken en küçük empirik işlem bile kuramsal seçimlere sahiptir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 35). Zira araştırma sürecinde ortaya çıkacak olan sosyolojik pratik, kuramsal yaklaşımın g  zlemciliğinin sonucunda açığa çıkarılacak yapıların ve empirik yani sadece görünenin ele alındığı pozitivist düşüncenin sentezlenmesi sonucunda oluşacaktır. Onun bu düşüncesinin ortaya çıkışında Fransız entelektüel çevreleri etkili olmuştur. Kuramın kendine gönderme yapan ve kapalı bir alan olmasının yanı sıra bu kapalı alanın sürekli   d  llandiren entelektüel çevrenin varlığı, Bourdieu'nün empirizme olan mesafesinden kaynaklanmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 31). Dolayısıyla Bourdieu'nün metodolojisi, eleştiri getirdiği ve sentezlediği kuramlar da olduğu gibi tek yönlü değildir.   alışmalarında farklı yöntemleri kullanan ünlü sosyolog, gözleme ve istatiks  el verilere önem vermektedir. Örneğin; *Ayrım* isimli çalışmasında istatiks  el analizlere, *Bekarlar Balosu* adlı eserinde etnografik gözlem ve görsel analizlere yer vermesi, onun metodolojik kimliğinin ilişkiselci bir yaklaşıma sahip olduğunu göstermektedir. Bourdieu'n  n bu yaklaşımı, çoğulcu bir yöntembilim anlayışının yaygınlaşmasına katkı sunduğu gibi bilimsel araştırmaların güvenilirliğini ve test edilebilirliğini de gündeme taşımaktadır.

Bourdieu'n  n hem pratik teorisinde hem de metodolojik yaklaşımında ilişkiselliğe vurgu yapması, bireylerin ve toplumsal yapıların i  i e geçmiş birer yapı unsuru olmalarıyla ilişkili bir durum olup hem bireyselci hem de yapısalcı yaklaşımları diyalektik bir analiz düşüncesi oluşturma arzusuyla bağlantılıdır. Bourdieu (2020), *genetik yapısalcılık ya da yapısalcı inş  cılık* olarak nitelendirdiği pratik kuramı için sosyal teoride var olan karşıtlıkları aşmayı ve sosyal hayatın d  ş  n  msel bir yaklaşımını kurmaya çalışan bir girişimdir denebilir. Bu pratik teorisinin merkezinde ise habitus, sermaye ve alan kavramları vardır (Postonee, Lipuma, Calhoun, 1993, s. 4). Bourdieu'nün “alet çantam” (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 35) olarak tanımladığı bu üç kavram, onun pratik teorisinin ana hattını oluşurmaktadır. Toplumsal faillerin sahip oldukları yatkınlıklar, eğilim setleri ve alışkanlıkların bir birleşimi olarak görebileceğimiz habitus, toplumsal uzamda

faillerin konumunu ve failler arasındaki mücadelelerin gerçekleştiği alan, alanlarda/yapılarda iktidar ve tahakküme sahip olabilmek için kullanılan sermaye Bourdieu'nün sosyolojisinin temel hatlarını oluşturmaktadır.

2.3. Habitus Kavramı

Bourdieu sosyolojisinde (2015a) pratik kuramının anlaşılır kılınmasını sağlayan anahtar kavramlardan birisi habitustur. Toplumsal hayatın nesnelci ve öznelci boyutlarının birbirinden ayrılmayan bir yapı olduğunu savunarak yapı-eylem, makro, mikro gibi geleneksel sosyolojide var olan düalizmleri aşmaya çalışan Bourdieu (1990), pratik kuramının merkezi kavramı olan habitusla yapısalcı ve öznelci felsefe arasındaki yanlış ayırmadan kaçınmaktadır. Bourdieu, Ortodoks Marksizm'deki ekonomik determinizme karşı çıkarak toplumdaki güç ve tahakküm ilişkilerinin işleyişini ve sürekliliğini habitus kavramıyla açıklamaya çalışır. Ancak bu kavram, Bourdieu'nün sosyolojisinde tek başına bir şey ifade etmemekte olup alan ve sermaye kavramlarıyla beraber okunması gereken bir kavramdır. Bourdieu'nün kendi ifadesiyle bu kavramları “açık kavramlardır” ve bu açık kavramlar pratik alanlarda sürekli yeni açılımlara ve revize edilmesi muhtemel kavramlardır (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 80). Bu yönüyle Bourdieu, çalışmalarında habitus kavramını zaman zaman yeniden formüle etmiştir. Bourdieu'nün alet çantasındaki başvuru kavramlarından biri olan habitus, onun diyalektik perspektifini yansıtan, düşünsel ve felsefi yönünün ayrılmaz bir bileşenidir. Habitus, Bourdieu'nün sosyolojisinden önce farklı formülasyonlara ve tanımlamalara sahip bir kavramdır. Bu bağlamda habitusun tarihsel süreci ve Bourdieu sosyolojisindeki tarihsel konumu, onun pratik kuramının ilişkisel yönünün açığa çıkarılmasında ve açıklanmasında önemli bir yere sahiptir.

Habitus kavramı, Bourdieu'nün sosyolojisinde temel bir bileşen olmadan önce çeşitli düşünür ve felsefecilerin kullandığı bir kavramdır. Habitus kavramı ilk olarak, Aristoteles'in *hexis* kavramıyla ilişkilendirilmiş ve bu kavramın tercüme edilmesinde kullanılmıştır (Bourdieu, 2016c, s. 162). Habitus kavramı , Latince *hexis* kavramına karşılık gelmektedir ve Aristoteles *Nikhomakhausa Etik* adlı eserinde *hexis*'i huy olarak nitelendirmiştir. Ancak bu huy insanların isteklerini, arzularını ve davranışlarını yönlendiren ahlaki karakterin eğitimle elde edilmesini ifade etmektedir (Aristoteles, 2014, s. 232). Diğer taraftan klasik sosyolojinin kurucu

figürlerinden olan Emile Durkheim *Fransadaki Pedagojik Evrim* adlı eserinde (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 42), Marcel Mauss *Bedenin Teknikleri Üzerine* isimli yazısında ve Hegel, Veblen gibi düşünürlerin eserlerinde de habitus kavramına değinildiği görülmektedir. Mikro teoriler içerisinde yer alan fenomenolojinin temsilcilerinden biri olan Alfred Schutz ve onun öğrencisi olan Norbert Elias'ın da çalışmalarında da habitus kavramına rastlanmaktadır (Wacquant, 2016, s. 65). Farklı dönemlerde habitus kavramını farklı anlamlar içerecek şekilde kullanan düşünürlerin aksine Bourdieu, habitus kavramını yeniden temellendirir. Habitusun toplumsal pratiğin oluşumundaki etkisini alan ve sermaye kavramlarıyla çerçevelemeye çalışarak toplumsal hayata uyarlamaya çalışan Bourdieu, habitusun yapı-fail karşılığında bireyin eylemlerine yön vermesine odaklanmıştır.

Bourdieu'nün habitus kavramıyla tanışması, ilk olarak Ervin Panofsky'nin çalışmalarıyla olmuştur. Panofsky, *Gothic Architecture and Scholasticism* isimli çalışmasında, skolastik düşünce geleneğinin hakim olduğu eğitim sisteminde Gotik mimarların Skolastik düşüncenin prensiplerini benimsediklerini ve bunu eylemleri aracılığıyla aktardıklarını tespit etmiştir. Bourdieu, Panofsky'nin zihinsel alışkanlık ve alışkanlık oluşturan güç kavramlarından yararlanarak habitusu eylemi üreten bir yapı olarak tanımlamıştır (Swartz, 2011, s. 146). Panofsky'nin mimari alanda eylemlerin kaynağı olarak gördüğü habitus, faillerin zihinsel kapasitelerinin ve düşünce tarzlarının ortaya çıkmasını sağlayan bir formdur. Bourdieu'nün faillerin eylemlerine yön veren ve eylemlerin nedenselliğini açıklamada başvurduğu bu kavramı, eğitim ve din aracılığıyla elde edilen ve bireylerin mesleklerine, sanatsal alanlarına yansıyan bir kavram olarak değerlendirmiştir (Jourdain ve Naulin, 2016, s.42; Bourdieu, 1999, s. 281). Bu bağlamda habitus, toplumsal yaşantımızın her köşesinde eylemlerimizin yönünü tayin edebilecek bir yapıyı ifade etmektedir. Zira habitus, failin toplumsal yaşantısında hareket edebilmesini sağlayıcı işlevleri yerine getirerek failin toplumsal yatkınlıklarını yapılaştıracı bir görev görmektedir.

Bourdieu, habitus kavramını ilk defa 1960 yılında Cezayir'deki çalışmasında kullanmıştır. Bu çalışmasında habitusu, “Yapılanmış ve nesnel bir biçimde birleştirilen pratiklerin oluşturucu temeli olarak işlev gören kalıcı ve birbirine tercüme edilebilen yatkınlıklar sistemi” şeklinde tanımlayan Bourdieu (1979, s. 12),

habitusu ilerleyen çalışmalarında zaman zaman revize ederek yeniden tanımlamıştır. Pratik kuramını tasarladığı çalışmasında ise habitusu dinamik bir yapı olarak görmüş ve “Şemaların benzer şekilde şekillendirilmiş sorunların çözümüne izin veren analogik transferi sayesinde, geçmiş deneyimleri bütünleştirerek her dakika, bir algı, anlama ve eylem matrisi olarak çalışan ve sonsuz çeşitlilikteki vazifede başarıyı mümkün kılan bir sürekli, dönüştürülebilir eğilimler sistemi” olarak tanımlamıştır (Bourdieu, 1977, s. 82-83). Tanımlamalara bakıldığında faillerin eylemlerine yön veren içselleştirilmiş nesnel yapıların varlığı ön plana çıkmaktadır. Habitusun kendisi bir yapıdır ve bu yapı rastgele oluşturulan bir yapı olmayıp sistematik olarak düzenlenmektedir. Bourdieu, habitusun pratikleri sınıflandıran yapılandırıcı yapı olduğu gibi yapılandırılmış yapı olduğunu da vurgulamaktadır (Bourdieu, 1984, s. 170). Söz gelimi, habitus yapılandırılmış yapıların içerisinde var olurken diğer taraftan da yapıları yeniden yapılandırmaktadır. Bu bağlamda habitus, bilişsel olmasının yanı sıra bedenselleşebilen, kalıcı olmasına rağmen uyarlanabilir, üretici ve yaratıcı olmakla beraber yeniden üretici, başkalarına aktarılsa da belirli toplumsal pratiklerin ürünü olan bir özelliğe sahiptir (Swartz, 2011, s. 145). Söz gelimi habitus, toplumsal pratikleri inşa ettiği gibi oluşturduğu pratikler tarafından yeniden yapılandırılmaktadır. Habitusun yapılandırılan özelliği, failin geçmiş yaşantısı, aile geçmişi, yetiştirilme stilleri, eğitim düzeyi ve durumu ile geçmiş ve gelecek arasındaki mevcut durumunu ifade ederken; yapılandırıcı özelliği ise failin mevcut durumunu ve gelecekteki pratiklerini inşa eden özelliğini ifade eder. Zira bu yapı; beğeniler, pratikler, algılar sistemi üreten şeydir (Grenfell, 2008, s. 51). Görüldüğü üzere habitus, faillerin duygu, düşünce, bakış açısını şekillendiren ve bu şekillendirme sonucunda faillerin gerçekleştirdikleri pratikleri biçimlendiren bir araçtır. Bu araç, toplum-birey karşılığında

Habitus, toplumsal gerçekliğin toplum ve birey ikiliğine indirgenmiş yapısını aşmaya yönelik geliştirilmiş bir mekanizmadır. Bourdieu’ye göre (2016b), sosyal teoride var olan toplum-birey çatışması, bu iki öge arasında bağıntılar kurularak aşılabilir. Failin yaşantısını aile, okul, ideoloji, vb. toplumsal yapılar ve kodlamalar etkilese de failler habitusları aracılığıyla bu inşa sürecini bireysel olarak etkileyebilmekte ve bu süreci yeniden üreterek geleceğe taşımaktadır. Bourdieu (1990, s.65), bu noktada eylemi merkeze alarak şu soruya cevap aramaktadır: “ İnsan

davranışları kurallara bağlı olmaksızın nasıl düzenli bir biçime gelir ?”. Bourdieu, bu sorunun cevabını klasik sosyolojide var olan toplumsal gerçekliğin aynı anda failin içinde ve dışında, zihinlerde ya da şeylerde var olabileceği düşüncesinden hareketle cevaplamaya çalışır. Bourdieu, bu durumu şöyle örneklendirmiştir: “İnsanın varoluşu ya da bedenleşmiş toplumsallık olarak habitus, dünyayı belli bir dünya olarak var eden şeydir. Pascal’ın dediği gibi, ‘Dünya beni içeriyor ama ben onu anlıyorum’. Şu hâlde toplumsal gerçeklik iki kez var olur: Şeylerde ve beyinlerde, alanlarda ve habituslarda, eyleyicilerin içinde ve dışında. Ayrıca habitus, ürünü olduğu bir toplumsal dünyayla ilişkiye girdiğinde sudaki balık gibidir: Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar.” (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s.118). Örnekte de görüldüğü üzere habitus, bireylerin toplumsal uzamında bireysel ve toplumsal açıdan merkezi bir konumdadır. Dolayısıyla habitus, biyolojik olarak var olan faili toplumsal olarak düzenleyerek eylemlerdeki sürekliliği sağlayan bir mekanizmadır:

“Habitus, bir anlamda bireyin karakteristik eylem eğilimleri seti olarak ortaya çıkar. Bu eğilimleri toplumsal düzen içindeki konumlara uygun kılan bir sosyal süreç vardır (başka bir ifadeyle, kişi statülerine uygun roller oynamayı öğrenir). Ancak habitus bundan daha fazlasıdır; kurumlar ve bedenler arasındaki buluşma noktasıdır. Yani o, biyolojik bir varlık olarak her bireyi sosyo-kültürel düzene -farklı hayat oyunları anlamlarını koruyacak, oyunu sürdürebilecek biçimlerde- bağlayan temel formdur” (Calhoun, 2016, s. 104).

Habitus, tanımlamalarda da görüldüğü üzere toplumsal eyleyicilerin toplumsal yaşamda elde ettikleri toplumsal tecrübelerin ürünüdür ve toplumsal eyleyici olarak faillerin zihinlerinde var olan sınıf, etnik kimlik, dil gibi kalıcı eğilim setlerini ifade etmektedir. Bu eğilimler bedende somutlaşmakta ve böylece habitus toplumsal pratiklerin hafızası konumuna gelmektedir. Diğer bir ifadeyle “habitus, somutlaşmış, bedene dönüşmüş olan toplumsallıktır” (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 118-119). Bu toplumsallık, hatırlatıcı bir mekanizma olan habitusun bilişsel ve bedensel yönlerinin toplamıdır.

Habitus, tarihsel eylemlerin bir toplamı olarak failler tarafından üretilir ve bu üretim süreci tarihsel şema ve algılarla benzerlik taşıyarak bedende somutlaşır.

Bourdieu, habitusu hatırlatan bir araç olarak bedenin zihinsel süreçler kadar önemli olduğunu ve bedenin failin sosyal dünyasında ilişkilendirici bir bağlantı olduğunu ifade eder. Ona göre “ bedensel hexis, devamlı bir duruş, konuşma ve böylece hissetme ve düşünme tarzı olan sürekli eğilimlere göre gerçekleşen somutlaşan ve dönüşen politik bir mitolojidir. Bu şekilde somutlaşan ilkeler bilincin kavrayışının ötesinde yer alır, ve böylece bilinçli, kasıtlı bir değişimden etkilenmez, açık hale gelmez” (Bourdieu, 1977, s. 93-94). Görüldüğü üzere fiziksel hareketler, eylemler ve duruşların şekillendirilmesi habitusun yaratıcı bir form olarak bedende somutlaştığını ifade etmektedir. Failler arasındaki biyolojik farklılıklar, failerin toplumsal dünyayla ilişkilerini ifade eden duruş ve stil farklılıklarıyla daha da artmakta ve sembolik bir özellik kazanmaktadır. Bir gencin punk kültürüne ilgi duyması sonucunda punk kültürünü yansıtabilecek giyim tarzını benimsemesi ya da herhangi bir kamu kurumunda işe başlayan birisinin kurumun kurallarına bağlı olarak giyim tarzını düzenlemesi habitusun bedende cisimleşmesine örnektir. Dolayısıyla beden biyolojik farklılıklarla sosyo-kültürel özelliklerin birleştiği bir sosyal uzamdır. Diğer bir ifadeyle beden, sosyo-kültürel özelliklerin somutlaştığı bir formdur.

Habitus, sosyo-kültürel pratiklerin sürdürülmesinde bireye kendine özgü eylem biçimleri kazandırır. Habitus, bireye kalıcı yatkınlıklar ya da eğilimler kazandırmaktadır ve eylemleri içselleştiren failler değişime karşı direnç gösterebilmektedirler. Bu bağlamda, sosyal ve ekonomik çevre koşullarında radikal bir değişim olmadığı sürece failler sosyalleşme süreçlerinde sahip oldukları eğilimleri ve toplumsal konumlarını korumaya yatkındırlar (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 43). Faillerin sosyal dünyalarında çok farklı değişimler olsa da habitusun fazla içselleştirilmesinden dolayı faillerin değişime karşı durarak kendi habituslarına bağlı olarak davranışlarını sürdürebileceğini ifade eden Bourdieu (2016c, s.135), bu durumu “histerezis” (hyteresis) etkisi olarak tanımlar. Bourdieu, bu söylemiyle habitusun sadece yapısalcı bir mekanizma olduğu eleştirisiyle karşı karşıya kalmıştır (Jenkins, 1992). Ancak Bourdieu, habitusun değişime uğrayabilen bir dinamik yapı olduğunu, determinist bir yapıya sahip olmadığını altını çizer. Söz gelimi habitus, mekanik ve kendi kendini üreten bir yapı değildir ve nesnel düzenliliğe sahiptir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 112). Ancak habitus, alışkanlıkla aynı şey değildir. Alışkanlık, statik bir biçimde faillerin eylemlerini sistemli bir düzene sokarken,

habitus kendi kendine tekrarlanan bir mekanizmadan fazlasıdır. Habitus, tarihsel koşulların bir ürünü olarak sürekli değişim halindedir ve faillere özgün bir tarz sunar. Dolayısıyla “habitus, geçmiş tecrübelerle dayalı strateji-üretici bir ilkedir ve faillere çeşitli görevleri yerine getirebilmek ve değişen durumların üstesinden gelebilmek için belirli bir mizaç ve eğilim kazandırır” (Tatlıcan ve Çeğin, 2014, s. 317). Diğer bir ifadeyle habitus, yaratıcı bir kendiliğe sahiptir, var olan ya da beklenmedik koşullarda eylemleri yaratıcı bir biçimde üretmektedir. Kendi dinamiğine sahip olan habitus, “var olan koşullarda dolaysız ve anında belirlenime nazaran mevcut durumlara uygun formlar üretebilecek belirli bir bağımsızlığa sahiptir” (Bourdieu, 2015b, s. 250). Bourdieu, bu yaklaşımıyla toplumsal eylemin oluşumunda habitusun etkili olduğunu ve öznelin içinde toplumsal olduğunu belirterek habitusun bir sistem olduğunu şu sözlerle ifade eder:

“Habitus, aslında maddi varoluş koşullarının dayattığı belirlenimlerin tüm etkilerini üretici bir ilkenin kökensel olarak sentetik birliğinde toplar (ki bunun etkinliği zamanda ilerlendiği ölçüde, önceden maruz kalınan şekillenme ve bilgilenme eyleminin bıraktığı etkiye daha da bağımlı hale gelir). Habitus bedene işlemiş sınıftır (cinsiyet veya yaş gibi toplumsal olarak şekillendirilmiş iyelikleri içinde barındıran) ve kuşaklar arası ya da kuşak içi tüm yer değiştirmelerde, zamanın belli bir anında nesnelleştirilmiş sınıftan (iyelikler, vasıflar, vb. biçiminde) ürünü olduğu ve yeniden gündeme getirildiği koşullarda az ya da çok farklılaşan maddi varoluş koşullarını, gündeme geldiği farklı bir hali de devam ettirmesiyle ayrılır -etkileri bakımından-. Varoluşları boyunca eyleyiciler üzerinde etki eden belirlenimler bir sistem oluşturur; bu sistem içinde global hacmi ve yapısı bakımından belirlenen, sahip olunan sermaye ve üretim ilişkileri bağıntılı konumu gibi etmenler baskın ağırlığa sahiptir. (meslek ve örneğin çalışma koşullarının, iş ortamının tesiri gibi meslekle bağlantılı bütün belirlenimlerle saptanan)” (Bourdieu, 2015c: 634-635).

Peki toplumsal uzamda faillerin eylemleri, faillerin tamamen bilinçli ve hesaplanabilir tasarılarının bir sonucu mudur yoksa tamamen dışsal yapıların içselleştirilmesi sonucunda mı inşa edilmektedir? Bu sorular, eylemlerin gerçekleştirilmesinde hangi faktörlerin etkili olduğunu ortaya çıkarmaya yönelik sorulardır. Failler, kendi stratejilerine üstün gelen dışsal kurallara uyarak eylemlerini

oluştursalar da bu kurallar her zaman etkili olmaz. Bireyler eylemlerini planlı bir biçimde gerçekleştirmezler. Eylemler planlı ve hesaplanabilir bir süreç sonucunda değil, faillerin toplumsal dünyanın kurallarını yerine getirmeyi sezdiklerinde bilinçli olmadan hareket ettikleri bir sürecin sonucunda oluşur. ((Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 32). Bourdieu (2016b) bu noktada, rasyonel eylem kuramının faillerin pratiklerini üretmelerinde akılcı hesaplama başvurdukları düşüncesine karşı çıkarak faillerin pratik sürecinde çoğu zaman yapması gerektikleri şeyleri yaptıklarını belirtir. Öyle ki habitus, önceden planlanmış bir niyetlilik değildir, bireyin toplumsal koşullar karşısında farkında olmadan hareket etmesini sağlayarak gerekli doğaçlamaların açığa çıkmasına imkan tanır. Bu bağlamda habitus, “bilinçlilik ya da farkındalık gerektirmeyen bilme biçimlerinin, planlı olmayan niyetliliğin, bireyin net bir şekilde ifade etmeden de geleceğe yönelmesine izin veren dünyadaki düzenliliklere pratik hakimiyetin prensibidir” (Bourdieu, 2015c, s. 254). Failler, bu pratik hakimiyetin bilinç sayesinde gerçekleştiklerini düşünürler fakat bu hakimiyetin eylemlerin ya da pratiklerin işleyişinde habitusun bilinçteki etkisiyle oluştuklarını bilmezler. Nitekim habitus, bu yönüyle bilinç dışı bir işleyişe sahip, faillerin bilinçsiz bir bilgiye sahip olmasının temel prensibidir.

Habitus, faillerin belirli ya da beklenmedik koşullarda stratejiler üretmesine olanak sağlar. Bu stratejiler, benzer varoluş koşullarını taşıyan failler tarafından paylaşılabilmektedir. Yani bir fail aynı varoluş koşullarına sahip başka bir faille benzer stratejiler üretebilmektedir. Faillerin stratejilerini benzer koşullarda oluşturmaları, benzer eğilimler taşıdıklarını göstermektedir. Bourdieu’ye göre (2016b, s. 165) , farklılaşmanın arttığı toplumlarda belirli bir sınıfa mensup olan failler aynı habitusa sahiptir ve bu durum habitusa içkin bir özelliktir. Diğer bir deyişle, habitus nesnel koşulların veya yapıların bir ürünü olarak faillerin eylemlerinde uyum sağlamaktadır. Dolayısıyla nesnel bir yapıyla kuşatılmış faillerin bireysel veya kolektif eylemleri sınırlandırılmakta ve ortak eylemlerin sonucu olarak bir sınıf habitusu oluşmaktadır. Böylece habitus, aynı gruba veya sınıfa mensup üyeler tarafından paylaşılan içselleştirilmiş yapıların öznelliğe sahip olmasına rağmen bireysel olmayan bir sistemdir. Bu sistem, nesnel uyumun sağlanmasını kolaylaştırarak faillere ortak bir dünya görüşü sunar. Dünya görüşlerindeki bireysel bakış açısıyla pratiklerin faillerin dışında kalma özelliğinin yer değiştirmesi

habitusun bir sistem olarak kurulumunu ifade eder (Bourdieu, 2016c, s.172-177). Bu bağlamda habitus, toplumsal uzamda farklı alanlarda yer alan failleri aynı sınıf içerisinde toplayabilmektedir.

Bourdieu, benzer sosyal yaşam standartlarını ve sahip olunan yatkınlıklar sistemini elinde bulunduran bütün failleri “toplumsal sınıf” olarak nitelendirir (Swartz, 2011, s. 215). Bu açıdan toplumsal sınıf, aynı habitusu paylaşan faillerin topluluğu olarak tanımlanabilir. Sınıf habitusu, eğitimde başarı elde etmeyi mümkün kılan ana etkenlerden biridir. Eğitim alan bireylerin sahip olduğu kültürel bilgi, sosyal eşitsizliğin sürekliliğini sağlayan bir araç olarak bulunur (Swartz, 2011, s. 275).

Habitusun sınıfsal bir özelliğinin bulunması, failin geçmiş tecrübeleri ve daha önceden edinilmiş olan toplumsal eğilimlerin içselleştirilmesiyle de yakından ilişkilidir. Örneğin, akademisyen bir aileye mensup olan bir çocukla sporcu bir ailenin çocuğun eğilimleri ve yatkınlıkları arasında farklılıklar olacaktır. Bu durum, sınıfsal farklılıkların ortaya çıktığı sınıfsal bir habitusun varlığına işaret etmektedir. Söz gelimi habitusun yapılandırıcı işlevi, failin sosyal sürecine etki ederek onun sınıfsal özelliklerini yeniden üreterek sınıfa uyumunu sağlar. “Sosyal ilişkilerin yapılandırılması ile bir toplumun kültürü arasında köprü işlevi gören” (Jenks, 2001, s.132) habitus, toplumsal sınıfların beğeni ve ayırım eğilimlerinin haritasını oluşturur. Bourdieu, habitus ve sınıf habitusunu tanımlarken beğeni yargısının da sınıfsal yönüne vurgu yapar. Bourdieu, eğitimin zevk ve beğeni yargısını yapılandırıldığını, eğitim hayatının ise ailelerin maddi koşulları etrafında belirlendiğini göstermeye çalışır (Turner ve Elliot, 2017: 457). Örneğin, üst sınıf ailelere ya da okullara mensup bir fail, alt sınıftakilerden daha farklı bir eğitim sürecine tabi olacaktır. Bu nedenle kolektif bir bilinç biçiminde yapılandırılan habitus, “kapsadığı bireylerin dünyayı benzer biçimde sunmaları, belirli tarzda sınıflama ve seçim yapmalarında bilişsel ve duygusal kılavuzluk sağlamaktadır” (Çeğin ve Göker, 2015, s. 18-19). Fail, ait olduğu sınıfın eğilimlerini, tutum, tarz ve davranışları geleceğe aktaran sınıfsal bir fail konumundadır. Dolayısıyla faillerin eş seçiminden anne-baba rolüne kadar toplumsal yaşama ait sahip olduğu tüm pratikler, faillerin sosyal uzamdaki konumlarına göre şekil alacak ve geleceğe bu şekliyle aktarılacaktır. Toplumsal

failler, içine doğdukları dünyanın değerlerini farkında olmadan içselleştirerek sınıfsal habituslarını yeniden üretirler ve böylece habituslar “iyi ile kötü, güzel ile çirkin, saygın ile kaba” gibi simgesel ayrımları saptamaya çalışır (Bourdieu, 2015a, s.22). Bu sınıfsal ayrımlar toplumsal gerçekliğin özünü oluşturmaktadır ve tahakküm ilişkilerinin konfigürasyonunu inşa etmektedir. Diğer bir deyişle sınıfsal habitus, üst sınıflarla alt sınıfların simgesel mücadelesinde hakimiyetin kimde olacağını belirleyen özellikleri barındırmaktadır.

Habitus konusunda sanatsal alanlarda pratikler üreten failleri ayrı değerlendiren Bourdieu, kültürel seçimlerin tamamını sınıfsal habitusun temsili olarak görür. Sosyal sınıfların farklı hayat şartları, onlara kendilerine has bir habitus vermektedir. Habitus, “pratik ve tasvirleri üreten ve düzenleyen bir ilke” olarak tanımlanır. Bu tanım habitusun sadece beğeni ve pratikleri temelinde bulunmadığı, bununla beraber pratikler arasında bir ilişki ortaya koyduğunu ve onların birbirleriyle ahenkli bir biçimde olmalarına imkan verdiği anlamına gelmektedir. Bunun sonucunda bir sosyal sınıfın ortak bir kültürel yönelimlerinden meydana gelen “hayat tarzı”nın oluşması için cesaretlendirir (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 87-88).

Sınıflar arasındaki farkların ve toplumsal düzenlemelerin failer tarafından sorgulanmaması, habitus yoluyla gerçekleşmektedir. Hem üst sınıfların hem de madunların eşit olmayan toplumsal koşulları kabul etmeleri ve bu koşulların sosyalleşme süreci sonunda meşru olarak görülmesi, failerin toplumsal sınıfların değerlerini bilinçli olmadan içselleştirmeleri sonucunda ortaya çıkan toplumsal örüntülerdir. Herhangi bir sosyal sınıfa mensup failin, çocukluk yıllarından itibaren sınıf alt yapısına sahip olması habitusla ilişkilidir ve habitus failin ait olduğu sınıfın ortak deneyimlerinin hakimiyetinde bir bütünlük sağlar (Bourdieu, 1977, s. 77). Diğer bir ifadeyle habitus, toplumsal düzenin oluşumuna direkt etki ederek zorunlulukları faillere dayatır. Habitus, bireyleri belirli bir düzene itaat yoluyla sevk ederek toplumsal ve maddi zorunlulukları erdeme dönüştürür (Bourdieu, 1990, s. 54). Bu erdemin kazanılması, failerin sahip oldukları temel yaşam koşullarını pratik anlamda sorgulamadan kabul etmelerine sebep olmaktadır. Böylece, “mevcut ekonomik ve sosyal eşitsizlikler meşruluk kazanmaktadır” (Swartz, 2011, s.150). Çocukluk yıllarından itibaren failin sosyal çevresiyle sosyalleşmesi, mevcut sınıfsal

sınırların seyrini belirler. Bu anlamda habitus, insanın nereye ait olup olmadığını hissettiren duygu ve düşünceleri faile kazandırmaktadır (Swartz, 2011, s.152). Habitus böylece toplumsal dünyadaki konumumuzu, duygu ve düşüncelerimizin sınırlarını çizer. Bourdieu (2015c, s.8) , bu durumu “Nesnel sınırlar, sınırlara ilişkin bir duyguya; nesnel sınırların deneyimlenmesiyle kazanılan pratik nesnel sınır beklentisine; insanın kendini, dışlandığı mallardan, kişilerden, yerlerden vs. dışlanmasına yol açan, hayattaki yeriyle ilgili bir duyguya dönüşür.” ifadeleriyle özetler.

Habitusla sınıf arasındaki ilişki, yinelemelere ve tekrara dayalı düzenliliklerin yeniden üretilmesiyle döngüsel bir üretime girmiştir. Faillerin farkında olmadan benzer özellikleri taşıyan faillerle beraber ortak zevk, beğeni, yaşam tarzı vb. şeylerin etrafında toplanmaları, bu döngüsel üretimi sağlayan temel etmendir. Diğer bir ifadeyle bilinçsiz bir biçimde bir araya gelen failler, habitusları aracılığıyla sınıf habituslarını yeniden üretirler. Sınıf ve habitusun bu döngüsel ilişkisi, faillerin sahip oldukları habitusları kadermiş gibi görmelerine yol açar. Dolayısıyla failler, bulundukları koşullara nesnel uyum gösterirler. Bu durumda habitus, verili olan şeylerin altında yatan temel bir sebeptir ve faillere kadermiş gibi gözüktür. Bourdieu bu durumu şu şekilde açıklamaya girişir:

“Aynı varoluş koşullarının aynı koşullanmalarının ürünü olarak kendiliğinden nesnel koşullarla uyumlu ve ortak bireysel çıkarları tatmin etmeye yönelik davranışlar üreten habitusların düzenlenmesi, böylelikle bilinçli ve ölçülüp biçilmiş davranışlara başvurmaksızın ve herhangi bir işlevselciliğe teslim olmaksızın, çoğunlukla kolektifler düzeyinde gözlemlenen ve genellikle kolektif istence ya da bilince, hatta amaçlarını topluca ortaya koyan kişiselleştirilmiş özneler olarak (burjuvazi, egemen sınıf vs.) görülen kolektif varlıkların komplosuna atfedilen teleoloji görünümünü açıklamaya olanak verir”
(Bourdieu, 2016b, s. 176).

Habitus, toplumsal bir eyleyici olarak faillerin neler istedikleri konusunda beklentileri ile eğilimlerinin birleşiminden oluşmaktadır. Örneğin, bir akademisyen, çiftçi olan bir kimseden daha fazla ve iyi beklentiye sahiptir. Geçmişte kazanılan yapıların yanı sıra geçmişten edinilen tecrübe ve bilgilerin bireyin ilerleyen

süreçlerde nelerle karşılaşabileceği konusunda faile yol gösterir. Faillerin eğilimleri ve beklentileri onları toplumsal alanlarda mücadelelere girişmelerini sağlar. Toplumsal uzamda var olan alanlar, habitusun nesnel koşullar tarafından yapılandırmasını sağlar.

2.4. Habitusun Ontolojik Suç Ortağı Olarak Sosyal Alan Metaforu

Alan kavramı, pek çok disiplinde yıllardır kullanılagelen kavramlardan biridir. Sosyolojiden önce matematik, fizik ve psikoloji gibi çeşitli disiplinlerde farklı şekillerde kullanılan alan kavramı, sosyolojide yukarıda bahsedilen disiplinlerin anlayışlarına benzer bir biçimde kullanılmıştır. Bu benzerliklere rağmen alan teorisi Bourdieu sosyolojisinde işlevsel bir konum kazanmıştır. Bourdieu'nün alan teorisi özgün bir özelliğe sahip olsa da yukarıda bahsedilen farklı disiplinlerin alan anlayışlarıyla epistemolojik benzerliklere sahiptir (Hilgers ve Mangez, 2015, s.2).

Alan kavramı, Bourdieu'nün pratik kuramının habitus ve sermaye kavramlarıyla beraber temel postulatlarından biridir. Tahakküm ilişkilerini ve güç ilişkilerini ilişkisel bir bağlamda açıklamaya girişen Bourdieu, alan teorisiyle toplumsal dünyayı ve faillerin eylemlerini güç bağlamında incelemeye çalışır. Bu anlamda Bourdieu, sosyal alan teorisini insan eylemlerinin araştırılmasında önemli bir bağıntı olarak geliştirmiştir (Thomson, 2008, s.69). Bourdieu, alan kavramını ilk çalışmalarında sosyal uzam olarak nitelendirse de daha sonra alan kavramını kullanmıştır. Bourdieu, alan kavramını fizik biliminden almış ve geliştirmiştir. Bourdieu alan kavramını ilk kez 1966 yılında yazdığı “*Entelektüel Alan ve Yaratıcı Proje*” isimli makalesinde kullansa da kendisi, bu kavramın École Normale’de bir seminer serisi olarak başlattığı *Sanat Sosyolojisi* isimli araştırmalarında Weber’in sosyolojisini tartışırken ortaya çıktığını belirtir (Bourdieu, 2016b, s.58). Alan kavramı; Bourdieu sosyolojisinde habitus, strateji, pratikler gibi kavramlardan daha sonra yer almasına rağmen ünlü düşünür bu teorisini sosyal uzamın birçok alanında kullanmıştır. Bourdieu, Weber’in arz-talep, tekelleşme gibi eylemlerin din alanındaki etkisine odaklandığı çalışmalarından yola çıkarak alan kavramını felsefe, siyaset, moda, beğeni vb. alanlarda kullanmıştır. Bu bağlamda Bourdieu, alan kavramını genişleterek alan analizini kültürel üretim, sanat, yargı, ideolojik düşünceler, pop sanatı, üniversiteler, büyük okullar, sanat galerileri gibi pek çok alanda genişleterek

kategorileştirmiştir (Hilgers ve Mangez, 2015, s. 5-6). Birbirinden bağımsız olan bu alanlar, onun pratik kavramının epistemolojik ve ontolojik temelleri ışığında bir sosyal uzam biçiminde analiz edilmiştir.

Bourdieu (2021), alan kavramını habitus kavramında olduğu gibi karşıtlıkları ve uzlaşmazlıkları aşmak amacıyla kavramsallaştırmıştır. Alanlar, ilişkisel bir biçimde düşünülmesi gereken ve ilişkisel uzamın oluşturulmasında bireyin bilincinden bağımsız, nesnel ilişkilerin inşa edildiği bir konumlar arası bağlantıdır. Bu anlamda alan, “Analitik açıdan alan, konumlar arasındaki nesnel ilişkilerin konfigürasyonu ya da ağı olarak tanımlanabilir. Bu konumlar, var oluşları ve kendilerini işgal edenlere, faillere ya da kurumlara dayattıkları belirlenimler açısından, mülkiyetinin alandaki özgül faydalara erişimi belirlediği farklı iktidar (ya da sermaye) biçimlerinin dağılım yapısındaki mevcut ve potansiyel durumlarıyla (situs), ayrıca diğer konumlarla olan nesnel ilişkisiyle (tahakküm, itaat, türdeşlik vb.) nesnel olarak tanımlanır” (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 9). Bourdieu’nün de ifade ettiği gibi alan faillerin kendi konumlarıyla diğer konumlar arasındaki mücadelelerin gerçekleştiği bir uzamdır. Sosyal yaşamda pek çok alan bulunmakta ve bu alanlar kendine özgü niteliklere sahip olmaktadır. Dolayısıyla alanlardan söz edildiğinde küresel ölçekte ve özerk yapılara sahip uzamların oluşturduğu bir büyük sistem akla gelmelidir. Bu sistem kendi içerisinde benimsetme, zorlama, kabul etmeme, strateji ve güç gibi kavramlara sahiptir. Nitekim sosyal alan küresel olarak düşünüldüğünde; güçler alanı olarak alanda bulunanlara kendi gerekliliğini empoze eden, hem de faillerin kendi konumlarına göre mücadele ettikleri güçler alanına sahip olduğu şeklinde tanımlanan ve alanın korunmasına ve dönüştürülmesine katkıda bulunulan bir alanı ifade etmektedir (Bourdieu, 2015a, s.51). Diğer bir ifadeyle toplumsal alan, makro ve mikro bağlantıların iç içe geçtiği bir ağın toplamından ibaret olup yapıların üretildiği bir alandır.

Makro ve mikro bağlantılara sahip olan alan, toplumsal uzamın kendi içerisinde değişik ya da farklı alanlara ayrılmasını ifade eder. Toplumsal uzam yukarıda da ifade edildiği gibi sanat, din, eğitim, spor vb. alt alanlardan meydana gelmektedir. Bu alanlar özerk bir yapıya sahiptir ve belirli bir amaç çerçevesinde şekillenmeyi gerektirmektedir (Jourdain ve Naulin, 2016, s.122). Bu alanların

modernleşmeyle beraber çeşitliliğinin artması, göreceli özerkliklere de sahip olmaları anlamına gelmektedir. Alanlar, mikro kozmos biçiminde ortaya çıkan küçük dünyalardır ve bu özellikleriyle alanda bulunan faillerin pratiklerini kendi özerk kurallarına göre oluşturmalarını sağlar. Bu alanlar, yeniden üretim aracıdır ve mikro kozmosla makrokozmosun kısmi özerkliğe sahip oldukları alanlardır:

“Çözümleyici açıdan alan, konumlar arasındaki nesnel bağıntıların konfigürasyonu ya da ağı olarak tanımlanabilir. Bu konumlar, var oluşları ve kendilerini işgal edenlere, eyleyicilere ya da kurumlara dayattıkları belirlenimler açısından, farklı iktidar ya da sermaye türlerinin dağılım yapısındaki mevcut ve potansiyel durumlarıyla ayrıca diğer konumlara nesnel bağıntılarıyla (tahakküm, itaat, benzeşme) nesnel olarak tanımlanır. Söz konusu iktidar ya da sermaye türlerine sahip olmak, alanda elde edilebilecek özgül faydalara erişimi belirler. Yüksek derecede farklılaşmış toplumlarda, toplumsal kozmos diğer alanları düzenleyen mantık ve zorunluluklara indirgenemeyecek mantık ve zorunluluğun yeri olan görece bağımsız mikro kozmosların bütünüdür. Örneğin sanat alanı, din alanı ya da iktisadi alan farklı mantıklara tabidir” (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s.81).

İlgili alıntıda da ifade edildiği gibi alanlar, özerk bir mantığa tabi olan ve farklılaşmış toplumlarda çeşitliliğe sahip alanlardır. Alanlar, kendi içerisinde belirli bir mantığa sahiptir ve alanlarda var olmak isteyen faillerin bu mantığa riayet etmesi gerekmektedir. Bir başka ifadeyle toparlayacak olursak; alanlar nesnel bağıntılardan oluşan, faillerin pratiklerini biçimlendiren ve güç ilişkilerinin çok boyutlu yönüne işaret eden mücadele arenalarıdır.

Bourdieu, alan kavramını açıklarken alanlarda yaşanan güç ve tahakküm mücadelelerini siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve simgesel yönleriyle irdeler. Bourdieu’nün pratik kuramında alanlarda var olan güç müdahaleleri ve üretim ilişkileri, Marx’ın ekonomik alana bağladığı güç ilişkilerinden farklı açıklanmaktadır. Alanlar, faillerin sahip oldukları sermaye türüne ve hacmine göre konumlanan mekanlardır ve bu mekanlarda sınıfsal eşitsizlikler yeniden üretilmektedir. Bourdieu, alanlarda yer alan konumların o konumlarda yer alanların kişisel özelliklerine bağlı kalmaksızın var olan sermaye biçimlerinin eşit olmayan

dağılımıyla belirlendiğini vurgular (Swartz, 2011, s. 175). Buna göre faillerin alandaki konumları ve güç ilişkileri üç aşamada incelenebilir: Birinci boyutta failler elde ettikleri ve sahip oldukları siyasal, kültürel, ekonomik ve simgesel sermayenin toplam hacmine göre konumlandırılırken, ikinci aşamada bu sahip oldukları sermayelerin yapısına yani sermaye türlerinin -kültürel ve ekonomik sermayenin- karşılıklı ağırlığına göre konumlandırılırlar (Bourdieu, 2015a, s. 20). Toplumsal alanda zamanla sahip olunan sermayelerin değişimi ve bunun sonucunda ortaya çıkan güzergah ise üçüncü özelliktir (Bourdieu, 2015c, s. 177). Bu güzergah faillerin amaç ve stratejilerinin güzergahını belirlemektedir. Alanda bulunan faillerin ortak bir dizi amaç ve çıkarları vardır. Bu ortaklık, failler arasında mücadele etmeye değer neyin olduğunu belirlenmesini sağlar ve failler alanın kendine özgü kurallarını doğal ve meşru kabul edip alanda yer alır (Bourdieu, 2016c, s.115). Faillerin bu tutumu, iktidarın ya da tahakküm gücünün kime/neye ait olacağını belirlemektedir. Bu bağlamda alanlar, kişilerin/grupların habituslarının şekillendiği, değiştiği, dönüştüğü bir yer olmasının yanı sıra faillerin meşruiyet mücadelesine sahne olan bir yerdir.

Alanlar günümüz toplumu bağlamında da düşündüğümüzde enformasyonun, hizmetlerin, ve statülerin üretildiği bir yerdir ve bu yerler faillerin sermaye tiplerine bağlı olarak birikim mücadelesine sahne olmaktadır. Bu alanların tümünde ortak olan şey, mücadeledir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 87). Bu mücadelede ezenler ve ezilenler söz konusu olup sınıflar arasında iktidarı ve sermayeyi elinde tutanlar ile alana yeni girmeye hazırlananlar arasında meşruiyet mücadelesi vardır. Bu mücadele, Bourdieu'nün ifadesiyle “ Aktörler, alanlarda neyin değerli kabul edileceğini belirlemek için mücadele ederler. Bu durum, üslupların ve bilginin hızla değiştiği kültürel alanlarda özellikle geçerlidir. Başka deyişle, alanlar meşruiyet mücadelesi arenalarıdır. Bir diğer deyişle simgesel şiddet kullanma hakkını tekeline alma mücadelesi” dir (Swartz, 2011, s. 174). Bu mücadele alanlarda yer alan faillerin çeşitli savunma ya da stratejiler geliştirmesini sağlar. Bu stratejiler üç boyutta ayrıntılandırılabilir: Birinci boyut, korumacı stratejidir. Alanda yer alan faillerin sahip oldukları sermaye ve gücü dışardan alana dahil olmak isteyenlere karşı korumayı ifade etmektedir. İkinci boyut ise takip stratejisidir. Alana yeni giren failler, alanda hakim konumları elde etmek için belirli bir fırsatı beklerler. Üçüncü boyut ise alt üst ya da yıkma stratejisidir. Alanın meşruluğunu sorgulayan ve mevcut

hiyerarşik düzeni yıkmaya çalışanlar, bu stratejiyi benimseyenlerdir (Kaya, 2016, s. 400-401). Bu stratejiler, alanda ortodoksiyi yani yerleşik düzeni savunanlar ile alanda yeni olanların heterodoks tutumlarının çatışmasını göstermektedir.

Alanda yer alan mücadeleler, alanlar ile failler arasındaki ilişkiselliğe de vurgu yapmaktadır. Alanlar “Faillerin olası ‘kazanımlar’ için rekabet ettikleri toplumsal olarak oluşturulmuş uzamları ya da mücadele sahalarını kapsar” (Thorpe, 2015, s.174). Dolayısıyla faillerin alandaki eyleyciliği, alanda yer alan diğer faillerle beraber gerçekleştirdiği kolektif bir mücadeleyi imlemektedir. Bu kolektifliği oyun, *illusio* ve *doxa* metaforlarıyla açıklamaya çalışan Bourdieu, bu kavramların ilişkiselliğine dikkat çekerek alanın işleyişini analiz eder (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Bu nedenle Bourdieu’nün sosyolojisinde alan kavramının anlaşılması için bu kavramların açıklanması önem kazanmaktadır.

Oyun, Bourdieu’nün pratik kuramında alan kavramıyla özdeşleşen bir metafordur. Bir oyunda failler ve onların yanı sıra amaçları, stratejileri, çıkarları vardır. Her oyunun da kendine has bahisleri vardır. Bu bahisler, birer oyuncu olarak faillerin alandaki varlığının meşruluğunu ispatlar. Nitekim alanda var olan her oyuncu, o alanda elde edilmek istenen amaca yönelik davranır ve alanda yer alan bütün oyuncular ne yapmaları gerektiğini bilmektedirler. Alanda oyunun oynanmaya değer olup olmadığını belirleyen ise habitustur (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Failler alanda ortak bir amaç ya da çıkar için bulunsalar da sahip oldukları habitus faillerin kazanma ya da kaybetme motivasyonunda belirleyici bir öneme sahiptir. Bu bağlamda failler, sahip oldukları güce göre oyunda konumlanırlar. Dolayısıyla her failin sahip olduğu sermaye türlerinin gücü ve değeri alana göre farklılık gösterir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s.82). Her alanda farklılık gösteren sermaye türleri, yer aldıkları alanın varoluşunun ön koşuludur. Söz gelimi her oyuncu, oyunun oynandığı alanda sermaye miktarına göre kar veya zararlarına uygun bir biçimde yeni stratejiler geliştirebilir. Alanda üretilen bu yeni stratejiler, faillerin alanı algılama ve alımlama şekillerine göre üretilmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s.87). Böylece her oyuncu alanda diğer oyuncularla aynı güce ve sermayeye sahip olsa da çıkarına göre yeni stratejiler üreterek farklı konumlara sahip olabilmektedir.

Çıkar veya *illusio* kavramı, Bourdieu'nün oyun metaforunda kullandığı diğer bir anahtar kavramdır. Bourdieu'ye (2016a, s. 143) *illusio*, oyunun oynanmaya değer olduğunu, oyunda çaba göstermeyi ifade etmektedir. Oyunda yer alan oyuncu, özgül çıkarlarını alanın işleyişine bağlı bir biçimde elde etmeye çalışır ve bu yönde ön kabuller benimser. Her alanın kendi ön kabulleri vardır ve bunlar kendi özgül illusioları üretir. Böylece *illusio*, var olan düzenin benimsenmesi ve sürdürülmesinde işlevsel bir fonksiyona sahiptir ve bu özelliğiyle düzenin işleyiş koşuludur (Bourdieu, 1999, s. 350). Bourdieu, oyun metaforu ve *illusio* kavramı arasındaki ilişkiyi şu örneklerle açıklar:

*“Saint Simon'da takke kavgasına ilişkin parçayı (Kim önce selam vermelî?) okuduğunuzda, eğer bir saltanat ortamında doğmamışsanız, bir saltanat adamlarına özgü habitusunuz yoksa ve eğer kafanızda oyunda da mevcut olan yapıları taşıyorsanız, bu çatışma size boş ve gülünç gelir. Eğer tersine, oyun oynadığınız dünyanın yapılarına uygun olarak yapılanmış bir zihniyetiniz varsa, her şey sizin için apaçıktır ve oyun oynanmaya değer mi gibi bir soru aklınıza bile gelmez. Bir başka deyişle, toplumsal oyunlar, kendilerinin oyun olduklarını unutturan oyunlardır ve *illusio* da zihinsel yapılarla suç ortaklığı ilişkisinin sonucu olan bir oyunla aramızda kurulan büyümlü bir ilişkidir”* (Bourdieu, 2015a, s.143).

Alıntıdan da anlaşılacağı üzere failler belirli bir alanda alanın kurallarına uygun bir biçimde hareket etmek zorundadır. Diğer taraftan failler, oyunda yer alan yapıları taşımayabilir, benimsemeyebilir. Bu durum, faillerin oyuna karşı kayıtsızlığına sebep olacaktır. Bourdieu, *illusion*un özel bir çıkar biçimi olduğunu belirtmekle beraber bu kavramın tersinin kayıtsızlık olmadığını ifade ederek *illusion*un zıttını oyunun faili motive etmemesi biçiminde açıklar (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 116). Söz gelimi, failler oyunla ilgili olabilir ancak failin çıkarı söz konusu olmayabilir. Bu durumu sosyal ağlar üzerinden düşünecek olursak, günümüzde birçok insan ilgi, eğilim ve çıkarları çerçevesinde sosyal ağlarda profiller oluşturarak çeşitli gruplara dahil olabilmektedirler. Sosyal ağlarda ortak bir amaç ve çıkar doğrultusunda bir arada bulunan failler, diğer faillerle bireysel ya da toplu bir biçimde etkileşime girerek ilişkiler ağı oluşturur. Bu ilişki ağına girmenin ön koşulu, ortak *illusio*ya sahip olmaktır. Alanda ortak *illusio*ya sahip olan failler, eylemlerini habituslarıyla

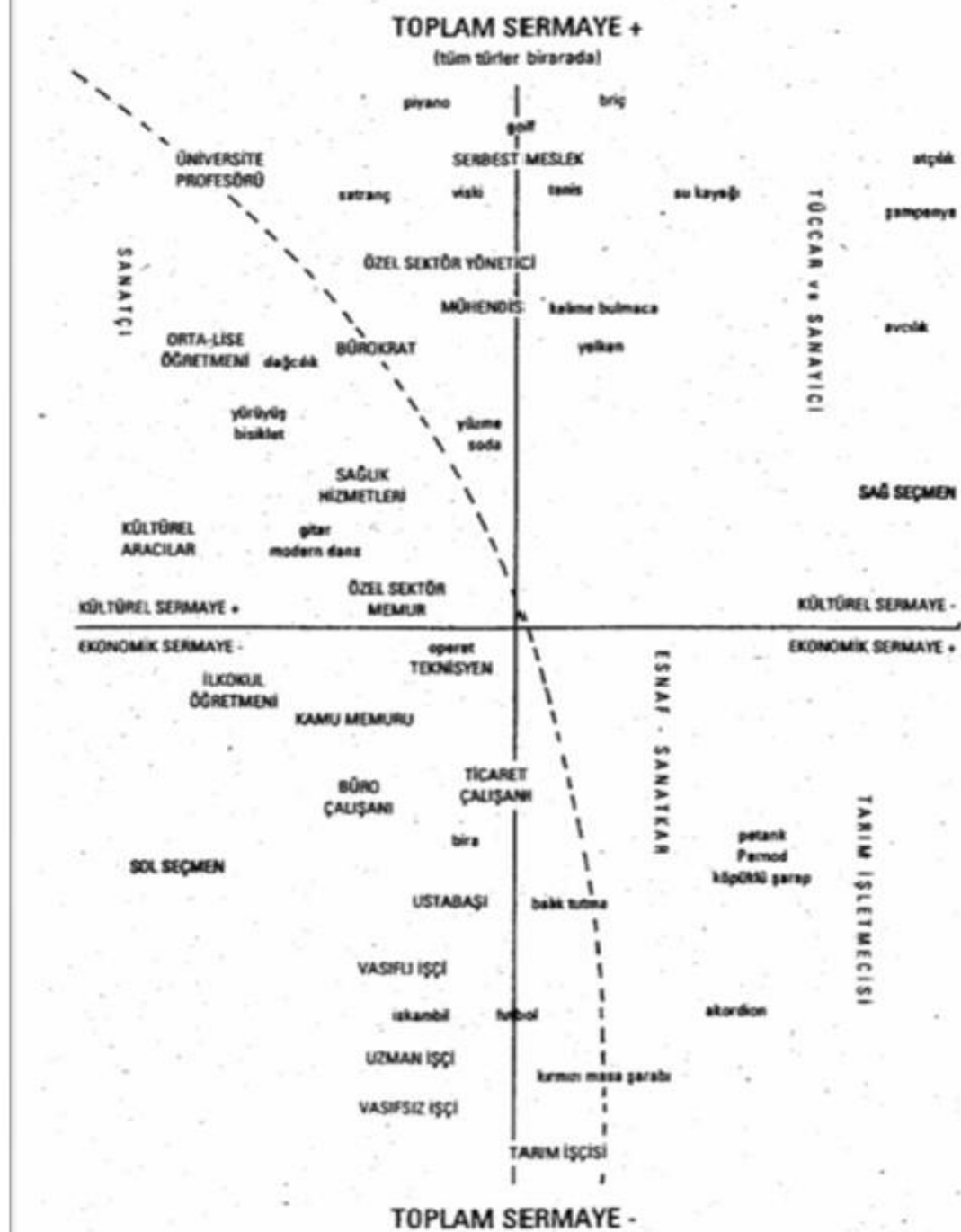
şekillendirmekte ve böylece alanlarda çeşitli sembolik ayrımlar ortaya çıkmaktadır. Zira bu bağlamda *illusio*, sembolik sermaye gibi sosyal grupları veya formları şekillendirici bir işlev görmektedir (Koukoutsaki ve Monnier, 2017, s. 41).

Bourdieu'nün pratik kuramında oyun metaforunda kullandığı diğer bir kavram ise *doxa*dır. *Doxa*, kendine özgü kurallara sahip olan alanlardaki sabit kuralları ifade eden bir kavramdır. Bu kurallar, faillerin alanlarda ortak uzlaşma ya da sözleşmeye tabi olduklarını ifade eder. Her alan, farklı özelliklere sahip olsa da her alanın birtakım yasaları söz konusudur (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 124-125). Dolayısıyla alanda var olmanın yanı sıra çıkar ve stratejilerinin devamlılığını sağlamak isteyen her fail, ilgili alanın *doxalarını* bilmelidir. Bu bağlamda *doxalar* aracılığıyla, içselleştirilmiş yapılarla nesnel yapılar birbirlerine uymaya çalışır (Wallace ve Wolf, 2012, s.171). *Doxaların* alanda yer alan failer tarafından benimsenmemesi sonucunda az önce yukarıda ifade edildiği gibi failer *doxaları* yerinden etmeye, yıkmaya çalışarak yeni *doxalar* üretmeye yönelirler. Böylece alanda güç ilişkileri *doxalar* üzerinden yeniden konumlandırılmaktadır.

Faillerin alanda konumlanma mücadelesi, failerin sahip oldukları yatkınlıkların (*habitusların*) ve sermaye çeşitliliğiyle bağlantılıdır. Alanlar, belirli sermaye tipi ve hacmine göre egemen ve alt konumların yapılanmış yerleridir. Söz gelimi alanların konumları, failerin bireysel özelliklerine göre değil, alanda verili olan sermayenin eşitsiz bir biçimde dağılımıyla oluşmuştur. Dolayısıyla alanlarda yer alan kişi, örgüt ya da gruplar, sadece diğerleriyle olan ilişkisiyle kendine özgü nitelikler kazanabilir (Swartz, 2011, s. 175). Toplumsal uzamda konumlanmayı bağıntısallıkla açıklayan Bourdieu (2015a), failerin iki farklılaşma ilkesine göre konumlandığını belirtir. Bu farklılaşma fikri, uzam kavramının temelinde yer almaktadır. Bu bağlamda uzam “Birbirlerinin dışında yer alan, birbirlerine göre *karşılıklı dışsallıkları* ve iç içelik, yakınlık ya da uzaklık bağıntılarıyla olduğu kadar düzenleme bağıntılarıyla -üstünde, altında ve *arasında* gibi- tanımlanan, ayrı ve bir arada bulunan konumlardan oluşan bir bütündür” (Bourdieu, 2015a, s. 19). Toplumsal uzamda sahip olunan ekonomik sermaye ve kültürel sermaye, failerin konumlandırılmalarını sağlayan farklılaşma ilkeleridir ve konumlar arasındaki uzaklıkların bağıntısal bir biçimde bütünleşmesini mümkün kılar. “Bunun sonucu

olarak, eyleyiciler bu iki boyutta, birbirlerine ne denli yakınlarsa, o denli çok -ya da tersine uzaklarsa, o denli az- ortak şeyleri vardır” (Bourdieu, 2015a, s.19). Başka bir deyişle toplumsal uzamlar, failler arasındaki yakınlık ve uzaklık bağıntılarıyla yapılanmış bir alandır ve toplumsal eyleyicilerin sahip oldukları sermaye çeşidine bağlı olarak eşitsizlikler bu uzamda yeniden üretilmektedir. Bourdieu, toplumsal uzamı sermaye hacmi, sermaye yapısı, ve sermaye yapısıyla sermaye hacminin zaman içerisindeki evrimi olmak üzere üç boyutta incelemiştir.





Toplumsal konumlar uzamı ve yaşam tarzları uzamı
(La Distinction'un 140-141. sayfalarındaki şemanın basitleştirilmiş ve içki, spor, müzik çalgısı ya da salon oyunları konusunda birkaç anlamı belirtgene indirgenmiş biçimi.)
Kesikli çizgi sağ ya da sola yönelme olasılığının sınırsız belirtmektedir.

Şekil 3: Toplumsal Uzam (Bourdieu, 2015a, s.21)

Bourdieu'nün (2015a) toplumsal uzam şemasında görüldüğü gibi kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olanlar ve bu sermaye türlerinin hacmini artırabilme potansiyeline sahip olanlar patronlar, serbest meslek sahipleri ve üniversite profesörleri gibi güçlü bir toplam sermaye hacmine sahip olanlardır. Vasıfsız işçiler ve tarım işçileri gibi çeşitli sermaye hacim ve yapısı bakımından yoksun olanlar ise üst kısımda yer alanların karşısı konumundadır. Üst aksta yer alan sınıflar, her ne kadar alt aksta yer alanlardan sermaye hacmi ve yapısı bakımından üstün olsalar da kendi aralarında da karşıt olabilmektedir. Bu bağlamda profesörler kültürel sermaye konusunda (ekonomik sermayeye göre daha zengin oldukları için) patronların ciddi bir karşısı olarak konumlanırlar (Bourdieu, 2015a). Aynı durum patronlar için de geçerlidir. Patronlar da üniversite profesörleriyle kıyaslandığında ekonomik sermaye açısından daha zengindirler. Dolayısıyla toplumsal uzamda sınıflar kendi aralarında da bölünebilmektedir.

Bourdieu (2015a), ikinci boyutta faillerin konumlarını iki biçimde inşa eder. Birinci kısımda ekonomik sermayesi az olan niteliksiz işçiler, girişimciler, bilişimciler yer almaktadır. İkinci kısım ise kültürel sermayesi az olan vasıfsız işçilerden orta tabakaya ve oradan da sanatçı ve akademisyenlere uzanmaktadır. Kültürel sermayesi görece ekonomik sermayesine göre zengin olan üniversite profesörleri şemanın kuzeybatısında yer alırken; ekonomik sermayeler kültürel sermayeye göre daha zengin olan tüccar ve sanayiciler ise şemanın kuzeydoğusunda konumlandırılmıştır. Hem ekonomik hem de kültürel sermayeleri görece birbirine yakın olan sınıflar (avukatlar, doktorlar) ise şemanın ortasında ve kuzeyinde yer almaktadır.

Sınıfsal açıdan orta tabakada yer alan sınıflarda da ekonomik ve kültürel sermaye bakımından ayırım söz konusudur. İlkokul öğretmeni ve kamu memurunda kültürel sermaye ekonomik sermayeye göre daha fazla iken bu sınıfların karşısı konumundaki esnaf ve tarım işletmecisi ekonomik sermaye açısından daha zengin bir konumdadır. Orta sınıfta yer alan teknisyenler, büro çalışanları, sağlık hizmetlerinde ikinci derecede görev yapan memurlar “yeni küçük burjuva”dır (Bourdieu, 2015c, s.150-153). Bu sınıflar özellikle teknolojik gelişmelerin artması sonucunda gelişmiş ülkelerde hizmet sektörünün gelişimiyle ortaya çıkmıştır. Bu yeni meslekler,

simgesel şiddet aracılığıyla hakim sınıf kültürünün alt kültürlerle dayatılması sonucunda ortaya çıkmıştır (Swartz, 2011, s. 224). Şemanın en alt kısmında ise toplam sermayesi en düşük olan işçi sınıfı yer almaktadır. İşçi sınıfı ekonomik sermayeye sahip olmadığı için kültürel sermaye birikimine sahip olma konusunda oldukça kısıtlı bir konuma sahiptir.

Sermaye yapısı ve hacminin uzamda zamanla değişimi ve evrimi toplumsal uzamın üçüncü boyutunu oluşturmaktadır. Zaman içerisinde toplam sermaye hacminin ve sermaye yapısının dönüşmesi sonucunda toplumsal uzamdaki konumlarda dikey veya yatay hareketlilik oluşabilir. Bu hareketlilik herhangi bir sınıfın toplumsal yörüngesini temsil etmektedir (Bourdieu, 2015c, s. 125). Hiyerarşik bir biçimde kurulmuş olan toplumsal uzam, dikey ve yatay olmak üzere iki biçimde yer değiştirmeyi mümkün kılar. Örneğin, kamu memurunun kültürel sermayesini artırarak (yabancı dil, sınav gibi aşamaları geçerek) bürokrat olması onun dikey yönde değişikliğe gittiğini gösterir. Diğer taraftan yatay hareketlilikte toplam sermaye hacmi aynı olan iki sınıfın ekonomik veya kültürel sermayesi değişmektedir. İlkokul öğretmeninin dükkan açarak küçük esnaf olması buna örnek verilebilir (Bourdieu, 2015c, s. 123). Nitekim Bourdieu, toplumsal uzamda dikey ve yatay hareketlilik sayesinde konumlar arası geçişlerin mümkün olduğunu söylese de faillerin sahip oldukları habituslar nedeniyle toplumsal kökenlerini yeni konumlarında da belli edeceklerini ve davranışlarını buna göre şekillendireceklerini belirtir. Dolayısıyla bir konuma sahip olan failler, habituslarının sahip olduğu yaşam tarzlarını hayat boyu sürdürecektir. Bu anlamda habitus, “Bir konumun içkin ve bağıntısal özelliklerini bütünleşik bir hayat tarzında, yani insanlar, mekanlar ve pratiklerle ilgili bütünleşik bir tercih dizisini dile getiren can verici ve birleştirici kökendir” (Bourdieu, 2015a, s. 22). Dolayısıyla habitus, faillerin davranışlarını toplumsal uzamın hareketlilik yörüngesine rağmen sabit kılan nesnel düzenliliklerdir.

Toplumsal uzamda gerçekleşen dikey ve yatay hareketlilik, faillerin habituslarının kendi aralarında ayrıştırıcı noktalarını görmemiz açısından önem kazanmaktadır. Habitus, sabit ve kuralcı bir nesnel düzenliliğe içkin bir şekilde alanlarda failler arasındaki ayrımların görünür kılınmasını sağlamaktadır. Bu ayrımlar, toplumsal uzamda sınıfsal mücadelelerin sonucu olarak ortaya çıkmakta ve

her konum kendi habitusunu yaratmaktadır. Ayrımların ve habitusların üretimi, toplumsal uzamdaki yakınlık ve uzaklıkla ilişkilidir. Öyle ki, toplumsal uzamda birbirine yakın konumlanan faillerin ortak özellikleri daha fazla iken uzamda uzaklık arttıkça beğenilerde ve kültürel tüketimlerde farklılıklar görülür (Bourdieu, 2015c, s. 16-17). Toplumsal uzamda ortaya çıkan bu farklılıklar, kalıcı eşitsizliklere sahne olacak bir güç alanında simgesel şiddeti tekele alma mücadelesine sebep olmaktadır. Toplumsal uzam ya da alanlarda gerçekleşen bu mücadele, toplumsal sınıflandırmaları meşru kılmayı amaçlamaktadır.

Alanlarda gerçekleşen güç mücadeleleri, günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Özellikle mobil cihazların ve internetin hızla yaygınlaşması, alanların dijital dünyaya taşınmasını sağlamıştır. Dijital sosyal ağların gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası olduğu düşünüldüğünde, faillerin dijital alanlarda habitus ve sermayeleri ile hangi konumda oldukları önem kazanır. Sosyal ağlar, Bourdieu'nün sosyolojisi ile ilişkilendirildiğinde iktidar ve tahakküm ilişkilerini açıklamada bir alan olarak araştırmacılara önemli veriler sunmaktadır. Söz gelimi sosyal medya, Bourdieu'nün alan kavramında tanımladığı gibi güç mücadelelerinin sahnelendiği ve çeşitli sermaye birikimlerinin mücadele ettiği dijital bir alan/ platform olarak göze çarpmaktadır. Sosyal medyada tekel kurmak ya da iktidar alanında farklı tarzları üreterek alana hâkim olmak, hegemonik bir üstünlük kurma konusunda başvurulmuş yöntemlerden biri olmuştur. Bu anlamda, sosyal medya üzerinden de üst sınıfların kendi beğeni ölçülerini alt sınıf olarak algıladığı kişilerden ayırttıkları söylenebilir (Ölçer, 2019, s. 45). Bourdieu'nün hâkim sınıflar ile alt sınıflar arasındaki iktidar ilişkisini açıklamak için başvurduğu beğeni yargısı, günümüz dünyasında alan olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medyadaki beğeni yargısı ile stratejik benzerlikler taşımaktadır. Örneğin gündelik yaşam pratiklerinde beğeniye önem veren ve hâkim sınıfı temsil eden bir birey, sosyal medyada da beğeni yargılarını hâkim sınıfın anlayışına göre üretecektir. Diğer taraftan sosyal medya, sermaye formlarının üretildiği ve habitusların bu çerçevede değişime, dönüşüme uğradığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim sanal dünyada kimliklerini çevrimiçi kültürün gerekliliklerine göre düzenleyen veya yeniden oluşturan kullanıcılar, dinamik ve dijital bir kültürün parçası olmaktadır. Sanal dünyada yatkınlıklarını ve eğilimlerini

dijital dünyaya göre üreten kullanıcıların habitusları, çevrimiçi ve çevrim dışı aktarımların sağlandığı çift yönlü bir oluşuma kaynaklık etmektedir (Güzel, 2016, s. 94). Dijital habitus olarak literatüre geçen bu kavram, kullanıcıların sosyal hayatlarında sahip olduğu simgesel değerlerin çevrimiçi profillerine yansımaları ve yine aynı şekilde çevrimiçi kültürün yaydığı tutum ve değerlerin kullanıcıların kimliklerine etkisini içermektedir. Karşılıklı etkileşime fırsat veren sosyal medya, habitusu simgesel değerlere göre şekillendiren bir alandır ve bu yönüyle kullanıcıları zamanla ün veya şöhret gibi toplum tarafından kabul gören statülere yükseltebilmektedir.

Sosyal medya, sermayelere sahip aktörlerin mücadele ettiği bir yapıya sahiptir. Simgesel sermayenin kültürel biçimleri, ayrım şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrımların toplumsal pratiklerde ikilikleri üretmesi, alanda yani günümüzün dijital dünyasına uyarlayacak olursak sosyal medyada iktidarın kime veya neye ait olacağına göndermede bulunmaktadır. Alanda var olan ayrım, simgesel iktidarın niteliğini açık bir biçimde açıklamaktadır. Simgesel temsiller, alanda toplumsal hiyerarşinin oluşmasına kaynaklık eder. Bu toplumsal hiyerarşinin oluşmasında toplumsal eyleyicilerin kendi suç ortaklığı vardır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: s. 166). Sosyal medyada yani alanda mücadele etmek isteyen toplumsal eyleyiciler, egemen sınıfın simgesel temsillerini takip ederek ya da taklit ederek kendi rıza üretimleri ile sürece dahil olurlar. Yapılanmış bir durumu temsil eden dijital habituslar, böylece sosyal medyada yeniden yapılandırılmaktadırlar. Bu yapılandırma sürecinde faillerin sahip oldukları sermayenin hacmi, yapısı ve birbirine çevrilebilir yapısı, alanlarda yani dijital sosyal ağlarda güç mücadelelerine giren faillerin sosyal uzamdaki konumlarını belirleyebilmektedir. Bu anlamda Bourdieu, sermaye formlarıyla ilgili yapmış olduğu çalışmalarda kültürel, sosyal ve ekonomik ağlara erişimi sağlayan kaynaklar arasındaki karşılıklılığı açıklamaya çalışmıştır (Lizardo, 2006). Bu bağlamda çalışmamız kapsamında habitus ve alan kavramlarından sonra sermaye kavramının Bourdieu sosyolojisi bağlamında açıklanması, dijital sosyal ağlarda gerçekleşen sınıf ve güç mücadelelerini anlamamızı mümkün kılacaktır.

2.5. Sermaye Formları ve Türleri

Bourdieu'nün pratik teorisinin inşasında kullandığı kavramlardan biri de sermayedir. Sermaye genellikle maddi kaynakları karşılayan bir kavram olarak kullanılsa da

Bourdieu sosyolojisinde faillerin sosyal uzamda konumlanmalarını sağlayan bir kaynaktır. Faillerin sosyalleşme sürecinde elde ettikleri yatkınlıklar sistemi, toplumsal uzamda faillerin elde ettikleri sermayeye bağlı olarak değişebilmektedir. Alanlarda kendi kazançları için mücadele eden failler, asgari düzeyde belirli bir sermayeye sahip olmak zorundadır ve sahip olunan sermaye ile alanlarda sermayelerini artırmak için oyunda yerlerini alırlar. Bu bağlamda alan ile sermayenin birbirine bağlı olduğunu ifade eden Bourdieu (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 82), sermayeyi “belirli bir alanda hem mücadele silahı hem de uğruna mücadele edilen, sahibine belli bir iktidar, bir nüfuz kurma olanağı veren... belli bir alanda olmayı sağlayan şey” olarak tanımlar. Alanlara sahip oldukları sermayelerle giriş yaparak oyuna dahil olan failler, sahip oldukları sermaye hacimlerini koruyarak farklı sermaye formları için diğerleriyle mücadeleye girerler. Dolayısıyla sermaye, failin toplumsal yaşamındaki konumunu belirlemekte, failin yaşamı boyunca sahip olduğu kaynakları ifade etmektedir. Bu kaynaklar, Bourdieu’nün pratik kuramında salt ekonomik kaynakları ifade etmez, kültürel, sosyal ve simgesel kaynakları da kapsar. Bu anlamda, sermaye konusunda Bourdieu’nün Marx’ın (2011) sermaye kavramına bakış açısından farklı bir bakış açısına sahip olduğu görülmektedir.

Bourdieu, sermaye kavramı konusunda Marx’ın (2011) sermaye tanımlamasına farklı bir boyut kazandırarak sermaye kavramının iktisadi yönünün yanı sıra toplumsal yaşamın maddi ve simgesel boyutlarının arasında bir ilişki olduğunu ifade ederek yeniden kavramsallaştırmıştır. Marx’ın sermaye kavramı konusundaki indirgemeci yaklaşımını eleştirel bir zemin kurarak yeniden yorumlayan Bourdieu, toplumsal analizini iktisadi sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye ve simgesel sermaye olmak üzere dört farklı başlıkta incelemiştir (Swartz, 2011, s. 109-110). Ekonomik sermaye, faillerin maddi imkanlar kazanmasını sağlayan ve paraya çevrilebilecek metaları ifade ederken kültürel sermaye, kültürel mallar ve hizmetlerin yanı sıra bireylerin aldıkları eğitimi kapsamaktadır. Sosyal sermaye formunda ise faillerin ilişki ağları ve sosyal ilişkilerinin toplamı ele alınmaktadır. Simgesel sermaye faillerin toplumsal uzamda iktidarı meşru kılmak amacıyla kullandıkları sermaye formunu ifade etmektedir. Bu sermaye türleri, birbiriyle bağlantılıdır, toplumsal uzamda yaşanabilecek değişimler sonucunda sürekli biriktirilebilmekte ve dönüşmektedir (Bourdieu, 1986, s. 245). Sermaye türlerinin birbirine dönüşmesi,

alanlar arası geçiş konusunda faillere imkan sunar. Alanda konumlanan failler sahip olduğu sermaye türleri çerçevesinde alanda bir habitus edinirler. Sermaye türlerinin birbiriyle olan ilişkileri ve özellikleri, faillere dinamik bir yapı sunarak toplumsal sınıf pratiklerini şekillendirmektedir.

2.5.1. Ekonomik Sermaye

Ekonomik sermaye, faillerin toplumsal uzamda sahip oldukları maddi kaynakların toplamıdır. Faillerin maddi gelir ve maddi varlıkları ekonomik sermaye olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik sermaye, Bourdieu'nün pratik teorisinde diğer sermaye türlerinin çıkış noktasıdır. Bourdieu, Marx'ın ekonomik yaklaşımından farklı olarak toplumsal alanda gerçekleşen eşitsizliklere kültürel boyutu da eklemiştir. Bourdieu'nün Marx'ın ekonomik yaklaşımından ayrılan temel noktası, ekonomik sermaye biçiminin üretim ve dağılım koşullarını diğer sermaye biçimleriyle ilişkisel bir şekilde ele almasıdır (Göker, 2016, s. 282). Bu sermaye türü aileden faile geçebilecek bir sermaye türü olduğu gibi sonradan failin çabalarıyla da kazanılabilecek bir sermaye çeşididir.

Ekonomik sermaye, diğer sermaye türlere çevrilebilen bir sermaye türüdür. Ekonomik sermayeye yapılan yatırım, sermayenin zamanla dönüşmesini sağlayarak farklı sermaye t rllerine sahip olmayı sağlar. Bu bağlamda yeniden üretim sürecinde ekonomik sermayeye yapılan yatırımlar okul, aile vb. kurumlar vasıtasıyla kültürel ya da siyasal sermayeye dönüşmektedir (Calhoun, 2000, s.714). Diğer taraftan başka sermaye t rllerine yapılacak olan yatırımlar da ekonomik sermayeye dönüştürülebilmektedir. Örneğin, ekonomik sermayeye sahip olan bir aileye mensup bir ocuk, iyi bir okulda eğitim aracılığıyla kültürel sermayeye çok rahat ulaşabilmektedir. İyi bir dil eğitimine sahip olan bir ocuk ise çeşitli alanlarda kültürel sermayesini kullanarak ekonomik sermayesini genişletebilir. Ancak bu noktada kültürel sermayenin ancak ekonomik sermayeye sahip olunmasıyla gerçekleşebileceği düşüncesi ağırlık kazanmaktadır çünkü iyi bir dil eğitimine sahip olabilmek için ekonomik sermayeye sahip olunması gerekmektedir. Dolayısıyla Bourdieu'n n sermaye türleriyle ilgili kavramsallaştırması, Marx'ta olduğu gibi ekonomik indirgemecilikle s lanmasına neden olmuştur.

2.5.2. Kültürel Sermaye

Kültürel sermaye, Bourdieu'nün toplumsal eşitsizlikleri açıklama noktasında ekonomik sermaye ile bağlantılı bir biçimde kavramsallaştırdığı sermaye türüdür. Kültürel sermaye, sahip olduğumuz bilgi ve otorite kaynaklarına ulaşımı dolayısıyla eğitim yoluyla elde edilen kaynaklardır. Bourdieu, iktidar kaynağı olarak gördüğü kültürel sermaye kavramını ilk olarak J.C. Passeron'la beraber yazmış olduğu *Yeniden Üretim: Eğitim Sistemine İlişkin Bir Teorinin İlkeleri*" isimli yapıtında kullanmıştır (Bourdieu ve Passeron, 2019a). Bourdieu'ye göre (2019a) kültürel sermaye, eğitim ve diploma yoluyla kazanılıp kurumsallaştırılan okul sermayesi ile ait olunan ailenin yaşam tarzına sahip, aile içerisinde elde edilen nitelikleri ifade eden miras yoluyla gelen kültür sermayesidir. Bu bağlamda kültürel sermaye, faillerin sözel becerileri, estetik anlayışları, beğeni gibi olanaklarının yanı sıra bilgi, eğitim, okul vb. sonradan kazanılabilecek olanaklarını kapsamaktadır. Geniş bir çeşitliliği ifade eden bu sermaye türü, büyük bir iktidar kaynağına işaret etmektedir (Swartz, 2011, s. 111). Kültürel sermaye, toplumsal uzamda faillerin habituslarının eğilimine göre farklılık gösterebilir. Diğer bir deyişle, kültürel sermaye alanların veya toplumsal uzamın yapısına göre "dini sermaye, bürokratik sermaye, politik sermaye, eğitimsel sermaye gibi gömlekler giyebilir" (Göker, 2016, 282). Bourdieu (1986), kültürel sermayeyi üç formda incelemiştir. Kültürel sermayeyi bedenselleşmiş bir form, nesneleştirilmiş bir biçim ve kurumsallaştırılmış bir biçim.

Kültürel sermayenin ilk boyutu, bedenle bağlantılı olarak bireysel kazanımlardır. Kültürel sermaye, habitusa dönüştürülmüş bir form olarak failin ait olduğu toplumsal sınıfın özelliklerini bedene naksetmektedir. Doğuştan elde edilen bu sermaye türü, habitusu kuran yetenek, beceri ve bilgiye karşılık gelmektedir (Bourdieu, 1986, s. 243). Sahip olunan yetenek ve bilgiler zaman içerisinde sosyalleşme yoluyla içselleştirilerek biriktirilir. Böylece fail, sahip olduğu kültürel sermayesi ile beğeni ve düşünce tarzı örüntülerini oluşturur. Çocukluk yıllarından itibaren biriktirilen bu sermaye türü, genetik yoluyla aktarılabilir ya da mübadele edilebilir bir sermaye türü olmayıp faillerin bilinçsiz bir biçimde kazandıkları bir sermaye türüdür. Öyle ki aile, kültürel sermayeyi mensup faillerine nakşeden ve aktaran ilk kurumdur. Bourdieu, kültürel sermayenin bireye kalıtsal yollarla

aktarılabileceğini ve kültürel sermayenin ilk olarak aile kurumunda edinildiğini düşünür. Bourdieu'ye (2015a, s.35) göre, “kültürel sermaye dağılımının yapısı ailelerin stratejileri ile okul kurumunun özgül mantığı arasındaki bağıntı aracılığı ile yeniden üretilir”. Bu bağlamda aile kurumu faillerin yaşantısına evlilik, iş ve özellikle eğitim gibi konularda etki ederek faile kalıcı yatkınlıklar sunar. Ailelerin kültürel sermaye hacmi ekonomik sermayelerine oranla ne kadar büyükse okul kurumuna o kadar çok yatırım yaparlar. Dolayısıyla aileler sahip oldukları ekonomik sermaye miktarı ölçüsünde eğitime yatırımda bulunurlar (Bourdieu, 2015a, 35-36). Faillerin toplumsal kökenine bağlı olarak elde edecekleri bu sermaye miktarı, faillerin başarılarını, yaşam tarzlarını ve çalışma şartlarını tanımlamaktadır. Bourdieu, faillerin toplumsal kökeninin varoluş koşullarını sağlayan başat bir öge olduğunu şu şekilde ifade eder:

“Tamamıyla farklı yaşam veya çalışma koşullarını ve başarı şanslarını tanımlayan toplumsal köken, tüm belirleyici faktörler arasında etkisini tüm alanlarda, başta varoluş koşulları olmak üzere öğrenci deneyimlerinin tüm seviyelerinde gösteren tek faktördür. Yaşam alanı ve buna uygun düşen günlük yaşam tarzı, maddi imkanların toplam miktarı ve bunun farklı harcama kalemleri arasındaki dağılımı, bağımlılık duygusunun yoğunluğu ve biçimi (ki bunun kendisi de eldeki maddi kaynakların kökenine ve bu kaynakların edinim şekline atfedilen değere göre değişkenlik gösterir) doğrudan ve güçlü biçimde toplumsal kökene bağlıdır ve aynı zamanda toplumsal kökenin bu tesirini idame ettirirler” (Bourdieu ve Passeron, 2019b, s.28).

Yukarıda ifade edildiği gibi toplumsal köken, kültürel sermayenin failin sosyal yaşamını idame ettirirken sahip olduğu kaynakları açıklayan anahtar bir ögedir. Toplumsal kökenin güçlü bir şekilde failin habitusuna aşılınmış olması ve bunu belirli bir zamanda içselleştirerek bedenselleştirmesi sonucunda failler toplumsal yaşamda çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulurlar. Örneğin, kültürel sermaye bakımından ait olduğu sınıfın özelliklerini bedenselleştirmiş çocuklar, düşük sermayeye sahip ve “el yazısı kötü” ve “bozuk aksanlı” gibi kategorilerle ötekileştirilen çocuklardan daha ayrıcalıklı olurlar (Bourdieu, 1996, s. 9-54). Bu durumda kültürel sermaye, örtük bir biçimde yeniden üretim stratejileriyle varlığını devam ettirerek ayrımlara yol açar. Kültürel sermaye, ekonomik sermayeye göre örtük bir yapıdadır ve sembolik işlev görerek ayrımların bedene nakşedilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda ayrımlar, sembolik işlevinin yanı sıra kültürel sermaye yoluyla alanda yer alan faillere maddi ve sembolik karlar sağlar (Bourdieu, 2015c).

Kültürel alanlarda elde edilen yatkinlıklar ve özellikler, sınıfsal konumda az olduğu oranda değer kazanmaktadır. Böylece failin ötekilerden farklılaşmış özellikleri bedende ayırım biçiminde ortaya çıkarak faile kazanç sağlayacaktır.

Kültürel sermayenin ikinci formu, nesneleştirilmiş bir biçimde toplumsal yaşamda gerçekleştirilen üretimleri ifade eder. *Sanatın Kuralları* isimli eserinde sanat, edebiyat ve estetik alanları üzerinden Fransız sanat ve edebiyatının yükselişini inceleyen Bourdieu, nesneleştirilen kültürel üretim alanına odaklanır. Bourdieu, bu eserde nesneleştirilen kültürel üretim alanının politik ve kültürel yaşamla olan ilişki ve bağlantılarını ayrıntılı bir şekilde analiz eder. Kültürel üretim alanı kendi başına ayrı bir alanı ifade etmekte olup şiir, tiyatro, sanat galerileri vb. alt alanları içerisinde barındırmaktadır. Bourdieu (1986), failerin toplumsal uzamda bulundukları konum itibariyle yukarıda bahsedilen kültürel üretim alanlarında gerçekleştirdikleri eylemlerin somut nesnelere aktarılması sonucunda ekonomik ve sembolik güç elde ettiklerini belirtir. Bu anlamda kültürel sermayenin ekonomik ve sembolik sermayeye çevrilebilir özelliği, kültürel sermayeye sahip failerin alanlarda üretim araçlarını elinde bulunduran failerle etkileşime girmesine olanak sağlar. Böylece kültürel sermayeye sahip her bir fail, toplumsal köken ve aile yoluyla sahip olduğu kültürel sermayesini maddi mallar yoluyla somutlaştırarak iktisadi anlamda alanlarda hakimiyet kurmaktadır. Saint Benoit Lisesinde yabancı dil eğitimi alan bir bireyin Fransızca'yı çok iyi bilmesi sonucunda yayın sektöründe çeviriler yapması bu duruma örnek gösterilebilir. Ekonomik ve kültürel sermayeye sahip ailesi aracılığıyla iyi bir eğitim alması sonucunda yayın hayatında gerçekleştirdiği çevirilerin kitap biçiminde basılması, failin kültürel sermayesinin somutlaşması ve iktisadi sermaye hacminin artmasını sağlayarak faile ilgili alt alanlarda ayrıcalıklı konum kazandırmaktadır.

Kültürel sermayenin nesneleştirilmesi sürecinde ilgili alanların kendine özgül yasa ve kurallarına uymak, failerin alanlarda elde edecekleri kazançları belirleyen parametrelerden biridir. Söz gelimi, tiyatro, sinema, edebiyat gibi kendi içerisinde belirli kurallara sahip olan alanlarda failer bu kurallara uygun bir şekilde hareket ederek yatırım yaparlar. Alanlarda gerçekleşen kültürel sermaye üretimi, tarihsel bir eylemin üretimi olarak alandaki yasalara tabidir:

“Kültürel sermaye, kendi nesneleştirilmiş durumunda, tamıyla kendisini özel bir görünümle, tutarlı bir evrenle sunar. Bu durum, tarihsel eylemin üretimi olmasına rağmen bireysel iradeleri aşan kendi yasalarına sahiptir. İyi resmedilmiş bir örnek olarak dil bu nedenle, her bir eyleyenin veya hatta eyleyenlerin toplamının kendine mal edebileceği bir duruma indirgenemez hale dönüşmüştür. Fakat bu sürecin, kendisini sembolik ve materyal etkinlik olarak var ettiğini, kültürel üretim alanında devam eden mücadelede bir silah ve bir destek şeklinde uygulandığı ve bu mantıkla yatırım yapıldığı, aynı zamanda eyleyenlerce de kendilerine mal edildiği kadarıyla sadece etkili bir sermaye olduğu unutulmamalıdır. Bu mücadelede, kültürel sermaye üreticileri, somutlaştırılan sermayelerinin genişliğine ve nesneleştirilen sermayelerinin egemenliğine orantılı bir biçimde güç kullanırlar ve kar sağlarlar” (Bourdieu, 1986, s. 247).

Görüldüğü üzere alanların kendine özgül mantığı ve yasaları vardır. Bu yasalar ve kurallar tarihin ürünüdür ve alanlarda yer alan faillerin habitusları kültürel sermaye aracılığıyla tarihin ürünü olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, kültürel sermaye üreticilerinin alandaki bireysel eylemleri alanın kurallarıyla sınırlandırılmaktadır.

Kültürel sermayenin üçüncü formu olan kurumsallaşma özelliği, faillerin akademik alanda elde ettikleri sermayenin yasal düzenlemeler aracılığıyla somutlaştırılmasıdır. Başka bir biçimde belirtecek olursak kültürel sermayenin kağıda dökülerek kurumsallaşmasını ifade etmektedir. Failler; kültürel yeterliliklerini diploma, belge, sertifika gibi belgelerle kanuni olarak güvence altına almaktadırlar. Bourdieu (2010), faillerin sahip oldukları kültürel sermayeleri kurumsal anlamda belgelendirildiklerinde akademik alanlarda kıyaslamalar olacağını ve bu kıyaslamaların bir mücadele başlatacağını belirtir. Sahip olunan akademik yeterlikler, faillerin ötekilerden farklılaşmış nitelikleridir ve bu nitelikler faille özgü olarak alanda işler. Dolayısıyla kültürel sermayenin bu formu, her zaman kendi taşıyıcısıyla beraber göreceli bir özerkliğe sahiptir (Bourdieu, 1986, s. 247-248). Bu özerklik, akademik alanda faille farklılaştırıcı strateji ve yatırım yapma imkanı tanısa da akademik alanlarda mücadele edebilmek için ekonomik sermayeye sahip olunması gerekmektedir. Nitekim iyi ve kaliteli bir okulda eğitim ve öğretime tabi olan bir fail, bu sürecin sonunda kültürel sermayesini diploma yoluyla

belgelendirerek akademik bilgilerini kurumsallaştırmaktadır. Günümüz Türkiye'sinde bu durumun örnekleri oldukça fazladır. Ekonomik sermaye hacmi geniş olan bir öğrenci, ekonomik açıdan Türkiye'nin ekonomik ve kültürel sermayesi yüksek olan okullarda eğitim aldıktan sonra bu okullardan almış olduğu diploma, sertifika, dil yeterlik belgesi vb. belgelerle uluslararası alanlarda akademik yeterliği yüksek olan eğitim kurumlarında (Harvard, Sorbonne, Cambridge) eğitim hayatına devam edebilmektedir. Bu sürecin sonunda akademik açıdan saygın kurumlarda çalışma hayatına başlayan failler, ekonomik sermayelerini biriktirebilmektedirler. Bu durum, ekonomik ve kültürel sermayenin karşılıklı bir biçimde yeniden üretildiklerini göstermektedir.

2.5.3. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye, genellikle faillerin toplumsal ilişkiler konusunda çeşitli ağlar oluşturarak yaşantısı boyunca çevresiyle olan ilişkilerini düzenlemesini sağlayan kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sermaye, failin toplumsal hayatının işlevli bakımından kazanç getirecek bağlantıları sağlayacak özellikleriyle var olmaktadır. Sosyal sermayeyi bu bağlamda beş temel kavramla özetlemek mümkündür: “ Güven, mütekabiliyet (karşılıklılık), sosyal ağlar, davranış normları ve aidiyet duygusu” (Kay ve Pearce, 2003, s. 2-3). Bu bağlamda Bourdieu, sosyal sermayeyi karşılıklı ilişkiler seti olarak kavramsallaştırarak faillerin toplumsal içerisindeki eylemlerini açıklamaya yönelmiştir. Bourdieu'ye göre sosyal sermaye “ tanışma ve karşılıklılığa dayanan kalıcı ilişkiler ağlarına bağlı (network yaratma) mevcut ve potansiyel kaynakların tümüdür” (Bourdieu, 1980, 2). Bourdieu bu sermaye türüyle, faillerin belirli bir topluluk, grup veya toplum içerisindeki eylemlerini, ilişkilerini bireysel ve kolektif bağlamda incelemeye çalışmıştır. Field'a göre (2008), Bourdieu sosyal sermaye kavramıyla kurumsallaşmış karşılıklı tanışıklığın yanı sıra tanıma ilişkilerini içeren, sürekliliği olan kalıcı ağlara sahip olmanın bireylere kolektivizm içerisinde kredi hakkı sağlayan potansiyel kaynaklar kümesini tanımlamaktadır. Bu kaynakların büyüklüğü, sosyal ağlarda faillere yetkinlik kazandırarak faillerin tanınırlığını sağlamaktadır. “Bu çerçevede insanların kendi yararları için harekete geçmeleri toplumsal bağları ve sosyal sermayeyi (sosyal ilişkiler) oluşturmaktadır” (Alver, 2006, s.17). Bu ilişkiler ve bağlar belirli bir hiyerarşik düzene göre ilerlemekte olup sosyal olarak pratiklere yansımaktadır.

Sosyal sermaye, kültürel sermaye formunda olduğu gibi ilk olarak aile kurumunda sosyalleşme süreciyle edinilmektedir. Siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel bakımdan görece yüksek bir sermaye birikimine sahip olan aileler arasında oluşan sosyal ilişkiler, ailelere ortak çıkarlar sağlamaktadır. Bourdieu, sosyal sermayenin hareket noktasını aileden başladığını şu sözlerle belirtir:

“Egemen olanların özelliklerinden biri, özel olarak geniş ve güçlü bir biçimde bütünleşmiş ailelere sahip olmalarıdır (büyüklerin büyük aileleri olur) çünkü bu aileler yalnızca habitusların yakınlığından dolayı değil aynı zamanda çıkarların dayanışmasından dolayı, yani hem sermaye aracılığı ile hem de sermaye için birleşirler: Bu tabii ki ekonomik sermayedir, ama asıl simgesel sermaye (isim), özellikle de belki toplumsal sermayedir” (Bourdieu, 2015a, s. 137).

Bourdieu’nün de belirttiği gibi aynı sermaye hacmine sahip egemen kültüre sahip aileler, sermaye hacimlerini artırmak için bir araya gelmektedirler. Bu durum, toplumsal ilişkiler açısından gruplar arasındaki ilişki ve bağların oluşmasını sağlayarak egemen sınıfların bütünleşmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda failin sahip olduğu ilişkiler ağını çevresiyle beraber düşünmek gerekir. Failin sosyal uzamda ilişki kurduğu kişi ya da grupların toplam sermaye hacminin toplamı ne kadar büyükse fail de o ölçüde sosyal sermayeye sahiptir. Öyle ki toplumsal yaşamda ilişkiler aynı değerde olmadığı için kimi insanların ya da grupların getirisi diğerlerinden daha büyüktür (Jourdain ve Naulin, 2016, s.107). Bu nedenle ait olunan çevre ya da gruplar elde edilen karların temelini oluşturmaktadır.

Sosyal sermayeye sahip faillerin ilişki ağları, bilinçli ya da bilinçsiz bir sürecin sonunda kurulmaktadır. Söz gelimi, failer toplumsal uzamda sosyal sermayelerini artırmak amacıyla toplumsal ilişkilerin sürekliliğini sağlamaya yönelik yatırım stratejileri geliştirirler. Bu stratejiler rastlantısal bir biçimde oluşan ilişki ağlarının sürekliliğini sağlamak amacıyla geliştirilir. Bu bağlamda ilişki ağında yer alan faillerin amacı, rastlantısal bir biçimde bir araya gelen ilişkileri sabit ilişkilere dönüştürmektir (Bourdieu, 1980, s.2). Bu ilişkiler, gündelik pratiklerimizin içerisinde yer alan akrabalık, saygılı olmak, arkadaş edinmek gibi pratikler şeklinde sıralanabilir. Bu ilişkiler toplamı, kurumsallaştırılmış bir yapının ürünü olarak sosyal

kurumlar tarafından sembolik bir forma dönüştürülerek meşrulaştırılır. Böylece kurumsallaşan yapılar kız alıp verme, hediye alışverişi vb. pratiklerle yeniden üretilir (Bourdieu, 1986, 249-250). Bu yeniden üretim süreci, toplumsal hayatta var olan yapıları kalıcı hale getirerek failler arasındaki sembolik ayrımların tanınmasını sağlar.

Toplumsal alanlarda sosyal sermayeyle ortaya çıkan ayrımlar; ait olunan grup, topluluk vb. ağlardaki dayanışmanın temelinden doğmaktadır. Kurumsallaşmış bir yapı içerisinde bulunan bu ağlarda bağlantılar bireysel çabalarla kurulmaya çalışılsa da grubun sahip olduğu sembolik ve maddi kazançlar o bağlantılara sahip failler tarafından korunmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye ağlarda bağlantı kuran faillerin kişisel gayretleriyle kurulsa da failler elde edilen bağlantıları ve sermayeleri uzun süreli ve kullanışlı bir biçimde korumak adına dayanışmaya girerler. Söz gelimi, sosyal sermaye hem kişisel çabaların ürünü hem de kolektivizmin ürünüdür. Diğer bir deyişle, sosyal sermaye kişisel çabaların ya da ait olunan kurumsallaşmış yapıların sosyal sermayesidir (Bourdieu, 1986, s. 249).

Günümüzde dijitalleşmenin toplumsal yaşama etkileri değerlendirildiğinde, Bourdieu'nün sosyal sermaye kavramının yeni bir boyut kazandığını söylemek mümkündür. Sosyal ilişkilerin ve bağlantıların dijital sosyal ağlarda kurulmaya başlamasıyla sosyal sermaye sanal kültürün bir parçası olmaya başlamıştır. Organik bir biçimde oluşturulan arkadaşlık, dostluk, kadın-erkek ilişkileri, toplantılar, sohbetler, spor faaliyetleri vb. ilişkiler günümüzde dijital sosyal ağlarda kurularak sosyal sermaye bakımından geçici ya da kalıcı ilişkilerin üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Öyle ki insanlar artık geçmişe nazaran daha fazla sanal alemde vakit geçirmekte; dijital sosyal ağlar aracılığı ile evlenmekte, iş bulmakta, arkadaşlık edinmektedir. Dijital sosyal ağlarda elde edilen bu tarz birikimler, faillerin çeşitli stratejiler geliştirerek mevcut kaynaklarından yola çıkarak potansiyel kaynaklara ulaşmasını sağlamaktadır. Bu anlamda dijital sosyal ağlarda biriktirilen sermaye, ekonomik, sembolik ve kültürel kazançlara kapı aralamaktadır. Diğer taraftan dijital sosyal ağların aynı amaç ve çıkar çerçevesinde failleri bir araya getirmesi ve kolektif bir gücü temsil etmesi, faillerin real yaşamlarına da etki etmektedir. Siyasi bir parti ya da örgütlenmenin dijital sosyal ağlar aracılığı ile aynı düşünce ve stratejilere sahip

bireyleri bir araya getirmesi ve bunun sonucunda hak talep etmek amacıyla real yaşamda eylemlerde bulunmasını değerlendirdiğimizde, dijital sosyal ağların faillerin o alanda benzer amaçlara sahip faillerle bağlantı kurmasını sağlayarak sosyalleşme ihtiyaçlarını giderdiğini görebiliriz. Kolektif bir düşünce tarzının bu şekilde harekete geçmesi, sosyal sermayenin kazanımına ve tüketimine işaret etmekte olup faillerin sosyal uzamlarda yetkinlik kazanmalarını ifade etmektedir.

2.5.4. Simgesel Sermaye

Bourdieu, Marksizm'in ekonomik indirgemeci düşünce tarzına eleştirel bir yorum getirerek geliştirdiği ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye türlerine ek olarak simgesel sermaye kavramını ekleyerek materyalist bir düşünce tarzını benimser. Marx'ın sermaye konusundaki düşüncelerini indirgemeci bakış olarak değerlendiren ünlü düşünür, simgesel sermaye kavramıyla materyalist düşüncesini materyalist teoriye dönüştürmeyi amaçlar (Bourdieu, 2016b, s. 234). Ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin görünürlüğünü sağlayan bir form olarak tasarlanan simgesel sermaye, Bourdieu'nün güç kavramına sembolik bir değer atfetmesini vurgular. Faillerin sahip oldukları ekonomik, kültürel ve sosyal sermayeler toplumsal yaşamda onların sembolleri olarak açığa çıkar. Bu durum ise faillerin çeşitli sınıflandırmalara tabi olduğunu gösterir. Bu bağlamda simgesel sermaye “Ele alınan alanın nesnel yapılarının özümsemesinin, yani ele alınan alanda sermayenin dağılım yapısının ürünü olan algı kategorilerinin ürünü olan, görgü ve ayırma ilkelerine, sınıflandırma istemlerine, sınıflandırıcı kalıplara, bilgisel kalıplara göre algılandığı andaki şekliyle herhangi bir türünden (ekonomik, kültürel, okula ilişkin ya da sosyal) sermayedir” (Bourdieu, 2015a, s.153). Bourdieu'nün de ifade ettiği gibi simgesel sermaye özünde algı şemalarının ve kategorilerinin bir ürünü olarak faillerin algılama biçim ve stillerini belirlemektedir. Sosyal eylem örüntülerinden oluşan toplumsal uzamda, her fail simgesel değerlerle dolu bir alanda mücadele ederek sınıfsal üstünlüğünü gösterme gayreti içerisindedir. Dolayısıyla simgesel değer kavramı, Bourdieu'nün pratik teorisinde diğer alanlardaki tanımlamalardan ayrı bir perspektifi imlemektedir.

Bourdieu, simgesel sermaye kavramıyla toplumsal yaşamda failler tarafından kabul edilen değerleri sorunsallaştırarak toplumda verili olan simgesel kabullerin failler tarafından neden sorgusuz kabul edildiğini araştırır. Bourdieu'ye göre

(Bourdieu, 2015a), simgesel sermaye bilişsel bir sermaye formu olup başkalarının kabul etmesiyle ortaya çıkan bir sermaye türüdür. Bir pratiğin veya durumun sembolik değer taşıması için yanlış tanınması ve bunun devamında meşrulaşması gerekmektedir. Bu durumda sembolik değer taşıyan pratiğin gerçeklik ilkesinin tanınamaz hale geldiğini tespit eden Bourdieu, birey ve çıkar gruplarının kişisel çıkarın çıkarsızlığa dönüşmesinden fayda sağlayarak simgesel sermayelere ulaşabileceğini ifade eder (Bourdieu, 2018, s. 200). Simgesel sermaye böylece toplumun temelinde yer alan eşitsizlikleri ve çıkara dayalı ilişkileri görünmez kılmaktadır. Diğer taraftan simgesel sermaye, faillerin toplumsal ilişkilerinde belirli davranışlarına göre sınıflandırılmalarını sağlar. Failler, etkileşimde bulundukları ortamda toplumsal kökenlerine bağlı olarak hareket ederken bu alanlarda kabul edilme arzusu güderler. Bourdieu (2019c, s. 198-199), bu durumu şu şekilde özetler:

“Simgesel sermayenin -övgü onur, itimat itibar, şöhret – antropolojik kökeni, aynı anda başkası tarafından onaylanma arzusu da olan ‘öz sevgi’yi egoistçe tatmin etme arayışının ilkesi olabilir: insanın en büyük alçaklığı, övgü arayışıdır. Ama üstünlüğünün alameti de budur, zira dünyada hangi mülke sahip olursa olsun, ne kadar sıhhat ve refah içinde olsun, insanların saygısına mazhar değilse, tatmin olmaz. Simgesel sermaye, tahakküm biçimlerini mümkün kılar: ancak saygı, kabul, inanç, itibar ve başkalarının güveni dahilinde ve bunlar suretiyle var olur ve ancak varlığına inandırma başardığı sürece baki olabilir”.

Toplumsal alanlarda kabul edilme ve beğenilme arzusu, simgesel sermayenin elde edilmesi için failler arasında mücadelelerin ortaya çıkmasına neden olur. Bu mücadele aslında iktidar ve rekabet mücadelesidir. İktidar ya da güç, meşru kılmanın bir aracı olarak görülür ve “bu güç, güç arzusunun ve nesnesinin üzerinde bir güçtür” (Bourdieu, 2016b, s. 232). Dolayısıyla toplumsal alanlarda kabul görme ve onaylanma meşru talepler doğrultusunda ivme kazanır. Bu bağlamda simgesel sermaye için Weber’in karizmatik otorite kavramının yeniden kavramsallaştırılmış formu denebilir.

Simgesel sermaye, faillerin kişisel özelliklerine üstünlük atfederek toplumsal alanlarda bireyler ya da gruplar arasındaki ilişkileri düzenleme işlevine sahiptir.

“...Sembolik sermaye ancak, sağladığı fayda ve iktidar biçimleriyle, beden, dil, giysi, mobilya gibi (her bir değerini, kendisi de nesnel olarak dağılımlardaki konumlar sistemine referans veren mütakabil özellikler sistemi içindeki konumdan alan) ayrı ve ayrıştırıcı özelliklerle arasındaki ve kendilerini bu özellikleri tanımaya, bunları güç ilişkileri içindeki konumların dönüşmüş ve tanınmaz hale gelmiş biçimlerini, ifade üsluplarını oluşturmaya yatkın kılan algı ve beğeni şemalarıyla donanmış bireyler ya da gruplar arasındaki ilişkide var olur” (Bourdieu, 2014, s.199). Bourdieu’nün de belirttiği gibi simgesel sermaye toplumsal uzamda failler ya da gruplar arasındaki ayrıştırıcı özelliklerin maddesel forma dönüşmüş bir biçimi olarak ilişkileri inşa eder. Sosyal uzamda gerçekleşen güç ilişkilerinin değişimi ve dönüşümü, faillere sembolik anlamda kimi zaman fayda sağlarken kimi zaman da toplumsal yaşamda dışlanmasına neden olmuştur. Örneğin, saç Türk sosyal yaşamında saç uzatmak ve küpe takmak gibi pratikler bazı dönemlerde satanist grupların sembolü biçiminde algılandığı için bireylerin toplumsal yaşamda dışlanmasına sebep olmuştur ancak günümüzde bu pratiklerin bahsedilen durumla ilişkisi sembolik anlamda söz konusu değildir.

Bourdieu yukarıda söz edilen tahakküm ilişkilerini ve iktidar biçimlerini simgesel sermaye bağlamında genişleterek simgesel şiddet kavramını literatüre kazandırmıştır. Simgesel şiddet, genel anlamda toplumsal dünyanın içerisinde yer alan faillerin egemen sınıfların beğeni anlayışını ve tahakküm ilişkilerini doğal bir biçimde kabul etmelerini ifade eder. Bourdieu ve Wacquant’a (2014) göre, şiddet biçiminde ortaya çıkan tahakküm etkisi her zaman belirleyiciler ile onu oluşturan algı şemaları arasındaki uyumla ortaya çıkar. Bu anlamda simgesel şiddet algılanmadığı için yanlış tanınmaktadır. Düşünüm öncesi ortaya çıkan varsayımlar, failler tarafından yanlış tanımanın bir yansıması olarak görülür ve failler toplumsal dünyada verili olan bilişsel yapıları doğal olarak kabul edip bu varsayımlara başvurarak tahakkümü devam ettirir. Dolayısıyla simgesel şiddetin ortaya çıkışında toplumsal eyleyicilerin kendi suç ortaklığı söz konusudur (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s.166). Toplumsal eyleyicilerin bu suç ortaklığında buluşması, faillerin toplumsal alanlarda itibar, güven, beğeni gibi ayırım kategorilerine sahip olma isteğini yansıtmaktadır. Bu durum, toplumsal yaşamda simgesel temsiller aracılığıyla ikiliklerin oluşmasına neden olmaktadır.

Toplumsal ve bilişsel yapılarda üretilen simgesel temsiller, toplumsal düzlemde toplumsal dünyayı ikili kutup biçimine getirerek içirme ve dışlama mekanizmaları yaratmaktadır. Söz gelimi bu mekanizmalar, toplumsal sınıflandırma mantığına uygun bir şekilde ayrımlar üreterek eşitsizliğin olduğu bir düzen oluşturmaktadır. Simgesel temsillerin toplumsal niteliğe sahip bu işlevi, var olan toplumsal grupların hiyerarşik bir biçimde farklılaştırılması ve meşrulaştırılması ölçüsünde siyasi bir etki yaratır (Swartz, 2011, s.126). İkili simgesel ayrımlar, toplumsal ayrımları üretir ve sınıflandırmalar simgesel bir özellik kazanarak toplumsal hiyerarşinin oluşumuna kaynaklık eder. Bu ikilikler, ender/yaygın, iyi/kötü, yüksek/düşük, iç/ dış, eril/dişi, seçkin/bayağı gibi ayrımlardır (Bourdieu, 2015c, s. 468). Bu ayrımlar özellikle günümüz toplumunda moda, kişisel giyim ve beğeni anlayışlarında ortaya çıkmaktadır. Hükmedenle hükmedilen arasındaki ilişkiyi temsil eden bu anlayış, bedene nakşedilerek cisimleşir:

“ Sembolik şiddet, hükmedilenin hükmedene (dolayısıyla da tahakküme) göstermemezlik edemediği bağıllık aracılığıyla kurulur; yani onu düşünürken ve kendini düşünürken (ya da daha iyisi, onunla olan ilişkisini düşünürken) elindeki tek araçlar onunla ortaklaşa sahip olduğu tanıma araçları olduğunda, (nihayetinde bunlar da tahakküm ilişkisinin cisimleşmiş biçimleri olduklarından dolayı ilişkiyi de doğalmış gibi gösterirler). Başka bir anlatımla, kendini algılamada ve anlamada, ya da hükmedenleri algılamada ve anlamada başvurduğu şemalar da (yüksek/alçak, eril/dişi, beyaz/siyah vb.) kendi toplumsal varlığının bir ürünü olduğu (ve böylelikle de doğallaşmış olan) sınıflandırmaların somutlaşmalarının ürünüdür” (Bourdieu, 2015b, s.50).

Yukarıda sözü edilen karşıtlıklar, toplumun üyeleri tarafından paylaşılarak toplumsal eşitsizlikler yeniden üretilir. Söz konusu ayrımlar, toplumsal olarak inşa edilerek toplumsal ilişkilerin güçlendirilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Dolayısıyla bütün sembolik ve kültürel temsiller, belirli bir grubun çıkarları sonucunda ortaya çıkan insan üretimidir ve eşitsiz güç ilişkilerini meşrulaştırmaktadır. İktidarların sınıflandırıcı ve farklılaştırıcı tanımlamaları, sosyal uzam ya da alanlarda yer alan habitusları şekillendirme konusunda önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle habitus, alan ve sermaye arasındaki ilişki önem kazanmaktadır.

2.6. Habitus-Sosyal Alan-Sermaye İlişkisi

Bourdieu'nün (2015a) pratik kuramı, kendisinin 'alet çantam' olarak nitelendirdiği kavramlarının ilişkiselliğine dayanan şemsiye bir kavramsallaştırmanın ürünü olarak sosyolojiye damga vurmuştur. Nesnelcilik ve öznelcilik arasında adeta orta bir yolu bularak epistemolojik anlamda düaliteleri aşmaya çalışan ünlü düşünür, pratik kuramında nesnelci moment olarak tasarladığı alan kavramı ile habitus ve sermayeyi birlikte işe koşar. Toplumsal yapılar ve zihinsel yapılar arasındaki ayırmadan yola çıkarak diyalektik bir kuram ortaya koyan Bourdieu, toplumsal faillerin güç mücadelelerini habitus, alan ve sermaye kavramlarıyla sistematik bir yapı inşa etmeye çalışır. Bu çaba; habitus, alan ve sermaye kavramlarıyla bize toplumsal yapıyı çözebilme ve çoklu sınıf yapılarını anlama konusunda bir bakış açısı kazanma imkanı vermektedir (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2018, s.622). Bourdieu'nün alet çantasında yer alan bu kavramlar, birbirinden ayrılamaz birer parça olarak bir bütünü temsil etmektedir. Özellikle habitus ve alan arasındaki diyalektik ilişki, ontolojik açıdan toplumsal pratikleri açıklama noktasında doyurucu bir altyapıyı beraberinde bizlere sunar. Bu iki kavram arasındaki ilişkiyi “Sosyal yapılar ve zihinsel yapılar arasında özellikle birçok alanda tahakküm edenler ve edilenler arasında olmak üzere, sosyal dünyanın nesnel ayrımlarında ve faillerin sosyal dünyada uyguladıkları dünya görüşü ve ayırım ilkeleri arasında bir mutabakat, benzerlik, uyuşma vardır” (Bourdieu ve Wacquant, 1992, s.17) biçiminde açıklayan ünlü düşünür, habitus ve alanın işlerlik kazanması için birbirine ihtiyacı olduğunu vurgular. Toplumsal alanlarda veya sosyal uzamda habituslarıyla mücadelelere girişmek isteyen her fail, sahip oldukları sermaye yapısı ve hacmi doğrultusunda alanda oynanan oyuna dahil olup iktidara sahip olmak ister. Bu nedenle, bu üç kavramın yapılanma ve yapılandırma sürecinde karşılıklılığı söz konusudur.

Habitus, alan ve sermaye arasındaki ilişki, bu nosyonları koşullandırma ve yapılandırma işlevi üzerine kurulu bir ilişkiden ibarettir. Toplumsal bir topoğrafya üzerine inşa edilen alanlar, habitusu yapılandırırken aynı zamanda habituslar da alanların oluşmasında etkili olur (Bourdieu ve Wacquant, 1992, s. 138). Habitus, faillere işlenmiş bir yapılandırıcı mekanizmadır. Alan ise nesnel bağıntılara sahip bir sistem olarak tanımlayıcı özelliğiyle failleri yapılandıran sosyal uzamdır. Bu alanlar, farklılaşmaların sonucunda özerk bir yapıya kavuşmuş ve dolayısıyla toplumsal

uzamda birbirinden farklı dünyayı bilme tarzları ortaya çıkmıştır. Toplumsal uzamda oluşan alanların her biri kendine özgü nesnesini yaratır ve bu nesneler bağlamında dünyayı anlamlandırma prensibini kendinde bulur (Bourdieu, 2019c, s. 120). Dolayısıyla faillerin eğilimlerini ve yatkınlıklarını ifade eden habituslar, alanların onları nesnel bir konfigürasyonla tanımlaması sonucunda belirli bir dünya görüşünü sunmaktadır.

Toplumsal uzamda oluşan alanların kendine özgü mantığı ve prensibinin yansıması olarak habitus biçiminde ortaya çıkması, habitus ve alanın koşullandırıcı bir ilkesi olarak bilinçsiz bir sürecin sonucudur. Faillerin habitusları, alanlarda oyuna katıldıktan sonra zamanla dönüşürken failler bu durumu kanıksar ve doğalmış gibi görür. Bu bağlamda oyuna katılan faillerin habitusları, belirli olmayan bir biçimde, algılanamaz bir şekilde oluşur (Bourdieu, 2019c, s. 23). Söz gelimi, anlam ve anlamlandırma dünyasının değişimi konusunda aktif bir konumda yer almayan failler, bilinçli ya da çıkarıcı bir konumda değildirler. Bourdieu, bu noktada evrensel çıkar düşüncesini reddederek bilincin karşısına “habitus ve alan arasındaki ontolojik suç ortaklığını koyar” (Meder ve Çeğin, 2011, s. 247). Bourdieu, bu ilişkiyi şu şekilde ayrıntılandırır:

“Bilinçli hesaba indirgemenin karşısına, ben habitus ile alan arasındaki varlıksal suç ortaklığı ilişkisini çıkarıyorum. Eyleyicilerle toplumsal dünya arasında bilinçaltı, dil-altı bir ortaklık ilişkisi vardır: Eyleyiciler, pratiklerinde, sürekli birer sav olarak öne sürülmemiş savları ortaya koyarlar. Bir insani tutumun gerçekten her zaman için ereği, yani hedefi bu tutumun sonu olan sonucu, vargısı anlamında sonu mudur? Bence değildir. O zaman, toplumsal ya da doğal dünyayla kurulan bir tuhaf ilişki nasıl bir ilişkidir ki eyleyiciler o ilişki dahilinde birer erek olarak belirlemedikleri ereklere hedefler” (Bourdieu, 2015a, s. 146-147).

Habitus ve alan arasındaki çift yönlü ilişki, bilişsel bir inşa sürecidir. Habitus, ait olduğu toplumsal dünyanın değerlerini ve algılama biçimlerini alanda gerçekleşen oyun aracılığıyla ikame ettirir. Alan içerisinde bir ödüle ulaşma amacı taşıyan her fail, oyun etrafında diğerleriyle rekabete girerek ya kazanır ya da kaybeder. Oyunda yer almak isteyen oyuncular ancak oyunu kazanacaklarına dair bir inanç (doxa) geliştirirlerse oyuna dahil olurlar. Oyunda yer almak için ise yatırıma (illusio) ihtiyaç

vardır. Böylece oyuna dahil olan oyuncular, oyunun oynanmaya değer olduğunu yapmış oldukları yatırımlarla gösterir. Oyunda kazanmak isteyen faillerin mücadele silahı ise sermayeleridir. Alanlarda etkili olan sermaye türleri, alanın kendine özgü kurallarına tabidir. Dolayısıyla alanların sınırları *a priori* olarak bilinemez ancak etkisinin bittiği yerde bulunabilir (Tatlıcan ve Çeğin, 2014, s. 318-319).

Alanların kendi ilkelerine bağlı olarak yeniden üretilen sermayeler, kendi alanlarında rekabetin oluşumuna etki eder. Alanda gerçekleşecek olan rekabet, çeşitli sermaye biçimlerinin biriktirilmesiyle gerçekleşir (Bourdieu ve Eagleton, 2011, s. 406). Farklı sermaye biçimleri, alanda faillerin sahip olduğu kartlardır ve bu kartlar adeta birer koz niteliği taşımaktadır. Görece bir güce sahip olan bu kartlar, alanda farklı değerleri taşımaktadır. Alanda faillerin sahip oldukları sermayeler, çeşitliliğine göre faillere kazanç sağlar ya da kayıp verir. Diğer bir ifadeyle belirtecek olursak, her alanda geçerliliği olan sermaye türleri vardır. Toplumsal uzam altında yer alan alanlarda farklı sermaye biçimlerine sahip olan failler, kendi alanlarında güce sahip birer eyleyici konumundadırlar. Örneğin, bir akademisyen ile tüccarın sahip olduğu sermayeler, kendi alanlarında değerlidir. Dolayısıyla alanın varlığı, sermayeye bağlıdır ve bir alanın var oluşu sermayedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Sermaye , alanda mücadele edilen bir silah olmasının yanı sıra alanlarda oyun içerisinde uğruna mücadele edilen bir şeydir. Bu özelliği, sahibinin iktidar sahibi olmasını sağlamaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Oyuncu alanda rekabet halinde iken çeşitli tehditlere maruz kalabilir ya da fırsatlar kazanabilir. Bu anlamda failler, oyunun kurallarını değiştirmek için stratejiler geliştirerek kendi sınıf kültürünü alanlarda hakim kılmak ister. Alanlar bu açıdan, rekabet, bilinçsizlik, çatışma ve hiyerarşiyi içermektedir (Kaya, 2016, s. 397-400). Dolayısıyla her fail, toplumsal uzamda sahip olduğu sermaye biçimine bağlı olarak hiyerarşik bir düzende konumlanır.

Görüldüğü üzere eylem, habitusun sosyalleşme süreciyle birlikte alan dinamikleriyle şekillenmesi ve sahip olunan sermayenin alandaki özgül ağırlığının kesişiminden doğmaktadır. Bu üç anahtar kavram, eylemin doğasını düalist bakış açısından sıyrarak diyalektik bir zeminde açıklama gereğinin sonucu olarak geliştirilmiştir. Toplumsallaşmış tarih olarak inşa edilen habitus, sınıfsal özelliğini

sermaye ve alanla olan ilişkisiyle kazanmaktadır. Bourdieu, bu bağlamda pratigin oluşumunu *Ayrım* isimli eserinde şu şekilde formüle etmiştir:

$$“((Habitus) + (Sermaye)) + Alan = Pratik”^9 (Bourdieu, 2015c, 101).$$

Bourdieu'nün formülasyonunda görüldüğü gibi pratik habitus, alan ya da sermaye nosyonlarının karşılıklı ilişkiyle oluşur. Bu bağlamda pratik, sadece habitus, alan ya da sermayenin etkilerine indirgenemez ve bu üç nosyonun birleşiminden oluşur (Swartz, 2011, s. 198). Bu ilişkisel birleşim, Bourdieu'nün hayat tarzları, sınıf mücadeleleri, kültür gibi konularda hareket noktasını oluşturur. Bu bağlamda Bourdieu, sınıflar ve gruplar arasındaki ayrımları beğeni kavramı temelinde ele alarak kültürel pratikleri açıklamaya çalışmıştır.

2.7. Toplumsal Sınıflarda Beğeni Anlayışı

Bourdieu'nün pratik teorisinde kullandığı anahtar kavramlardan birisi sınıf kavramıdır. Toplumsal yaşamın incelenmesinde nesnelci ve öznelci arasındaki çatışmayı aşarak tözcü yaklaşımlar yerine ilişkisel bir model öneren ünlü düşünür, hiyerarşik bir biçimde yapılanmış olan faillerin görel konumlarına odaklanarak toplumsal uzamda gerçekleşen mücadeleler sonucunda ortaya çıkan eşitsizlikleri sınıf kavramı temelinde analiz eder. Marx'ın sınıf ve sermaye kavramlarını genişleterek yeniden yapılandıran (Göker, 2001, s.238) Bourdieu, toplumsal yaşamda işgal edilen konumların elde edilmesinde çok boyutlu bir perspektif kurar. Marksist düşüncedeki sınıf analizinin temelini oluşturan indirgemeci ekonomik anlayışı eleştiren ünlü sosyolog, işgal edilen konumun üretim ilişkilerine indirgenmesini şiddetle eleştirir (Bourdieu 1985e'den aktaran Swartz, 2011). Dolayısıyla faillerin toplumsal uzamda sınıfsal konumlanmaları, ekonomik güçle birlikte başka güç ve yatkınlıkları da akla getirmelidir. Bu bağlamda Bourdieu, Marksist kuramın aksine “sınıfların toplumsal alanda paylaşılan ortak konum ve tüketim bağlamında yaşanan yatkınlıkların birleşiminden ortaya çıktığını savunur” (Wacquant, 2008, s. 267).

⁹ Bourdieu üzerine çalışmalar yapan David Swartz, bu formülasyonu şu şekilde değerlendirir: “Bu formül Bourdieu'nün pratiği tek başına habitusun, sermayenin ya da alanın etkilerine indirgemeyi reddettiğini açıkça gösterir. Pratikleri, bunların *bileşimi* doğurur. Ne yazık ki bu formül, terimler arasındaki tam ilişkiyi netliğe kavuşturmadan ziyade daha da karmaşıktırıyor. Habitus ile sermaye etkileşim içinde de, alan bunlara eklenen bir terim mi? Yoksa formülle, sadece her ampirik araştırmanın bütün bu etkenleri göz önüne alması gerektiği uyarısında mı bulunuyor?” (Swartz, 2011, s.198).

Toplumsal mekanizmaların tek bir nedensel ilişkiye indirgenemeyeceği ve sınıfın çok boyutlu bir ilişkisel yapısının olduğu düşüncesi, Bourdieu'yü Weber'e yaklaştırır. Marksizmin ekonomist yaklaşımıyla Weber'in kültüre ve yaşam tarzlarına öncelik veren yaklaşımını sentezleyen Bourdieu, sentezci bir sınıf modeli inşa etmeye yönelmiştir.

Bourdieu, faillerin toplumsal pratiklerinde kültürel ve sosyal süreçlerin de içkin olduğunu habitusun sınıfsal özelliğine değinerek açıklamıştır. Failler, işgal ettikleri konumun özelliklerini habitus aracılığıyla benimser ve yeniden üretir. Böylece “toplumsal sınıf sadece üretim ilişkilerindeki konumla değil, ‘normalde’ (yani yüksek bir istatistiksel olasılıkla) o konumla özdeşleşmiş sınıf habitusuyla da tanımlanır” (Bourdieu, 2015c, s. 372). Toplumsal sınıflar, toplumsal mekan içerisinde benzer toplumsal hayat koşullarının tezahürüdür. Aynı habitusa sahip failler, diğer sınıflardan ekonomik sermayelerinin yanı sıra özellikle simgesel boyutlarda farklılaşmıştır. Dolayısıyla “Her habitus, hem sınıfın maddi hayat koşullarını hem de sınıfı kategorize edip diğer sınıflarla olan ilişkisi bağlamında derecelendiren (yüksek/alt, zengin/yoksul gibi) simgesel farklılaşmaları bünyesinde taşır” (Swartz, 2011, s. 228). Sınıflar arasında inşa edilen simgesel karşıtlıklar, faillerin habituslarına içkin olan hayat tarzı ve beğeni anlayışlarında ortaya çıkarlar.

Failler, sahip oldukları estetik tercihler, zevkler ya da beğeniler aracılığıyla belirli bir sınıfın temsilcisi konumundadır. Bireylerin hayat görüşü, yeme/içme pratikleri, giyim tarzı bu konumlandırmanın temel ölçütleridir. Toplumsal uzamda yer aldıkları konumlarda kültürel pratiklerini habituslarına göre şekillendiren failler, beğeni ve hayat tarzı konusunda nesnel koşullar tarafından yapılandırılmaktadır. Beğeni pratiklerinde bireysel arzu ve isteklerin yerine nesnel koşulların faillerin beğeni pratiklerine etki ettiğini ifade eden Bourdieu (2017a,), sınıfın bedende somutlaştığını ve sınıf beğenisinin farklı şekillerde dışa yansıtılarak nesnelleştğini vurgular. Ancak bu beğeni pratikleri, öznel bir deneyimden yalıtılmış bir biçimde değerlendirilemez. Beğeni pratikleri konusunda nesnel koşullara uyarlanan habitus, yatkınlıklarla dolayımlanır (Bourdieu, 2015c, s. 375). Bu bağlamda beğeni pratiklerinin faillerin bilinçli bir seçimi olmadığını ve “zorunlu” olduğunu şu sözlerle dile getirir:

“Toplumsal konumdaki bir değişiklik sonucunda habitus, özgül etkisini yalıtıp açığa çıkaracak yeni koşullar içine yerleştğinde, bu kaynaklara nesnel olarak uyarlanan pratikler, yüksek ya da düşük gelirin değil, beğenin güdümüne girer – bu ya zorunluluk beğenisidir, ya da refah beğenisi.” (Bourdieu, 2015c, s. 175).

İlgili alıntıda da vurgulandığı gibi beğeni pratikleri, sahip olduğumuz maddi kaynakların sonucunda değil, sahip olduğumuz habituslarımızın nesnel koşullarıyla inşa edilmektedir. Toplumsal yaşamda maddi koşullar, görece bir biçimde faillere tüketim alışkanlıklarında rahat hareket etme imkanı sunsa da failler sınıfsal habituslara göre satın alma eylemi gerçekleştirirler. Örneğin, akademik alanda görece yüksek bir kültürel sermayeye sahip olan bir akademisyen, entelektüel alanın beğeni pratiklerini benimsemek durumundadır. Böylece, akademik dünyanın sahip olduğu beğeni tarzlarını içselleştirerek diğerleriyle nesnel bir zorunlulukta buluşur. Söz gelimi, günümüz toplumunda bireyselliğe atfedilerek çokça ifade edilen “Zevkler ve renkler tartışılmaz.” klişesi sarsılmış ve beğeni konusunun sınıfsal ilişkilerden bağımsız ele alınamayan bir konu olduğu görülmüştür (Kaya, 2018, s. 37).

Bourdieu, beğeni pratikleri konusunda özgürlük beğenisi, ortalama beğeni ve popüler beğeni olmak üzere üç farklı beğeni bileşeninden bahseder. Bu beğeni anlayışları, hakim sınıflar ile alt sınıflar arasındaki ayrımı ifade etmektedir. Buna göre ayrım, hem sahip çıkılan konum hem de korunan mesafedir (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 92). Failler, beğeni anlayışlarındaki farklılıklarıyla ötekilerden farklı bir yaşam tarzına sahip olduğunu maddi koşullar çerçevesinde ispatlamaya çalışır. Bu bağlamda hakim sınıfların sahip olduğu özgürlük beğenisi, maddi ve kültürel bakımdan yüksek bir sermaye hacmine sahip olunmasıyla ortaya çıkmaktadır (Bourdieu, 2015c). Hakim sınıflara mensup failler, gündelik pratiklere seçkinlik duygusunu yükleyerek doğal işlevlerini biçimselleştirip stilize eder. Böylece sıradan bir pratik, biçimselleştirilerek sıradan olmaktan çıkar (Swartz, 2011, s. 233). Toplumsal uzamda yer alan alanlardaki her pratik, bu biçimselleştirme işlemine tabi tutulabilmektedir:

“Temel ihtiyaçları ve itkileri saflaştırma, incelikli kılma ve yüceltme amaçlarının kendini gösteremeyeceği hiçbir pratik alanı yoktur; hayatın stilize edilmesinin, yani formun işlev, tarzın madde karşısındaki önceliğinin aynı etkileri yaratmadığı hiçbir alan yoktur” (Bourdieu, 2015c, s. 5).

zgrlk beğenisinin günümüz yaşam koşullarında sosyal ağlarda hızlı bir şekilde üretilip dolaşıma girdiği söylenbilir. Özellikle diğital sosyal ağlarda aynı amaç doğrultusunda bir araya gelen grup, topluluk vb. sanal topluluklar, özgürlük beğenisinin sıkça grldğı çevrim içi ortamları yeniden üretmektedir. Çalışmamız kapsamında örnek verecek olursak, Youtuberlar yapmış oldukları ürün tercihleri ve reklamlarıyla özgürlük beğenisini sanal ağlarda yaymaktadırlar. Bu anlamda Youtuberler, nl bir markaya ait sıradan bir ürüne seçkinlik duygusu yükleyerek takipçilerine ‘bu ürünü satın alarak sınıfsal anlamda seçkin bir konum elde edebilecekleri düşüncesini’ benimsetmeye çalıştıkları söylenbilir. Bu duruma örnek olarak ünlü fenomen Duygu zaslan’ın “su şişesi reklamı” örnek verilebilir.¹⁰

Bourdieu’nün beğeni anlayışlarından biri de ortalama beğeni anlayışıdır. Bu beğeni anlayışı, toplumsal uzamda orta sınıfta yer alan faillerin pratiklerinde gözlemlenmektedir. Popüler beğeni ise genellikle alt sınıflar arasında yaygın bir biçimde görülen beğeni anlayışıdır (Bourdieu, 2015c). Beğeniler, bu durumda sosyal uzamda inşa edilen kültürel kıstaslardır. Dolayısıyla beğeni, tercih ve zevkler farklı sınıflarda yer alan bireylerin varlığına işaret etmektedir ve bu durum onları zaman ve mekanda ayırabilmektedir (Arun, 2014, s. 168). Beğeni konusunda ilişkisel bir model öneren Bourdieu, sınıflar arasındaki beğeni konusundaki karşıtlıklara odaklanır. Bir sınıfın sahip olduğu beğeniler, diğer sınıfın karşıtlıklarıyla sistemli bir bütünlük kazanır. Öyle ki yemek, giyim, boş zaman ya da spor tercihleri olsun, hepsinde sınıfları birbirinden farklılaştıran sistemli karşıtlıklar söz konusudur (Swartz, 2011, s. 14-15). Bu bağlamda yaşam tarzları, sınıf ilişkilerinin simgesel boyutunu ifade eden pratiklerdir.

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=TFlaMi2vD1k>

2.8. Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Genel Değerlendirmesi

Sosyal teorinin tarihine bakıldığında, sosyal olgu ve olayların oluşumunda etkili olan etmenlerin ikili bir bakış açısına göre tanımlandığı görülmektedir. Sosyal olguların ve pratiklerin analizi konusunda mikro yaklaşımlar bireye odaklı bir toplum analizi sunarken makro yaklaşımlar yapı odaklı bir toplum analizi inşa etmiştir. Sosyolojinin ilk dönemlerinde pozitivist paradigma yapıya odaklı bir araştırma modeli sunmuş, yapıların toplumsal eylemleri kısıtlayıcı yönleri vurgulanarak toplumsal aktörlerin etkileşim süreçlerinde bu yapılar tarafından kuşatıldıkları belirtilmiştir. Eylem odaklı mikro yaklaşımlar ise toplumsal aktörlerin sosyal pratiklerin üretiminde toplumsal yapılardan bağımsız hareket edebilen öznel olduğu yönünde bir konsensüs geliştirmiştir. Toplumsal pratikleri salt yapıya ya da eyleme indirgeyen bu sosyolojik yaklaşımlar, karşıt görüşler biçiminde ikilikler ortaya çıkarmıştır. Bu düalizmler, toplumsal aktörleri ya nesne konumuna indirmek ya da onlara sonsuz bir eylem repertuarı sunmaktadır. Sosyal teoride süregiden bu problematik, yapı ve eylem ikiliğine düşmeden toplumsal olguları açıklamaya çalışan kuramların ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. Entegratif sosyal kuram olarak nitelendirilen bu kuramlar, toplumsal pratikleri yapı ve eylem ikiliğine düşmeden bu olguların birbirine eklemlenmiş bir biçimde ele alınması gerektiğini savunmuşlardır. Anthony Giddens'in yanı sıra Fransız sosyolog Pierre Bourdieu da yapı ve eylemin bir bütün halinde toplumsal pratikleri açıklayabilme potansiyeli olduğunu belirterek bir pratik kuramı tasarlamıştır.

Bourdieu (2015a), pratik kuramıyla sosyal problemlere yönelik salt kuramsal bir çerçeve sunmakla kalmayıp aynı zamanda yapmış olduğu saha çalışmalarıyla pratik kuramının uygulanabilirliğini göstermeye çalışmıştır. Fransız toplum yapısını yakından tanıyan ünlü düşünür, pratik kuramını nesnelcilik ve öznelcilik ikiliklerine düşmeden iktidar ve tahakküm ilişkilerini açıklamaya yönelik bir kuram olarak geliştirmiştir. Bourdieu'nün Fransa'daki entelektüel ve akademik çevrelerde bulunması, onun araştırmacı kimliğinin gelişimine olumlu anlamda etki etmiştir. Aldığı eğitim aracılığıyla felsefi bir kimliğe sahip olan ünlü sosyolog, sosyolojide verili olan kavramları geliştirerek yapı ve eylem arasındaki ilişkiselliğe odaklanmıştır. Bu ilişkiselliği habitus, alan ve sermaye kavramlarının birleşimiyle kurmaya çalışmış, toplumsal eylemleri toplumsal uzamda gerçekleşen mücadeleler

bağlamında incelemeye çalışmıştır. Toplumsal uzamın sosyogenetik bir tahlili olarak nitelendirebileceğimiz pratik kuramı, epistemolojik ve metodolojik açımları beraberinde getirmektedir.

Bourdieu'nün pratik kuramında toplumsal eylemleri açıklama noktasında başvurduğu aletleri habitus, alan ve sermayedir. Habitus, toplumsal faillerin toplumsal uzamdaki nesnel koşulları ve toplumsal kökeni aracılığıyla doğuştan gelen yatkınlıklar ve eğilimlerdir. Bu bağlamda habitus, faillerin toplumsal yaşam içerisindeki tercihlerini, beklentileri, davranış setlerinin bütünüdür. Habitus, faillerin bilinçlilik durumu olmadan, nesnel koşullar tarafından yapılanmasını ifade eder. Habitus, faillerin toplumsal eylemlerini bağlam içerisinde nasıl yapacaklarını faillere öğreten bir mekanizmadır. Söz gelimi habitus, faillerin yaşam koşullarını üreten ve yeniden üreten bir mekanizma olarak işler. Bu üretim sürecinde faillerin sahip oldukları kaynaklar ise Bourdieu tarafından sermaye biçiminde kavramsallaştırılmıştır. Sermaye kavramı her ne kadar Marx tarafından sadece ekonomik yönüyle üretim ilişkilerini açıklayan bir kavram olarak tartışılrsa da Bourdieu (2015), sermaye kavramının ekonomik özelliğini kabul etmekle beraber bu tanımlamanın eksik olduğunu belirterek bu kavrama kültürel, sosyal, simgesel boyutları da ekler. Toplumsal uzamda sermayelere sahip failler, sahip oldukları sermayeleri artırarak iktidara sahip olmaya çalışmaktadırlar. Toplumsal uzamda iktidar ve tahakküm ilişkilerine sahip olabilmek için mücadele gerekmektedir ve sermayeler bu mücadelelerde faillerin adeta silahlarıdır.

Bourdieu'nün (2015a) pratik kuramında habitus ve sermayelerin işlerliğini kazandığı kavram ise alan nosyonudur. Alanlar toplumsal uzamın birer uzantısı olarak farklı biçimlerde toplumsal yaşamda yer alan mücadele arenalarıdır. Failler, bu arenalarda *oyuna* dahil olarak sermayelerini oyun uğruna harcayarak yatırımda bulunurlar. Etkileşim ve karşılaşmalar olarak da düşünebileceğimiz *oyun* metaforu, faillerin ortak bir çıkar uğruna stratejiler geliştirerek sosyal konumlanmalarını belirleyen durumları açıklamaktadır. Alana yeni giren her bir fail, alandaki doxaları yıkmak için illusiolar geliştirir. Alanda tahakküm gücünü elinde tutanlar, bu yıkıcı stratejileri engellemek ve konumlarını muhafaza etmek için alana yeni girenlerle mücadeleye girişirler. Bu mücadele, toplumda yer alan konsensüsleri yıkma

amacının bir sonucudur. Diğer bir deyişle bu mücadele, simgesel şiddeti tekeline alma mücadelesidir (Bourdieu ve Wacquant, 2014).

Bourdieu'nün (2021) genetik yapısalılık olarak nitelendirdiği pratik kuramının kavramsal setleri, günümüzde dijital yaşam pratiklerini toplumsal eylem bağlamında açıklama potansiyeli bulunmaktadır. Dijital sosyal ağlarda habituslarıyla sanal kültürün norm ve kurallarına uygun bir biçimde hareket eden failler, real yaşamlarında sahip oldukları sosyal, kültürel ve simgesel değerleri çevrim içi ortamlara taşıyarak beğeni anlayışlarına uygun bir biçimde yeniden üretmektedirler. Yine aynı şekilde dijital sosyal ağlarda oluşturulan yapılar, failler tarafından benimsenerek real yaşama etki etmektedir. Bu çift yönlü etkileşim süreci, Bourdieu'nün işlevsel bir sosyo-genetik kuram olarak tasarladığı pratik kuramıyla nesnelci ve öznelci ikiliklere düşmeden açıklanabilir. Bu bağlamda Bourdieu'nün alet çantasında yer alan kavramları dijitalleşme süreciyle birlikte okuduğumuzda, özgün bir 'dijital sosyoloji' perspektifi yakalanabilir. Yeni iletişim teknolojilerinin ve dijital sosyal ağların toplumsal eylemlerde bulunan faillerin pratiklerini önemli ölçüde değiştirdiği düşünüldüğünde, dijitalleşmenin toplumsal hayata etkilerini sosyolojik bakış açısıyla yorumlamak sanal ve gerçek dünyanın etkileşimselliğini gözler önüne serecektir.

3. DİJİTAL SOSYAL AĞLARIN YAPISI, EYLEM VE DİJİTAL HABİTUS

Dijital sosyal ağların real yaşama etkisi sonucunda dijital kimlikler üretilmiş, dijital ve real yaşamın karşılıklı etkileşimi faillerin eğilim ve yatkınlıklarını belirli ölçüde dönüştürmüştür. Çalışmanın bu bölümünde, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamdaki etkisine odaklanılarak dijitalleşmenin faillerin eylemleri üzerindeki etkisi dijital sosyal ağlar bağlamında tartışılacaktır.

3.1. Yeni İletişim Teknolojileri

İletişim tarihine bakıldığında, iletişim araçlarının geçmişten günümüze farklı biçimlerde kullanılageldiği görülmektedir. Mağara duvarları, hayvan derileri, taşlar vb. araçlar insanlığın ilk dönemlerinde insanların iletişim için kullandıkları araçlar olarak tarihe geçse de tarihsel süreçte yazının icadıyla beraber matbaanın bulunması ve yaygınlaşması, iletişimin gelişmesinde büyük bir aşama olarak kayıtlara geçmiştir. Elektrik, telgraf, telefon ve radyonun icat edilmesiyle zaman ve mekan açısından iletişim yeni bir boyut kazanmış, iletişim için aynı yerde ve zamanda bulunma zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Teknolojik gelişmelerin gün geçtikçe artması, farklı iletişim araçlarının doğmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerinin çok hızlı bir şekilde gelişmesi, geleneksel iletişim teknolojilerinin yanında yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışına öncülük etmiştir.

Yeni iletişim teknolojileri, sayısal teknolojilerin ve bilgisayar teknolojilerinin birleşimi sonucunda meydana gelen iletişim araçlarını ifade etmektedir. Sayısallaşma sonucunda metin, ses, görüntü ve video gibi içeriklerin sayısal değerlere dönüştürülmüş, bu farklı formatlara sahip içerikler aynı iletişim altyapısı üzerinden aktarılabilir ve paylaşılabilir bir hale gelmiştir. Ancak yeni iletişim teknolojileri, geleneksel iletişim yapılarından tamamen bağımsız bir biçimde gelişmemiştir. Yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan birçok uygulama, geleneksel iletişim araçlarıyla benzerlik taşımaktadır (Geray, 2003, s. 20). Yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel iletişim araç ve uygulamalarını da içerisinde barındırdığı düşünüldüğünde bu teknolojinin hibrit bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu teknolojilere kablolu televizyon, uydu yayıncılığı, e-posta, mikroişlemciler, fiber optik kablolar örnek gösterilebilir (Timisi, 2003, s. 80). Bu teknolojilerin sahip oldukları özelliklere

bakıldığında yeni iletişim teknolojilerini kullanıcılar arasında enformasyon alışverişini sağlayarak etkileşime olanak sağlayan iletişim teknolojileri olarak tanımlamak mümkündür (Rice, 1984, s. 35). Diğer taraftan bu teknolojiler, sürekli gelişim halindedir ve daha da ayırt edici özelliklere sahip olabilir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerini geleneksel medyadan ayırt etmek amacıyla kullanılan “yeni medya” kavramı, zamansal sürekliliği yansıtmamaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin tarihsel süreç içerisinde sahip olduğu bazı özellikler, geleneksel medyayı da kapsamaktadır. Bu özellikler, geleneksel medya araçlarının yeni iletişim teknolojileri ile yeni bir boyut kazandığını göstermektedir. Bu değişiklik ve dönüşüm süreci, yeni iletişim teknolojilerinin özellikleriyle gerçekleşmiştir. Bu özellikler dijitalleşme, yakınsama, etkileşim, kitlesizleştirme, eş zamansızlık ve multimedya olarak sıralanabilir.

Dijitalleşme, genel olarak enformasyonun sahip olduğu formattan başka bir enformasyon formatına dönüştürülmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda dijitalleşme; “ses, veri ve görüntülerin tek bir altyapı üzerinden aktarılabilmesi, depolanabilmesi ve işlenmesi” olarak tanımlanmaktadır (McQuail, 2005, s.137). Dijitalleşme, farklı formatlarda oluşturulmuş ses, veri, görüntü gibi her türlü enformasyonun mikroişlemciler aracılığıyla “0” ve “1” şeklinde bilgisayar diline kodlanmasıdır. Böylece bilgisayar diline çevrilen enformasyon, her türlü dijital işleme tabi tutulabilmekte, dönüştürülmekte ve depolanabilmektedir. Bu durum, enformasyon türleri arasındaki ayrımların bulanıklaşmasına ve her içeriğin dijital formatının oluşturulmasına zemin hazırlamıştır (Aktaş, 2014, s. 60). Dijital formata uygun hale getirilen içerikler, dijital ortamlarda hızlı bir şekilde paylaşılabilmektedir. Böylece medya içerikleri, internet üzerinden ağlar aracılığıyla yayınlanmaktadır (Doyle, 2011).

Yeni iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu özelliklerden birisi de yakınsamadır. Yakınsama, veri ve kitle iletişiminin dijitalleşmesiyle birlikte tek bir ortamda bütünleşmesini ifade eden bir kavramdır. Bu bağlamda yakınsama, “telekomünikasyon sistemlerinin, veri iletişiminin ve kitle iletişiminin bütünleşerek tek bir ortama dönüşmesidir” (Van Dijk, 2005, s. 9). Örneğin, cep telefonları ile

konuşmanın yanı sıra fotoğraf gönderme ya da video çekme, e-kitap okuma gibi birçok toplumsal pratik gerçekleştirilebilmektedir (Jenkins, 2006). Geleneksel medya araçlarında üretilen içerikler tek bir araç veya kanal yoluyla iletilirken, yeni iletişim teknolojilerinin yakınsama özelliği sayesinde iletiler bütünleştirilerek tek bir iletişim aracı üzerinden dağıtılabilmekte, paylaşılabilmektedir. Bu durumu sağlayan yegane teknoloji ise kuşkusuz internettir. İnternet, farklı formatlarda yer alan enformasyonu bir araya getirerek aynı anda aynı kanallar üzerinden dağıtabilmektedir. Dolayısıyla internet teknolojisi sayesinde dijital alanlarda ağlar kurulmakta ve içerikler oluşturulabilmektedir. Bu anlamda yakınsama, internetin kullanılması sonucunda medya araçları arasında bağlantıların oluşumunu sağlayan bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yakınsama ile birlikte kullanıcıların içerik üretme sürecine dahil olmaları, benzer özelliklere sahip kullanıcıların aynı içerikler etrafında toplanmasını da mümkün kılmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri, insanlar arasındaki iletişim biçimlerine yön veren bir konumda bulunan ve etkileşim biçimlerinin çeşitliliğini sağlayan bir altyapıya sahiptir. Yeni iletişim teknolojileri ile etkileşimin tarihsel seyri değişmiştir. Geleneksel medya araçları tek yönlü bir etkileşime olanak verirken yeni iletişim teknolojileri etkileşimi anlık bir biçimde sağlayabilmekte ve bunun sonucunda çift yönlü bir etkileşim gerçekleşmektedir. Geleneksel medyanın tamamen kullanıcılar, tamamen pasif bir konumda değildirler ancak bireylerin iletişim sürecine katkıları sınırlı olmaktadır (Aktaş, 2014). Günümüz koşullarında yeni iletişim teknolojileri bağlamında etkileşim, “Var olan seçeneklerin karmaşıklığı, kullanıcının enformasyona ulaşmak için gösterdiği çaba, kullanıcıya cevap verme, enformasyon kullanımının izlenmesi, kullanıcıya sağlanan enformasyon ekleme kolaylığı ve kullanıcılar arasında kişiler arası iletişim kurma kolaylığını içeren çok boyutlu bir kavram”dır (Heeter, 1989, s. 222-223). Kullanıcılar özellikle internet aracılığıyla etkileşimde bulunmakta, içerikler üzerinde değişiklikler yapabilmekte veya herhangi bir içerik hakkında anlık fikir alışverişinde bulunabilmektedirler. Özellikle günümüzde dijital sosyal ağlarda kullanıcıların paylaşılan içeriklere verdikleri anlık tepkiler, içeriklerin redaksiyon sürecine yeniden girmesini sağlayabilmektedir. Özellikle sansasyonel haber niteliği taşıyan haberler paylaşıldıktan sonra kullanıcıların anlık yorum ve etkileşimleri, içeriklerin kaldırılmasına ya da yeniden

düzenlenmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla haber üretim sürecinde gazetecilerin yanı sıra okurlar da sürece dahil olmaktadır. Böylece kullanıcılar, internetin etkileşim özelliği sayesinde içeriklerin bir bölümünün yazılmasına katılarak daha güçlü bir şekilde web sitelerine bağlanmaktadır (Alver, 2007). Bu bağlantı, dijital ağlarda konumlanan kullanıcıların içerik üretimlerinde ağlar oluşturmalarını kolaylaştırmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerinin kullanıcılara sunduğu bir diğer özellik ise kitlesizleştirmedir. Kullanıcılar etkileşim sayesinde ilgi alanlarına göre içerikleri kişiselleştirerek çevrim içi ortamda bulunabilmektedirler. Örneğin bir kullanıcı, bir alışveriş sitesinde kişisel beğeni ve tercihlerine göre istediği ürünü filtreleme yoluyla hızlı bir biçimde arayabilmektedir. Öyle ki, yeni iletişim teknolojileri sayesinde ağlar etrafında örgütlenen toplumsal hareketlere (Castells, 2012) ev sahipliği yaptığı gibi aynı zamanda kitlelerden bağımsız bir biçimde hareket edebilen çevrim içi profillerin de oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.

Dünyanın “küresel bir köy” (McLuhan, 2001) haline gelmesinde yeni iletişim teknolojilerinin yadsınamaz bir payı vardır. Yeni iletişim teknolojileri, aynı yerde ve aynı zamanda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırarak iletişim tarihinde önemli bir aşamanın kaydedilmesini sağlamıştır. Eş zamansızlık olarak ifade edilen bu durum, aynı zamanda iletişim kurma zorunluluğunu kaldırmıştır (Geray, 1994, s. 8). Telefon, televizyon vb. geleneksel medya araçlarında iletişim için aynı ortam ya da zamanda bulunma zorunluluğu söz konusu iken yeni iletişim teknolojileri dünyanın dört bir yanında bulunan kullanıcıları sanal olarak aynı ortamda toplayabilmektedir. Örneğin, bir sosyal ağda arkadaşınıza mesaj attığınızda o arkadaşınız size istediği yerde ve zamanda cevap verebilmektedir. Diğer taraftan yeni iletişim teknolojilerinin içerikleri depolayabilme özelliği sayesinde kaydedilen içerikler istenilen zamanda tüketilebilmektedir.

Kullanıcıların internet aracılığıyla kaydettikleri ses, yazı, görüntü ve video gibi çeşitli içerikler; yeni iletişim teknolojileri sayesinde çoklu bir ortamda bir arada bulunabilmektedirler. Multimedya adı verilen bu özellik, internetle birlikte yaygınlaşan bir özelliktir (Green ve Buckingham, 1998). Özellikle günümüzde

akıllı telefonların multimedya özelliği, milyonlarca kullanıcının yine milyonlarca farklı formattaki içeriğe tek bir kanal üzerinden ulaşmasını mümkün kılmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşimin sınırlarını bu denli genişletmesi, dijital dünyada fenomenler ve çevrim içi toplulukların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İnsanlar, dünyanın herhangi bir yerinden internet aracılığıyla ortak bir ağda başka bir insanla artık çok hızlı bir şekilde etkileşim kurabilmektedir. Bu gelişmelerin sonucunda “dijital sosyal ağlar” biçiminde tanımlanan dijital örgütlenme ve etkileşim ağları kurulmuştur. Bu ağların kurulmasını sağlayan dijital sosyal medya araçları da insanların profiller oluşturarak sahip oldukları değerler, inançlar vb. doğrultusunda kullandıkları araçları ifade etmektedir. Sosyal ağların ve sosyal medya araçlarının insanların real yaşamına etkisinin çok güçlü olduğu bu dönemde bu ağların ve araçların etkileşim ve normların değişim/dönüşümünde ne ölçüde etkili olduğu günümüzde tartışılan konuların başında gelmektedir.

3.2. Dijital Sosyal Ağlar

İnsanlar, geçmişten günümüze modern yaşam içerisinde iletişim kurmak için çeşitli araçları kullanmaktadırlar. Teknoloji geliştikçe iletişimin hızı ve biçimleri değişmiş, toplumsal pratikler teknolojik yaşamın döngüsü içerisinde yeniden şekillenmiş ve hala da şekillenmeye devam etmektedir. Sosyal yaşamın tüm alanlarına sirayet eden teknolojik gelişmeler, özellikle insanların iletişimlerinin gerçek yaşamdan sanal yaşama kaymasında etkili olmuştur. İnsanlar, günlük rutin iletişimlerini devam ettirirken diğer yandan çevrim içi ortamlarda profiller oluşturarak sanal dünyanın bir parçası haline gelmiştir. İnsanları sanal ortamlarda kişisel ya da topluluk biçiminde yer almasını sağlayan yegane araç, dijital sosyal ağlardır. Bu ağlar, insanların dijital ortamda belirli bir amaç doğrultusunda hareket etmesini sağlayan sanal ağlardır.

Dijital sosyal ağlar, Web 2.0 teknolojinin bir parçası olarak ortaya çıkmış ve bugün dünyada milyarlarca insanın kullandığı bir araç haline gelmiştir. Bu bağlamda dijital sosyal ağlar, “insanların kamuya açık ya da yarı açık profiller oluşturarak istedikleri kimselerle bağlantıya geçecekleri ve arkadaş listelerinin yanı sıra bağlantı kurdukları kişilerin görünmesini sağlayan internet temelli servislerdir” (Boyd ve Ellison, 2008, s. 211). Sosyal ağların çevrim içi ortamda kurulması, internetin

gelişimiyle paralel olmuştur. Dijital sosyal ağların tarihine bakıldığında , 1978 yılında New Jersey Teknoloji Enstitüsünde Freeman ve ekibi tarafından kurulduğu bilinmektedir (Acar ve Polonsky, 2007, s. 57). Ağın kurulması, kullanıcıların birbirleriyle e-posta aracılığı ile iletişim kurabilmesi ve günlük bülten tahtalarının görülmesi amacını taşıyordu. Ancak günümüzdeki dijital sosyal ağ siteleri olarak düşünebileceğimiz ilk sosyal ağ sitesi, 1997 yılında sosyolog Stanley Milgram tarafından kurulmuştur (Boyd ve Ellison, 2008, s. 214). Profil oluşturma, arkadaşlık kurma ve sanal topluluklara üye olma gibi çeşitli özellikleri içerisinde barındıran bu ağ, pek çok kullanıcıya sahip olsa da kısa bir süre sonra kapanmıştır. İnternet teknolojisinin yaygınlaşması sonucunda günümüzde yüzlerce sosyal ağ sitesi kurulmuştur. Bu ağlar, zamanla küresel bir fenomen haline dönüşmüş ve kullanım oranları oldukça artmıştır.

Dijital sosyal ağlar, kullanıcı türevli bir model üzerine temellendirilmiş bir sosyal ağ siteleridir. Kullanıcılar ağlarda profil oluşturduktan sonra çevrim içi ortamda yazı, müzik, video, fotoğraf olmak üzere birçok içeriği siteye yükleyebilir, bu içeriklerin listelerini oluşturabilirler (Nyland, Marvez ve Beck, 2007, s.2). Bu ağlarda kullanıcılar profillerini birbirine eklemleyebilir ya da bağlantılar oluşturup bu bağlantıları üzerinden başka kullanıcılara ulaşabilir. Ağlarda konumlanan her bir kullanıcı, bireyselleştirilmiş profillere sahiptir ve bu yönüyle ağlarda benzer ilgi ve davranışlara sahip kullanıcılarla daha fazla etkileşim kurarlar. Gerçek yaşamda tanıdığımız bir kişiyle sosyal ağlarda etkileşim gerçekleştirebileceğimiz gibi daha önceden hiç tanışmadığımız kişi ya da topluluklarla da bu ağlar vasıtasıyla etkileşimde bulunabiliriz. Bu bağlamda sosyal ağlar; mesleki işler, romantik ilişkiler, siyaset ve müzik gibi pek çok ortak ilgi alanına sahip kullanıcıları bir araya getirmektedir (Lampe, Ellison ve Steinfield, 2006, s. 3). Ortak ilgi alanlarına sahip kullanıcılar, bu ağlarda çeşitli enformasyon ve bilgi alışverişinde bulunarak kazanım elde etmeye yönelirler.

Dijital sosyal ağlar, ağda yer alan kullanıcıların tanıdıklarıyla iletişim kurmasını, arkadaşlıkların kurulmasını ya da yeni arkadaşlıkların kurulmasını sağladığı gibi sosyo-kültürel bakımdan kullanıcıların çevrim içi ortamlarda süreli ya da süresiz ilişkiler ağı oluşturmaya da yardımcı olmaktadır. Dijital sosyal ağlar

temelde “Kullanıcılarının profilleri aracılığıyla kendilerini dijital ortamda ifade etmelerine olanak sağlama, diğer sosyal ağ kullanıcıları ile ilişkilerini yani arkadaş/takipçi listelerini ortaya koymalarını sağlama, kullanıcıların gerçek dünyada var olan sosyal ilişkilerini sanal ortamda da yönetmelerine olanak sağlama, ilgi alanları, mekan ve aktiviteleri temel alarak yeni ilişkilerin oluşmasına olanak sağlama” (Zhang vd., 2010, s. 13) gibi özellikleri bulunmaktadır. Bu açıdan dijital sosyal ağlarda profil oluşturarak bireysel ya da kolektif bir biçimde konumlanan kullanıcılar, farklı amaçlarla hareket edebilmektedirler. Dijital sosyal ağlarda yer alan kullanıcılar şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- *“Aile üyeleri ile iletişim halinde olmak isteyen üyeler*
- *Uzun zamandır görmediği arkadaşlarına ulaşmak isteyen üyeler*
- *İş birliğinde olmak ve ağ kurmak için çabalayan bireyler*
- *Kendi ilgi alanlarını paylaşmak isteyen amatörler*
- *İş konusunda ortağa ihtiyacı olanlar ve ev işi tavsiyesi isteyen üyeler*
- *Takipçi ya da hayranlarıyla bağlantı kuran ya da kurmak isteyen aktör veya ünlüler*
- *Çift olmak isteyen bekarlar”*

(Miller, 2011, s.11).

Dijital sosyal ağlarda bireysel arkadaşlık ya da toplanmaların yanı sıra e-ticaret, kültürel aktiviteler, eğlence, sağlık, politika gibi her türlü faaliyet gerçekleştirilebilmektedir. Castells (2016), internet dolayımı çevrim içi alanda en önemli faaliyetin sosyal ağlar üzerinde gerçekleştiğini ifade etmiştir. Dijital sosyal ağlarda üretilen her bir profil, geniş kapsamlı ağlar oluşturmaya yöneliktir ve her profil sahibi kullanıcı ağlar oluşturarak adeta toplumun kendini üretmesini sağlar. Bu nedenle sanal ağlar ile gerçek yaşamdaki ağlar arasında yakın ilişki vardır (Castells, 2016, s. 12-13). Castells’in (2016) de belirttiği gibi sosyal ağlar, gerçek hayattaki insanları bir araya getirerek hem sanal hem gerçek yaşamda örgütlenme biçimlerini meydana getirmekte ve verili ağları dönüştürmektedir.

Sosyal ağlar, çok çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulsa da genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Dawley, 2009, s. 111):

- Sosyal siteler: MySpace (2003), Facebook (2004), Twitter (2008)
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr (2004), PhotoBucket.
- Wikiler: Wetpaint, PBWiki.
- Video Paylaşım: YouTube.
- İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.
- Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn (2003), Xing.
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress.
- Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Dijital sosyal ağların sınıflandırılmasında genellikle ağların kullanıcı temelli özellikleri kriter olarak kullanılmaktadır. Sosyal ağların işlevselliği, bireylerin içerik üretimi ve paylaşım temelli özelliklerinin geliştirilmesiyle mevcudiyet kazanmaktadır. Bu özellikler sohbet etme, ilişkiler kurma, ünlenme gibi pratiklerin hızlı bir biçimde yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Bu açıdan dijital sosyal ağların özelliklerini belirtmek sosyal ağların kimlik, norm ve bireyselleşme süreçlerine katkısını görebilmek adına önemlidir.

3.3. Dijital Sosyal Ağların Özellikleri

Dijital sosyal ağlar, insanların kendilerini ifade edebildikleri, ortak ilgi alanlarına sahip olduğu kişi ya da topluluklarla bir ağ oluşturmaya olanak tanıyan sosyal ağ siteleridir. Sosyal ağlarda bulunan her kullanıcı, sosyal ağ sitelerinin getirdiği kolaylıklar sayesinde içeriklerini başkalarıyla paylaşabilmektedir. Artık kişiler Messenger yerine Instagram ya da Facebook üzerinden mesajlaşmakta veya bu ağlarda direkt mesaj yoluyla paylaşımlarda bulunabilmektedirler. Dijital dünyada yer alan kullanıcı artık yazılarını kendi blogunda değil, Facebook ya da Twitter gibi ağlarda takipçilerine ulaştırmaktadır. İnternetin ilk yaygınlaşmaya başladığı dönemlerde insanlar e-posta yoluyla bilgi alışverişinde bulunurlarken günümüzde bilginin sosyal ağlar üzerinde yayılımı e-postadan daha hızlı bir hale gelmiştir (Quelman, 2011, s. 110). Bu bağlamda, sosyal ağların kullanıcılara sağlamış olduğu en büyük yenilik, kullancının kendi içeriklerini yaratabilmesi, etkileşimde bulunması ve içeriklerini hızlı bir şekilde yaymalarıdır. Geleneksel iletişim anlayışının değişmesine ve iletişimin farklılaşmasına neden olan bu durumla

kullanıcılar özerk bir kimliğe kavuşmuştur. Sosyal ağların sahip oldukları özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- *“İçeriğin paylaşılabilir bir alan vardır.*
- *Kullanıcılar bu alanda içerik oluşturur veya değerlendirmeler yaparlar.*
- *Sosyal etkileşim temellidir.*
- *Linklerin tamamı URL bağlantısıyla diğer kullanıcılara açıktır ve gönderilebilir.*
- *Sitede yer alan bütün üyeler, diğer kullanıcılara da açık olan profil sayfalarına sahiptir”*

(Lietsela ve Sirkkunen, 2008, s. 19).

Dijital sosyal ağların özelliklerine kullanıcılar açısından bakıldığında ise çeşitli motivasyon kaynaklarının olduğu görülmektedir. Zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde iletişim kurmanın en hızlı araçlarından biri olan sosyal ağlar, kullanıcıların dijital bir kimlik kazanması ve iletişim konusunda sermaye bakımından gerekli koşulları yaratan bir alan olma özelliği taşımaktadır. Bu alanda ortak eylemlerde bulunmak, ortak bir çabayla ve iş birliği sayesinde ancak gerçekleşebilmektedir. Sosyal ağların kullanıcılar tarafından kullanılmasındaki en temel motivasyonlardan biri, “sosyal ağların sosyal sermaye oluşumunu desteklemesidir” (Hohlfeld, 2021, s. 24). Bunun yanı sıra bu dijital ortamlar, kullanıcılara geleneksel medya araçlarında olduğu gibi çeşitli motivasyon kaynakları sunmaktadır. Dijital sosyal ağ sitelerini kullanan insanlar genellikle “eğlence, sosyal etkileşim ve entegre olma, bireysel kimlik, bilgi edinme, kazanç sağlama ve güçlü görünme” (Muntinga, 2019) gibi motivasyonlarla dijital ortamda bulunmaktadır. Dolayısıyla bu ağlar, insanların sosyo-kültürel yönlerini inşa etmekte, kimlik yönetimini sağlamakta ve çevresiyle iletişimde önemli bir araç konumunda olmaktadır.

Dijital sosyal ağ siteleri, günümüzde milyonlarca kullanıcıya sahiptir ve gün geçtikçe de yaygınlaşmaya devam etmektedir. Günümüzde dijital sosyal ağlar, gündelik yaşamda ve akademik çalışmalarda “sosyal medya” kavramı biçiminde tanımlanmakta olsa da sosyal ağlar ile sosyal medya arasında farklılıklar söz konusudur. Sosyal ağlar ve sosyal medya kavramları arasındaki en büyük farklılık, bir iletişim kanalı olarak sosyal medya kavramının daha genel bir şemsiye kavram

biçiminde kullanılmasıdır. Sosyal medya, sosyal ağ sitelerine oranla daha geniş, kapsayıcı bir medya türüdür. Sosyal medya, bir medya türü olarak araçtır ve genellikle yayıncılık üzerine kurulmuş bir sisteme dayalıdır. Sosyal ağlar ise dijital sosyal medyanın bir uygulaması olarak tasarlanan, kullanıcılar arasında etkileşim sonucunda birbirleriyle ağ kurmalarını sağlayan sitelerdir. Cohen (2009), sosyal ağlarla sosyal medya arasındaki farka şu şekilde değinmektedir:

“Sosyal medya ile sosyal ağlar arasındaki farklar sadece semantik farklar değildir. Bu farklardan en önemlisi kavramların tanımında yatar. Sosyal medya hala bir medya türüdür ve öncelikli olarak geniş bir izleyici kesimiyle bilgi paylaşımı ve aktarımına dayanır. Öte yandan sosyal ağlar ise bir ağ oluşturma biçimidir. Aynı ortak ilgi alanlarına sahip insanların bir araya gelerek arkadaş olması, ilişki geliştirmesi ve paylaşımlarda bulunmasıdır.” (Cohen, 2009, s. 75).

Cohen’in de (2009) belirttiği gibi sosyal ağ siteleri, sosyal medyanın bir uygulaması olarak kullanıcıları bir araya getirebilen ve kullanıcıların sosyal ilişkilerini sürdürebildikleri sanal bir ağıdır. Sosyal ağlar, online bir topluluk türüdür ve kullanıcılar arasındaki ilişkilerin geliştirilebildiği web siteleridir (Buss ve Strauss, 2009). Dolayısıyla dijital sosyal ağları, sosyal medyanın sunmuş olduğu platformlar ya da araçlar olarak tanımlayabilmek mümkündür. Sosyal medya ise kullanıcılara düşünce, bilgi ya da medya içeriği üretme imkanı sunan dijital medya ya da teknolojileri olarak tanımlanmaktadır ve bu medya araçları sayesinde kullanıcılar yorumlar, değerlendirmeler yoluyla aktif bir konumda yer alarak sosyal ilişkiler inşa edebilmektedirler.

3.4. Dijital Sosyal Medya

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışıyla internet kullanımının tüm dünyada yaygınlaşması, sosyal yaşamda birçok pratiğin dönüşümüne zemin hazırlamıştır. Web 1.0 ‘dan Web 2.0’a geçişle beraber bireyler alıcı ya da pasif konumdan üretici ya da aktif konuma geçmiştir. Bu süreç, insanların ortak bir amaç doğrultusunda çevrim içi ağlar ya da sosyal medya platformları kurarak sanal dünyada bireysel ya da topluluk halinde içerik yaratmalarını sağlamıştır. Teknik açıdan kullanıcılara çeşitli imkanlar tanıyan Web 2.0 teknolojisi, sosyal medyanın temellerinin atıldığı

yazılımları ifade etmektedir. Sosyal medya ile özdeşleştirilen bu teknoloji, sosyal medyanın sadece teknik yönünü ifade eden çevrim içi servis ya da teknolojilerdir (Lietsala ve Sirkkunan, 2008, s. 18).

Sosyal medya, yukarıda belirtildiği gibi Web 2.0 veya sosyal ağ gibi kavramlarla özdeşleştirilen bir kavram olarak genel anlamda belirli sosyal ilişkilerin inşa edildiği araçlar olarak tanımlanmaktadır. “Social media” kavramı, Türkçeye İngilizceden geçmiş bir terimdir ve Latince “socius” ve “mediis” sözcüklerinden türetilmiştir. Medium ve social kelimelerinin anlamları düşünüldüğünde, sosyal medya kavramının insanların iletişim araç ya da ortamlarını ifade eden şemsiye bir kavram olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medya genel anlamda “Ağ teknolojilerini kullanma yoluyla insanların ötekilerle etkileşimine imkan veren araç, hizmet ve uygulamaların bütünü”dür (Boyd, 2007, s. 92). Diğer bir tanıma göre ise sosyal medya “ Bir şeylerin paylaşılmasını sağlayan internet uygulamalarıdır” (Van Dijk, 2016, s. 251). Bu uygulama veya platformlar, zaman veya mekan sınırlaması olmaksızın kullanıcılara içerik üretme ve paylaşımında bulunma gibi pek çok özelliği sunar. Bu sayede “insanlar kurumlarını tanıtır, arkadaşlık ilişkilerini kurarlar, ürün servis, fikir ve nesnelerin içeriğine ilişkin bağlılık gösterirler” (Solis, 2010, s.6).

Tanımlamalara bakıldığında, sosyal medyanın insanları bir araya getiren, internet tabanlı sosyalleşme araçları olduğu yönündeki düşünce ağırlık kazanmaktadır. Bu bağlamda diğer bir deyişle sosyal medya “Kullanıcılarına kendi bağlantı listelerini açıklamalarına/oluşturmalarına, birbirleri arasında iletişim kurmalarına, bağlantı listelerini sergilemelerine ve bilgilerinin yer aldığı profillerinin üretilmesine olanak sağlayan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini içinde barındıran web tabanlı platformlardır” (Fuchs, 2011, s. 141). Sosyal medya; sosyal ağlar, mikrobloglar, video paylaşım ağları, fotoğraf paylaşım ağları, wikileri kapsayan geniş kapsamlı bir terimdir. Sosyal medya yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu fırsatlar dahilinde yeni bir türdür ve şu özelliklere sahiptir:

“Katılımcılar: Sosyal medya kullanıcıları cesaretlendirmektedir ve ilgili olan her kullanıcıdan geri bildirim almaktadır.

Açıklık: Sosyal medya servisleri katılımcılara ve geri bildirimine açıktır. Bu uygulama ve servisler, yorumlama, bilgi ve oylama gibi konularda cesaret verirler. Bu servisler erişim ve içeriğin kullanımına yönelik nadir bir şekilde engeller koymaktadır.

Konuşma: Geleneksel medya yayıncılığına yönelik iken (içerik aktarımı ve izleyici/dinleyiciye ulaşması) sosyal medya çift yönlü diyaloga yöneliktir.

Toplum: Sosyal medya toplulukların oluşumuna hızlı ve etkili bir biçimde izin verir. Topluluklar da bu sayede sevdikleri politik değerler, fotoğraflar, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın birçok türü, bağlantılı eylemler gerçekleştirmeye olanak tanır; diğer siteler, araştırmalar ya da sıradan bir konuda link paylaşılmasına izin verir.” (Mayfield, 2010, s. 6).

Mayfield’in (2010) da belirttiği üzere sosyal medya, insanların iletişim kurma süreçlerinde ve sosyalleşmelerinde etkili olan araçların bütünüdür. Bu araçlardan biri olan sosyal ağlar, sosyal medyanın bir uzantısıdır ve sosyal medyanın bir uygulamasıdır. Cohen’in (2009) de ifade ettiği gibi sosyal medya öncelikle olarak bilgi paylaşımı ve aktarımına dayanan araçları ifade ederken sosyal ağlar bir ağ oluşturma biçimidir. Belirli bir ağ içerisinde ortak ilgi alanlarına sahip insanların ilişki kurmalarını ve paylaşımlarda bulunmalarını sağlayan sosyal ağlar, insanların gündelik yaşamlarında benliklerini temsil eden sosyal medya uygulamalarıdır. Bu çerçevede dünyada en çok kullanılan bilinen sosyal ağlar, çalışma çerçevesinde açıklanmıştır.

3.4.1. Facebook

Dijital sosyal ağlar içerisinde Facebook hem tarihsel hem kullanıcı sayısı bakımından önemli bir paya sahiptir. 4 Şubat 2004 tarihinde Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, ilk olarak Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında kullanılan bir iletişim ağı iken daha sonra başka üniversiteler, iş dünyası gibi birçok alanda milyonlarca kullanıcıya sahip olan bir platforma dönüşmüştür. 2008 yılı itibariyle Facebook, dünyanın en fazla kullanıcısına sahip bir dijital sosyal ağ olmuştur (Chapman, 2009). Facebook’un kullanım amacına bakıldığında; kullanıcıların aileleriyle ve arkadaşlarıyla bağlantı halinde olmak, küresel anlamda dünyada neler olup bittiğini öğrenmek ve keşfetmek, kullanıcıların kendileriyle ilgili önemli durumların varlığını

ortaya koymak gibi çeşitli işlevlerinin olduğu görülmektedir. Günümüzde milyarlarca bireysel ve ticari amaçlı kullanıcıya sahip olan Facebook, diğer sosyal ağlarla beraber en çok vakit geçirilen sosyal ağlardan biri haline gelmiştir. 2020 verilerine göre Facebook'un aylık aktif kullanıcı sayısı 2,45 milyar, günlük ortalama geçirilen süre 58,5 dakika ve Facebook'ta bulunan küçük ölçekli işletmelerin sayısı 140 milyon'dur (Noyes, 2020). Görüldüğü üzere Facebook sadece bireysel bir biçimde çeşitli aktivitelerin gerçekleştirildiği bir platform değil, aynı zamanda ticari amaçlı şirketlerin yer aldığı, daha fazla kar elde etme amacıyla milyarlarca kullanıcıya hızlı bir biçimde ulaşmak isteyen şirketlerin olduğu bir platformdur.

Dijital sosyal ağlar içerisinde milyarlarca kullanıcıya sahip olan Facebook, insanların profil oluşturarak eğitim, cinsiyet, sosyal beceriler, hobiler, ilgi alanları gibi pek çok bireysel özelliklerini yansıttıkları bir ağ konumundadır. Dolayısıyla ağlar içerisinde sıkı sıkıya kuralları olmayan bir ağ olan Facebook, etkileşim temelli bir ağ olma özelliği taşır. Bu bağlamda Facebook, üyelik ya da iletişim konusunda katı kuralları olmayan geniş kapsamlı bir sosyal ağıdır (Ahn, 2011, s. 1437). Kullanıcılar fotoğraf, video, müzik, bilgi vb. pek çok türde içerik üreterek Facebook'a içerik üretirler. Facebook içerik üretme sürecinde kullanıcılarından herhangi bir ücret talep etmemekle beraber ticari ya da bireysel reklamlar aracılığıyla kullanıcılarından ücret talep edebilmektedir. Facebook'un en büyük gelir kaynaklarından birini oluşturan reklamlar, hedeflenen kullanıcı gruplarına direkt olarak sunulabilmektedir. Böylece hedeflenen tüketicilerle kurulan iletişimin başarıya ulaşması diğer yöntemlere göre kolaydır (Fowda vd., 2013, s. 76). Diğer taraftan Facebook, 2006 yılında haber akışı özelliğini getirerek kullanıcıların ana sayfasında diğer kullanıcıların paylaştıkları içerikleri bir akış halinde görebilmektedir. Bu özellik sayesinde kullanıcılara dair profil değişiklikleri, diyaloglar, yapılan aktiviteler, görsel unsurlar adeta bir gazete gibi kullanıcıların ana sayfasında yayımlanmaktadır (Vance, 2012). Bu durum sayesinde kullanıcılar, birçok konuda bilgi edinebilmekte ve yeni arkadaşlıklar kurabilmektedirler.

Sosyal ağların birçoğunda olduğu gibi Facebook'ta da etkileşimler sayesinde kişiler arası bağlantılar kurulabilmektedir. İnsanların sahip oldukları bağlantılar ve elde etmek istediği kazanımlar düşünüldüğünde Facebook sosyal sermayeyi

geniştebilecek özellikleri içerisinde barındırır. İnsanların real yaşamlarında kumuş oldukları sosyal ilişkiler, Facebook yoluyla dijital ortamda da kurulmaktadır. Alt kültür ya da azınlıkların örgütlenmesi, arkadaşlık, flört, evlilik gibi bireysel etkileşime dayalı eylemlere olanak sağlaması, gönüllü aktiviteleri gerçekleştirme yolunda sosyal katılımların artırılması gibi birçok fonksiyonel özelliği olan Facebook, sosyal sermayenin artırılmasında ya da dönüştürülmesinde kullanıcılara birçok eylemi gerçekleştirmesine imkan sunmaktadır. Nitekim insanlar Facebook aracılığı ile iş bulabilir, evlenebilir, eğitim ya da aktivitelere katılarak real yaşamında köklü değişiklikler yaşayabilir.

Sosyal sermayenin korunması ve sürdürülmesinde günümüzde sanal bir sermaye alanı olarak kullanılan Facebook'un günümüzdeki verilerine baktığımızda oldukça geniş bir kitleye sahip olduğu ve bu yönüyle de dijital sosyal ağlar içerisinde en büyük payı elinde bulundurduğu görülmektedir. Öyle ki Facebook'un 2021 verilerine bakıldığında bu durum açıkça görülmektedir. Facebook'un Türkiye verilerine bakıldığında, Facebook %78.1 ile en çok kullanılan sosyal ağlar listesinde üçüncü sıradadır (We Are Social, 2021). Ayrıca Türkiye'de 34,4 milyon Facebook kullanıcısı varken bu kullanıcıların yüzde 65,6'sı erkek, yüzde 34,4' kadındır. Dijital sosyal ağlar arasında eski popülaritesi olmadığı düşünülen Facebook'un listelerde ilk 3'te yer alması, Facebook'un sosyal ağlar içerisinde önemli bir paydayı hâlâ elinde bulundurduğunu göstermektedir.

3.4.2. Twitter

Dijital sosyal ağlar arasında günümüzde en çok tercih edilen ağlardan biri de Twitter'dır. Bir mikroblog sitesi olarak kullanılan Twitter, ilk kullanıma aıldığında şirketler içinde anlık etkileşim ve bağlantı kurma amacı taşıymaktaydı. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından bahsedilen amaçla ilgili olarak kurulsa da 2007 yılında tanıtımı yapıldıktan sonra internette yer alan kullanıcıların tamamının ortak kullanımına aılmıştır (Zarella, 2010, s. 33). Twitter, kullanıcılarına 140 karakterlik mesaj yazma imkanı tanıyan ve hipermetinsellik özelliğiyle fotoğraf, video, ses gibi pek çok materyalin paylaşılabilmesini mümkün kılan bir mikroblog ağıdır. Bu sosyal ağda yer alan kullanıcılar, tweet adı verilen mesajları paylaşarak takipçilerine ya da eğer bir sınırlama koymamışsa bu sosyal ağda herkes tarafından görülebilecek

içerikler üretebilmektedirler. Kullanıcıların takipçi sayıları ve takip ettikleri kişi veya kurum sayıları bu sosyal ağda bulunan kullanıcılar tarafından görüntülenebilmektedir. Twitter’da yer alan her bir kullanıcı, sınırlama yoksa herhangi bir gönderiye cevap yazabilir ya da bu mesajı beğenebilir ya da retweet butonunu kullanarak kendi sayfalarında aynı gönderiyi paylaşabilir.

Twitter, bilgisayar ya da mobil cihazlardan ulaşılabilecek bir altyapıya sahiptir. Twitter’ın kullanım amacına yönelik çalışmalara bakıldığında birçok motivasyonun bir arada olduğu görülmektedir. Genellikle belirli çıkarlar ya da amaçlar hakkında iş birliği, olayların koordinasyonu ve haberlerin yayılması Twitter’ın kullanılma amacına yönelik ortak unsurlardır (Binark, 2012, s.15). Bu unsurların yanı sıra Twitter, kullanıcıların bireysel kimliklerini sundukları ve etkileşimde bulundukları bir platformdur ve bu durum kullanıcılara kolaylıklar sunmaktadır. Kullanıcıların kendi kimliklerini, değerlerini, tutumlarını, düşünce ve yaşam tarzlarını yansıttıkları bir sosyal ağ olarak Twitter, bireysel ve kurumsal olarak kullanıcılara iki türlü yarar sağlamaktadır: “Kişisel faydalar; aktüel konular hakkında bilgi sahibi olma, arkadaş ya da aile üyeleriyle iletişim kurma, yeni arkadaşlar edinme, düşüncelerin paylaşımı, farklı bağlantılar kurma, ünlü insanları takip etmek” (Weber, 2009, s. 9-11) olarak sıralanabilir. Kurumsal yararlar ise “marka oluşturarak yayma, takipçileri artırmak, benzer kurumlarla bağlantı halinde olmak, tüketici ya da okuyucularla ağ kurma, çalışanlar arasında ağ oluşturma, toplantı ve olayları programlama, reklamlar yayımlamadır” (Weber, 2009, s. 9-11). Görüldüğü gibi Twitter, dijital sosyal yaşam içerisinde birçok bileşeni içermekte olup real yaşama etkisi bakımından önemli bir dijital platformdur.

Twitter, günümüzde birçok sosyal olayın ya da o günkü gündemin takip edilmesi açısından sosyal ağlar içerisinde en çok kullanılan ağlardan biridir. Öyle ki Twitter’da “trend topic” olan herhangi bir konu ulusal ya da küresel ölçekte çeşitli tartışmaları, yorumlamaları ve harekete geçmeyi beraberinde getirmektedir. Arap Baharı, Gezi Olayları gibi ulusal ya da küresel olaylarda aktif rol alan örgütlenmelerin bir araya gelmesinde Twitter’ın önemli bir payı olmuştur. Aynı görüşte olan milyonlarca kullanıcı Twitter aracılığıyla real sosyal yaşamda bir araya gelmekte, görüşlerini paylaşarak kolektif bir hareket meydana getirebilmektedirler.

Dolayısıyla “Twitter’ın yapısı gereği, normatif anlamda bir tür kamusal alan olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır” (Malkoç, 2018, s. 111). Bu bağlamda Twitter, kamusal alan açısından kitlelerin kolaylıkla organize olabildiği bir ağ olup benzer düşüncede olan kullanıcıların haberleşmesine imkan tanımaktadır. Bu bağlamda Twitter “Ağ bağlantılı kamusal toplumu destekleyen platformlardandır” (Shirky, 2017). Kolektif eylemlerin görünür kılınmasında güçlü bir etkisi bulunan Twitter, bu özelliğini günümüzde korumaktadır. Twitter’ın resmi internet sayfasında kendini “Tam olarak şu an dünyada olup bitenler ve insanların konuştukları konulardır.” tanımlaması, bu düşüncüyü destekleyen bir tanımlamadır.

Twitter, Facebook’tan sonra kurulsay da sosyal ağlar arasında popülerliğini gün geçtikçe artırmıştır. We Are Social (2022) tarafından yayımlanan rapora göre, Twitter’ın dünyada 486 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Yine aynı rapora göre Twitter’ın Türkiye’deki kullanıcı sayısı 18 milyon civarındadır (We Are Social, 2022). Rakamlara bakıldığında Twitter’ın dijital sosyal ağlar arasında sık kullanılan uygulamalardan biri olduğu görülmektedir.

3.4.3. Instagram

Instagram, fotoğraf ya da video paylaşma üzerine temellendirilmiş bir dijital sosyal medya aracıdır. 2010 yılında App Store’da kullanıcıların beğenisine sunulan bu uygulama Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından tasarlanmış, kısa sürede bir milyonun üzerinde kullanıcıya ulaşmış ve uygulama 2012 yılında Android işletim sistemli mobil cihazlarda da kullanılmaya başlamıştır (Highfield ve Leaver, 2015, s. 24). Instagram’ın diğer fotoğraf uygulamalarından farkı, uygulamanın içerisinde bulunan filtreler aracılığıyla fotoğrafların yeniden düzenlenmesine olanak sunmasıdır. Instagram fotoğraf ve video paylaşımının yanı sıra mesajlaşma, beğeni ve hikaye paylaşımı gibi pek çok farklı özelliği içerisinde barındırmaktadır. Instagramda like beğeniyi, ‘GT’ geri takip, ‘UNF’ takipten çıkma, ‘DM’ direkt mesajlaşma, ‘Official’ ünlü kimselerin, devlet insanlarının, oyuncuların hesaplarında mavi tik sembolünü ifade etmektedir. Instagramın bazı özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

“Filtreleme Özelliği: Uygulamayı kullanan kişilerin çektikleri fotoğrafları iyileştirmek için kullanmış oldukları efektler; renk, ışık gibi görsel unsurların istenilen doğrultuda ayarlanabilmesini sağlamaktadır. “Filtreleri Yönet” kısmından bu fotoğraf düzenleyicisine ulaşılabilir.

Kullanıcıların Diğer Kullanıcılara Mesaj Gönderebilme Özelliği: Instagram kullanıcıları, arkadaş listesinde olan ya da olmayan herhangi bir kullanıcıya mesaj ya da mesaj gönderme isteği gönderebilir, bu sayede müzik, video, fotoğraf gibi birçok içeriği anlık olarak gönderip alabilir.

Hikaye Özelliği: Instagram’da fotoğraf ve video paylaşımının yanı sıra sadece 24 saatle sınırlanmış içerik paylaşma özelliği bulunmaktadır. Kullanıcılar, bu hikayelerde birbirine emoji ya da GIF biçiminde beğendiğini ya da beğenmediğini gösteren anlık etkileşimlerde bulunabilir. Instagram’da paylaşılan hikayeler daha sonra profil sayfasına sabitlenebilir ve takipçiler tarafından ya da kullanıcının hesabı herkese açıksa herkes tarafından görüntülenebilmektedir. Ayrıca kullanıcı isterse hikayelerini sadece ‘Yakın Arkadaşlar’ olarak sınıflandırdığı kişilerle ya da gruplarla paylaşabilmektedir.

Etiketlenen Fotoğrafları Gizleyebilme Özelliği: Instagram kullanıcıları, takip ettikleri diğer kullanıcılar tarafından etiketlense dahi bu fotoğraf ya da videoları kendi sayfasında gizleyebilmektedir.

Canlı Yayın Özelliği: Herhangi bir Instagram kullanıcısı, kendi hesabından canlı yayın gerçekleştirebilir ve bu canlı yayını kaydederek profilinde paylaşabilir. Canlı yayın sırasında diğer kullanıcılar canlı yayını gerçekleştiren kullanıcıya emoji gönderebilir, yorum yapabilir ya da başka bir kullanıcıyı etiketleyebilir.

Hastag Özelliği: Instagram kullanıcısı, herhangi bir konu ya da başlık hakkında paylaşılan (herkese açık) gönderileri görebilmek için arama butonundan başlık ya da konunun başında “#” işaretini kullanarak arama yapabilir ve binlerce sonuca ulaşabilir.

Link Paylaşma Özelliği: Birçok sosyağ ağda olduğu gibi Instagram’da da ürün ve pazarlama iletişimi önemli bir yer tutmaktadır. Influencer olarak da nitelendirilen yüksek takipçili Instagram fenomenleri, paylaştıkları fotoğraf ya da hikayelerde çeşitli ürünlerin tanıtımını yapabilmektedirler. Takipçiler, bu linkler sayesinde direkt tanıtımı yapılan ürünün sayfasına ulaşabilmektedir. Ayrıca diğer gönderilerde olduğu

gibi ürün tanıtımı yapılan hikaye içerikleri, profile sabitlenebilmektedir” (Linashke, 2011, s. 11).

Instagram, dijital sosyal ağlar içerisinde zamanla dünyada ve Türkiye’de hemen her mobil cihazda bulunan bir uygulama haline gelmiştir. Facebook tarafından satın alınan bu uygulama, günümüzde sayısal bakımdan birçok mobil uygulamayı geride bırakmıştır.

3.4.4. Youtube

Youtube, dijital sosyal ağlar içerisinde tarihsel gelişimi bakımından belki de en büyük ivmeyi yakalayan bir sosyal medya platformudur. 2005 yılının Şubat ayında Paypal şirketinde çalışan Steve Chen ve Chad Hurley isimli iki genç tarafından kurulan Youtube, video izleme, video kaydetme gibi özelliklere sahip bir video paylaşım sitesidir. Web 2.0 temelli bir sosyal ağ sitesi olan bu ağ, içerisinde televizyon yayınları, müzik kanalları, milyonlarca takipçisi bulunan fenomenleriyle sosyal ağlar arasında en başarılı video paylaşım sitesi olmuştur (Burgess ve Green, 2018, s. 73). “Broadcast Yourself (Kendini Yayınla)” sloganıyla kurulan Youtube, çok farklı kategorilerde çekilebilen videoların bir arada bulunduğu bir platformdur. Youtube’a yüklenen ilk video, Javed Karim’in “Me At The Zoo” başlıklı videosudur ve siteye Yakov Lapitsky tarafından yüklenmiştir (Snickars ve Vonderau, 2009, s. 9). 2006 yılında dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan Google tarafından satın alınmıştır. Youtube, kullanıcı türevli bir yayın platformudur, interaktif bir biçimde bütün kullanıcılar video izleyebildiği gibi videolar da yükleyebilmektedir. Kullanıcılara beğenme, yorum yapma, hikaye paylaşımı, kanal açma, canlı yayın yapma gibi pek çok özelliği sunan bu ağ, gittikçe büyüyen bir içeriğe sahiptir. Profesyonel olsun ya da olmasın her kullanıcıya kendi içeriklerini yaratma imkanı sağlayan Youtube, bu açıdan kullanıcıların katılımcı ve üretici konumunda oldukları içerik sitelerinden biridir (Cheng, Liu ve Dale, 2008, s. 230). Kullanıcılara geniş imkanlar sağlayan Youtube’un insanlara sunduğu etkileyici özellikler, küresel bir platforma kısa sürede dönüşmesini sağlamıştır.

Youtube, içerik bakımından televizyon dizilerinden futbol maçlarına yemek tariflerinden eğlenceye kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Bir video paylaşım sitesi olarak kurulsun da zamanla kullanıcılarına ağ arkadaşlığı sunan Youtube, kullanıcılara kanal sayfası olarak nitelendirilen kişisel bir kullanıcı sayfası sunmaktadır (Lange, 2008, s. 361). Bir kullanıcı kanalında içeriklerin altında videoların yüklenme tarihi, izlenme sayısı, beğenme (like) ya da beğenmeme (dislike) gibi özellikler yer almaktadır. Kanalin ‘Hakkında’ kısmında o kanalla ilgili bilgiler, iletişim bilgileri, kuruluş amacı gibi açıklamalar söz konusudur. Kullanıcılar sanat, spor, medya, ekonomi, siyaset vb. birçok kategoride ilgi alanları ve hobilerine göre içerik üretmekte ya da tüketmektedir. Geliştirilebilir ve dinamik bir yapıya sahip olan Youtube, linkler aracılığıyla diğer sosyal ağlarla da paylaşılabilir.

Katılımcı kültürün özellikleri Youtube açısından değerlendirildiğinde şu sonuçlara varılır (Chau, 2010, s. 67-68):

“Youtube’da topluluklara ve içeriklere ulaşmak kolay ve ucuz olduğundan hem kullanıcı ve içerik üreticisi hem de kullanıcılar kendi aralarında birbirlerine rahatça ulaşabilmektedirler. Böylece kişiler kimliklerini keşfedebilmekte, çevrelerini tanıyabilmekte ve istedikleri video içerikleri internet ortamına yükleyerek kendilerini özgürce ifade edebilmektedirler.

Youtube’da farklı ilgi alanlarına yönelik farklı topluluklar bulunmaktadır. Bu topluluklara katılan kullanıcılar da etkileşimli bir sürece dâhil olmuş olmaktadır. Kendini topluluğa ait hisseden kullanıcılar kendi içeriğini de üretme konusunda cesaretlenmekte böylece Youtube kişinin içeriğini üretmesi ve paylaşması açısından ona güçlü bir destek olmaktadır.

Youtube kanalları bir danışmanlık görevi üstlenerek kullanıcıların yeteneklerini ortaya çıkartmasına ve yeni beceriler elde etmesine katkıda bulunmaktadır.

Videolara yapılan yorumlar içeriklerin şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Bu yorumlar hem toplulukları geliştirmekte hem de yorum yaparak etkileşime dâhil olan katılımcıların topluluğa karşı aidiyet duygusunu güçlendirmektedir.

*Youtube içerik üreticileri birbirlerini desteklemekte, iş birliğine yönelmektedir.
Dolayısıyla Youtube bir sosyal bağlantı aracı işlevi görmektedir.”*

Kültürel bir ekosistem olarak nitelendirebileceğimiz bir sosyal ağ sitesi olan Youtube, kullanıcıların birer fenomene dönüşmesine ve özellikle gençlerin çevrim içi dünyada çeşitli içerikler üretmeleriyle üne kavuşmasına zemin hazırlayan bir platformdur. Bu bağlamda Youtube, kullanıcılara ulusal ya da uluslararası çerçevede ün sağlamaktadır (Strangelove, 2015, s. 15). Yeni kimliklerin ya da kendi düşünce yapısının izlerini sürmek isteyen modern dönem kullanıcıları, Youtube’da kendi yetenekleri doğrultusunda kendi içeriklerini üreterek görünür kılınmaya çalışmaktadırlar. Çeşitli temsiller, kimliklerin var olduğu ve kullanıcıların sermayelerinin artırıldığı ya da değiştirildiği bir platform olarak sosyal bir platforma dönüşen Youtube, teknik ve sosyal bakımdan katılımcı kültürün oluşumuna destek olmaktadır (Chau, 2010). Youtube’un kullanıcı türevli bu yapısı, birbirinden farklı kullanıcıları bir araya getirse de her kullanıcı farklı katılım düzeylerine sahiptir. Lange (2008), Youtube’da kullanıcıların içerik üretimine katkısını beş farklı katılım düzeyiyle açıklamıştır:

“Eski Katılımcılar (Former participants): Youtube’a herhangi bir video yüklemesinde bulunmayan ancak hesabı olabilen, sadece video izleyen ve arada bir videoları yorum yapan kişilerdir.

Sıradan Kullanıcılar (Casual users) : Genellikle bir Youtube hesabı olmayan, belirli bir şeyi veya videoyu aramak, sitede gezinmek ya da birileri tarafından gönderilen videoları açmak istediklerinde Youtube’u kullanan kişilerdir.

Aktif Katılımcılar (Active users): Youtube hesabı olan ve bu hesaba genellikle video yükleyen, diğer katılımcıların videolarına veya kanallarına yorum yaparak katılım sağlayan kişilerdir. Diğer sosyal ağ sitelerinde “profil” olarak adlandırılan kanal sayfalarında kişisel bilgilerimin yanı sıra oynatma listeleri, abone sayısı, favori videoları ve diğer Youtube katılımcılarının abonelikleri/kanalları yer almaktadır.

YouTuberlar ya da Tuberler (YouTuberlar): YouTube’un diğer kullanıcı/katılımcılarına oranla YouTube’a daha fazla katılım sağlayan ve daha çok etkileşime giren kişilerdir. YouTuberlar veya Tuberlar bazen saat başı,

genellikle günlük, kesinlikle haftalık olarak YouTube'a video yükleyen ve site içerisindeki tartışmalara diğer gruplara göre daha fazla katılan bireylerdir.

YouTube Ünlüleri (YouTube celebrities): *YouTuberlarla benzer özellikler taşıyan ancak hem site içerisinde hem de site dışında tanınan kişilerdir. YouTube ünlüleri, YouTube'a yükledikleri videolar, yapmış oldukları yorumlar ve diğer etkileşim araçlarıyla YouTube'daki popüler olan söylemleri ve etkinlikleri (trendleri) belirleyebilmektedir” (Lange'den akt. Aygöl ve Apak, 2019, s.147-148).*

Görüldüğü üzere Youtube, içerik ve kullanıcı bakımından oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Youtube içerik üreticileri içerisinde YouTuberlar, toplumsal özellikleri sanal uzamda üreterek takipçileri yoluyla çeşitli değerler ve normlar yaymaktadırlar. Youtube, bir değer ve norm kanalı olarak değerlendirildiğinde milyonlarca insanı etkileyebilecek bir araçtır. Bu bağlamda Youtube, toplumsal yaşamda yer alan normların üretildiği bir alandır.

3.5. Dijital Sosyal Ağlarda Oluşan Dijital Normlar

Dijital sosyal ağlar, insanların başkalarıyla etkileşime girdikleri ve sosyal değerlerini yansıttıkları ağ siteleridir. İnsanlar, ağlarda çeşitli amaçlarla konumlanırken toplumsal değer ve normlarını çevrim içi ortamlarda yayarak yeni bir sosyal çevre oluşturmaya başlamıştır. Dijital sosyal ağlarda gerçekleşen etkileşimler arttıkça, insanın çevresi zaman ve mekana bağlı kalınsızın genişlemiştir. Çevrim içi ortamlarda insanlar arasındaki etkileşimlerin artması, çevrim içi ortamlarda yeni değer ve normların oluşmasını sağlamıştır. Bu değerlerin oluşumunda dijital sosyal ağlar bir kanaldır ve ağların etkileşimselliği sağlayan özellikleri toplumların sosyal ve psikolojik yapılarını etkilemektedir (Ascerbi, 2019). Zira toplumsal normlar, dijitalleşmenin etkisiyle dijital bir özellik kazanarak toplumsal ilişkileri yeniden yapılandırmış ve çevrim içi ortamlarda yeni kurallar ortaya çıkmıştır. Bu kurallar, dijital sosyal ağlarda ortaya konulan genel davranış kurallarıdır ve etkileşimlerin içeriğini belirleyebilen ya da etkileşimler sonucu yeni bir forma dönüşebilen kuralları ifade eder. Çevrim içi ortamlarda ortaya çıkan ve yapılan bu kurallar, literatürde “netiket” ya da “dijital sosyal normlar” olarak kavramsallaştırılmıştır. Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında dijital ağlarda üretilen bu normlar, netiket olarak

tartışılmaktadır (Scheuermann ve Taylor, 1997). Bu bağlamda çalışmada dijital sosyal normlar, netiket kavramsallaştırılmasıyla birlikte ele alınmıştır.

Netiket, genel çerçevede çevrim içi iletişim sürecinde uyulması gereken kurallar olarak tanımlanmaktadır. Netiket sözcüğü, çevrim içi ağları ifade eden “net” ve “etiket” sözcüklerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur (Scheuermann ve Taylor, 1997, s. 269). Dijital sosyal normlar olarak kavramsallaştırılan netiket kavramı hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde her bir dijital sosyal ağda farklı kuralların olduğu tespit edilmiştir. Kullancılar, katıldıkları sosyal ağlarda ağın sahip olduğu kurallara uymakta ya da başka bir sosyal ağa geçiş yapmaktadır. Bu bağlamda dijital sosyal normlar, dijital alanlarda kullanıcılardan beklenen davranışların yerine getirilmesinde tanımlayıcı özellikler olarak var olmaktadır. Dijital sosyal normlar, tanımlayıcı ve emredici olmak üzere iki özelliğe sahiptir (Heyitmayer ve Schimmelpfenning, 2023, s. 3-4). Dijital sosyal normların tanımlayıcı özelliği, ağlarda yer alan arkadaş ya da tanıdıklarımızın gerçekleştirdikleri yaptıkları standart eylemleri ifade etmektedir. Her sabah rutin bir biçimde sabah sporu yapan bir arkadaşımızın Instagram’da rutin bir şekilde her gün bu eylemini gösteren bir hikaye paylaşması, buna örnek gösterilebilir. Instagram’da bu paylaşımın daha sonra yapılmaması durumunda kullanıcı hakkında herhangi bir yaptırım söz konusu olmayacaktır. Emredici normlar ise tanımlayıcı normlardan farklı olarak belirli bir durum karşısında kullanıcılardan beklenen davranışlardır ve yaptırımları beraberinde getirmektedir. Bu normlar dijital sosyal ağların kurallarını ifade ettiği gibi kullanıcıların da yapmak zorunda oldukları yazılı olmayan kurallardır. Örneğin, aynı siyasi görüşe sahip kullanıcıların olduğu Facebook grubunda yapılan paylaşımlar aynı ideolojik perspektifte olmak zorundadır. Kullanıcı, grubun sahip olduğu ideolojik özellikleri içermeyen içerikler karşısında kullanıcıya tepki gösterecek ve kullanıcıya grubun kuralları hatırlatılacaktır. Grup kurallarına uymayan kullanıcılar, gruptan çıkarılma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Bir başka örneği de Youtuberlardan verecek olursak, Youtuberlar düzenli olarak içerik üretmediklerinde takipçileri tarafından içerik üretmesi yönünde baskı görecektir. Yazılı olmayan bu kurallar, Youtuberın bu ağda yerleşik düzenini devam ettirmesi bakımından uyması gereken sözlü kurallardır. Bu bakımdan dijital sosyal

normlar, dijital ağılarda yazılı bir kuraldan çok davranış ve etkileşimler yoluyla oluşan dinamik kurallardır (Heyitmayer ve Schimmelpfenning, 2023).

Dijitalleşme ile ortaya çıkan dijital sosyal normlar, dijital etik kavramını da beraberinde getirmektedir. Gündelik çevrim dışı yaşamda yapılması istenmeyen ya da yapılması beklenmeyen davranışlar çevrim içi ortamlarda da aynı biçimde karşılık bulmaktadır. Diğer bir deyişle, sosyal norm olarak öğrenilen kurallar çevrim içi ortamlarda yeniden üretilmektedir. Ancak bu genel-geçer bir durumu ifade etmez. Çevrim dışı yaşamda yer alan toplumsal normlar veya değerlerin yaptırım gücü, dijital ağılarda geçerli olmayabileceği gibi dijital ağılarda oluşan normların da çevrim dışı sosyal yaşamda her zaman geçerli olmayacaktır. Normların bu özelliklerinden yola çıkarak bir kavramsallaştırmaya giden Petra Grimm ve Maria Julia Mönig (2020), dijital normları dört ana başlıkta sistematikleştirerek dijital sosyal normlara etik kavramı çerçevesinde yaklaşılması gerektiğini belirtmiştir. Grimm, dijital normları enformasyon normları, iletişimsel normlar, içerik normları ve yararlanma normları biçiminde dört alt başlıkta incelemiştir. Çalışmada, Grimm ve Mönig'in (2020), kavramsallaştırmasından yola çıkılarak dijital sosyal normlar incelenmiştir.

3.5.1. Enformasyon Normları

Enformasyonun sayısal teknolojilerin gelişmesiyle dünyanın her yerinde işlenebilir ve kullanılabilir hâle gelmesiyle enformasyon bolluğu ortaya çıkmıştır. Sayısal teknolojilerin kullanıcılara sunduğu sayısız özellikler, dijital ağılarda birtakım olumsuzlukların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sahte haber, yanlış görsel kullanımı gibi kullanıcıları veya grupları yanıltabilecek içeriklerin doğrulanması/teyit edilmesi gibi önemlerin alınması, dijital sosyal ağılarda/alanlarda içerik üreten kullanıcıların bu kurallara uygun davranmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu kurallar yalnızca kullanıcılar tarafından değil, sosyal ağların kendisi tarafından da uygulanmalıdır. Grimm ve Mönig (2020), farklı çalışmalarında enformasyon normlarını sorumluluk, gizlilik ve hesap verebilirlik biçiminde sınıflandırmıştır. Grimm'in bu sınıflandırması ve kavramsallaştırması, çalışmada dijital sosyal ağlara uyarlanmıştır.

Sosyal ağlarda içerik üreten ya da paylaşımlardan bulunan her bir kullanıcı, gerçek yaşamda nasıl bir eyleminden sorumlu ise dijital sosyal ağlarda oluşturdukları profilleri ve bu profilleri aracılığıyla yaptıkları eylemlerden sorumludur. Sosyal ağlarda oluşturulan profillerde yer alan bilgiler ve yapılan paylaşımlardan o profile sahip kullanıcı sorumlu olmaktadır. Kullanıcılar sahip oldukları profillerde yaptıkları paylaşımları toplumsal değerler ve etik açısından değerlendirerek paylaşmalıdır. Toplumsal değer ve etik kurallara uygun olmayan içeriklerin üretimi, toplumsal ve hukuksal açıdan bazı yaptırımlara yol açmaktadır. Örneğin, Youtube'un içerik kuralları ihlal edildiğinde kullanıcının profil sayfası kapanabilir ve içeriğin niteliğine göre hukuksal yaptırımlara uğrayabilir. Dijital sosyal ağlarda kullanıcıların dikkat etmesi gereken kurallardan biri de gizlilik (Grimm ve Mönig, 2020). Kullanıcılar ve sosyal ağ şirketleri, elde ettikleri enformasyonu izin almadan üçüncü kişilerle paylaşmamalıdır. Hesap verebilirlik ise şeffaf bir biçimde ağlarda paylaşılan içeriklerin toplumsal yaşama etkisi bağlamında kullanıcının içerik hakkında hesap verebilmesini ifade etmektedir.

3.5.2. İletişimsel Normlar

Gündelik yaşamda gerçekleşen etkileşimler sırasında insanlar çeşitli iletişimsel normlar geliştirmişlerdir. Sosyal çevre ve aile yoluyla edinilen bu normlar, insanların toplumsal yaşamlarında selam verme, hoşgörü ve yaklaşma gibi eylemlerle oluşan kurallardır. Bu kurallar, dijitalleşme ile dijital sosyal ağlarda da yeniden üretilmektedir. Dijital sosyal ağlarda etkileşimde bulunan kişilere hoşgörü ve nezaket kuralları çerçevesinde yaklaşmak, etik kuralların bir gereğidir (Grimm ve Mönig, 2020). Nezaket kuralları da fiziki sosyal yaşamda olduğu gibi dijital sosyal yaşam alanlarında içselleştirilen normlar olarak üretilmeli ve yaygınlaştırılmalıdır. Dijital sosyal ağlarda arkadaşlık, akrabalık, flört ya da ilişki ağı oluşturma gibi pratiklerde özellikle iletişimsel normların uygulanabilirliği önem taşımaktadır. Zira her bir kullanıcı, dijital sosyal ağlarda birileriyle sohbet etmekte, yorum yapmakta ya da toplumsal gelişen olayları takip etmektedir. Bu süreçte ağlarda ayrımcılığa yer vermemek, etkileşimde bulunan kişilere hakaret etmemek ve onları ötekileştirmemek, sosyal yaşamın etik bakımından olması gereken kurallardır. Dolayısıyla iletişimsel süreçlerde ölçülü ve saygılı davranmak, dijital sosyal ağlarda şeffaf ve sağlıklı iletişimsel süreçlerin oluşmasını sağlayacaktır.

3.5.3. İçerik Normları

Dijital sosyal yaşam alanlarında bireysel ya da toplumsal fayda için çeşitli içerikler üretilmektedir. Bu içeriklerin bireysel ve toplumsal etkileri düşünüldüğünde, kullanıcılar ve dijital sosyal ağların teknolojik özelliklerini geliştiren kişilerin duyarlı olması gerekmektedir. Zira dijital sosyal ağlar, kullanım aşamasında bireysel ve toplumsal olumsuz etkilerin küresel anlamda hızlı bir biçimde yayılmasına sebep olabilmektedir. Bu ağların kullanıcı özelliklerinin içeriklerin üretimi sırasında toplumsal normlara uygun bir şekilde kullanılmalıdır. Dijital sosyal ağların geliştirilen yazılımlarla, yapay zekâ gibi uygulamalarla geliştirilirken etik değerlere ve normlara dikkat edilmesi gerekmektedir (Grimm ve Mönig, 2020). Özellikle insan hakları, çocukların gelişimi gibi konularda insanlığa katkı sunabilecek içeriklerin toplumsal normlarla uyumlu bir formda hazırlanması ve yaygınlaştırılması, dijital sosyal yaşam alanlarının daha güvenilir ve eşitlikçi bir sosyal uzama dönüşmesine katkı sunacaktır.

Günümüzde mahremiyet ve hak ihlalleri konusunda dijital sosyal ağlarda birçok sorun ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlar, çeşitli hak ihlallerinin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Hiciv/parodi olarak tanımlanan paylaşımlar bu ihlallerden biridir. Zarar verme amacı gütmese de kandırma ya da yanlış yönlendirme potansiyeline sahip içerikler bu kategoride değerlendirilmektedir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 17). Çarpıtılmış içerik ve yanlış bağlamda üretilen içerikler ise kişilerle ilgili bilgilerin yanıltma amacıyla kullanılmasını ifade eder. Sahte kimlik kullanımı ve taklit içerik ile bilginin içeriği taklit edilerek yanlış yönlendirmelere neden olunması da bu kapsamda ele alınan hak ihlalleridir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 18). Dijital ağlarda gerçekleşen hak ihlalleri, toplumsal normlar ekseninde çeşitli çatışma ya da ayrımcılıklara yol açabilmekte, fiziki sosyal yaşam alanlarında toplumsal ya da bireysel mağduriyetlere neden olmaktadır.

3.5.4. Yararlanma Normları

Dijital sosyal ağların getirdiği en büyük yeniliklerden biri, insanların eylem alanlarını dijital yaşama taşımasıdır. Siber uzam olarak da nitelendirilebilecek dijital sosyal ağlarda bilgi paylaşımı, fotoğraf ya da video paylaşımı, arkadaşlık ya da sevgili

ilişkileri kurma gibi pek çok eylemin özgürce gerçekleştirilmesi bireylerin kendilerini özgür bir dijital ortamda hissetmelerini sağlamaktadır. Ancak dijital sosyal ağlarda fiziki sosyal yaşamda yer alan hakaret, taciz, dışlama gibi birçok olumsuz eylemler de görülebilmektedir. Zorbalık olarak bilinen bu eylem türüne dijital ortamlarda da sıkça rastlanılmaktadır. Bu zorbalık türüne siber zorbalık denilmektedir. Siber zorbalık, çeşitli internet veya teknolojik araçlarla bir kişinin veya grubun başka bir kişi veya gruba zarar verme amacıyla kasıtlı, tekrarlı ve düşmanca davranışlar sergilemesidir (Belsey, 2007). Özellikle çocuk ve genç yaşlarda olan bireylerin siber uzam olarak da bilinen dijital ortamlarda genellikle akranları tarafından dışlanma, iftiraya ve hakarete uğrama, nefret gibi olumsuz eylemlere uğradıkları bilinmektedir. Siber zorbalığın ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasındaki temel nedenlerden birisi dijital sosyal ağların kullanıcılarına sunmuş olduğu anonim kimliklerdir. Ağlarda anonim bir şekilde hesap açılarak siber zorbalık yapılabilmekte ve dijital sosyal yaşamda yaşanan olumsuzluklar fiziki sosyal yaşama yansiyabilmektedir.

Siber zorbalığın yaygınlaşması, dijital sosyal ağların kullanım özellikleri ve bireylerin dijital becerileriyle yakından ilişkilidir. Özellikle toplumda gençler olarak bilinen bireylerin, dijital teknoloji pratikleri üretirken dijital beceri ve okur yazarlık eğitimi alması, sosyal ağlarda maruz bırakılmaya çalışıldıkları çeşitli konularda onlara kılavuzluk yapacaktır. Zira siber zorbalığa karşı bir tutum geliştirebilmek için siber zorbalığı ortaya çıkaran tekno-sosyal özelliklere sahip olmak gerekmektedir. Siber ortamlarda anonim kalabilmek, siber zorbalığa karşı kullanılacak en önemli özelliklerden biridir (Patchin ve Hinduja, 2006). Dijital sosyal ağların kullanıcılarına sunduğu anonim profil ya da sayfa oluşturabilme özelliğinden yararlanabilen her bir kullanıcı, siber zorbalığa maruz kalmayacaktır. Grimm (2016) de benzer bir bakış açısıyla dijital ortamlarda siber zorbalık ve veri güvenliği gibi konularda dijital ortamlarda bulunan bireylerin dikkat etmesi gereken bazı kurallar olduğunu dijital etik kavramı çerçevesinde ifade etmiştir. Özellikle bu konularda okullarda çeşitli eğitimler verilmesi gerektiğinin altını çizen Grimm, dijital etik kavramı çerçevesinde yukarıda başlıkları verilen normları 10 maddede özetlemiştir. Sosyal yaşamımızı etkileyen dijital sosyal ağlarda bilinmesi ve yapılması gereken normlar şu şekildedir:

- “1. Dijital ortamlarda kendiniz hakkında olduğunca az şey anlatın ve gösterin.*
- 2. İzlediğinizi ve verilerinizin toplanmasına izin vermeyin, müsaade etmeyin.*
- 3. İnternette her gördüğünüze inanmayın ve farklı kaynaklar araştırın.*
- 4. Kimsenin sizi incitmesine ve zorbalık yapmasına izin vermeyin.*
- 5. Diğer insanların itibarına saygı gösterin ve kuralların çevrim içi ortamda da geçerli olduğunu unutmayın.*
- 6. Çevrim içi etkileşimde bulunduğunuz herkese güvenmeyin.*
- 7. Kendinizi ve başkalarını zararlı/aşırı içeriklerden koruyun.*
- 8. Değerinizi ağlardaki beğeni sayısı ve gönderilerle ölçmeyin.*
- 9. Sayılara ve istatistiklere dayanarak kendinizi ve vücudunuzu yargılamayın.*
- 10. Arada bir dijital ortamlardan uzak durun ya da kapatın. Kendinize 10 kez mola verin.*

(Grimm, 2016).

Grimm’in (2016) de belirttiği üzere dijital alanlarda mahremiyet, veri güvenliği ve siber zorbalık gibi konularda belirli kuralları bilmek ve uygulamak, dijital sosyal ağların olumsuz etkilerini en aza indirecektir. Sosyal ağlarda kişisel bilgilerin (fotoğraf, video, bilgi, mahremiyet gerektiren içerikler) paylaşılmaması, dijital normların benimsenmesini gerektirmektedir.

3.6. Fiziki Sosyal Yaşamda Yer Alan Toplumsal Normlar

Toplumu oluşturan bireylerin toplumsal yaşam içerisinde uyumlu bir biçimde hareket etmesi ve belirli bir düzen içerisinde toplumsal yaşamı yeniden üretmeleri, özellikle sosyolojinin ve diğer sosyal bilimlerin ilgisini çeken toplumsal konuların başında gelmektedir. Toplumsal bir varlık olan insanın kendi davranış veya eğilimlerinin, içerisinde bulunduğu toplumsal düzenin kuralları ya da yapısal özellikleriyle uyumlu olup olmasının yanı sıra insan davranış ve pratiklerinin üretiminin sadece toplumsal yapılara ya da bireyin eylemselliğine indirgenmesi, bu bağlamda geçmişten günümüze tartışılacak konulardır. Yapının insan eylemi üzerindeki etkisi, o toplumun belirli bir zaman içerisinde oluşturduğu kuralların ve düzenlemelerin insanlar tarafından içselleştirilmesi ya da reddedilmesi biçiminde görülür. Toplumsal normlar da insan davranışını açıklama konusunda toplumsal yapının bir ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Norm, Latince “marangoz gönyesi” anlamına gelmektedir ve norma kelimesinden türetilmiştir (TDK, 2023). Norm, sözcük anlamı olarak kural ya da ölçü olarak literatürde kullanılmaktadır. Norm kavramını toplumsal açıdan tanımladığımızda, toplumsal bir varlık olan insanların etkileşimleriyle ortaya çıkan ve insanlara sınırlama getirebildiği gibi onlara belirli bir yönde çeşitli imkanlar da sunabilmektedir. Bu bağlamda normlar “İnsanlar arası ilişkiler ve etkileşimlerde davranışlarımıza yön veren ve sınırlayan ilkeler ve kurallardır” (Fehr ve Fischacher, 2004, s. 185). Diğer bir deyişle toplumsal normlar, bir grup ya da toplumun yazılı olmayan kurallarıdır. Bu kurallar, toplum içerisinde geliştirilen değerlere ya da tutumlara dayanmaktadır. Resmi olmayan bu kurallar, sosyal özellikler taşır ve toplum üyelerine davranışların doğruluğu veya yanlışlığı konusunda kesin hükümler verir. Zira, toplumsal normlar bir yaptırımlar dizgesidir ve bu özelliğiyle ihlal edilen davranışlara ceza uygulayabilen kurallardır (Nabewesi, 2006, s. 11). Toplumsal normların uygulanması ise toplumun bizzat üyeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Toplumsal yaşamın inşa sürecinde her bir birey, normları içselleştirerek ya da reddederek yeniden üretir. Bu içselleştirme sonucunda topluma ait bir fail, aslında diğer toplumsal failer tarafından yaptırım ya da cezalara uğramaktadır. Toplumsal normlar, bu özelliğiyle ‘eylemsel bir sürecin parçasıdır’ denilebilmektedir. Toplumsal normlar, o toplumun düzenini oluşturan insanlar ya da gruplar tarafından işlendiği ve aktarılabildiği sürece yaptırımlar ya da cezalar olacaktır. Toplumsal bir norm, toplumun üyeleri tarafından benimsenmediğinde o normlar unutulacak ya da reddedilerek yeni normların ortaya çıkışına zemin hazırlayacaktır. Dolayısıyla toplumsal normlar, zamansal sürekliliğe sahip olan ve failerin meydana getirdikleri davranış ya da pratikler sonucunda yaptırım gücüne sahip olabilen kurallardır.

Toplumsal normlar, toplumsal düzen ve sistem kuramlarının merkezinde yer alan toplumsal özelliklerdir. Toplum tarafından üretilen normların benimsenmesi, yapısal ve eylemsel süreçlerin bileşkesiyle sağlanmaktadır. Birey, toplumsal yaşamını devam ettirmek için toplumun kültürel yapısına uyum sağlamak zorundadır ve normlar uyum sürecinde işlevsel bir fonksiyon üstlenir. Sosyalleşme olarak da nitelendirilen bu süreçte, birey toplumun maddi ve kültürel öğelerini benimseyecek ya da kabul etmeyecek bir eylem gücüne sahiptir. Bireylerin toplumsal normlara

uygun davranması onların edilgen bir varlık olduğunu göstermez. Birey, toplumun kendine ait kurallara uygun davranışlar da bulunabildiği gibi bu toplumsal kurallara karşı çıkabilecek güce de sahiptir (Fichter, 2019). Ancak toplumsal bir varlık olan insan, genellikle normlara uygun davranış kalıpları üretir ve normlarla uyumlu bir biçimde yaşantısını devam ettirir. Bu durumun ortaya çıkışında bireylerin toplum içerisinde ün, şöhret ve statü kazanma gibi toplumsal pratiklere sahip olma arzusu etkili olabilmektedir. Toplumun oluşturduğu beğeni ya da düşünce kalıpları, bireylerin toplum içerisinde statü kazanmaları için ürettikleri davranışları süzgeçten geçirmekte ve bireyin istediği statüyü elde edebilmesi için toplumun onayından geçecek davranışları sergilemesi gerekmektedir. Nitekim, birey kendisinden beklenen davranışları gerçekleştirerek toplum tarafından dışlanmayacak ve istediği statüye sahip olacaktır.

Toplumsal normlar, yazılı ve sözlü olmak üzere ikiye ayrılır. Yazılı normlar, toplum tarafından oluşturulmamış, genellikle kamu ya da devlet kurum ya da kuruluşları tarafından oluşturulan resmi normlardır. Anayasa, yasa, kararname, tüzük, yönetmelik gibi belgeler bu kapsamda değerlendirilen normlardır (Özcan, 2022, s. 29). Sözlü ya da informel olarak tanımlanan sözlü normlar ise gelenek, görenek, aile ve din gibi değerler aracılığıyla oluşan normlardır. Toplumsal değerlerle toplumsal normlar benzer özellikler taşısalar da aynı şey değildirler. Bir eylemin gerçekleşmesi ve düzenlilik kazanması sonucunda bu eylem alışkanlık haline gelir ve alışkanlıklar bir kurallar zincirine bağlı olur. Bunun sonucunda normlar ortaya çıkar ve normlar kurumsallaşarak değer halini alır (Aydın, 2006, s. 25). Toplumsal düzenin devamlılığı, norm ve değerlerin birbirini tamamlayan bu ilişkisiyle sağlanmaktadır. Değerler ve normların ilişkisi, sosyal kontrol mekanizmalarının işlemlerini sağlayarak toplumsal yapıların korunması ve devam etmesini mümkün kılmaktadır. Böylece normlar toplumsal kurumlar ve bunların karşılıklı etkileşimleri sonucunda ortaya çıkan sosyo-kültürel yapının inşa aracı olmaktadır. Sosyal kurumların etkileşimleri sonucunda ise toplumsal yapılar bütünleşerek normatif bir sistem kurulmaktadır.

Toplumsal normların içerikleri, toplum ya da gruplara göre değişiklik göstermektedir. Her toplum ya da grup kendine özgü kuralları oluştururken yine

kendine özgü birtakım değer ve kurallardan yola çıkarak normlarını oluşturmaktadır. İnsanların benzer davranış kalıplarının çoğu, erken yaşlarda öğrenilen ve yaşam boyu devam eden normlar sayesinde oluşur. Normların özelliklerini kişisel ve kolektif bağlamda belirtilmesi, bireyin davranışlarının oluşumundaki etkisini görebilmek açısından önemlidir.

3.6.1. Toplumsal Normların Özellikleri

Toplunun üyeleri tarafından kabul gören ve kolektif davranış kuralları olarak tanımlanan toplumsal normlar, insanların davranışlarına yön verebilen bir toplumsal mekanizma olduğu gibi insan davranışları sonucu ortaya çıkan ve insanlar tarafından kabullenilmiş kurallardır. Biçimsel bir yapısı olmayan normlar, sosyalleşme sürecinde uyulması gereken kurallardır ve uyulmaması halinde toplum içerisinde tepki doğurabilecek sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Weber, 2004, s. 74). Toplumsal düzenin sürekliliğini ve yapılaşmasını sağlayan toplumsal normların özellikleri, literatürde farklı biçimlerde tanımlanmıştır.

Toplumsal normlar üzerine çalışma yapan önemli isimlerden ikisi Cialdini ve Trost'tur. Cialdini ve Trost'a (1999) göre, toplumsal normlar uyarıcı, subjektif, betimsel ve kişisel özelliklere sahiptir. Kişisel normlar, bir davranışın ortaya çıkışını belirlemeye yönelik ve önceden tahmin edilmesi mümkün olabilen normlardır. Diğer bir ifadeyle bireylerin davranışlar üzerine inancaçlarının etik ve ahlaki yönlerini ifade etmektedir (Wenzel, 2004, s. 551). Subjektif normlar ise bireyin sosyal yaşantısında bir davranış ya da eylemin yapılıp yapılmamasının yakın çevresi tarafından baskılandığı durumu ifade etmektedir. Aile, eş, iş yeri arkadaşları, okul gibi yakın grupların uyguladığı sosyal baskı olarak da değerlendirilebilir (Ajzen, 1991). Normların betimsel özelliği, bireylerin bir davranışı gerçekleştirirken çevresinde gerçekleşen davranışları gözlemlemesini ifade eder. Birey, belirli bir konuda ya da kriz anında etrafında gerçekleşen davranışlara göre davranış sergileyebilir. Bu bağlamda betimsel normlar, hangi davranışın doğru olup olmadığı konusunda bireylere kılavuzluk yapmaktadır (Cialdini, 2007, s. 264). Normların uyarıcı özelliği ise toplumun beklentilerini ifade eden toplumsal değerlere uyumu kapsamaktadır. Toplum ya da grup içerisinde sosyal ödül kazanmak için sosyal ilişkiler inşa edilir ve bu inşa sürecinde topluluğun ya da grubun kuralları bireyin davranışlarını uyararak

davranışları yönlendirir. Birey, hedefine ya da ödülüne ulaşabilmek adına uyarıcı tepki ya da normları içselleştirerek topluma ya da gruba uyum sağlar ve toplumsal ilişki örüntülerini inşa eder.

Toplumsal normlar, oluşumuna ve yapısına göre değişik özellikler göstermektedir. Kızılcılık (1994), toplumsal normların özelliklerini sekiz başlıkta incelemiştir. Bu özellikler şu şekildedir: Toplumsal normlar, ait olduğu toplum tarafından üretilen normatif düzenin bir nedeni ve sonucudur. Toplumsal düzen, ilgili toplumun sosyal ve kültürel yapı özellikleriyle oluşur ve bu anlamda toplumsal normlar toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bu yönüyle toplumsal normlar, ulusal niteliklere sahip kuralları ifade etmektedir. Diğer bir özellik ise normların insanlar tarafından içselleştirilmesi gerekliliğidir. Normun toplumsal bir özellik kazanması ancak o toplumun üyeleri tarafından benimsenip içselleştirilirse gerçekleşecektir. Zira sosyal yapı içerisinde normların üretimi, bireylerin çaba ve davranışlarıyla olmaktadır. Normların diğer bir özelliği ise önem derecelerinin farklı olmasıdır. Toplumsal normlar ulusal veya yerel özellikler taşıdığı için her toplumda farklı önem derecelerine sahiptir.

Toplumsal normların önemli özelliklerinden birisi de toplum üyelerine çeşitli avantajlar vermesidir. Bireyler, toplumsal normları içselleştirip benimsediklerinde ve yeniden ürettiklerinde prestij kazanmaktadırlar. Bu süreç, uyum süreciyle başlar ve yaşam boyu devam eder (Kızılcılık, 1994). Diğer taraftan toplumsal normlar hukuk, ahlak, din, örf, adet, gelenek, görenek biçiminde toplumsal bireylerin pratiklerinde somutlaşmaktadır. Toplumsal normlar, bireylerin eylemleri ve davranışlarıyla kurumsallaşmaktadır. Normların toplumsal özelliklerinden birisi ise değiştirilebilir olmasıdır. Bireyler tarafından benimsenemeyen toplumsal normlar, zaman içerisinde değiştirilebilmektedir. Toplumsal normlar bireylerin davranış ve eylemleri üzerinde kısıtlayıcı sabit kurallar olarak tanımlansa da dinamik ve değişken bir yapıya da sahiptir. Ne var ki toplum değişebilen ve dönüşebilen bir sosyal fenomendir ve toplumsal normlar da topluma bağlı olarak değişebilmektedir. Toplumsal normlar, mutlak kurallar değildir ve toplumun ihtiyacına göre şekillenmektedir.

Yukarıda belirtilen toplumsal normların özelliklerinden yola çıkılarak toplumsal normların özellikleri üç ana başlıkta toplanabilir. Toplumsal normlar, genel anlamda üç özelliğe sahiptir. Birincisi belirsizliği azaltma özelliğidir. İnsanların bir arada uyumlu bir biçimde yaşamasına olanak tanıyan kuralları vardır. Bu kuralları, toplumun üyelerini bir araya getirerek toplumu meydana getirmektedir. Toplumsal normlar, insana karar alma süreçlerinde ve sosyal ilişkiler kurmalarında bireylere yol göstermekte ve bireyin yaşantısında oluşabilecek belirsizlikleri azaltmaktadır (Demir, 2003). İkinci özellik ise davranışlara kısıtlama getirebilmesidir. Normlar, ortak davranışlar üreterek bireylerin eylem ve davranış özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Toplum ya da gruptan farklı düşünen birey, ilişkilerde zorluklar yaşarsa Durkheim'in ifadesiyle 'anomi'ye düşecektir. Dolayısıyla normların kısıtlayıcılığı bireyleri yönlendirse de bireylerin belirsizlikle baş etmesini mümkün kılacaktır. Normların son özelliği ise bireylere özgürlük sağlamasıdır. Normlar insanları kısıtlasa da kendi davranış ve eylem çizgisini belirleyerek hangi durumlarda nasıl davranacağını öğreterek bireylerin özgürlük alanını belirlemektedir (Demir, 2003, s. 32). Bu özellikler, normların sosyal bütünleşmeyi ve düzeni sağlayan fonksiyonlara sahip olduğunu göstermektedir.

3.6.2. Toplumsal Normlar ve Bireylerin Eylemlerine Etkisi

Sosyolojik bir olgu olarak bireylerin toplumsal yaşamında etkileri olan toplumsal normlar, bireylerin eylem ve davranış oluşturma sürecinde öğrenme yoluyla kazandıkları kurallardır. Bu kuralları, bireylerin sahip oldukları eyleme kapasiteleri ve bilgililik durumuyla yakından ilişkilidir. Bireyler, ait olduğu toplumun normların uyarılarına göre davranış oluşturmakta, tepki göstermekte ya da belirli kuralları kabul etmektedir. İnsanın ait olduğu toplumsal koşulların yanı sıra sahip olduğu bireysel özellikler, onun bir fail olarak eylem ya da davranışlarının kalıcılılaşmasında ya da değişmesinde etkilidir. Toplumsal normların yapısal bir unsur olarak bireylerin üzerinde etkisi olsa da birey tamamen kendi yaşantısını toplumsal normlara göre düzenlemez. Bireysel özellikler ve eğilimler de toplumsal normların eylemlere ve davranışlara etkisi konusunda bireyleri etkilemektedir.

İnsanların toplumsal normlara göre eylem ve davranış geliştirmesi, toplum içerisinde uyumlu yaşama ve toplumsal düzenini koruma amacıyla ortaya çıkar.

Bireyler, toplumsal normları ödöl almak ya da cezadan kaçınmak amacıyla olduğu gibi anomiye düşmemek amacıyla da benimseyebilmektedir. Sosyolojinin kurucu isimlerinden biri olan Durkheim (1985), bireylerin sosyal bir olgu olarak da kabul edilen toplumsal normlar (sosyal olgular) tarafından kısıtlandığını ve otomatik olarak bu toplumsal kuralları içselleştirdiğini ifade eder. Bu yaklaşım, sosyolojideki işlevselci yaklaşımın bir sonucudur ve bireyi edilgen bir varlık olarak görür. Giddens ise Durkheim'ın bu düşüncesini daha önce de belirtildiği gibi yapının ikiliği teorisinde eleştirmektedir. Toplumsal normlar mekanik kurallar değildir ve çatışma birey ile toplum arasında değildir (Giddens, 2003, s. 132-145). Toplumsal düzenin üretimini sağlayan toplumsal failler, toplumun kendisi tarafından oluşturulan toplumsal normların yaptırımları karşısında bireysel bir şeyler görürse yaptırımlara tabi olacaktır. Toplumsal normları ihlal eden her bir fail, toplumsal normların karakterini belirleyebilme kapasitesine sahiptir (Giddens, 2003, s. 146). Zira toplumsal failler, toplumsal normları dönüştürebilecek ya da yeniden üretecek güce iştin varlıklardır. Toplumsal normların eylemler üzerindeki etkisini baskıcı bir araç olarak görmek yerine toplumu inşa eden bireyin kendi eylemlerine etki eden toplumsal normlara da etki edebileceğini ifade eden Giddens, toplumsal normların oluşma sürecinin temelinde güç mücadelelerinin olduğunu belirtir. Toplumsal failler, ortak dünya görüşüne sahip bireylerdir ve insanlar başkalarıyla onların tecrübesi ışığında etkileşim kurmaktadır. Bu etkileşim sürecinde ortak dünya görüşü ortak normları belirlemektedir. Diğer bir ifadeyle ortak normların hangisinin ortak kabul edileceği güç mücadelelerinin bir ürünüdür (Giddens, 2003, s.147). Toplumsal normlar, yapının bir unsurudur ve eğer toplumsal failler eyleme güçleriyle hareket ederse bu normlar toplumsal düzende işlevselleşecektir. Bu bağlamda toplumsal normların faillerin eylemlerinin hem aracı hem de sonucu olarak ortaya çıktığını ifade etmek, yapının ikiliği çerçevesinde doğru bir önerme olacaktır.

İnsanların toplumsal normları içselleştirmesi, yeniden üretmesi ya da kabullenmemesinde pek çok farklı etken söz konusudur. Sosyalleşme sürecinde bireylerin normları kabullenmesi ve bu kurallara uyması, sosyal uyumla neticesinde gerçekleşmektedir. Sosyal etkileşimler sonucunda bireyler başkaları tarafından etkilenmekte ve sosyal açıdan toplumsal kurallara uyma eğilimi ortaya çıkmaktadır. Toplumsal normları benimseyen bireyler, benzer sosyal davranışlar geliştirerek

normları yeniden üretmiş olurlar. Normlar, bu özelliğiyle sosyal etki gösteren ve sosyal davranışların oluşumuna kaynaklık eden toplumsal kurallardır (Göksu, 2007, s. 137). Normların, bireyler üzerindeki düzenleyici etkisi sosyal psikoloji tarafından da incelenmektedir (Kağıtçıbaşı, 2008, s. 71-73). Normların bireyin davranışlarına etkisi uyma, itaat etme, özdeşleşme, benimseme ve uyumsuzluk yani sapma olarak beş ayrı başlıkta incelenmektedir.

Normlara uyma davranışı, bireyin kendisinin bilinçli bir biçimde toplumsal normları içselleştirmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Birey, ister baskı yoluyla ister içselleştirme yoluyla olsun toplumsal normları kendisi istediği sürece benimseyebilir. Bu durumun ortaya çıkışında bireyin bulunduğu topluma ait toplumsal koşulların önemli olduğunu vurgulamak gerekir. Aynı toplum içerisinde aynı toplumsal normlar farklı zamanlarda farklı yaptırımlara sahip olabilir ya da olmayabilir. Bu durumda bireyler doğdukları toplumun şartlarına uygun ya da uygun olmayan davranışlar sergilemek zorunda kalırlar. Örneğin el öpmek geçmişte toplumsal bir norm olarak bireylerin davranışlarını düzenleyebilmekte iken günümüz koşullarında el öpmemek toplum tarafından eskisi kadar cezalandırıcı bir işleve sahip değildir. Diğer taraftan toplumsal normlara uyma davranışı çocukluk yıllarından itibaren kişinin kendisine aşılacaktır. Bu bağlamda toplumsal normlar, toplumsal uyum açısından bireyin habitusunu şekillendiren bir toplumsal yapı aracıdır. Çocukluk çağından itibaren bireyler aile ve sosyal çevresi tarafından daha önceden oluşturulmuş kurallarla çevrenmekte ve bu kurallara uyarak bu kuralları oldukça doğal karşılamaktadır. Toplum içerisinde çocukların belirli bir yaş ya da olgunluğa ulaştıklarında bu kuralları yeniden üretmeye devam ederler ve bu kuralları sorgulamadan uygularlar (Taguiri ve Baransel, 1966, s. 208). Dolayısıyla Bourdieu'nün (2014, s. 118) habitus için "...dünyayla ilişkiye girdiğinde sudaki balık gibidir: Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar". ifadesini habitusun bir parçası olan toplumsal normlar için de söyleyebilmek görece doğrudur.

Bireylerin toplumsal normlar açısından davranışlarını düzenleme konusunda ele alabileceğimiz ikinci başlık ise itaat etmedir. Bu anlayışa göre, bir kurallar seti olarak normlar bireyi kısıtlasa da bireyler normlara her koşulda uyum gösterirler ve itaat ederler (Demir, 2003, s. 67). Toplumsal normlara uyulmasında bir baskı söz

konusu değil iken itaat etme konusunda birey çevresindeki toplumsal yapı ya da gruplardan baskı görebilmektedir. Küçük yaşlardan itibaren toplumsal normlara uyulması ve itaat edilmesi konusunda bireyler sürekli baskılanmaktadır. Nitekim bireyler itaat etmeyi bir norm olarak kavrar ve toplumsal yaşamında otorite olarak gördüğü kişi ya da davranış kalıplarına uyum gösterir. Bu süreç, yine çocukluk yıllarından itibaren çocuklara anne ve babaya itaatle başlatılmakta ve toplumsal düzenin devamlılığı açısından sosyal çevreye uyumla sonuçlanmaktadır. Bu toplumsal süreçte, statüko ya da otoriter yapıya uymayan davranışların kendisine olumsuz sonuçlar getireceğini bilen birey, bu toplumsal baskı ve olumsuz sonuçlardan kaçmak ya da düşmemek için genellikle davranışlarını itaat biçiminde sergilemektedir.

Toplumsal normların bireyler tarafından benimsenmesinde etkenlerden biri de özdeşleşme ihtiyacıdır. Birey, sosyalleşme ihtiyacını gidermek ve toplumsal bir statü elde edebilmek için ait olduğu grubun ya da toplumun kurallarına uymasıyla özdeşleşme gerçekleşir. Buradaki amaç, grubun ya da topluluğun değerlerinin benimsenmesi sonucunda bireylere sunulan avantajların ilgili birey tarafından da elde edilmesidir. Bir toplumsal grup ya da topluluk, ne kadar değerli ya da çeşitli avantajları da beraberinde getiriyorsa bireylerin davranışları da o topluluğun normlarıyla o ölçüde örtüşmektedir. Bireyler, zamanla başka bir grubu kendi amacı açısından daha cazip görürse önceki grubuna uyma düzeyi düşecek ve yeni gruba uyma eğilimi olacaktır (Göksu, 2007, s. 133). Kişi hangi gruba aitse o grubun kurallarına uyarak ödüllendirilecek ve grup tarafından benimsenecektir. Bunun sonucunda kişi, o grubun ya da toplumun normlarına uyum konusunda kararlı bir tutum sergileyerek grubun kendisiyle daha çok özdeşleşecektir (Varol , 1993, s. 159).

Bireyin toplumsal normları benimsemesi ve grupla özdeşleşmesinde birçok faktör devreye girmektedir. Bireyin gruba aidiyeti ve onunla özdeşleşmesi; gruba katılım düzeyi, gruptan elde ettiği çıkarlar, memnuniyet gibi pek çok faktörden etkilenmektedir (Arnett vd. , 2003, s. 89-105). Örneğin punk kültürünü benimseyen bir topluluğa mensup olan kişi, etkinliklere ya da bir arada yapılan çalışmalara katılmamaya başladıkça grubun kurallarını ve değerlerini yavaş yavaş uygulamamaya başlayacaktır.

Toplumsal normlar, bireyler tarafından çeşitli amaçlarla benimsense de toplumun belirlediği bu kuralların benimsenmediği de görülmektedir. Kabul edilebilir davranışların sınırlarını belirleyen toplumun ürettiği normlara uyum sağlamak istemeyen bireyler, toplum tarafından dışlanma ya da kabul görmeme gibi çeşitli baskılarla karşı karşıya kalsalar da bu kurallara uygun davranışlar sergilemek istemeyebilirler. Birey, yaptırımları güçlü olan toplumsal normlara uymayarak sapma davranışı gösterir ve toplumla çatışma yaşar (Kaya, 2002, s. 78-79). İnsanların toplumsal normlara direnç göstermesi ya da kabullenmemesinde farklı nedenler söz konusudur. Bireyler, ait olduğu topluluk ya da grupların özelliklerini toplumsal bir varlık olarak taşımakta ve beraberinde bu özellikleri toplumsal norm biçiminde süreklileştirmektedir. Bir birey, başka bir gruba ya da topluluğa ait olmak istediğinde öncelik verdiği grup ya da topluluğun normlarını benimsemek isteyecektir. Örneğin, üniversite yaşantısında ait olduğu arkadaş grubunun beğeni ölçütlerine uygun giyinen bir üniversite öğrencisi, kendi ailesinin yanına döndüğünde ya da başka bir topluluk ya da grubun içerisine dahil olmak istediğinde çeşitli baskılara maruz kalabilmektedir. Üniversite öğrencisi genç hangi topluluğun normlarını öncelikli görüyorsa onun normlarını benimseyecek ve devam ettirecektir. Diğer taraftan da bireylerin toplumsal normlardan sapma gösteren davranışlarının temelinde zihinsel birtakım pratikler de etkili olabilmektedir. Birey, toplumsal normları araştırma ve inceleme gibi bilişsel süreçlerden geçirerek normlara uymayabilir. Bu durumda bireylerin davranışı normlardan soyutlanmış bir biçimde gerçekleşir (Usal ve Kuşluyan, 2002, s. 224-225).

Toplumsal düzeni sağlayan toplumsal normlar, toplumun yapıları ifade eden sosyal kurumlar tarafından oluşturulmaktadır. Sosyal kurumların özelliklerini taşıyan toplumsal normlar bireyin davranışları üzerinde oldukça etkili olabilmektedir. Bireylerin davranışlarını şekillendiren toplumsal normların kaynakları ise aile, çevre, okullar ve kurumlar olarak sıralanabilir.

İnsanın tarih sahnesine çıktığı ilk günden bugüne çeşitli topluluklar oluşmuş ve toplumsal değişim sürecinde her toplum kendine ait maddi ve manevi değerler oluşturmuştur. Bu sürecin en temel varlığı insandır ve insanın olduğu her yerde

çeşitli davranış ve pratikler ortaya çıkacaktır. İnanç, hukuk, gelenek ve görenekler bu pratiklerin bir sonucudur ve bütüncül bir toplamı ifade eden bu bütünlüğe kültür denilmektedir (Taylor, 1958). İnsanlar doğdukları günden itibaren toplumun maddi ve manevi değerlerini ortak bir şekilde hareket ederek üretirler ve toplumsal ilişkilerini şekillendirirler. Kültür bu anlamda “İnsanların doğuştan ölünceye kadar öğrenmiş oldukları, kaynağı insan ve toplum olan, ayrıca toplumda ortaklaşa paylaşılan bütün davranış kalıpları ve alışkanlıklarıdır” (Eroğlu, 2000, s. 127). Kültür, toplumsal bir pratik olarak zihinsel bir kolektivizmi ifade eder ve bu yönüyle insanları bir arada tutan ya da denetleyen kurallara sahiptir. Bu bağlamda kültür, insanların giyim tarzından aile içerisindeki ilişkilerine ve inanç pratiklerine kadar pek çok alanda önemli bir rol oynamaktadır (Giddens, 2000, s. 18). Dolayısıyla kültür, kolektif bir uzlaşının sonucunda ortaya çıkan kurallar ve pratiklerin bir sonucu olarak bireylerin davranışlarını olumlu ya da olumsuz çerçevede etkileyebilen bir toplumsal yapıdır.

Toplumsal bir kurum olarak kurallarıyla bireyler üzerinde etkili olan kurumlardan biri de ailedir. Toplumun en küçük yapı taşı olan aile, toplumun kültürel yapısına uygun normları taşıyan bir kurumdur. Ailenin her bir ferdi, ait olduğu ailenin kültürel normları benimseyerek toplumsal ilişkilerini düzenleyebilmektedir. Aile, bu anlamda kültürel pratiklerin üretildiği bir alanı ifade etmektedir (Eroğlu, 2000, s. 89). Aile, bireylerin davranışlarını aile içinde etkileyebildiği gibi aile dışında da etkileyebilmektedir. Arkadaşlarıyla dışarda gece saatlerine kadar eğlenen ya da aktivitelerde bulunan bir aile üyesi, ait olduğu ailenin kurallarına göre eve ya erken ya da geç gidecektir. Her bir bireyin belirli bir yaşa kadar ailesi ile yaşadığı düşünüldüğünde, ailenin toplumsal normların bireylerin davranışlarına çocukluk yaşlarından itibaren etki edebilen bir sosyal kurum olduğu görülmektedir.

Aile yoluyla edinilen davranışlar ve kurallar, sosyal çevre yoluyla da değişmekte ve dönüşmektedir. Aile yoluyla benimsenen toplumsal normlar, ilerleyen yıllarda sosyal çevrenin etkisiyle değişebilmektedir. Sosyo-kültürel koşullara bağlı olarak fiziki sosyal yaşamda yaşantısını devam ettiren bireyler, sosyal çevre koşullarına bağlı olarak da davranış geliştirirler. İnsanlar yaşamı boyunca iç ve dış

etkenlerin etkisiyle karmaşık bir sürecin öznesidir ve hiçbir insan bulunduğu toplumsal koşullar sebebiyle aynı değildir (Kağıtçıbaşı, 2008, s. 360). Belirli bir amaç için sosyal çevre oluşturmaya çalışan bireyler, içinde bulunduğu toplumun yapısına uygun bir sosyal çevre inşa edecektir. Rol davranışları ve sosyalleşme sürecinin oluşmasında sosyal çevre de etkilidir (Eroğlu, 2000, s. 147).

Okullar ve toplumsal kurumlar, bireylerin davranışlarını etkileyen toplumsal normlara sahip mekanlar olarak göze çarpmaktadır. Eğitim kurumları, toplumsal normların geleceğe aktarılmasında ve kalıcılışmasında önemli bir paya sahiptir. Okul yaşantısı boyunca birey, kendi toplumunun kuralları dahilinde kendi kişiliğini ve kimliğini keşfederek davranışlarını düzenleme eğilimindedir. Bu süreçte birey, diğer insanlarla olan etkileşimi sayesinde yaşamda karşısına çıkabilecek güçlük ve zorlukları da yaşayarak toplum içerisinde yaşamının kurallarını aşama aşama öğrenir. Toplumsal norm olarak da nitelendirebileceğimiz bu kurallar, bireye okul ortamında daha geniş bir bakış açısıyla olaylara bakabilme imkanı sunabilmektedir (Özkalp vd. 1998, s. 80-81). Bireyin sosyalleşmesi, kendi yeteneklerini keşfetmesi, eleştirel bir bakış açısı kazanması eğitim aracılığıyla gerçekleşirken aynı zamanda okul ya da eğitim yoluyla öğrendiği toplumsal normları aile içerisinde öğrendiği normlarla karşılaştırmaktadır. Zira aile yoluyla öğrenilen normlarla eğitim yoluyla öğrenilen normlar arasında karşıtlıklar olabilmektedir. Bu durumda birey, bulunduğu konuma göre hareket ederek toplumsal normları uygulayacaktır.

Aile ile toplumsal yaşama atılan her bir birey, yaşamı boyunca belirli bir kurum ya da kuruluştaki çalışarak yaşamını devam ettirmektedir. Kurumlar da insanın uzantısı olan bir örgütsel yapı olarak insanların davranışlarını etkileyebilen normlara sahiptir. Bu bağlamda kurumlar, insanları kısıtlayabilen ve insanlar arasındaki ilişkileri biçimlendiren bir yapıdır (Giddens, 2020). Bir kurum içerisinde yer alan bireyler, farklı özellik ve kültürlere sahip olsalar da o kurum içerisinde belirli bir zaman birlikte çalıştıktan sonra kuruma ait yeni bir değerler sistemi oluşturmaktadırlar. Bu değerler, kurumda başarılı olmanın veya kurumda sosyalleşmenin ön koşuludur. Kurum kültürü, bireysellikten çok kolektivist hareket etmeyi bireylere aşılacaktır. Kurum kurallarının ya da değerlerinin benimsenmemesi durumunda kişi işten kendi isteğiyle çıkabilir ya da kurum

tarafından işten çıkartılabilir. Bu kurum kültürünün oluşmasında ise toplumsal değerlerin de etkisi vardır (Pennings ve Greskov, 1986, s. 286-316). Toplumsal normların aynı kurumda çalışanlar tarafından benimsenmesi sonucunda çalışanların kurum dışındaki yaşamlarına da etki ettiği görülmektedir.

3.6.3. Dijital Sosyal Ağlarda Oluşan Dijital Normların Fiziki Sosyal Yaşam Alanına Etkisi

Ağ temelli teknolojilerin gelişimiyle ortaya çıkan dijital sosyal ağlar, insanların geleneksel toplumda yer alan değer ve normlarının bireyselleşmesine imkan tanımıştır. Sosyal yaşam yoluyla edinilen ve doğal sayılan toplumsal normlar, dijitalleşmenin toplumun bütün yönlerini etkilemesiyle bireysel bir işlevsellik kazanmıştır. Bireyler, ağlarda profilleriyle yeni bir kimlik edinme sürecine girmiş, bu kimlikleriyle norm ve sermayelerini dönüştürmüşlerdir. Toplum tarafından güçlü yaptırımların kaynağı olarak kullanılan normlar, dijital ortamlarda yeni bir gerçeklik oluşturmuşlardır. Bu gerçeklik sanal gerçekliğin bir uzantısıdır ve kimlikler artık bu gerçekliğe göre yeniden şekillenmektedir (Castells, 2004, s. 22). Bu bağlamda normlar, geleneksel toplumun bir özelliği olmakla beraber dijital sosyal yaşamın da bir parçası olmuştur. İnsanların sosyal ağlarda saatlerce vakit geçirdiği gerçeği göz önüne alındığında dijital sosyal ağlarda oluşan bazı normların olduğunu ve bu normların fiziki sosyal yaşamda yer alan normlarla eş değer bir konumda olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal yaşamda edinilen toplumsal değer ve normlar, dijitalleşme ile büyük oranda değişmekte/dönüşmektedir. Dijital sosyal ağlar sonucunda ortaya çıkan bireyselleşme eğilimi, normların farklı nitelikler kazanmasını ve fiziki sosyal yaşam alanına taşınmasını sağlamaktadır. Bu niteliklerin değişimini sosyal ağların özelliklerinden yola çıkılarak şu şekilde detaylandırılabilir: Toplumsal norm ve değerler açısından paylaşmak eylemi, kolektif bir uzlaş eylemi olarak toplumda devam ettirilen bir eylemdir. Sevgiyi paylaşmak, ekmeğini paylaşmak ya da acıyı paylaşmak gibi eylemler yaptırım gücü az olan toplumsal normlardır. Bu normlar, dijital sosyal ağlarda farklı bir yapıya bürünmektedir. Sosyal ağlarda sahip olunan şeylerin paylaşımı, genellikle mahremiyetten yoksun paylaşımlardır. Beden mahremiyeti, aile mahremiyeti gibi normların yaptırım gücüne tâbi olan kültürel

pratikler, sosyal ağlarda mahremiyet kurallarına uyulmaksızın paylaşımlarla aşılmaktadır. Bedenin sunumu ya da aile mahremiyetine uyulmaması durumunda fiziki sosyal yaşamda çatışmalar ya da uyumsuzluklar görülebilmekte, çevrim içi ve çevrim dışı yaşamın kesişiminde yabancılaşma ve anomileşme durumları ortaya çıkabilmektedir.

3.6.4. Fiziki Sosyal Yaşam Alanında Oluşan Toplumsal Normların Dijital Sosyal Yaşam Alanına Etkisi

Fiziki sosyal yaşam alanında yer alan kalıplaşmış sosyal normlar, sosyal ilişkilerin düzenlenmesinde oldukça güçlü yaptırımlara sahiptir. Bu normlar, daha önceden de belirtildiği gibi aile ve sosyal çevre yoluyla edinilir ve bu normlar yaşam boyunca insanların gündelik yaşam davranışlarını kısıtlayabilmektedir. Çevrim dışı sosyal ortam ve sosyal çevresinde edinilen toplumsal normlar ve değerler, çevrim içi ortamlarda ve sosyal paylaşım ağlarında çevrim dışı sosyal yaşam alanında olduğu kadar etkili olmadığı görülmektedir. Dijital sosyal ağlar, kullanıcılarına anonimlik ve hesap verilebilirlik açısından çeşitli avantajlar sunmaktadır. Sosyal ağlarda oluşturulan bir profil aracılığıyla kişinin gerçek yaşamında davranış olarak sergilemeyeceği eylemler gerçekleştirilebilmekte ve toplumsal baskı ya da kontrolden uzak bir şekilde içerikler üretilebilmektedir. Bu üretim süreci, disinhibisyon olarak tanımlanmaktadır ve çevrim dışı ortamda doğal kabul edilmeyen davranışların çevrim içi ortamda rahatlıkla ortaya konulmasını ifade etmektedir (Chayko, 2018, s. 128). Örneğin, Youtuberlar toplumsal norm ve değerlerin dışına çıkarak içerik üretebilmektedirler. Youtuberlar, challenge adını verdikleri videolarda, toplum tarafından kabul görmeyen davranışlar sergileyebilmektedir. Bu bağlamda toplumsal normlar, dijital yaşam alanlarında geçerliliğini veya yaptırım gücünü kaybedebilmektedir.

Dijitalleşme ile toplumsal normların yaptırım gücü, dijital sosyal yaşam alanında fiziki sosyal yaşam alanına göre daha azdır. Zira, dijital sosyal yaşam alanları bireylerin varlıksal açıdan kendilerini güvende hissettikleri, yaşamlarını istedikleri gibi şekillendirebilecekleri, yaşayabilecekleri alanlar olarak görülen ikinci hayatlarının merkezidir (Dreyfus, 2016). Dijital alanlar, normların bağlayıcılığının en az görüldüğü alanlardır. Bu alanlarda konumlanan kullanıcılar, kimliksel bakımdan

değişken, parçalı kimliklere sahiplerdir. Dijital yaşam pratikleriyle sosyal yaşam pratiklerinin iç içe geçmesiyle gerçek ve sanal arasındaki ayrım yok olmaya başlamış ve kullanıcılar ait oldukları toplumun normlarını dijital sosyal ağlarda yeni bir kimlik oluşturarak yeni bir sosyal ortama dahil olmuşlardır. Örneğin Türk toplumunda kadın hareketleri, geçmişten günümüze tartışılacak konulardan biridir. Geleneksel çekirdek aile yapısıyla büyüyen bir kadın, sosyal yaşamında kadın hakları ve cinsiyet eşitliği konusunda genellikle düşüncelerini özgürce dile getirememekte iken dijital sosyal ağların katılımcı yapısının kullanıcılara sunmuş olduğu özellikler sayesinde kadınlar bu konulardaki düşüncelerini dijital ortamlarda ait oldukları aile ve sosyal çevre baskısı olmadan dile getirebilmektedir. Toplumsal normların örneği verilen durum gibi pek çok konuda yaptırım gücünün zayıflaması, toplumsal normların dijital sosyal ağları kullanan bütün kullanıcıların benzer şekilde normları terk edeceği anlamına gelmemelidir. Toplumsal normları dijital sosyal ağlarda yeniden üreten kullanıcılar da söz konusudur. Ancak dijital sosyal ağların kullanıcılarına ikinci bir hayat sunması, bireylerin toplumsal yapıların kısıtlayıcılığından uzak bir eyleyici olarak sosyalleşebilecekleri ortamlarda yeniden üretime katılabileceklerine işaret etmektedir.

3.7. Dijital Habitus

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sanal etkileşim ortamları, bireylerin toplumsal dönüşüm süreçlerinde etkili olmasını sağlayabilen iletişim kanallarını yaratmıştır. Bireyler, artık toplumsal dönüşümlerin gerçekleşmesinde çevrim içi ortamların sunduğu sayısız çeşitlilikteki araçlar aracılığıyla aktif rol oynayarak kamuoyu oluşturabilmektedir. Kolektivist katılımın yanı sıra insanların bireysel yönlerini de geliştirdiği ve benzer özelliklere sahip insanların çevrim içi ortamlarda bir araya gelerek bilgi ya da fikir alışverişinde bulunabilmeleri, sosyal medya olarak nitelendirilen araçlar sayesinde gerçekleşmektedir. Bireyler, bu araçların yanı sıra dijital sosyal ağlar aracılığıyla bireysel ya da gruplarla iletişime geçme gücüne sahip birer fail olarak sahip olduğu toplumsal değerleri, normları, beklentileri, eğilimlerini bu ağlarda yaymaktadırlar. Dijitalleşmenin zaman ve mekandan bağımsız hareket edebilme özelliği, bireylerin hızlı bir biçimde sahip oldukları değerleri, kapasitelerini, sermayelerini, yaratıcı mekanizmalarını geliştirebilme ve dönüştürebilmelerine de olanak sağlar. Bu bağlamda dijital sosyal

ağlar ve sosyal medya araçları, sahip oldukları özellikleriyle insanların sosyal yaşamının üretici ilkesi olarak işlev görür.

Dijitalleşmenin sosyalleşme süreçlerine ve bireylerin yaratıcı kapasitelerini olan etkileri, çevrim içi kültürün yaygınlık kazanmasıyla ilişkilidir. Toplumsal bir varlık olan her bir birey, dijitalleşmenin getirdiği çevrim içi kültürü benimseyerek toplumsal katılım ve sosyalleşme süreçlerini devam ettirmektedir. Bireyler sahip oldukları sınıfsal özellikleri, tarihsel bir özelliğe sahip yaratıcı mekanizmaları olan habituslarıyla dijital ortamlarda yeniden üretebilme kapasitesine sahiptir. Bu bağlamda Bourdieu'nün habitus kavramı, çevrim içi sosyal yaşamla fiziki sosyal yaşam arasında insanların yaratıcı kapasite ve gücünü açıklayabilmemizde önemli bir anahtar kavram olarak karşımıza çıkar. Habitusun dijitalleşme sonucunda çevrim içi ve çevrim dışı eylemlerin sonucunda üretilen ve yeniden üretilen, toplumsal özelliklere içkin tarihsel bir yapı/mekanizma olduğunun tartışılması, dijitalleşmenin gündelik eylemler üzerindeki etkisini görmemiz ve tartışmamız açısından önemlidir.

İnsanların toplumsal bir varlık olarak güce içkin yaratıcı bir mekanizmaya sahip olması, sahip oldukları sınıfsal özellikleri dijital ortamlarda üretmelerini mümkün kılar. Öyle ki sosyal ağlar veya sosyal medya araçları, çift yönlü bir etkileşime izin vererek toplumsal faillerin eylemlerinin somutluk kazandıkları alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sahip oldukları yatkınlıklarını ve eğilimlerini dijital dünyaya göre üreten kullanıcıların habitusları, çevrimiçi ve çevrim dışı aktarımların sağlandığı çift yönlü bir oluşuma kaynaklık etmektedir (Güzel, 2016, s. 94). Habitus, insanların zihinlerinde var olan toplumsal cinsiyet, ırk, sınıfsal özellikler gibi pek çok toplumsal özelliği bu ağlar aracılığıyla geleceğe aktarmaktadırlar. Bir iletişim formu olarak habitusun dijital yaşama aktarımı, dijital habitus şeklinde tanımlanmaktadır (Papacharissi vd., 2013, s. 601-602). Toplumsal faillerin zihinsel kapasitelerinin ve düşünce tarzlarının faillerin eylemlilik ve düşününsel yönleriyle dijital sosyal ağlarda somutlaşması olarak da nitelendirebileceğimiz bir kavram olan dijital habitus, dijital sosyal ağlarda konumlanan faillerin beğeni anlayışlarını, sınıfsal ayrımları üreten ve yeniden üreten bir mekanizmadır. Bourdieu'nün de (2021) belirttiği gibi habitus toplumsal pratiklerin hafızası olarak failler belirli yönelimler sağlamaktadır. Bu tanımlamayı dijitalleşme ve sosyal medya bağlamında

düşündüğümüzde, habitus dijital ortamlarda faillerin kazanımlarının ya da sanal kimliklerinin üreticisidir. Söz gelimi, dijital sosyal ağlarda oluşturulan her bir profil ve bunun yanı sıra bu bireyler bu profillerde yapmış olduğu paylaşımlar, bireylerin sanal kimlikleri hakkında bilgi edinmemizi sağlamakla kalmaz, geçmiş ve gelecek arasında köprü vazifesi görür.

Sosyal ağların ve sosyal medyanın özelliklerinin faillerin eylemlerinin sonucunda somutluk kazanması, faillerin sınırsız yaratabilme kapasiteleri olduğu anlamına gelmez. Habitus, yapı ve eylemin ilişkiselliğiyle üretilen bir mekanizmadır ve failleri nesnel düzenliliğe tabi kılar (Bourdieu, 2015a). Bu bağlamda, dijital sosyal ağlar ve sosyal medya araçları kendi kurallarına sahip bir alandır ve bu alanlarda çeşitli güç mücadeleleri söz konusudur. Toplumsal alan olarak dijital sosyal ağlar, toplumsal yapıların üretildiği ve somutlaştığı bir alandır ve bu özellikleriyle faillerin habituslarının değişime/dönüşüme uğradığı bir toplumsal uzamdır. Failler, bu ağlarda oyunu kazanmak için çeşitli stratejiler geliştirir ve alanda üretilen doxaları yıkmaya çalışır. Aile yaşam tarzları, yaşam stilleri, beğeni anlayışı gibi habitusa içkin pek çok özellik, dijital sosyal ağların verili özellikleri çerçevesinde faillerin sınırlı bir ‘yapabilme’ kapasitesiyle bu ağlarda paylaşılır. Nitekim dijital sosyal ağların faillere sınırlı bir çerçevede olanaklar tanıması sonucunda bu ağlar faillerin istedik sonuçları elde etme motivasyonu ile yeniden üretilmektedir.

Dijital habitus, çevrim içi kültürün özellikleri ile faillerin dijital ortam ya da ağlarda sermaye elde etme çabasının toplamından oluşmaktadır. Dijital habitus, faillerin gündelik yaşam içerisinde kazanımlar elde etmek için dijital sosyal ağlarda konumlanan faillerin eylemlerini sürekliliğe ve düzenliliğe tabi kılabilmektedir. Bourdieu’nün (1990, s. 65) habitusu ifade ederken sorduğu “İnsan davranışları kurallara bağlı olmaksızın nasıl düzenli bir biçime gelir?” sorusu, habitusun dijital anlamda anlaşılır kılınmasını sağlayabilecek bir sorudur. Bu sorunun cevabını, dijital sosyal ağlar ve ağlarda yer alan kullanıcıların eylemleri bağlamında şu şekilde açıklayabiliriz: Dijital sosyal ağlar sahip olduğu beğenme, paylaşma, yorum yapma, arkadaşlık edinme, sosyalleşme gibi pek çok özelliğiyle milyonlarca kullanıcıya sahiptir. Ağlarda arkadaş edinme ya da flörtleşme amacıyla bulunan bir kullanıcı, etkileşimde olduğu kişiye anlık cevap verebilir ya da vermeyebilir. Karşısındaki

kullanıcıya anlık cevap verip vermemesi, kurallara tabi bir durum olmayıp kullanıcının isteği sonucunda gerçekleşebilmektedir. Öyle ki ağı kuralları olmasa da kullanıcının karşısındaki kişiye cevap vermesi ya da vermemesi, faillerin bu ağlarda düzenli ve statik eylemler kazanmasını sağlamaktadır. Elde edilen her tecrübe, ağlarda tekrar yaşanabilecek etkileşimlerin düzenliliğini yeniden üretmektedir. Böylece faillerin eylemleri sonucunda üretilen habitus, ağları yeniden üreterek dijital bir nitelik kazanmaktadır.

3.8. Dijital Habitusun Üretiminde/Değişiminde Yapı/Fail Etkisi

İnternet teknolojisinin ortaya çıkışı neticesinde ortaya çıkan dijital kültür, kendi araç ve dinamiklerini kısa sürede üreterek toplumsal süreçlere etki eden bireysel ve toplumsal boyutların dijitalleşme bağlamında incelenmesini sağlamıştır. Sosyal etkileşimlerin ve toplumsal yapıların fiziki sosyal yaşam alanların yanı sıra güçlü bir biçimde dijital ortamlarda da üretilmesi, toplumsalın sosyo-kültürel gelişimine yeni bir boyut eklemiştir. Bu boyut, bireysel eğilim ve yatkınlıkların geçmişten gelen verili koşullarla faillere toplumsal alanlarda hareket edebilme gücü sağlayan habitusun, dijital sosyal ağlarda üretilen toplumsal yapılarla kullanıcıların yani faillerin eylemlilik durumlarının kesişimi sonucunda dijital bir özellik kazanmasıyla yeniden şekillenmiştir. Bu anlamda sosyal medya, iletişim normlarımızın merkezi haline gelerek habituslarımızı şekillendiren alanlardır denebilir (Tandaçgüneş Kahraman, 2021, s. 113). Dijital habitus, bu alanlarda sosyal ilişkilerin kalıplaştığı ve yapıların yanı sıra faillerin eylemleriyle oluşturulan bir mekanizmadır.

Dijital habitus, Bourdieu'nün pratik teorisi ve Giddens'in yapılaşma teorisindeki yapı-fail kavramsallaştırmalarıyla açıklanabilmektedir. Dijital habitusu Giddens'in yapılaşma teorisi bağlamında açıklayacak olursak yapı ve sistem kavramlarının habitusla benzer özelliklere sahip oldukları söylenebilir. Dijital habitus, düzenli kurallar ve kaynaklar kümesi olarak yapıyı içeren sosyal sistemler tarafından organize edilen pratiklerin hem aracı hem sonucudur (Özdemir, 2023) Sosyal sistemler olarak faillerin eylemleriyle işlevsellik kazanan dijital sosyal ağlar ve sosyal medya, faillerin pratik bilinçleri sonucunda zaman ve mekanda yeniden üretilen durumsal etkinliklerini içerir ve böylece faillerin sahip oldukları habitusları/yapıları yeniden yapılandırır. Diğer taraftan sosyal sistemler olarak bu

ağlar, sosyalleşme aracı olarak faillerin kasıtlı ve yaratıcı bir şekilde hareket etme yeteneği sunarak kendini yeniden üretir. Zira toplumsal eyleyici olarak toplumu üreten faillerin eylemlerini dijital ve fiziki sosyal yaşamda yönlendiren dijital habitustur demek mümkündür. Dijital habitus, normların ve değerlerin belirlenmesi gücünü elinde tutar ve bu yönüyle bireysel ifade olanaklarını da sınırlayabilmektedir.

Teknoloji aracılı platformların ve bunların sosyal bir fenomen olarak kullanımının sonucunda ortaya çıkan toplumsal yapıların yeni bir biçimi olarak ifade edebileceğimiz dijital habitus, benzer özelliklere sahip bireyler tarafından da paylaşılabilen bir yapıdır. Dijital habitus, dijital ortamlarda ya da ağlarda ortak pratiklerin operatörü olarak iş görür ve sınıfsal farklılıkların yapısal mantığını içerir. Her toplumsal fail, sahip olduğu aile değerleri, tecrübe ve kazanımları dijital ortamlardaki profiline aktararak sınıfsal yapı içerisindeki konumunu güçlendirir ya da değiştirir. Bu anlamda habitus, “aile ve akran gruplar içinde sosyalleşmenin yarattığı sınıfa-özü tecrübelerden oluşan yapılaşmış bir yapıdır” (Swartz, 2011, s. 102). Failler, en bireysel özellikleriyle sahip oldukları sınıfsal özellikleri paylaştıkları içerikler, beğeniler, yorumlar biçiminde sosyal ağlarda somutlaştırırlar. Papacharissi ve Easton (t.y), yeni teknolojilerin yakınsama özelliklerinin kullanıcılara çeşitli yaratma ve yatkınlıklarının açığa çıkmasını sağladığını ifade ederek dijital habitusun oluşumunda yapı ve failin kolektif bir katkıya sahip olduğunu ifade eder. Dijital habitus, kullanıcıların yetenek ve eğilimlerini yapılaştırdığı gibi failler de kendi sınıfsal özellikleri ve yapısal özellikleriyle dijital habituslarını akıcı bir biçimde etkilemektedirler.

Görüldüğü üzere dijital habitus, makro düzeydeki yapısal belirleyicilik ile mikro düzeyde bireyselliğin toplamından oluşmaktadır. Dijital sosyal ağlarda kullanıcı profilleriyle oluşturulan sanal kimlikler, sosyal ilişkiler, sınıfsal özelliklerin yansımaları dijital habitusun bireylerin davranışlarını yapılandırması sonucunda olduğu gibi bireylerin de bu yapısal mekanizmayı işe koşmasıyla oluşmaktadır. Çevrim dışı fiziki sosyal yaşam alanında sahip olunan habitus, dijital ortama aktararak dijital ve fiziki sosyal yaşam habitusları birbirlerine aktarılmaktadır. Öyle ki bir profil “...(1)Facebook hesabında ilkokul arkadaşlarıyla iletişim kurarak, (2)Twitter’da siyasal görüşlerini aktararak, (3)Instagram’da özel yaşantısını özçekim

(*selfie*) ile dijitale taşıyarak, (4) LinkedIn’de mesleki özellikleriyle rekabet ederek dört (ve isterse daha fazla) farklı kimliği ayn anda sergileyebilmektedir” (Güzel, 2016, s. 97). Böylece her toplumsal fail, kendi dijital kartvizitini yani dijital habitusunu yapılandırarak dijital kimliğini üretmektedir.

3.9. Youtuberlık Kavramı

Youtube, kullanıcı temelli bir ağ olarak içerisinde milyonlarca içeriği barındıran bir dijital sosyal ağıdır. Bu ağın içerik üreticileri, zaman sınırlaması olmadan kullanıcılara sunulmuş özellikleri kullanarak çeşitli konularda içerik üretebilmektedirler. Youtuber ya da Youtube fenomeni de, video paylaşım ağı olan Youtube’da videolar çekerek paylaşan kullanıcılar için kullanılan bir kavramdır. Youtuber kavramı, Cambridge Dictionary’de (2022) “Youtube web sitesini sıklıkla kullanan ve bu web sitesinde yer alarak videolar üreten kişi” olarak tanımlanmaktadır. Video üreten kullanıcılar, videolarını belirli bir zamana ya da mekana bağlı kalmaksızın mobil araçlar aracılığıyla her an her yerden kendi kanallarına yükleyebilmektedirler. Bu özelliklerden yola çıkılarak Youtuberlar, “kişisel Youtube kanallarına düzenli olarak video yükleyen video blog yazarları” (Jerslev, 2016) olarak tanımlanmıştır. Youtuberlar, günlük video kayıtlarından ürün reklam veya tanıtım videolarına kadar günlük yaşamın hemen her alanında çektikleri videolarla günümüzün popüler ikonlarından biri hâline gelmişlerdir (Evan, 2016). Çektikleri videolarla çeşitli kategorilerde içerik üreten toplumsal etkileyiciler olarak da tanımlanabilecek olan Youtuberlar, binlerce ya da milyonlarca takipçiye sahip olabilmektedirler. Belirli aralıklarla videolar yükleyen Youtuberlar, takipçileriyle etkileşim kurmakta ve kendi kitlesini yaratabilmektedir. Youtuberların takipçileri, takip ettikleri Youtuber’ın videolarına yorumlar yapabilir, beğenebilir ya da beğenmeyebilir. Youtube’un bu işlevleri, izleyicilerle Youtuberlar arasındaki etkileşimi sağlayan en büyük özellikleridir (Berail vd., 2019, s. 191). Youtuber takipçileri, bu işlevsel özellikler aracılığıyla abone oldukları Youtuberların videolarını çeşitli platformlarda paylaşabilmekte ve Youtuberların mikro ya da makro düzeyde ünlenmesine katkıda bulunabilmektedirler.

Youtuberlık, dijital sosyal yaşam alanlarında insanların becerilerini geliştirmektedir. Youtube, bu özelliğiyle küresel anlamda herkesin sesini

duyurabildiği, yeteneklerini sergileyebildiği bir mekân olarak kullanıcılarına hizmet sunmaktadır (Cayari, 2011, s. 24). Youtube, ilk başlarda kullanıcılarına içerik üretme imkanı sunarken daha sonraları Youtuber olarak nitelendirilen fenomenlerin kişisel markalarını yarattıkları bir platforma dönüşmüştür. Küresel anlamda her insana açık bir platformda hedef kitlesine yönelik içerik üretiminin kolay olması, Youtuber sayısında ciddi bir artışı da beraberinde getirmiştir. Bu durum Youtube'un politikalarını da etkilemiş ve Youtube 2012 yılından itibaren Türkçe dil desteği Türkiye Cumhuriyeti Devleti ile ticari iş ortaklığı kurarak videoların izlenme oranına göre Youtuberlara maddi destek vermiştir (İlhan ve Aydoğdu, 2018). Dolayısıyla Youtuber sayısı daha da artmış ve Youtuberlık bir meslek hâline gelmiştir. Böylece Youtuberlar, Van Dijck'ın (2009, s. 52) ifadesiyle “commercially driven star-system olarak nitelendirdiği ticari starlaşma sisteminin bir parçası olarak yeni medyanın aktörlerine dönüşmüşlerdir. Türkiye, bu durumu göz önüne alarak Youtuberlığı bir meslek olarak tanımlamış ve İŞKUR aracılığıyla 2017 yılından itibaren Youtuberlık eğitimi verilmeye başlamıştır (NTV, 2017).

Youtuberlığın zamanla toplum içerisinde popülerleşmesi ve Youtube'un Youtuberlığı teşvik etmesi, genç kuşağın bu kanala yönelmesini sağlamıştır. Hem içerik üreticisi hem de takipçi konumunda yer alan gençler, Youtuberlarla kendilerini özdeşleştirmekte ve onları örnek almaktadırlar. Gençler, Youtuberlarla akran olduklarını düşünerek onların yaşam tarzını benimsemeye daha meyillidirler (Perez Torres vd., 2018). Zira bu durum, Youtuber sayısının ve takipçi sayısının oldukça artmasına katkıda bulunmaktadır. Türkiye'de yer alan Youtuber sayısına bakıldığında bu durum dikkat çekmektedir. SocialBlade (2023) verilerine göre Türkiye'de en çok abonesi olan Youtube kanalları şu şekildedir:

Tablo 1: Youtuber Verileri

Sıra	Kanal	Abone Sayısı (Milyon)	Dil	Kategori
1	BETER BÖCÜK	27,2	Türkçe	Eğlence
2	NETD MÜZİK	23,8	Türkçe	Müzik
3	KORAY ZEYNEP	16,4	Türkçe	Eğlence
4	ENES BATUR	15,9	Türkçe	Eğlence
5	OYUNCAK AVI	15,2	Türkçe	Eğlence
6	OYUNCAK OYNUYORUM	11,4	Türkçe	Eğlence
7	ATV	11,1	Türkçe	Film
8	SKYGAMES	10,7	İngilizce	Oyun
9	ORKUN İŞİTMAK	10,3	Türkçe	Eğlence
10	GAME OVER	10,3	Arapça	Oyun
11	CZN BURAK	10	Türkçe	Yemek
12	OM SAYF	9,35	Arapça	Oyun
13	DELİ Mİ NE ?	8,73	Türkçe	Eğlence
14	İBRAHİM ELHİDİR	8,37	Arapça	Müzik
15	KIDIBLİ TÜRKÇE olarak	8,26	Türkçe	Eğlence
16	SEVİMLİ DOSTLAR	8,18	Türkçe	Müzik
17	KANAL D	8,04	Türkçe	Film
18	MAŞA İLE KOCA AYI	7,88	Türkçe	Film
19	KAFALAR	7,7	Türkçe	Eğlence
20	KURULUŞ OSMAN	7,42	Türkçe	Film

Kaynak: (Social Blade, 2023)

Tabloda verilen sayısal verilere bakıldığında Youtuber fenomeninin insanlar tarafından ne kadar benimsendiği görülmektedir. En çok takip edilen kanalların içerik kategorilerine bakıldığında eğlencenin diğer kategorilere göre daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Youtuberların bu verileri dikkate alındığında, takipçilerin

çoğunlukla Youtuberları vakit geçirmek ve eğlenmek amacıyla takip ettikleri anlaşılmaktadır. Youtuberların zamanla fan kitleleri oluşmaya başlamış, onların davranışlarını ve yaşam tarzını hem dijital hem de sosyal yaşamlarında taklit ederek sosyal ilişkilerini oluşturmaya başlamışlardır. Bu anlamda Youtuberlar, dijital ve sosyal yaşam alanlarında toplumsal etkileri olan aktörlerdir.

3.9.1. Youtuberların Dijital Sosyal Yaşam Alanına Etkisi

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan dijital sosyal ağlar arasında Youtube, katılımcı kültürün yaygınlaşmasında önemli bir sosyal ağıdır. Ağda içerik üreten Youtuberlar, dijital sosyal yaşam alanı olarak nitelendirilen çevrim içi ortamlarda gündem belirleyici ve etkileyici aktörlerdir. Dijital dünyanın kanaat önderleri olarak Youtuberlar, sanal bir kamu alanında sosyal etkileşimin yaratıcısı konumundadırlar. Youtuberlar, Youtube'un insanlara açık mesaj sistemi ve yorumlar aracılığıyla sosyal etkileşimin kurulmasına öncülük etmektedirler (Lange, 2008, s. 87-88). Youtube çevrim içi benliklerin ortaya çıktığı değişken ve akışkan bir alandır ve bu alandaki içerik üreticileri takipçilerine bir benlik sunmaktadır. Bu benliğin içerisinde belirli değerler, normlar ya da kültürler yer almaktadır. Youtuberlar sanal bir ortamda içerik üretirler, bu içerikler takipçilerin belirli sosyal amaç ya da çıkar çevresinde ağlarda toplanmasını sağlar. Bu hâliyle Youtuber ekseninde dijital alanda konumlanan her bir takipçi, gruplar oluşturarak Youtuber'ın içeriklerine göre sanal bir cemaat oluşturabilir. Örnek verilecek olursa siyasi ya da politik bir Youtuber'ı takip eden bir kullanıcı, Youtuber'ın videolarına linkler aracılığıyla ilgili Youtuber'ın düşüncelerini ya da önerilerini tartışabilecek sanal gruplar oluşturabilmektedir. Böylece Youtuber ekseninde bir araya gelen grup üyeleri, katılımcı kültürün yeniden üreterek sosyal ilişki örüntülerini dijital alanlarda geliştirebilir, fiziki sosyal yaşamında dijital alanda gerçekleştirdiği beceri ve bilgileri uygulayabilir.

Youtuberlar, takipçi sayılarının milyonları bulmasıyla dijital sosyal ağlarda gündem belirleyici bir konuma gelmişlerdir. İnsanları etkilemesi bakımından kanaat önderi işlevi gören Youtuberların, videolarında bahsedecekleri bir konu ya da konuk edecekleri bir misafir onları gündemde tutabilmektedir. Zira her bir Youtuber, belirli bir takipçi kitlesine sahiptir ve bu durum onları dijital sosyal ağlarda en çok

konusulan aktörlerden biri hâline getirmektedir. Günümüzde bu durumu en iyi özetleyebilecek Youtuberlardan biri de Oğuzhan Uğur'dur. Oğuzhan Uğur "Babala TV" isimli kanalında, güncel konularla beraber genellikle siyasetçileri konuk ederek onlarla siyasetçilere soru sormak isteyen gençleri aynı platformda buluşturmaktadır. Türkiye'de yaşamın politize yönünün artmasıyla Oğuzhan Uğur, dijital sosyal ağlarda -özellikle Twitter'da- gündem olmaktadır. Oğuzhan Uğur'un aktüel siyasi konulardaki görüşleri, dijital sosyal ağlarda yayılarak tartışılmakta, yorum yapılmakta ve paylaşılmaktadır. Dolayısıyla kanaat önderlerinin düşünceleri fiziki sosyal yaşamda ne denli önemli ve paylaşılabiliyse Youtuberların düşünceleri, hayat tarzları, kullandıkları kelimeler de dijital sosyal alanlarda hızlı bir şekilde takipçileri üzerinde etki gösterebilmektedir.

Youtuberlar, eğlence, bilgi edinme vb. amaçlarla dijital sosyal yaşam alanlarının başat rolünü üstlenen aktörlerdir ve çevrim içi kültürün yükselişinde önemli bir paya sahiplerdir. Youtuberlar anaakım medyadan ya da geleneksel medyadan farklı olarak etkileşim gerçekleştirten fenomenler olsalar da toplum açısından bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Nitekim Youtuberların takipçilerinin çoğunluğunun gençlerden oluştuğu düşünüldüğünde sosyal medya bağımlılığının oluşmasında etki sahibi olabilmektedirler. Yapılan araştırmalara bakıldığında Youtube'u çok kullanan kişilerin az kullanan kişilere göre hayatın koşuşturmasından kaçış amacıyla fenomenlere bağlanmışlığın daha fazla olduğu görülmektedir (Yaylagül, 2017, s. 232). Diğer taraftan Youtuberlar, ideal benlikler sunmaktadırlar. İnsanlar çevrim içi kişiliklerini ve diğerlerinin kişiliklerini özellikle stratejik olarak üretme ve yönetme eğilimindedir (Rui ve Stefanone, 2013). Youtuberlar da iş birliği içerisinde oldukları markaların ürünlerini tanıtırken davranış tipleri, dilsel stilleriyle dijital benliklerin inşasına etki ederler. Takipçiler, Youtuberların tavırlarını, düşüncelerini, ahlak ilkelerini ve ilişki stilleri örnek almakta, benzer bir biçimde dijital sosyal ağlarda onları taklit edebilmektedirler. Bu durum, *dijital benliklerin* (Papacharissi, 2010) oluşmasına kaynaklık eden bir duruma işaret eder. Dijital sosyal alanlarda benimsenen değer ya da düşünceler, fiziki sosyal yaşam alanına da taşınmakta ve kişinin çevrim içi-çevrim dışı yaşamının kesişiminde yeni bir benlik anlayışı ortaya çıkmaktadır. Bu anlayış tekno-sosyal (Chayko, 2018) olarak tanımlanmaktadır. Çevrim içi ve çevrim dışı yaşamda kişilik özelliklerinin

birbirine aktığı bir platform olan Youtube, içerik üreticileri ile fiziki sosyal yaşamda da güçlü etkileşimlerin de kurulmasını sağlayarak tekno-sosyal benlikler oluşturmaktadır.

3.9.2. Youtuberların Fiziki Sosyal Yaşam Alanına Etkisi

Dijital sosyal ağlar, kullanıcı türevli yapısıyla gündelik yaşam pratiklerinin vazgeçilmez bir parçası olarak insanların rutin eylemlerinin görünür kılındığı bir dijital sosyal alandır. Bu alanlarda paylaşım ve üretim biçimleriyle yer alan her bir birey, ağların özelliklerini kullanarak çeşitli amaçlar doğrultusunda mikro ve makro düzeyde tanınırlığa sahip olabilmektedir. Bu ağlar, sıradan insanın şöhret kültürünün aktörü hâline getirilmesinde bir araç olmuştur (Arık, 2013, s. 110). Sosyal paylaşım ağları olarak da bilinen dijital sosyal ağların bireylere sağladığı avantajlar olsa da ağın kullanım pratiklerini eylemleriyle eyleyen/üreten failler toplumsal etkileyicilerdir. Ancak bu tanımlamanın dışında insanları ya da kitleleri etkileyen aktörün kullanıcılar olmadığını, ağların kendi yapısının insanların davranışlarında direkt etkili olan aktör olduğunu savunanlar da vardır (Marshden ve Friedkin, 1993). Sosyal ağların yaygınlık kazanmasıyla içerik üreticileri daha çok aktör ya da ünlü gibi kavramlarla literatürde yer bulmuştur. Youtuber olarak nitelendirilen toplumsal aktörler de bu çerçevede toplumsal değerleri ve değişimleri dijital ortamda üreterek mikro ya da makro düzeyde ünlü olarak milyonlarca takipçiye ulaşabilmektedir. Youtube'un toplum yaşamına iyice girmesiyle Youtuberların hayran kitleleri oluşmaya başlamış ve Youtuberlığın popülerliği artmıştır. Youtube, sıradan insanların mikro düzeyde ünlü olabildiği ve ünlülerin şöhretlerini sürdürmeye çalıştıkları bir dijital sosyal ağ hâline gelmiştir.

Dijital sosyal ağlar içerisinde günümüzde en çok kullanılan ağlardan biri olan Youtube'da içerik üreten Youtuberlar, internet erişiminin yaygınlaşmasıyla her geçen gün daha çok insana ulaşmaktadır. İnternet erişiminin eskiye göre ucuz olması, Youtube özelinde belirli operatörlerin bu ağa erişiminin ücretsiz olması, Youtuber fenomeninin izlenme oranına katkı sağlamaktadır (Tam, 2020, s. 139). Youtuberların, sosyal yaşamda izlenme oranlarının artması ve sosyal yaşama etkisi, oldukça geniş bir yelpazeyi içerisinde barındırır. Youtuberlar, paylaştıkları videolarla milyonlarca takipçisinin sosyal yaşamını etkileyebilecek potansiyele sahip olan

Youtuberlar, tavsiyeleri, düşünceleri ve önerileri ile gündelik yaşam pratiklerinin şekillenmesinde toplumsal etkileyicidir (Friis-Jespersen, 2017, s. 3). Youtuberlar ile etkileşimde olan ve sosyal yaşamında Youtuberların önerilerini ve tavsiyelerine göre eylemler üreten takipçilerin bu eylemleri gerçekleştirmesindeki en büyük etken Youtuberlara duydukları güvendir. Zira bu güven duygusu, takipçilerin yaşam stillerini, giyim tarzlarının değişime uğramasında başat bir rol üstlenmektedir (Westenberg, 2016, s. 10). Özellikle Youtuber takipçileri arasında gençlerin Youtuberların görüşleri ve tavsiyeleri doğrultusunda hareket ettikleri bilinmektedir.

Youtuberların toplumsal yaşam üzerindeki etkisinin bilindiği günümüz modern yaşam dünyasında Youtuberlar alışveriş, moda, eğitim, spor vb. pek çok alanda ürettikleri içeriklerle takipçilerinin satın alma davranışlarını ve yaşam tarzlarını değiştirmektedir. Nitekim Youtuberların güvenilirlik etkilerinin pozitif olması sebebiyle Youtuberların markaların tanıtımlarında yararlı oldukları ve gençlerin satın alma eylemlerini arttırdığı görülmektedir (Friis-Jespersen, 2017; Westenberg, 2016). Öyle ki Youtuberları takip eden herhangi bir takipçi, onun tavsiyesi ya da önerisiyle bir ürün satın alarak gündelik yaşam pratiklerinde değişiklik yapabilmektedir. Tavsiye edilen ürünün kullanılması sonucunda takipçiler olumlu ya da olumsuz yorumlarını hem fiziki sosyal yaşamında hem de dijital sosyal yaşama alanlarında dile getirerek iyi/kötü, güzel/çirkin, yüksek/düşük gibi ayrımlara gidebilmektedir. Bu ayrım, Bourdieu'nün (2021) de belirttiği gibi sınıfsal ayrımların toplumsal yaşamda görünür hâle gelmesidir. Takipçiler, Youtuberların içeriklerinden edindikleri tavsiyeleri yakın arkadaşlarıyla paylaşmakta, onlara tavsiye etmekte ve düşüncelerini yaymaktadırlar.

Youtuberlar, takipçilerini sosyal yaşamda ünlü olma ya da şöhret kazanma konusunda da etkileyebilmektedir. Youtube'un ücretsiz bir kanal olarak katılımcı bir yapısının olması, kısa sürede ünlenen Youtuberların kanaat önderi olarak anılmasını sağlamıştır. Fiziki sosyal yaşamda çabuk şöhret yakalamanın bir rol modeli olan Youtuberlar, takipçilerinin şöhrete ulaşım kolaylığını sağlayan birer toplumsal etkileyicidirler. Bu bağlamda popüler bir kimlik imajı elde etmeye çalışan her bir Youtuber takipçisi, kanal açarak içerik üretmeye başlayacaktır. İçerikleriyle kısa sürede ünlenen mikro ünlü olarak da nitelendirilen Youtuberlar, fiziki sosyal yaşam

alanındaki beğeni anlayışını ve tercihlerini değiştirecektir. Bu durum, post-modern toplumun bir özelliği olarak insanların bireyselliğine işaret eden tüketici beğenisiyle eş değer bir davranış biçimidir (Featherstone, 2005, s. 166). Youtuberların toplumsal bir eyleyici olarak takipçiler tarafından sosyal yaşamlarına etkisi bağlamında benimsenmesinde genel olarak dört önemli etken söz konusudur (Glucksman, 2017). Bu etkenler Youtuberların kendilerine olan öz güvenlerinin yüksek olması, farklı fikirlerle takipçilerinin dikkatini çekmesi, takipçilerinden gelen yorum ve bildirimlere önem vermesi ve geri beslemeleri aksatmaması şeklinde sıralanabilir (Marwick, 2010). Dolayısıyla Youtuberlar içerikleriyle geleneksel medya seçkinlerinde olduğu gibi izleyici/takipçilerin örnek aldığı birer fenomen olarak dijital sosyal yaşamın etki önderlerindendir.

4. ARAŞTIRMA

Toplumsal yaşamın her noktasında yaşanan dijitalleşme, toplumsal ilişkilerin ve toplumsal yapıların incelenmesinde yeni bir dönüm noktası olmuştur. İnternet temelli yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve iletişimin mobilleşmesi ile dijitalleşme insanların gündelik pratik ve eylemlerinin temel bir parçası olmuştur. Dijitalleşme konusunda insan hayatını güçlü bir biçimde etkileyen araçlardan biri de dijital sosyal ağlardır. Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube gibi milyarlarca insanın gündelik yaşamının vazgeçilmez bir parçası olan bu ağlar, bireylerin gündelik yaşamında olumlu ve olumsuz birçok etkiye sahiptir. Dijital sosyal ağların bireyler üzerindeki etkilerinin tartışıldığı çalışmalar oldukça fazla olsa da çalışmaların genelinde bireyler edilgen bir konumda tartışılmaktadır. Bu çalışmada, gündelik yaşamda gerçekleştirilen üretim ve yeniden üretim sürecinde bireylerin etkin ve sınıfsal özelliklere sahip birer fail oldukları vurgulanarak toplumsal üretim sürecinde toplumsal yapılar kadar failerin de bu süreçte eyleyici olduklarını tartışmak amaçlanmış ve bu amaçla belirli temalar belirlenmiştir. Bu temaların dijital sosyal ağlar çerçevesinde tartışılmasını sağlayacak kavramsallaştırmalara sahip kuramlar ise Giddens'ın yapılaşma teorisi ve Bourdieu'nün pratik teorisidir. Bu kuramlar çerçevesinde toplumsal bir yapı veya sistem olarak nitelendirilebilecek Youtube örneklem alınmış, bu ağda içerik üretimleriyle yer alan Youtuberlar ve takipçileri belirtilen kuramlar ışığında sınıfsal farklılıkların üretiminde yeniden üretici konumunda olup olmadıkları tartışılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, araştırmanın soruları, araştırmanın kapsamı ve sınırlılığının yanı sıra araştırmanın yöntemi ayrıntılarıyla açıklanmıştır. Araştırma sonucu ortaya çıkan bulgular, belirlenen tematik başlıklara göre analiz edilerek alt başlıklara ayrılmış ve bulgular araştırmanın problemi ve amacına uygun bir şekilde çalışmanın teorik altyapısını oluşturan Giddens'ın yapılaşma teorisi ve Bourdieu'nün pratik kuramı ekseninde analiz edilmiştir.

4.1. Araştırmanın Amacı

Dijital sosyal ağlar arasında en çok kullanılan ağlardan biri olan Youtube, toplumsal yaşam tarzlarının ve sınıfsal farklılıkların yeniden üretildiği bir alandır. Bu alanda içerik üretici olarak konumlanan Youtuberlar, binlerce ya da milyonlarca takipçiye sahip bir toplumsal fenomen olarak gündelik yaşamın tüm alanlarına etki edebilme

potansiyeline sahiptirler. Nitekim Youtuberlar, takipçilerinin fiziki ve dijital sosyal yaşam alanlarında onları etki etseler de bu süreçte Youtuber takipçileri de sınıfsal farklılıkların üretiminde ve sosyal yaşamda yayılmasında eylemleriyle Youtuberlar kadar etki edebilmektedirler. Çalışmanın amacı, Giddens ve Bourdieu'nün yapı/fail teorileri perspektifinden, Youtuber takipçilerinin habituslarının üretim/yeniden üretiminde Youtuberların etkisini araştırarak bu durumun dijital-fiziki sosyal yaşam eylemlerine yansımalarını sınıf, stil, tarz ve beğeni kavramları çerçevesinde inceleyerek sınıfsal farklılıkların üretiminde Youtuberların ve takipçilerinin etkisini tartışmaktır. Bu bağlamda araştırma soruları şu şekilde formüle edilmiştir:

1. Dijital sosyal ağlarda yer alan Youtuberların ve Youtuber takipçilerinin eylemleriyle sınıfsal ayrımlar ve farklılıklar üretilmekte veya yeniden üretilmekte midir ?
2. Youtube, Youtuberların ve Youtuber takipçilerinin eylemleriyle toplumsal ilişkilerin kalıplaştığı bir sistem ya da yapı/alan mıdır?
3. Youtuberlar, içerik üretim sürecinde Youtuber takipçilerinden etkilenmekte midir? Etkileşim süreçlerinde bireysel eğilimler, yatkınlıklar ve toplumsal köken etkili midir?
4. Dijital sosyal ağlarda belirli kategorilerdeki içerik üreticilerinin (Youtuberlar) takip edilmesinde Youtuber takipçilerinin çıkar strateji/pratik bilincinin rolü nedir?
5. Youtuber takipçilerinin fiziki sosyal yaşam alanında sahip oldukları eylemlilik ve eğilimler seti (habitus); beden, beğeni ve yaşam tarzı konusunda dijital sosyal ağlardan nasıl ve ne ölçüde etkilenmektedir?
6. Youtuber takipçilerinin sahip oldukları sermaye/kaynak türleri dijital sosyal ağların normlarıyla uyumakta mıdır? Bu ağlarda gerçekleşen etkileşim sonucunda sahip olunan sermaye ve kaynaklar değişime uğramakta mıdır?

Bu çalışmayla, toplumsal birer fail olarak bireylerin dijital ve fiziki sosyal yaşamda kültürel ve simgesel hangi konumlarda oldukları, benzeştikleri/ayrıştıkları noktalar tespit edilerek dijitalleşmenin fiziki sosyal yaşam alanı üzerindeki etkileri konusunda bilimsel anlamda bir çerçeve oluşturularak sınıfsal ayrımların sebepleri hakkında bir model / veri seti oluşturulması düşünülmektedir.

Dijital sosyal ağlarda yer alan ve içerik üreten kullanıcı/aktörler üzerine literatürde birçok çalışma bulunmaktadır ancak çalışmalar incelendiğinde daha önce dijital sosyal ağların kullanıcılar/aktörleri üzerinde yapı/fail, öznel/nesnel ikiliği bakımından bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada günümüzde milyonlarca takipçisi olan Youtuberların, takipçilerini ne ölçüde etkilediği, real ve dijital sosyal yaşamlarını düzenlemelerinde ne kadar etkili olduğu ve sınıfsal ayrımlara sebep olup olmadıklarını verilerle ortaya koyarak dijital sosyal ağlarda yer alan norm/kuralların sosyal yaşam eylemleriyle ve pratikleriyle bütünleşmesinin ne gibi sonuçlara yol açabileceği üzerinde durulacaktır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve bunun neticesinde dijital sosyal ağların toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsurlarından biri olmasıyla sosyal yaşamda birçok değişim meydana gelmiştir. Dijital sosyal ağlar, sanal kültürün bir parçası olsa da fiziki sosyal yaşam alanına etkisi bakımından sosyolojik bir inceleme alanını ifade etmektedir. Sosyoloji toplumsal olguları, yapıları, sistemleri ve bu toplumdaki etkilerini inceleyen bir disiplindir. Günümüzde dijitalleşme ile sosyoloji çalışmaları yeni bir boyut kazanmıştır. Sosyalleşme, dijital kimlik, hayat tarzı, beğeni tercihleri gibi pek çok toplumsal özellik, dijital sosyal ağlar örneğinde araştırma nesnesi olarak disiplinlerarası bir anlayışla incelenebilmektedir. Bu çerçevede, insan davranışlarının anlaşılabilmesi ve toplumsal olguların incelenebilmesi açısından dijital sosyal ağlar araştırmacılara önemli veriler sunmaktadır. Zira Lupton (2015), bilgisayar yazılımları ve donanımsal araçlar olmadan toplumun tek başına anlaşılamayacağını ifade etmektedir. Nitekim dijital sosyal ağlar, bu görüş doğrultusunda düşünüldüğünde insanların kişiliğini, sosyal yaşamını aktif bir şekilde etkileyen ve hatta bu özellikleri oluşturan ağlardır.

Toplumda ortaya çıkan her türlü sosyal ilişkinin ve sosyal gelişmelerin dijitalleşme boyutunda incelenebilecek alanlarından olan dijital sosyal ağlar, dijital sosyal yaşam ile fiziki sosyal yaşam alanları arasındaki ilişkilerin incelenmesini mümkün kılan sosyalleşme araçlarıdır. Bu ağlardan biri olan Youtube, video paylaşım ağı olarak milyonlarca insanın aktif bir biçimde içerik üreterek ya da fenomenleri takip ederek kullandığı sosyal paylaşım ağıdır. Youtube, ücretsiz bir

sosyal paylaşım ağı olarak kullanıcılarına içerik üretme imkanı sunduğu gibi neredeyse sınırsız içerikleriyle sınırsız bir dijital alanı ifade etmektedir. Youtube, bu özellikleriyle katılımcı kültürün bir parçasıdır (Jenkins, 2006, s. 8) ve insanların hem dijital hem de fiziki sosyal yaşam alanlarında sahip oldukları değerlerin ve normların etkileşimini/yeniden üretimini sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada, Youtube’da içerik üretimiyle yer alan Youtuberların yanı sıra onların takipçilerinin davranışları, sınıfsal farklılıkların üretimi bağlamında Giddens ve Bourdieu sosyolojisi temelinde incelenmiştir.

İnsan davranışlarının oluşumunu yapı-eylem ikiliğine düşmeden açıklamaya girişen Giddens ve Bourdieu’nün sosyolojik argümantasyonları, sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan dijital sosyal ağlarla ilintilendirilebilecek kavramsallaştırmalara sahiptir. Bu kapsamda, sosyal teoride yer alan bu kuramlar ışığında yeni medya çalışmalarına ilgili literatürde az da olsa rastlanmaktadır. Bu çalışmalar genellikle dijital sosyal ağları örneklem olarak ağların kullanıcı pratiklerine odaklanan çalışmalardır. Genel bağlamda sosyal medya çalışmaları olarak literatürde yer alan bu çalışmalara bakıldığında Bourdieu’nün pratik kuramıyla ilişkilendirildiği görülmektedir (Ignatow ve Robinson, 2017, s. 951). İlgili literatür tarandığında Giddens ve Bourdieu sosyolojisini dijitalleşme bağlamında temel alan çalışmalara değinmek çalışmanın önemini göstermek açısından gereklidir. Bourdieu perspektifinde yapılan sosyal medya çalışmalarına bakıldığında Dikkol (2020), “*Sosyal Medya Alanına Bourdieucü Bir Yaklaşım: Facebook Üzerine Bir İnceleme*” isimli çalışmasıyla Facebook örnekleminde kullanıcıların sınıfsal pratiklerini tartışarak kullanıcıların sınıfsal konumlarıyla ayırım pratiklerinin yakından ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Binark ve Bayraktutan ise (2011), “*Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri*” isimli çalışmalarında internet kafelerde oyun oynayan gençlerin habituslarını dijitalleşme bağlamında incelemişlerdir. Bourdieu’nün pratik teorisini sosyal ağlar üzerinden teorik açıdan inceleyen çalışmalara da rastlanmaktadır. Papacharissi, Thomas ve Tarleton (2013), “*Culture Digitally: Habitus of The New*” adlı çalışmalarında, Bourdieu’nün habitus kavramını dijital kültürün özellikleriyle ilişkilendirerek dijital habitus kavramını literatüre kazandırmışlardır. Diğer taraftan Güzel (2016), “*Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital*

Habitus” başlıklı çalışmasında ise habitus kavramını dijital kültür çerçevesinde dijital kimlik kavramı ışığında dijital sosyal yaşamın bir aktörü olarak tartışmıştır. Çelik (2020), “*Yeni Medyayı Bourdieu Açısından Okumak*” adlı makalesinde Bourdieu’nün televizyon çalışmaları doğrultusundaki görüşlerini yeni medyaya uyarlanarak yeni medyayı simgesel bir güç olarak tartışmıştır. Bourdieucü yaklaşımla sınıfsal ayrımların incelendiği çalışmalardan biri de Aukes’in (2016) çalışmasıdır. “*A Matter Taste: A Study on the Influences of YouTube’s Influencers*” adlı master tezinde Youtube’u örneklem olarak alan araştırmacı, Youtuberların takipçilerinin beğeni pratiklerini etkileyen ve sınıfsal olarak üst düzey sınıfların pratiklerinin yeniden üretiminde etkili olduklarını tartışmıştır. “*Digital Distinction: Studying Musical Taste Through Digital Methods*” (2017) adlı doktora tezinde ise Airol di, Youtube kullanıcılarının müzik türleri ile kullanıcıların beğeni anlayışlarının benzer olduğu Bourdieu’nün pratik kuramıyla analiz etmiştir. Ölçer (2020) de “*Bourdieuçü Toplumsal Ayrım Pratiklerinin Sosyal Medyaya Yansımaları: Facebook ve Instagram Örneği*” çalışmasında ise Facebook ve Instagram örneklemine sınıfsal ayrımları incelemiş, kullanıcıların gerçek yaşamda olduğu kadar sosyal medyada da kendilerini başkalarından ayırt etme pratiklerine başvurduklarını tespit etmiştir.

İlgili literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların salt Bourdieucü yaklaşımla ya da Giddens’in kavramlarıyla analiz edildiği görülmektedir. Aukes’in (2017) çalışması dışındaki çalışmalar, salt sosyal medya kullanıcılarının eylemlerine ve yeniden üretimine odaklanan çalışmalardır. Aukes’in (2017) çalışması, Youtuberlar ve takipçilerine odaklı çalışma olsa da müzik alanı ile sınırlandırılmıştır. Ünal (2017), ülkemizde Bourdieucü toplumsal sınıf analizi içeren geniş çaplı bir çalışmanın olmadığını ifade etmiştir. Diğer taraftan ulusal ve uluslararası literatür tarandığında, Giddens ve Bourdieu’nün sosyolojik yaklaşımını Youtube örneklemine analiz eden bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu eksikliklerden yola çıkılarak bu çalışmada, Youtuberlar ve takipçilerinin etkileşimleriyle dijital-gerçek, gerçek-dijital yaşam alanlarında üretilen sınıfsal ayrımlar Giddens ve Bourdieucü yaklaşımla analiz edilerek literatürdeki boşluk doldurulmaya ve ilgili literatürde yeni bir tartışma zemini oluşturmaya çalışılmıştır. Youtube kullanımının ve içeriklerinin gün geçtikçe arttığı günümüz toplumunda,

sosyal ilişkilerin ve toplumsal eylemlerin anlaşılır kılınmasında bu çalışmanın verileriyle yeni bir bakış açısı sunulması ve ilgili literatüre bir katkı sunulması öngörülmektedir.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Her araştırmanın belirli oranda bazı riskleri ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmada risk olarak en büyük görülen kısıtlılıkların başında gençler olarak nitelendirilen örneklem grubunun “norm”, “sermaye” gibi kavramların tanımlarını bilmemesi gelmektedir. Bu kavramlar ilgili örneklem grubundaki Youtuber takipçilerine kavramsal olarak açıklandıktan sonra görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada araştırmacıyı sınırlayan durumlardan biri de Youtuberların seçiminde olmuştur. Basit tesadüfi örnekleme yoluyla görüşme yapılan gençlerin birbirinden farklı Youtuberları takip etmesi, araştırmacının Youtuber seçiminde zorluk yaşamasına neden olmuştur. Bu nedenle, Youtuberlar araştırmanın amacına uygun bir biçimde eğlence, güzellik ve moda, spor kategorilerinde içerik üreten Youtuberlarla sınırlandırılmıştır.

4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Dijital sosyal ağlar arasında en popüler olan ağlardan biri olan Youtube, küresel ve ulusal ölçekte pek çok kullanıcıya hizmet veren uluslararası bir sosyal ağıdır. Müzik dinlemek, enformasyon elde etmek, eğitim videoları seyretmek, eğlenmek vb. pek çok amaçla Youtube’u kullanan bireyler sayesinde büyük bir kullanıcı ve içerik üreticisi topluluğu ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan Youtube, içerik üreticisi ve kullanıcılarıyla geniş bir sosyal ağ olarak araştırmacılara önemli veriler sunabilecek bir araştırma aracıdır.

Çalışmanın evrenini Türkiye’de içerik üreten Youtuberlar ve 18-24 yaş aralığındaki Youtuber takipçileri oluşturmaktadır. Çalışmada Youtuberlar, gençlerin takip ettikleri kategoriler çerçevesinde basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiştir. Youtuberlara ait bilgiler verilerin analizi ve yorumlanması kısmında verilmiştir. Veri elde etme konusunda evrenin bu denli geniş olması, araştırmacıyı zaman ve maliyet açısından oldukça zorlasa da tabakalı örneklem yöntemi, bu çalışmanın amacına yönelik betimsel analizin yapılmasında araştırmacıya kolaylık sağlamıştır. Tabakalı

örneklem, örneklem hatalarını en aza indirgeyerek daha yüksek bir temsil yeteneğine sahip olmak amacıyla kullanılan örneklem çeşididir. Bu örnekleme tekniğinde, sınırları tespit edilen bir evren alt tabakalara ya da alt birimlere ayrılarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Diğer bir ifadeyle belirtilecek olursa örneklem evrenin bütününden seçilmez ve evren altkümelerine ayrılarak her altkümeden belirli sayıda birimler seçilir. Böylece oluşturulan örneklem grubu, evreni alt birimleriyle temsil edebilmektedir (Karasar, 1994). Araştırmanın evrenini alt birimlere ayırmada cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, yaş ve sınıfsal konum gibi ölçütler kullanılabilir. Çalışmanın amacı doğrultusunda çalışmanın teorik altyapısıyla ilişkilendirilmesi bakımından Youtuber takipçileri olarak nitelendirilen örneklem grubu, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylerden seçilmiştir. Evrenin altbirimleri ya da tabakaları olarak öncelikle yaş ve sonrasında eğitim düzeyi, çalışma durumu belirlenmiştir. Bu altbirimlerin seçilmesinin nedeni ise Giddens ve Bourdieu'nün kuramlarıyla ilişkilidir. Özellikle Bourdieu'nün sınıfsal özelliklerle yaşam tarzlarını analiz ettiği Cezayir saha araştırmaları, toplumsal sınıflar arasındaki ayrım pratiklerinin yeniden üretiminde gelir düzeyi ve eğitim durumunun etkili olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda evrenin tabakalara ayrılmasında kullanılan ölçütlerin araştırmada kullanılan değişkenlerle ilişkili olması önem arz etmektedir (Sencer ve Sencer, 1978, s. 466). Böylece farklı sosyo-demografik yapıdaki Youtuber takipçilerinin özellikleri ile sınıfsal ayrımların üretimi Youtube özelinde incelenebilmiştir.

Çalışmada, evreni temsil eden alt tabakalar belirlendikten sonra bireyler basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiştir. 18-24 yaş aralığında olup Youtuberları takip eden 24 kişi ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın gençler olarak tanımlanan örneklem grubu; 18-24 yaş aralığındaki çalışanlar, üniversite öğrencileri, işsizler ve ortaokul/lise mezunu Youtuber takipçilerini ifade etmektedir. Ancak Türkiye'de 4+4+4 zorunlu eğitim sisteminin uygulamaya konulmasıyla ortaokul mezunu kalmadığı tespit edilmiş olup, bu grup sadece lise mezunlarından oluşturulmuştur. Üniversite öğrencileri grubu ise farklı sosyo-demografik özellikleri geniş bir şekilde temsil edebilecekleri düşünülerek bir devlet ve bir vakıf üniversitesinde okuyan Youtuber takipçilerinden seçilmiştir. Görüşmeler 20 Şubat-25 Haziran 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

4.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma; bir problemin, olgunun, durumun ortaya çıkmasına neden olan ya da bu unsurların ortaya çıkmasının altında yatan etmenlerin sorgulayıcı ve eleştirel bir gözle incelenerek nasıl, neden, niçin gibi sorulara cevap bulmayı amaçlayan bilimsel bir süreci ifade etmektedir. Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin analizinde genel anlamda üç yöntem önerilmektedir. Birincisi, elde edilen verilerin özgün biçimine bağlı kalınarak ve gerekli durumlarda araştırmaya katılan kişilerin ifadeleri doğrudan alıntılanarak betimsel bir bakış açısıyla verilerin sunulmasıdır. İkinci yöntemde ise, betimsel bir yaklaşımla araştırmayla ilgili bazı temalar belirlenmekte ve temalar arasında ilişkiler kurulmaktadır. Üçüncü yöntemde araştırmacının betimleyici ve tematik analizinin yanı sıra kendi yorumlarıyla verileri analiz etmektedir. Bu üç yöntem bir arada kullanılarak veri analizi yapılabilmesi de mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 221). Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi olarak belirlenmiştir.

Betimsel analiz, bir bilim insanının ya da araştırmacının bir durumun olgularını, nedenlerini araştırarak elde ettiği verileri neden-sonuç ilişkileri bağlamında yorumlamasıdır. Bu analiz yönteminde amaç, elde edilen verileri veya bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya aktarmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Betimsel analiz, nitel araştırma çalışmalarında içerik analizi ile birlikte en çok kullanılan veri analiz yöntemidir. Nitel araştırmalarda amaç, toplumsal fenomenlerin içeriği ve bağlamını tarihsel bakımdan betimlemektir. Bu bakımdan toplumsal fenomenleri tarihsel ve kurumsal çevreden ayırmadan analiz edebilmek betimsel analizle mümkün olabilmektedir (Lindlof, 1991). Betimsel analizde amaç, elde edilen verilerin araştırmacı tarafından düzenlenerek ve yorumlanarak okuyucuya sunulmasıdır. Betimsel analiz yönteminde veriler önceden belirlenmiş temalar çerçevesinde sınıflandırılarak özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. “Bulgular arasında neden-sonuç ilişkisi kurulur ve gerekirse olgular arasında karşılaştırmalar yapılır” (Karataş, 2015, s. 73). Betimsel analizde veriler dört aşamada analiz edilmektedir. İlk aşamada betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulmaktadır. Araştırma soruları ve amacı doğrultusunda görüşme ya da gözlemlerde yer alan boyutlardan yola çıkılarak analiz için çerçeve oluşturulur. Bu

çerçeveye göre verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenir. İkinci aşamada tematik çerçeveye göre veriler işlenir. Görüşme/gözlemde elde edilen veriler okunur ve düzenlenir. Üçüncü aşamada düzenlenen veriler tanımlanır ve gerekli olduğu durumlarda doğrudan alıntılara yer verilir. Son aşamada ise bulguların açıklanması, birbiriyle ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılması yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 224). Bu çalışmada betimsel analiz yöntemi benimsenmiş, veriler daha önceden araştırma problemi ve amacı doğrultusunda oluşturulan temalar çerçevesinde analiz edilmiştir.

Nitel araştırma yöntemlerinde insanların davranışları ve eylemlerinin derinlemesine görüşme, odak grup görüşmeleri, içerik analizi, betimsel analiz, doküman incelemesi gibi belirli araştırma metotlarının kullanılarak incelenbilmesini mümkün kılan bir yaklaşım söz konusudur. Bu bağlamda nitel araştırmaları özgün kılan en önemli noktalardan biri, örnekleme dahil edilen katılımcıların davranışlar, olaylar veya nesneler hakkında yaptıkları yorumları ya da anlamları, onların perspektifinden tanımlamaya imkan tanınmasıdır (Monique vd., 2010, s. 9). Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Youtuberlar ve takipçileri olmak üzere iki örneklem grubu belirlenmiştir. Elde edilen veriler nitel araştırma yöntemleri tekniklerinden biri olan betimsel analiz tekniğiyle analiz edilmiş ve Giddens ve Bourdieu'nün kuramlarıyla elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Çalışmada veriler, nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşme yoluyla toplanmıştır. Görüşme, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan veri toplama araçlarından biridir. Derinlemesine görüşme yönteminde iki ya da daha fazla sayıda kişi arasında belirli bir amaca yönelik söyleşiler gerçekleştirilmektedir (Coşkun vd., 2017). Diğer bir ifadeyle görüşme, görüşmeci ile görüşülen kişiler arasında gerçekleşen ve orta olarak paylaşıma, katılıma dayanan bir etkileşimdir (Kahn, 1983). Derinlemesine görüşmede araştırmacı, araştırdığı konunun içeriğe teorik bakımdan hâkim olmalı ve katılımcı ile araştırmanın konusunda göre iş birliği içerisinde olmalıdır (Creswell, 2013). Görüşmede gerekli şartlar sağlandığında ilgili katılımcılar kendilerini rahat bir biçimde ifade edebilir ve çalışmanın amacı çerçevesinde birincil derecede veriler elde edilmiş olur. Derinlemesine görüşme bu

bakımdan kişilerin birincil ağızdan kendilerini ifade etmelerine imkan verirken katılımcıların içerisinde bulundukları özel durumları, duygu ve düşüncelerini, tecrübelerini anlama konusunda da araştırmacılara derinlemesine anlama imkanı sunar (McCracken, 1988, s. 9). Görüşmede dikkat edilmesi gereken unsurlardan biri de nesnelliğin sağlanmasıdır. Araştırmacı, araştırmaya katılan kişilerin ırk, cinsiyet, ekonomik durum gibi öznel durumları karşısında nesnel bir tutum sergilemeli ve verileri buna göre düzenlemelidir.

Derinlemesine görüşme yönteminde araştırmacı, katılımcıdan aldığı cevapları sınıflandırırken aynı zamanda aldığı cevaplardan yola çıkarak yeni sorular üreterek amaçladığı konuya ilişkin bütüncül ve kapsayıcı bir sonuç elde edebilmektedir. Bu özelliğiyle derinlemesine görüşme, esnek ve keşfedici özelliğe sahip bir veri toplama tekniğidir (Tekin, 2006). Derinlemesine görüşme yöntemi, türlerine göre belirli başlıklar altında incelenmektedir. Patton genel anlamda derinlemesine görüşmeyi sohbet tarzı görüşme, genel rehber türü görüşme anlayışı, açık uçlu standartlaştırılmış görüşme olarak sınıflandırmıştır (Patton'dan akt. Punch, 2005, s.166). Creswell (2013) ise derinlemesine görüşmeyi beş kategoride incelemiştir. Bu kategoriler şu şekildedir: “Yapılandırılmamış açık uçlu görüşme yürütme ve görüşme notları alma, Yapılandırılmamış açık uçlu görüşme yürütme, görüşmeyi ses kaydına alma ve ses kaydını yazıya dökme, yarı yapılandırılmış açık uçlu görüşme yürütme, görüşme ses kaydına alma ve ses kaydını yazıya dökme, bir odak grup görüşmesi yürütme, mülakatı ses kaydına alma ve ses kaydını yazıya dökme, farklı türde görüşmeler yürütme: e-posta, yüz yüze, odak grup, çevrimiçi odak grup, telefon görüşmesi” (Creswell, 2013). Yapılandırılmış görüşmede, katılımcılara önceden belirlenmiş ve standartlaştırılmış sorular yöneltilmektedir. Bu veri toplama tekniğinde sorular önceden oluşturulduğu için araştırmacıya esneklik sunmaz. Yapılandırılmamış görüşmede ise araştırmacı önceden belirlenmiş bir plana göre hareket etmeyerek katılımcının verdiği bilgiler dahilinde sorular sormaktadır. Görüşmenin içeriği daha çok katılımcıların verdikleri cevaplara göre şekillenmektedir. Dolayısıyla katılımcılardan elde edilen verileri araştırmacı konuyla ilgili olup olmadığına göre ayıklayabilir ya da düzenleyebilir. Bu bağlamda veri analizinde araştırmacı zorluk yaşayabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Yarı-yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme

yöntemlerinin bazı özelliklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Bu görüşme yönteminde araştırmacı, konu hakkında genel anlamda belirli bir altyapıya sahiptir ancak katılımcıların bireysel özelliklerine göre bu genel çerçeve içerisinde sorularda ekleme, çıkarma veya değiştirme gibi esnekliklere sahip olabilmektedir (Coşkun vd., 2017). Bu görüşme yönteminde önceden belirlenmiş taslak biçiminde soru formu hazırlanır ve katılımcılara dağıtılır. Görüşme sırasında bu soruların veya sorulara verilen cevaplara ek olarak başka sorular da eklenir ve böylece veri zenginliği sağlanmış olur. Böylece yapılandırılmış görüşme yönteminde söz konusu olan standartlaştırılmış sorular, araştırmacının görüşme sırasındaki ek sorularıyla zenginleştirilerek ayrıntılı sonuçlar elde edilmiş olur.

Bu çalışmada verilerin toplanmasında derinlemesine görüşmenin türlerinden olan yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemiyle veriler toplanmıştır. Çalışmanın araştırma sorularını kapsayacak şekilde 12 soruluk bir görüşme formu hazırlanmış ve etik açıdan bir problem teşkil etmemesi için görüşme soruları İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulu tarafından incelenmesi adına 25 Aralık 2022 tarihinde sunulmuş ve Etik Kurul tarafından sorular 9 Aralık 2022 tarihinde onaylanmıştır (Sayı: E-65836846-044-272008) Etik Kurul onayına dair belge, çalışmanın ekler kısmında okuyucuya sunulmuştur. Görüşme sırasında katılımcılardan görüşme formundaki soruları yanıtlamaları istenmiş ve devamında verdikleri cevaplardan yola çıkılarak araştırmanın amacına yönelik yeni sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcılara, görüşme formundan önce görüşme sorularıyla ilgili olarak bilgilendirme yapılmış, görüşme soruları için İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulundan onay alındığı belirtilmiş ve rıza onayı alınmıştır. Katılımcılara görüşme esnasında rahatsız olabilecekleri soru sorulması ya da kendilerini rahatsız hissedebilecekleri herhangi bir durum olması hâlinde görüşmeyi sonlandırabilecekleri iletilmiştir.

Görüşmeler, araştırmacı tarafından yüz yüze ve online bir biçimde kayıt altına alınarak yapılmıştır. Katılımcılar gönüllülük esasına uygun bir biçimde araştırmaya katılmayı kabul etmiş ve araştırma verilerinin kayıt altına alınmasında gönüllülerin izinleri alınmıştır. Araştırmaya katılan Youtuberlar Y, Youtuber takipçileri K biçiminde kodlanmıştır. Görüşmede katılımcılara 12 sorudan oluşan

görüşme formu dağıtılmış ve sorular yanıtlandıktan sonra ortalama 25-40 dakika araştırmayla ilgili yarı-yapılandırılmış sorular yöneltmiştir. Elde edilen kayıtlar “Voice Note” programıyla deşifre edilmiş ve elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalar çerçevesinde gruplandırılmıştır.

4.6. Bulgular, Analiz ve Yorum

Araştırmanın bulguları, analizi ve yorumlarına bu bölümde yer verilmiştir. Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacına yönelik yapılan görüşmelerde elde edilen bulgular, Youtuberlar ve Youtuber takipçilerinin görüşleri şeklinde iki ayrı başlık hâlinde sunulmuştur. Araştırmada Youtuber ve Youtuber takipçilerinin demografik ve sosyal ağ kullanım pratikleri hakkında elde edilen bulgulardan sonra görüşmelerde elde edilen veriler, tematik bir şekilde analiz edilmiştir. Çalışmada görüşme sonucunda elde edilen veriler, yöntem kısmında da belirtildiği üzere betimsel analiz kapsamında Giddens ve Bourdieu’nün kuramsal perspektifleri çerçevesinde nitel veri analiz programı MAXQDA aracılığıyla tematik olarak kategorize edilmiştir. Elde edilen veriler çalışmanın kuramsal çerçevesi olan Giddens ve Bourdieu’nün kuramları ile ilişkisel olarak yorumlanmıştır. Çalışmanın temaları dijital ve fiziki sosyal yaşam pratikleri, sosyalleşme, çevrim içi ve çevrim dışı yaşamın birbirine etkisi, sınıfsal farklılıklar biçiminde belirlenmiştir. Belirlenen temalar sermaye/kaynak kullanımı, pratik bilinç/düşünümsellik, normlar ve kurallar, habitusun dönüşümü, beğeni ve yaşam tarzının değişimi/dönüşümü şeklinde kategorize edilmiştir.

4.6.1. Youtuberlar

Youtuberlar, dijital sosyal yaşamın günümüzdeki en önemli aktörlerinden biridir. Edindikleri binlerce ya da milyonlarca takipçileriyle mikro ve makro düzeyde sosyal yaşamı etkileyebilme potansiyeli taşıyan bu fenomenler, çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde Youtuberların demografik özellikleri, kanal ve içerik üretimi özelliklerine yer verilmiştir.

4.6.1.1. Youtuberların Demografik Özellikleri

Araştırmada 5 erkek, 5 kadın olmak üzere toplam 10 Youtuber ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan Youtuberlar, Y biçiminde kodlanmış ve

verilerin analizi ve yorumlanması ile beraber araştırmanın tamamında bu şekilde okuyuculara sunulmuştur. Youtuberların Y biçiminde kodlanması, Youtuberların isimlerinin gizli kalma isteğinden ötürüdür. Görüşme yapılan Youtuberların demografik bilgileri ve sosyal ağ kullanım pratiklerine yönelik özellikleri, okuyuculara kolaylık sağlaması adına tablolar şeklinde sunulmuştur. Youtuberların demografik bilgileri ve özellikleri şu şekildedir:

Tablo 2 : Youtuberların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Önceki Mesleği	Eğitim Düzeyi	İkamet	Cinsiyet
Y1	24	Öğrenci	Üniversite	Ankara	Erkek
Y2	29	Pazarlama Uzmanı	Lise	Şişli	Erkek
Y3	33	Üniversite Öğrencisi	Üniversite	Sarıyer	Kadın
Y4	30	Üniversite Öğrencisi	Üniversite	Beykoz	Kadın
Y5	27	Üniversite Öğrencisi	Üniversite (Devam Ediyor)	Beşiktaş	Erkek
Y6	24	Öğrenci	Lise	Şişli	Kadın
Y7	33	Brief Yazarı	Üniversite	Şişli	Erkek
Y8	27	Oyun Tasarımcısı	Üniversite	Beşiktaş	Kadın
Y9	28	Mağaza Sorumlusu	Lise	Bakırköy	Kadın
Y10	24	Üniversite	Üniversite (Devam Ediyor)	Ankara/Çankaya	Erkek

4.6.1.2. Youtuberların Kanal ve İçerik Üretme Özellikleri

Araştırmanın konusunu oluşturan Youtuberlar, araştırmaya katılan Youtuber katılımcılarının takip ettikleri Youtuberların içerik ürettikleri kategoriler dikkate alınarak seçilmiştir. Araştırmaya katılan Youtuber katılımcılarının en çok takip ettikleri kategoriler; güzellik ve moda, spor, yemek ve eğlence kategorileridir. Bu kategorilerde içerik üreten Youtuberlar dikkate alınarak rastgele örnekleme yoluyla 10 Youtuber ile görüşme yapılmıştır. Youtuberların kanal özellikleri şunlardır:

Tablo 3: Youtuberların Kanal Özellikleri

Katılımcı	Video Sayısı	Abone Sayısı	Video İzlenme Sayısı	Kategori
Y1	425	1.22M	526.857	Spor
Y2	198	1.98M	483.752	Yemek
Y3	126	1.12M	211.452	Güzellik ve Moda
Y4	277	2.91M	19.017	Spor
Y5	230	1.32M	21.520	Yemek
Y6	128	1.81M	255.852	Yemek
Y7	185	1.11M	452.652	Spor
Y8	348	1.9 M	27.532	Güzellik ve Moda
Y9	108	1.22M	157.685	Güzellik ve Moda
Y10	212	1.72M	34.578	Spor

Youtuberların kanal özellikleri ve içerik özellikleri incelendiğinde abone sayısı ile video izlenme sayısı arasında yüksek farkın olduğu görülmektedir. Abone sayısı yüksek olan Youtuberlardan bazılarının izlenme oranı düşük iken abone sayısı düşük olan Youtuberların da yüksek izlenme oranına sahiptirler. Bu durumun ortaya çıkmasında Youtube'un algoritmaları ile Youtuberların gündemde olması gibi faktörler etkili olabilmektedir.

4.6.1.3. Youtuberlara İlişkin Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Youtuberların demografik özellikleri ile kanal ve içerik üretme özelliklerinden sonra görüşmeler kapsamında elde edilen veriler, ilgili temalar ve kategoriler çerçevesinde analiz edilmiş ve ve Giddens ve Bourdieu'nün kuramları çerçevesinde yorumlanmıştır. Youtuberlara ilişkin verilerin analizi ve yorumlanmasından sonra Youtuber takipçilerinin görüşleri de analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

4.6.1.3.1. Fenomenliğin Dijital Boyutu: Ün veya Şöhret Sahibi Olmak

Youtube, farklı habituslara sahip faillerin kolektif mevcudiyet sağlayarak bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Youtube'un katılımcı kültürü yeniden üreten teknolojik yapısı, tüketicisini üretici yapabilecek koşul ve imkanları da kullanıcılarına sunmaktadır. İçerik tüketicilerinin Youtube'un içerik oluşturma kurallarını ve pratiklerini yerine getirdikleri koşullarda içerik üreticisi konumuna yükselmeleri, Youtube'un küresel bir fenomen hâline dönüşmesinde önemli bir dönüm noktasıdır. Genellikle bilgi edinme, boş vakit geçirme ve eğlenme amacıyla kullanılan Youtube, kendi fenomenlerini yaratmıştır. Youtuber olarak tanımlanan bu fenomenler, zamanla bu sosyal ağ aracılığıyla ün ve şöhret kazanarak dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarında etkili olmaya başlamışlardır. "Broadcast Yourself" (Kendini Yayınla) sloganıyla kullanıcı odaklı bir platform şeklinde yayıncılığa başlayan Youtube, amatör ya da profesyonel içerik üreticilerine ev sahipliği yapsa da Youtube'un kısa zamanda popüler bir sosyal ağ olmasıyla ticarî kaygılar ön plana çıkmaya başlamıştır. Youtuberlığın bir meslek olarak kabul edilmesi ve Youtube tarafından Youtuberlık eğitimlerinin verilmesi, üretüketici (prosumer) kullanıcıların artmasına katkıda bulunmuştur. Bu bakımdan Youtube, üre-tüketicilerin hem ticari hem de ticari olmayan yönüyle kendilerini ifade ettikleri bir ağıdır (Stranglove, 2010, s. 7). Araştırmaya katılan Youtuberlar da Youtube'da içerik üretme süreçlerinde çeşitli etkenlerin söz konusu olduğunu ifade etmişlerdir. Youtube'da amatör olarak kendi yaşam ve düşünce tarzlarını mikro düzeyde duyurmayı amaçlayan Youtuberlar, zaman geçtikçe kanallarında yayımladıkları videoların içeriklerinde değişikliklere gitmişlerdir. Bu değişikliğe başvurunun iki temel nedeni ünlü olma ve maddî bakımdan kısa sürede lüks bir yaşama sahip olma arzusudur. Zira araştırmaya katılan Youtuberlar, amatör olarak başladıkları bu mesleğin, profesyonel kişiler tarafından yapılması gerektiği düşüncesine sahiptirler ve Youtuberlığın meslek olarak kabul edilmesini olumlu karşılamaktadırlar. Youtuberlık, ticarî bir meslektir ve kendine has bir habitusa sahiptir:

"Kendimi çok iyi seviyede görüyorum. İnsanların ilgisini görmek, iltifatlara uğramak herhalde dünyanın en güzel duygularından. Çok çalıştım, çok çabaladım, çok harcadım, şimdi karşılığını alıyorum. Zor bir iş, her gün yeni ne

yapabiliyorum diye düşünüyorum yani sürekli yeni bir şey bulmak zorundasınız. Herkesin yapabileceği bir şey değil takdir edersiniz ki.” (Y9)

“Kanal açmak yeterli değil öyle olsa sokaktaki dayılar da Youtuber olur. Bu iş, sıradan bir iş değil, Dışardan kolay gibi gözüküyor. Bana soruyolar hep ne kadar kazanıyorsun diye. İyi de kazanıyorum da kazanana kadar neler çekiyorum biliyor musun, hayır.” (Y1)

“Benim kanal açmam ve videolar yapmam, benim için sadece insanlar ne diyor, ne düşünüyor hani onlarla fikir alışverişi yapayım, amacım buydu. Belki ben de onlardan bir şeyler öğrenirim diye yola çıktım diyebilirim. Tabi bu iş zamanla yürüdü ve çok yayıldı. Kazanıyorum ve kazandıkça daha çok kazanmak istemeye başlıyorsun”(Y8)

“Bu iş tamamen para kazanmaya döndü. Yani temel maksadını aştı bu iş. Ben de kazanıyorum ama bu iş sadece para için yapılmaz. Mesai saati olmayan bir meslek bu.”(Y3).

Youtube’da kanal oluşturarak içerik üreten Youtuberlar, içerik üretiminden prodüksiyona kadar geçen sürecin oldukça yorucu bir süreç olduğunu belirtmektedirler. Araştırmaya katılan Youtuberlar, Youtuberlığın bir meslek hâline dönüşmesi gerektiğini ifade etseler de Youtube’da içerik üretme süreçlerinin başında maddi kaygıyla yola çıkmadıklarını ve kendi düşünce tarzlarına uygun bireysel dünyalarını anlatmak istediklerini ancak zaman içerisinde Youtube’un önemli bir gelir kaynağı olduğunu fark ettiklerini belirtmişlerdir. Youtube’un sosyal ağlar içerisinde ticari bir kaynak/kanal konumunda olduğu göz önüne alındığında toplumsal failer tarafından üretilen ve yeniden üretilen kurumsallaşmış bir yapı olduğu anlaşılmaktadır. Youtube, Youtuberların eylemlerinin hem nedeni hem sonucunda üretilen/yeniden üretilen bir toplumsal yapıdır. Diğer bir ifadeyle Youtube, kendi yaratmış olduğu fenomenlerinin sahip olduğu kurallar ve kaynakların işe koşulmasıyla dijital alanda işlevselleşmektedir. Youtube’un toplumsal failerinin yani Youtuberların eylemleriyle somutluk kazanmasında Youtube’un kendi politikaları da etkili olmaktadır. Araştırmaya katılan Youtuberların hepsi, ünlü olmaktan ve sosyal çevresinde saygınlık kazanmaktan oldukça memnundur. Youtube’un çeşitli içerikler üretebilen genç yetenekleri bir araya getirmeye yarayan bir aracı kurum olduğu düşünüldüğünde sosyal yaşamda var olan toplumsal yapıları dijital alana taşıyan bir toplumsal yapı olduğunu söylebilmek mümkündür. Öyle ki

Youtube, yıllık Youtube ödülleriyle Hollywood yıldız sistemini dijital dünyaya entegre ederek popülerliği ve ünlü olmayı teşvik eden bir strateji geliştirmiştir (Dijck, 2016, s. 176-177). Bu strateji, ünlü olma düşüncesinin yapılaşmasını ve Youtube'un fenomenlerinin ünlü olma ve para kazanma amacıyla ürettikleri eylemler aracılığıyla Youtube'un yeniden üretilerek yapılaşması sonucunu doğurmaktadır.

4.6.1.3.2. Alanda Konumlanmanın Kaynakları: “Benim Konumum Tartışılmaz”

Bu bölümde Youtuberlara takipçileriyle olan etkileşimleri bağlamında elde ettikleri kazanımların ekonomik, sosyal, kültürel ve simgesel boyutları tartışılmıştır. Giddens'in yapılaşma teorisinde yer alan kaynaklar ile Bourdieu'nün pratik teorisinde yer alan sermaye kavramları ışığında Youtuberların sahip oldukları sermaye/kaynak türleri takipçilerinin sahip olduğu sermaye türleriyle ilişkisel bir biçimde ele alınmıştır.

Youtuberlara takipçilere ifade edildiği gibi sermaye ve kaynak kavramları hakkında bilgiler verilmiş ve daha sonra Youtube'da içerik üretme amaçları ve motivasyonları hakkında sorular sorulmuştur. Katılımcılardan Y4, Y9 ve Y10 Youtube'u ekonomik sermaye bakımından tanımlamış ve ekonomik özgürlüklerinin Youtube sayesinde oluştuğunu belirtmişlerdir:

“Youtube'dan sonra para kazanmaya başladım. Asgari ücretin bir tık üstünde bir şeyler kazanıyordum normal hayatımda. Şimdi istediğim şeyleri alıyorum, harcıyorum kafama göre.” (Y4)

“Esasında para amaçlı değildi yaptığım v-loglar. Üç beş kuruş kazanırım belki diye düşünüyordum ilk zamanlar. Sonraları işler değişti, yayıldıkça yayıldım ve şimdi çok iyi şartlarda yaşıyorum. Ailem şok oldu. Hepsi evde video çekerken ya neye yarayacak diyordu ama şimdi hepsi mutlu.” (Y9)

“Türkiye'nin hâli ortada maddi konularda. Seçimler de geldi. Eee şey demek istiyorum ben bu soruya. Bu iş bence para için başlanan bir iş değil ama her olay dijitalle kayınca insanların gözü buraya kaydı ve ben de kazanayım kısa yoldan diye düşünmeye başladılar... Ben de kazanıyorum, sağlam hem de. En büyük motivasyon sonradan değişiyor bana kalırsa. Paraya döndü yani.” (Y10)

Katılımcıların bazıları ise Youtuberlığı sahip oldukları ekonomik koşullarını iyileştirmek için yapmamakta, kendi sınıfsal veya toplumsal özelliklerini geliştirmek

ve aynı zamanda da kültürel pratiklerini şekillendirmek amacıyla Youtube'u kullanmaktadır:

“Çok geniş bir ailede büyüdüm, bağı bahçesi olan derler ya öyle. Ama orta halli dededen kalma evdi. Yokluğu da gördük varlığı da. O yüzden para tabiki gerekli ama ben bu işi hayatımın eksenine koymadım. Ailemi ihmal etmiyorum. İnsanlarla bilgi alışverişinde bulunuyorum bunu da nasıl anlıyorum. Yorumlardan ya da başka sosyal medya araçlarında yorumlar yapıyor sizin hakkınızda orada görüyorum.”(Y2)

“Olaya nasıl baktığınıza bağlı. Para kazanıyorsunuz ama çevre de ediniyorsunuz bir bakıma. Aile oluyorsunuz takipçilerinizle ya da başka bu işi yapanlarla. Ama para her şey değil demeye çalıştığım şey... Zaten o konularda sorunum yok benim.”(Y7)

Youtuberların ifadelerine bakıldığında ekonomik sermaye bakımından Youtuberlığı yapmadıkları görülmektedir. Bu durum Youtuberların kültürel sermayeleri ilişkisel bir boyut kazanmaktadır. Youtuberların bu tavrı takınmasında temel sebep, geçmişten aile yoluyla ya da bireysel çabalarla elde edilen ekonomik özgürlüktür. Bu özgürlük Youtuberlara çeşitli eylemsel araçlar sağlamakta ve Youtube bu anlamda güç ilişkileri bakımından eşitsizlikleri yeniden üreten bir sanal mekan olmaktadır. Ekonomik sermayenin hacmi Youtuberların kendi aralarında ve diğer toplumsal faillerle olan sınıfsal farklılıkları görünür kılabilir. Zira katılımcılardan Y5 ve Y1 sahip oldukları ekonomik sermaye sayesinde daha kaliteli ve zengin içerikler üretmektedirler. Bu durum, Youtuber olmadan önce gerçekleşmekte ve aynı konumda yer alan diğer Youtuberlarla kendi aralarında bir ayrım yaratmaktadır:

“Ben bu kadar şey olmadan önce de hep harcıyordum. Mesela millet tost makinesi gibi cihazlarla çekim yapıyordum, ben piyasadaki en iyi ne varsa onu alıp yapıyordum. Tabi şimdi diğer bu işe gönül vermiş arkadaşlarda böyle bir durum olmayabilir.”(Y5)

“Yurt dışından kamera aldirttim babama... Sen ne yapacaksın dedi, bu işi yapacağımı söyledim. Yani bana destek oldular ve öyle bu işe girdim. Babam bana diksiyon hocası tuttu sonradan. Ben de bir zaman sonra edit için tonla para harcadım.”(Y1)

Ekonomik sermaye ve kültürel sermaye arasındaki ilişkisellik, katılımcıların ifadelerinde açıkça göze çarpmaktadır. Ailenin sahip olduğu ekonomik sermaye, katılımcıların eğilim, yatkınlık ya da davranışlarının değişiminde başat rol üstlenmektedir. Toplumsal uzamda ekonomik sermayeye sahip toplumsal failler, kültürel yaşamlarının kalitesini ya da içeriğini değiştirebilme özerkliğine sahip olmaktadır. Bu bağlamda kültürel sermaye faillere özerklik tanımakta ve onlara dijital sosyal ağlarda konumlanma hakkı sunmaktadır.

Kültürel sermayeye sahip olmayan toplumsal failler de zaman içerisinde toplumsal alanlarda güce sahip olmak için sahip oldukları ekonomik sermayenin hacmini artırarak diğer faillerle mücadeleye girişebilmektedir. Kültürel sermaye ekonomik sermayeye çevrilebildiği gibi ekonomik sermaye de kültürel sermayeye çevrilebilir. Youtuber olmadan önce kültürel yaşantısında sahip olduğu habitus çerçevesinde pratikler üreten toplumsal failler, Youtube aracılığıyla elde ettikleri ekonomik sermayelerini kültürel sermayeye çevirme çabasında olmuşlardır:

“Para kazandıktan sonra ev aldım, araba aldım ve istediğim yerde yemek yiyebiliyorum. Bir diziden hatırlıyorum, bir yere gittiğimde menüdeki fiyatlara bakmadan yemek söylemek istiyorum diyordu eleman. Vallahi ben de o konuma geldim. Ama şımarmadım, şimdi eğitim için yurt dışına gitmeyi düşünüyorum. Videolara da orada devam edeceğim.”(Y3)

“Youtuberlara asosyal falan derler yani hep ekrandayız, stüdyodayız falan ya... Youtuber olduktan sonra mekanlardan çıkmaz oldum. Bi yerden sonra buna dur dedim. Kendim için yararlı şeyler yapayım dedim, yabancı dil öğrenmek için bazı kurslara yazıldım.”(Y10)

Katılımcıların söz ettikleri toplumsal pratikler, eğitim yoluyla çocukluktan itibaren eğitim ve aile yoluyla edinilen pratiklerdir. Katılımcılar, bahsettikleri toplumsal pratikleri ekonomik sermayeye sahip olmadıkları için sonradan Youtube aracılığıyla kazanarak toplumsal uzamda sınıfsal özelliklerini değiştirmeye çabalamaktadırlar. Ancak bu noktada toplumsal faillerin geçmişten habitus yoluyla elde ettikleri yatkınlıklar ve eğilimler devreye girmektedir. Aile ve eğitim yoluyla kazanılan pratikler, küçük yaşlarda toplumsal faillerin algılama şemalarını şekillendirmektedir. Bu şekillendirme sürecinin sonunda elde edilen sınıfsal yatkınlıklar ile sonradan ekonomik sermaye sayesinde elde edilen kültürel pratikler

arasında bir çatışma ortaya çıkabilmekte ve toplumsal fail uyum sorunu yaşayabilmektedir. Bourdieu (2000, s. 160) bu uyumsuzluk durumunu *double binds* (çifte açmaz) kavramıyla açıklamaktadır. Toplumsal köken bakımından düşük seviyede sermaye ve habituslara sahip toplumsal failler, yeni pratiklere alışma sürecinde bir uyum sorunu yaşayacak ve bu eylemlerine yansıtacaktır. Katılımcı Y10'nun eğitim için gittiği kursta yaşadıkları Bourdieu'nün savını desteklemektedir:

“O kursta başlarda çok zorlandım. Hayatım boyunca lisedeki İngilizce dersi dışında bir dil dersi almadım. Herkes şakır şakır anlatıyor, konuşuyor falan. Ben herkesi kendim gibi sandım ama bazıları daha önceden de eğitim almış. Arada fark var. Kendimi bir ara çok yalnız hissettim. Acaba gitmesem mi diye bile düşündüm. Çünkü kendimi geliştiremiyordum.”(Y10)

Youtuber katılımcıları kültürel sermayelerinin yanı sıra sosyal sermayelerini de Youtuberlıkla kazandıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal sermaye, toplumsal faillerin toplumsal ilişkileri inşasında sahip olduğu ve sahip olabilecekleri kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Youtuberlar, sosyal sermaye bakımından eylemlerini ve ilişkilerini kalıcılaştırabilecek bazı eylemlerde bulunmuşlardır. Katılımcı Youtuberlardan Y2, Y5, Y6, ve Y10 dışındaki katılımcılar sosyal sermayelerini Youtube aracılığıyla geliştirdiklerini ifade etmiştir. Ancak sosyal sermayesini genişleten ya da hacmini artıran Youtuberların içerik oluşturdukları alanlar benzerlik taşımaktadır. Giyim, stil ya da moda gibi konularda içerikler üreten Youtuberlar, daha önceden çok sınırlı olan sosyal sermayelerinin Youtube'un etkisiyle oldukça arttığını belirtmişlerdir:

“Defile oluyor mesela. Manken değilim ama kıyafetler konusunda videolar attığım için markalar beni çağırıyor. Orada modanın ikonlarıyla tanışıyorum, telefonlarını alıyorum. Danışıyorum bazen onlara.”(Y3)

“Televizyonda gördüğüm insanların yani hayranlıkla mı desem ne desem baktığım insanları tanımak oldukça zor gözükken ama bir o kadar da kolay olan diyeyim. Ünlülerle beraber dizi, film galalarına falan katılıyorum. Her yerden menajerime telefon geliyor.”(Y8)

“Çok fazla insanla tanıştım bu süreçte. Bizim tanışmak istediklerimiz de var fırsatını bulmuşken tanışayım diyorum, zamanını kolluyorum. Çevrem değişti daha doğrusu genişledi.”(Y9)

“Bazı dizilerde rol almamız için teklifler geliyor ama ben kabul etmedim hiç. Böyle böyle çevremiz gelişti.”(Y7)

Sosyal sermaye, Youtube’un pratikleriyle toplumsal faillerin ilişkiler ağı kurdukları bir kaynaktır. Bu kaynak, farklı ekonomik koşullara ve habituslara sahip Youtuberlar arasında aynı kültürel sermayede olduğu gibi bir ayrım yaratmaktadır. Öyle ki kültürel sermaye yoluyla kurumsallaştırılan ya da cisimleştirilen pratiklere sahip toplumsal failler, aynı zamanda ailelerin kökeni ve sosyal çevresi sayesinde sosyal sermayeye de sahip olmaktadır. Bu bağlamda sosyal sermaye, kişisel eylemlerin yanı sıra ait olunan kurumsallaşmış yapıların da sosyal sermayesidir (Bourdieu, 1986, s. 249). Katılımcılardan Y2 ve Y10 Youtuber olmadan önce de geniş bir sosyal sermayeye sahip olduklarını ancak farklı koşullar altında Youtuberlar olarak sosyal sermayelerini genişletmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Sosyal sermaye, benzer çıkarlar elde etmeye çalışan Youtuberların dayanışmasının bir ürünüdür:

“Benim ailem, çevrem, üniversiteden arkadaşlarım falan çoktur, çok çevrem var eskiden beri. Ama şimdi bir yere davet ediyorlar, mecburen katılmak zorundayız. Sizin de ekranlara çıkmanız lazım ki yüzünüz unutulmasın.”(Y2)

“Ailem ve ben çoğu konuda herkesle uyumluyuzdur aile olarak da geniş olduğumuz için her yerde tanıdığımız oluyor. Şöyle bir örnek de vereyim:Ankara’da çok Youtuber yok yani çok tıklanan. Beraber video çekeceğin pek kimse olmuyor normalde ama aile dostu olarak tanıdıklarımızla beraber de video çekebiliyoruz. Yani Youtuberlığa yeni adım atmaya çalışan çocuklara da yardımcı oluyorum böyle ama tanıdıklara sadece.”(Y10)

4.6.1.3.3. Sınıfsal Beğenilerin Ekonomik ve Simgesel Boyutu: “Merak İçin Bile Tıklasa Yeter”

Youtuber takipçilerinin çoğunun yaşam stilleri, beğeni ve stil konusunda Youtuberların sahip oldukları değerlerle kendilerini özdeşleştirerek dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarında sahip oldukları ya da sahip olmak istedikleri sınıfsal özellikleri eylemleriyle toplumsal uzamda konumlanmaları, Youtuberların sınıfsal farklılıkları üreten ve yeniden üreten birer fail olup olmadıkları sorusunun tartışılmasını zorunlu kılmaktadır. Araştırmaya katılan Youtuber takipçilerinin Youtuberları takip ederek egemen değerleri Bourdieu’nün (2015a) ifadesiyle doğal

sayarak sembolik bir mücadeleye girişmeleri ve üst sınıfların beğeni anlayışıyla hareket ettiklerini belirtmeleri, Youtuberların sahip oldukları sınıfsal özelliklerin ve içerik üretme sürecindeki eylemlerin niteliklerinin araştırılmasını zorunlu hâle getirmektedir. Bu çerçevede Youtuber takipçilerinin ifadelerinden yola çıkılarak Youtuberlara bazı sorular yöneltilmiştir. Sınıfsal farklılıkların yeniden üretiminde eyleyici/aktif bir kimliğe sahip olup olmadıklarının anlaşılması bakımından Youtuberlara içerik üretim süreçleriyle ilgili sorular sorulmuştur. Youtuberlar, içerik üretme sürecinde takipçilerinin düşüncelerinden çok gündemde olan bir konu ya da kendi belirledikleri bir konuda video çektiklerini ifade etmişlerdir:

“İçerikler genelde makara şeyler. Hem yiyoruz hem gülüyoruz. İnsanlar bizi izleyince rahatlıyor, abi şurda da bir yer var orada da vlog çek diyor. Ama hangi birine yetişeyim ki? Hepsi birbirinden başka yerler, mekânlar söylüyor.”(Y2)

“Şimdi ben sporla ilgili videolar yayınlıyorum. Dolayısıyla takipçilerim benim videolarımda daha önce bilmedikleri şeyleri daha çok görüyorlar. Yorumlar da öyle oluyor, abi bu hareketi Amerika’da bile görmedim süpersin şeklinde yorumlar geliyor.”(Y7)

“Aslında hepsini o kadar çok seviyorum ki ifade etmekte zorlanıyorum. Ama şimdi çok marka var hangisini deneyeceksin ki ? Reklam aldıklarımızı zaten anlatıyoruz, yayınlıyoruz. Onlara daha çok yorum geliyor. Ama dediğim gibi ben belirliyorum videounun içeriğini. Her markayı da almıyorum zaten, benim hitap ettiğim kitle belli. Onların istediklerini zaten çekiyorum yani aslında.”(Y9)

Youtuberların içerik üretim süreçlerinde çoğunlukla takipçilerinin görüşlerinden hareketle video çekmemelerinin, Youtuberların kendilerini toplumsal uzamda konumlandıkları konumla ilgili olup olmadığı ve kendi düşünceleri doğrultusunda çektikleri videoların izlenme sayısının düşüp düşmediği sorularını akla getirmektedir. Bu bağlamda takipçilerinin istekleri doğrultusunda hareket etmeyen Youtuberlardan bazılarının aslında ekonomik ve sembolik sermaye elde ettikten sonra bu düşünceye yöneldikleri tespit edilmiştir:

“Başlarda benim takipçi sayım ve izlenme sayım çok az olduğu için herkesi okuyabiliyor ve ona göre de bir şeyler çekebiliyordum. Şimdi milyona yaklaşan

izlenme oranı olunca ve yorumlar da çok fazla olunca içeriği siz belirlemek zorundasınız hâliyle. Öyle değil mi? Bir de artık takipçim çok, merak için bile tıklasalar bile yeter bana”(Y3)

“Eskiden evleri İhlas Pazarlama gezerdi hatırlar mısınız? Oradaki eleman ne için geliyordu evlere. Sizin o ürünü satın almanız için. Onu satarsa prim alacak çünkü. Şimdi işler değişti, Youtube bize böyle bir imkanı vererek evleri tek tek dolaşmadan herkese ulaşabiliyoruz. Tabi alsınlar, almasınlar fark etmez benim için, ben aldığım paraya bakıyorum”(Y10)

“Bazen başka Youtuberlarla da beraber videolar çekiyoruz. Şimdi bu moda oldu gibi. Eskiden herkes challenge yapardı, şimdi beraber bir şeyleri deniyorlar, yiyorlar. Takipçinin çok da dediği önemli değil yani. Biz zaten bu kadar takipçiyi ilk videolardaki kalitemizle kazandık. Tüm Türkiye bizi tanıyor. Ünlüler bizle fotoğraf çektiriyor ya da beraber içerik yapalım diyor.”(Y4)

“Sen artık sazi eline almışsın, takipçi bir yere gitmez kolay kolay. Mesela ben bir kaliteli, bir kalitesiz video çekiyorum. Bunun nedeni de şu: İzleyicide merak uyandırmak. Acaba daha güzel mi değil mi? Kötü olunca ya da sıradan olunca bir sonrakiyi alttan alta merak ediyorlar. Yorumlarda görüyorum. Bazen de aynı şeyin devamını istiyorlar orada da aynısını devam ettiriyorum.”(Y6)

Youtuberlar, Youtube’da içerik üretme sürecinde kendilerini takipçilerinden ayıştırmaktadır. Ekonomik ve sembolik sermayenin kazanımı sonucunda ortaya çıkan bu tutumun doğal olduğunu ifade eden Youtuberlar, toplumsal alan olarak Youtube’un kendi kontrollerinde olduğunu belirtmişlerdir. Youtube bir alan olarak düşünüldüğünde, Youtuberların dönüşen eylemlerinin niteliği önceleri sıra dışı olsa da sonradan doğal sayılır. Böylece “...alandaki farklı davranışlar için dönüşüm gerektiğinde ve farklı davranışlar gereklilik hâlini aldığı anda, başka alanlar veya alanın içinde bulunduğu farklı durumlar için sıra dışı görülen davranışlar sıradan davranışlar olarak görülmeye başlar” (Bourdieu, 2021, s.341)

Youtube’da Youtuberlar için sıradanlaşan bazı eylemler, sınıfsal özellikler bağlamında Youtuberların takipçileriyle olan etkileşimlerin özelliklerini de belirlemektedir. Zira sıradanlaşan her bir eylemin kökeninde habitusun birleştirici

kökeni yatmaktadır (Bourdieu, 2016c) Bu bağlamda, habitusun sınıfsal bir mekanizma olarak toplumsal faillere geçmişin sınıfsal özellikleri ile şimdinin etkinliklerini birleştirme fırsatı verdiğini ifade etmek gerekir.

4.6.1.3.4. Görünmeyenin Kabulü: “Youtuberlığa Hazır Olmak Lazım”

Youtuberlar, Youtube’un kendi kuralları dahilinde dijital sosyal yaşamda içerikler üreten ve bu içeriklerde yer alan pratiklerin uygulayıcıları olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Youtuberlar, fiziki sosyal yaşamlarında söz konusu olan yatkinlık, eğilim ya da kuralları doxa biçiminde dijital sosyal yaşamlarında da devam ettiğini düşünmektedirler. Bu bağlamda Youtuberlar, dijital habitusları içerisinde yapılanan özelliklerinin dijital sosyal ağlarda doğal bir akış içerisinde yapılanan eylemler olduğunu ve dijital sosyal ağlarda konumlanmanın koşulunun herhangi bir kurala bağlı olmadığını ifade etmişlerdir. Youtube’da yayımlanacak içerikler, Youtube’un kuralları dahilinde Youtuberlar tarafından içselleştirilmiş yatkinlıkların ve eğilimlerin iktidar kaynağıdır. Youtuberların kendine özgü bir dili, konuşma tarzı ve yatkinlıklar sistemi vardır. Bu yatkinlıklar doğallaştırılmış bir biçimde Youtuberların diliyle ve pratikleriyle sanal uzamda yapılaşmaktadır:

“Youtube’un kendi dünyası başka. Siz ne demiştiniz, habitus dimi ? Habitusu var. Kanal açmanın dışında başka şeyler de gerekli. Hangi içerik türünde yer alacaksanız ona bağlı hareket edeceksiniz. Bunun için de öncekilere bakmanız lazım.”(Y2)

“Prodüksiyon zor kısım ama Youtuberlığa hazır olmak lazım. Yani daha önce de demiştim herkes yapamaz bu işi. Kolay gibi ama aslında zor. Hem güncel konuları takip edeceksin hem de takipçilerini o konuyla çok iyi bir şekilde buluşturacaksın.”(Y3)

“Merhaba arkadaşlar, bugün sizinle şunu yapacağız, bunu tanıtacağız gibi ifadeler ne kadar tanıdık dimi ? Bu sözler olmadan videoya başlamak artık imkansız bana göre. Hem volume yüksek hem de karşındaki kişiyi kendine bağlıyorsun.”(Y5)

“Bi ürünün olumlu ve olumsuz yönlerini vermeniz lazım. Sadece olumlu yönlerini alırsan izleyici takipçi sizi samimiyet konusunda sorgular. Bu yazılı olmayan bir kural. Bunu herkes bilir ve ona göre çeker videosunu.”(Y9)

İlgili alıntılarda da görüldüğü gibi Youtuberlar arasında üzerinde doğruluğu ya da yanlışlığı tartışılmayan kurallar hakkında bir ortaklık söz konusudur. Youtuberlar, toplumsal fail konumunda bu yatkınlıkların ağın verili özellikleriyle yapılaşmasını sağlamaktadır. Youtuberların Youtube’da paylaştıkları her video, başka sosyal ağlarda hiperbağlantılar aracılığıyla toplumsal failler tarafından paylaşılmakta ve izlenmektedir. Bu çerçevede bu yazılı olmayan kurallar sürekli kendini hatırlatmakta ve meşruluk kazanmaktadır. Bu kurallar doxa olarak değerlendirildiğinde, Youtuberlar bu doxa içerisinde sorgulanmaya gerek duyulmayan kuralların uygulayıcılarıdır.

Youtuberlar, dijital ortamlarda içerik üretebilmek amacıyla belirli bir kazanım ve becerileri birbirlerine de aktarmaktadırlar. Youtuberlar bu bağlamda kendi aralarında sosyal ağlarda gruplar kurarak hem sohbet etmekte hem de yaratıcı olarak gördükleri davranış ve düşünce örüntülerini diğer Youtuberlara aktarmaktadırlar. Ayrıca daha fazla tıklanmak ve abone edinmek için de challenge adını verdikleri mücadelelere girişmektedirler. Bu girişim, yatkınlıkların sonucunda yeniden üretilmektedir:

“Ben Ankara’dan sırf aynı tarzda video çekebildiğim kişilerle buluşmak için her hafta bir ara İstanbul’a geliyordum. Goril Faruk’la olan videolarım milyon tıklandı. Sınırsız yemek yiyoruz. Başlarda çok zorluyordu beni, video çekiminden sonra çok karnım ağrıyordu. Ama zamanla midem genişledi ve sporu artırınca da daha fazla yemek yiyebiliyorsunuz tabi. Tamamen yemek videolarına farklı bir içerik anlayışı getirdim diyebilirim. Herkes zayıflamak isterken biz durmadan yiyoruz ama insanlar bizi öyle görünce çok gülüyorlar ve daha çok izliyorlar. Bu bizim başarımız.” (Y10)

“Yakın arkadaşlarım var Youtuber olarak. Biz orada bazen goygoy yapıyoruz bazen birbirimize tavsiyeler de vermiyor değiliz. Mesela ben şunu yapıcım diyorum sen şunu yapsan daha iyi olur diyorlar. Ben de yapabilirsem yapabiliyorum.”(Y8)

“Kendi aramızda bazen direkt olmasa da bazı şeyleri hatırlıyoruz. Başka videolar izliyorum ben de sadece videolar çekmiyoruz. Aynı işe baş koymuş insanlarız. Kendi aramızdaki fikir alışverişi açısından iyi oluyor. Ama bazen

kavgaya kadar da gidiyor işin sonu. Bu işte ortak hareket edilmesi lazım aslında çünkü bu ülkenin insanlarıyız. Ülkedeki insanlara bir şey sunuyoruz, bunu hep beraber yapsak süper olur. Bu da ortak buluşmalarla ya da belki devlet de yapabilir bunu bir araya gelmemiz lazım diye düşünüyorum.”(Y9)

Youtuberlar kendi yatkınlıklarını ve eğilimlerini bireysel bir çabayla üretse de alanda daha güçlü olmak için diğer Youtuberlarla ortak bir dizi eylemler geliştirme arzusundadırlar. Bu düşüncenin en önemli nedeni ise başka Youtuberların içerik özelliklerine hâkim olmak ve özgün içerikler çekebilmek için diğer Youtuberlarla etkileşimde olmaktır.

Katılımcı Youtuberların çevrim dışı habitusları ile çevrim içi habitusları arasında farklılıklar söz konusudur. Fiziki sosyal yaşam alanlarında sahip oldukları habitusun Youtuber olduktan sonra değiştiğine inanan katılımcılar, çevrim içi alanda Youtube sayesinde edindikleri beceri ve sosyalleşme temelli pratikleri çevrim dışı yaşamlarına aktarmaktadırlar. Bu konuda Y1, Y5, Y10 Youtuber olmadan önce çevrim dışı sosyal yaşamlarında aktif bir insan olmadıklarını, sosyal bir insan olmadıklarını ifade ederek Youtube’un bu durumu değiştirdiğine vurgu yapmaktadırlar:

“Dışarda çok sosyal bir insan değildim ben.. Çünkü öyle yetişmiştim. Okula gider, gelirdim ama sosyal medya değiştirdi beni. Youtube’da içerik yaptıktan sonra artık dışarda mekânlara rahat gidip oturuyorum, gelip fotoğraf çekirmek isteyen de oluyor gel abicim çekelim diyorum. İşte bi marka mesela çağırıyor, menajerimle görüşmeye gidiyorum, bu işler nasıl yürüyor, ünlü olmak nasıl bir şey o an anlıyorsun”(Y1)

“İmza günü bile düzenliyoruz, ortalığı yıkıyor millet. Orada toplu bi biçimde insanlara sesleniyorum. Canlı olarak. Kanala video çekmek kolay karşında kimse yok çünkü. Ama canlı canlı konuşmak, insanlar size bakıyor fotoğraf çekiyor. Normalde bunlar benim çok uzak olduğum şeyler.”(Y5)

“Bilgisayar başında pinekleyen biriydim ben ya buralara kadar nasıl geldim anlatamam. Dershane hocam, okuldaki hocam hep şikayet ederdi, derslerde çok sessizsin hiç konuşmuyorsun falan derlerdi. Aileme bile şikayet ederlerdi. Şimdi beni görseler ki görmüşlerdir illa ki yüzlerini görmek isterdim. Şimdi dışarda

yürüyemediğim zamanlar oluyor, gençlerle sohbet ediyorum, İnsanlara faydalı olduğumu düşünüyorum. Bir şeyler başardığımı hissediyorum. Bu iş nereye kadar giderse oraya kadar yapacağım.”(Y10)

Sosyalleşme ve işe yararlık hissi çevrim içi ortamlarda kazanılan habitusun çevrim dışına aktarıldığına işaret etmektedir. Ancak bahsi geçen Youtuberların dışında kalan bazı Youtuberlar da çevrim dışı sosyal yaşamları ile çevrim içi sosyal yaşamları arasında çok fazla ayrımın olmadığını ve çevrim içi sosyal yaşamları ile çevrim dışı sosyal yaşamlarının benzer olduklarını belirtmişlerdir:

“Benim gerçek yaşamımla dijitaldeki aynı ya. Çok öyle fark yok. Yani dışarda da aktif, çok konuşan sosyal biriyim, dijitalde de öyle. Ben aynı ben diye cevap vereyim ben buna. Belki dışardan farklı görünüyordur bilemem.”(Y7)

“Yani ben öyle pat diye bu işe girmedim. Kendi hayatımda da öyleyimdir garanticiyimdir. Emeğimin boşuna gitmesini istemem. Dünyda ve bizde iyi olan kim varsa izleyip ona göre kurallarımı belirledim, bu çizgimi de bozmadım.”(Y2)

“Kendime yakın konulara dönük konularla ilgili video çekiyorum. Çocukluğumdan beri güzel giyinmeye özen gösterirdim. Bunu işe döktüm sadece.”(Y9)

“Çabuk yıkılan bir insanım. Karşımdaki benim yaptığımı değer verirse devam ederim. Youtube’a da ilk başladığımda bunun korkusunu yaşadım başlarda iyi gitmese de sonra izlenince orada kaldım”(Y4)

“Şimdi orada yaşanan her şey sanal gerçek hayattan farklı ama çok farklı değil. Bir şeyler paylaştık da bunlar bizim düşüncelerimiz, duygularımız ne kadar değişebilir ki. Gerçekte tutumum neyse orada da değişmez.”(Y3)

“İnsan kolay kolay değişmez tabiki kendini geliştirirsin falan ama hani ben benimdir dimi herkes beni belli özelliklerimle tanır. Bunu çok değiştiremeyiz”(Y1)

“Neşeli olmak, gülmek sizi gerçekte mutlu eder yani karşısındaki insanla etkileşiminizde ne kadar ediyorsa. Burada da şöyle karşında bir insan yok ama yorumlardan aslında sizinle ilgili insanların söylediklerini görünce daha

doğrusu sizin özelliklerinizi beğenince ve bunu yazınca da gerçekte görmese de sanki karşısında birisi varmış gibi oluyor.”(Y6)

Çevrim içi sosyal yaşam ve çevrim dışı sosyal yaşam arasında bir uyum söz konusudur. Bu uyum bazen çevrim içi ortamda takipçilerden gelen yorumlar sonucunda çatışma doğurabilmektedir. Zira bazı Youtuberlar, takipçilerinden aldıkları yorumlardan yola çıkarak sosyal çevrelerinde bulunan arkadaş, eş, dost, akrabalarının yorumlarıyla takipçilerinin yorumlarını kıyaslayarak çevrim dışı sosyal yaşama göre çevrim içi ortamın daha samimi olduğunu ve bu samimiyetin çevrim dışı pratiklerine yansıdığını ifade etmişlerdir:

“Biz o kadar şey yapıyoruz, insanları elimizden geldiğince bilgilendiriyoruz, eğlendiriyoruz. Ama etrafımda olan akrabalarım ve özellikle altını çiziyorum belli bi yaşın üstündekiler ya sen ne iş yapıyorsun düzgün bir iş yap gibi şeyler saçmıyorlar. Ama yorumlara bakıyorsun abla sen kraliçemizsin sen süpersin diyerek yaptığım işi takdir ediyor. Ben de onlardan uzak duruyorum yani tanıdıklardan. Yorumları beni çok olumsuz etkiliyor. Hayat sanaldan ibaret değil ama sanal dünyanın ayrı bir aurası var”(Y4)

“Bizde gelenekçi insanlar genelde bu işe karşı. Genç kuşak tamamen bu işte. Ünlüler neden konuşulmuyor eskisi kadar bi düşünün.”(Y1)

Dijitalleşme sonucunda mobil iletişimin gelişmesi ve dijital sosyal ağların bireyler tarafından aktif bir biçimde kullanılmasına rağmen çevrim dışı yaşamda konumlanan bazı toplumsal failler dijital sosyal ağlara karşı mesafeli davranmaktadır. İki katılımcının Youtube'daki failliğine yapılan geri bildirimlerin olumlu, çevrim dışı yaşam alanından ise olumsuz geri dönüşlerin olması toplumsal faillerin ait oldukları topluma yabancılaşmalarına ve yalnızlaşmalarına neden olabilmektedir. Karagülle ve Çaycı (2014), sosyalleşme ve yabancılaşmanın üretiminde dijital sosyal ağların etkisini inceledikleri çalışmalarında dijital sosyal ağların bağımlılık yarattığını ve yeni bir sosyalleşme sürecine önyak olduklarını belirtmişlerdir. Toplumsal faillerin dijital sosyal ağları sadece eğlence aracı olarak görmediği, çevrim dışı ortamlarda aradıkları sevgi, saygı, hoşgörü gibi bireysel ve toplumsal değerleri bulabilecekleri sosyalleşme araçları olarak etkileşimlerde bulundukları görülmektedir. Dolayısıyla toplumsal faillerin dijital ortamlarda ürettikleri dijital pratikler, çevrim dışı alana nüfuz etmekte (Streeter ve Gillespie,

2013, s. 601-602) ve sanal uzam makro bir yapı olarak bireylerin yaşantısına etki etmektedir.

4.6.1.3.5. Dijital Sosyal Yaşamın Kuralları: “Sınırsız Gibi Görünen Ama Sınırlı”

Bu bölümde, Youtuberların toplumsal normlar ile dijitalleşme süreciyle beraber ortaya çıkan dijital kurallar/normların failliklerine etkisi ele alınacaktır. Dijital sosyal ağlarda içerik üreticisi ya da tüketicisi olmak için bazı kurallar söz konusudur. Youtuberlar bağlamında Youtube’da konumlanmak isteyen bir toplumsal failin kanal açmak, doğru hedef kitle belirlemek ve Youtube’un şirket politika ve kurallarını kabul etmesi gerekmektedir. Bu çerçevede öncelikle Youtuberlara Youtube’un ve dijital sosyal ağların kurallarına uyup uymadıkları sorulmuş ve daha sonra Youtuberların içerik üretim sürecinde toplumsal normların etkisi konusunda bazı sorular sorulmuştur. Bu konuda Youtuberlar arasında bir ayrım ortaya çıkmıştır. Youtuberlardan Y2, Y3, Y8 ve Y9 video çekerken oldukça doğal ve toplumsal normlara dikkat etmeden videolar çektiklerini ancak tepki görececeklerini düşündükleri için videoları önceden izleyip “toplumun ahlakına” uygun içerikler ortaya koyduklarını belirtmişlerdir:

“Aslında artık bunların aşılması lazım. Ama biz eski kafalıyız toplum olarak. Eee şöyle. Youtube size çok geniş bir alan sunuyor gerçekten sonsuz bir yer. Milyonlarca içeriğin içerisine siz de giriyorsunuz ve tanınıyorsunuz ama ne oluyor sonra ya bu bizim gençliğimizi bozuyor diyorlar. Gel de işin içinden çık. Bunlarla uğraşmamak için mecburen ekibimle oturup şunu kaldıralım, bunu silelim falan diye bayağı uğraşıyoruz.”(Y2)

“Yani toplum olarak öyle bir kutuplaştık ki kimsenin kimseye tahammülü kalmamış. Benim yaptığım işe en azından saygı duy. Bizi gidip şikayet ediyorlar Cimer’e çocukların ahlakını bozuyor diye. O zaman izletme çocuğuna, yapabiliyorsan yap bakalım çocuğun beni yine izleyecek ki. Böyle tipler yüzünden her konuya giremiyoruz ya da açamıyoruz. Youtube dedim ya daha önce sınırsız gibi görünen bir yer ama aslında sınırlı.”(Y3)

“Napalım bizim milletimiz kendinden olmayana saygı göstermiyor. Sosyal medyada bir gürültü patlatıyorlar anında Silivri muhabbetleri başlıyor kendi aramızda bile goygoyu dönüyor... Silivri’ye düşmek istemiyorsan kendini hizalayacaksın. Aslında toplumun kendisinde hiç mi yok bu tırnak içerisinde

diyorum ahlaksızlıklar var -onların diliyle söylüyorum- biz dile getirince konuşunca içerik çekince gündem oluyor.”(Y8)

“Sanki her şeyin ahlakını bozan biziz gibi. Kendi çevrem de öyle. Boş muhabbetlere girmemek için, yani bunlarla uğraşmak lazım biliyor musunuz senin âdet, gelenek, görenek dediğin şey ne ? Bende yok bu değerler, ben senle aynı değilim diye seninle aynı düşünmek, yaşamak zorunda değilim. Ama devlet, yargı konusu sıkıntılı eee.. boşuna da uğraşamam. O yüzden onlara göre yapıyoruz içerikleri. ”(Y9)

Katılımcıların konu hakkında yorumları, Giddens’in yapı kavramını adeta özetlemektedir. Toplumsal yapı içerisinde yapılandırılan ve toplumsal faillerin zihinlerinde var olan kurallar, Youtuberların konuşmalarıyla açığa çıkmaktadır. Zira yapılar, kurallar ve kaynakların toplamıdır ve konuşma edimi ile yeniden üretilmektedir. Youtuberlar, diğer faillerin belleklerinde yer alan yapıları konuşarak dile getirdikleri için yapının kısıtlayıcılığı ile karşı karşıya kalmaktadır. Toplumun sahip olduğu değerlerin zaman ve mekândan bağımsız bir biçimde geçmişten günümüze gelmesi ve Youtuberların failliğini kısıtlaması, toplumsal faillerin zihinlerinde veya belleklerinde yeniden ürettikleri yapıların sözel ifade kazandırılmasıyla gerçekleşmektedir. Yapı biçiminde somutluk kazanan toplumsal kurallar, aktörlerin sözel bilinçleriyle yeniden üretilerek pratik biçimde mevcudiyet kazanır (Giddens, 2005). Ancak toplumsal kuralların failik sonucunda fiili bir eylem sonucunda yeniden üretimi, sadece failliğe indirgenmemelidir. Toplumda zaman ve mekan organizasyonları biçiminde yapılaşan kuralları, Youtuberların habituslarına toplum tarafından aşılanmıştır ve toplumsal etkileşimin koşuludur. Youtuberların izlenmek ve daha fazla çıkar elde etmek için bu kuralları eylemleriyle yeniden üretmeleri esasında takipçileriyle etkileşimde bulunma isteğinin somutlaşmasıdır ve bu etkileşimler bilgi stoklarının rutinleşmesiyle mümkün hâle gelmektedir (Giddens, 2019).

Toplumsal normların failliklerine etkisi olmadığını ifade eden diğer Youtuberlar ise içeriklerini toplumsal normlar bakımından özgürce oluşturduklarını ancak Youtube’un resmî politika ve kurallarına bağlı kaldıklarını belirtmişlerdir. Youtube yaptırım konusunda kurumsallaşmış bir yapı olarak toplumsal normlardan önce gelmektedir:

“Ben bize değil dünyaya bakıyorum. Aştık bunları. Ben küfür de ediyorum bel altı espri de yapıyorum, şikayet eden de yok. Olsa da sorun değil. Ama Youtube’un kurallarına dikkat ediyorum çünkü bu kadar çaba, emek boşa gidebilir.”(Y1)

“Şikayet edilseniz içeriği kaldırırınız Youtube’dan, olur biter. Ne olacak sanki. Bu kadar. Youtube’un çocuklar için falan uyarıları var, işte zararlı içerikler falan filan. Onlara dikkat ettiğin sürece sorun yok.”(Y4)

“Sosyal medyanın kurallarına dikkat etmeye çalışıyorum tabiki. Ama onlar da çok takmıyor bence. Kaç bin tane hesap var, hangi birine bakacaklar. Bir hesabı kapatmak demek aynı zamanda izleyiciyi de kaybetmek demek.”(Y5)

“Cinsellik, erotizm, ifşalama gibi şeylerde Youtube’un çok ciddi yaptırımları var diye biliyorum. İnanın açıp da bakmadım ama kuralları az buçuk tahmin edebiliyoruz.”(Y6)

“Youtube’un politikalarına uygun yapmak lazım ki işi büyütebilesin. Ben bi toplantılarını izledim bu konularla ilgili hassaslar aslında bayağı.”(Y7)

“Sürekli oto-kontrol gereken bir iş. Ne konuştuğuna, ne dediğine çok dikkat edeceksin ki kanalda sıkıntı çıkmasın. Toplumu çok da takmıyorum, marjinal olmak lazım ki bazı tabular yıkılsın. Nazım Hikmet’in bir sözü vardı neydi? ... He iyi hatırlattınız, biz yanmazsak sen yazmazsan nasıl çıkar aydınlıklar karanlığa. Dimi ama ?”(Y10)

İkinci grupta yer alan Youtuberlar, kendilerini dijital sosyal yaşam alanında güce sahip birer aktörler olarak tanımlamaktadırlar. Youtube’un kurumsal yapısı ve politikaları bağlamında kendi eylemlerini kısıtlayan ve düzenleyen söz konusu Youtuberlar, toplumsal normlar bakımından kendi davranışlarını sınırlandırmamaktadırlar. Bu bakımdan Youtuberlar, kendilerini Youtube’da kural koyucu olarak görmekte ve hangi koşullarda olursa olsun konumlarının takipçilerinin zihinlerinde değişmeyeceğini ifade etmişlerdir:

“Az önce tabu demiştim, he işte bu tabular yıkılmalı ki insanlarımız özgürleşsin. Özgürce davranmayı bilmiyoruz. Ben böyle olduğum için çok seviliyorum zaten. Yorumlardan, tepkilerden anlıyorum bunu. Cesaretli olmalı.”(Y9)

“Yani o şeyin kralı biziz bence. Başkaları ne derse desin. Takipçim beni her şeyde destekliyor.”(Y5)

Youtuberların kendini kural koyucu olarak tanımlamaları, aynı zamanda sınıfsal özelliklerin de kuralları hakkında da ipuçları sunmaktadır. Öyle ki ikinci gruptan bazı Youtuberlar, kendi zihniyet ya da sınıfsal özelliklerinin takipçileriyle benzer olduğu için fenomen olduklarını, bu nedenle de herhangi bir yaptırıma maruz kalmayacaklarını düşünmektedirler:

“Beni takip eden zaten beni bu yüzden desteklemiyor mu, destekliyor. O zaman kuralları biz koyuyoruz demektir burada da.”(Y8)

“Kurallara uymayan bir profil oluşturmak sizi başkalarından farklı da kılıyor, takipçi sizin çekiciliğinize geliyor. Kendi hayatından da şeyler bulursa sizi zaten bırakmıyor.”(Y9)

Çevrim dışı sosyal yaşam alanlarında yapı biçiminde failler tarafından üretilen toplumsal kurallar ve normlar, dijital alanda bazen karşılık bulamamakta ve doksik ilişkiler yerine heterodoksi biçiminde değişimler ortaya çıkmaktadır. Toplumsal normların düşünülmeden olduğu gibi kabul edilerek faillerin pratiklerine yerleşmesi, bilinç dışı bir sürecin çıktısıdır. Youtuberlar yerleşik olan kuralları yıkarak var olan doksayı yani yerleşik davranış ve norm örüntülerini bilinç dışı işleyiştten çıkarma eğilimindedirler. Bu bağlamda toplumsal olarak verili olan habitusların yeni niteliklerle ve özelliklerle tanımlanması gerekmektedir. Kuralların değişmesi ya da yıkılması ise takipçilerin Youtuberlarla aynı habitusa sahip olmasına bağlıdır. Youtuberlara göre toplum güce içkin faillerin eylemleri karşısında direnç gösteremez ve dolayısıyla değişim kaçınılmaz olur:

“Bu iş kafa yapımızın değişmesiyle de ilişkili. Yani tüm kesimler bu gelenek tarzı şeyleri normalleştirmezse olur. İlk zamanlar akıllı telefonlar nasıldı, çok ön yargılıydı baştan ayağa herkes. Şimdi öyle değil. Zaman değişiyor ve toplu hareket eden hep kazanıyor. Biz bilgi veriyoruz, eğlendiriyoruz, güldürüyoruz. Değişme hep olacak. Bunda da insanların tepkileri ve bir olması lazım.”(Y3)

“Toplum hep yayılan düşüncelere göre bi şey diyor. Kim güçlü ise o. Seçimlerde de öyle. Hep güçlü görünen kazanıyor, bizim millet zayıfı sevmiyor. Güçlü olan kazanır ve desteklenir mantığı var, bunu bana babam da anlatmıştı. Büyüdükçe de anladım ne dediğini...”(Y6)

“Toplumun kurallarını yıkmak ne kadar zorsa aslında o kadar da kolay. Sadece her yerde baskın çıkacaksın, o kadar.”(Y8)

İlgili alıntılarda ifade edilenler yorumlandığında faillerin gücünü kullanması ve gücün kolektivist bir uzlaşım ile değişimi sağlayacağı söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, toplumsal kuralların ve normların yaptırım gücü faillerin kolektivist uzlaşımlarıyla zayıflatılabilir. Yerleşik kurallar ya da normlar failler tarafından alışkanlık biçiminde pratiklere işlenmediği sürece toplumsal hayata nüfuz edemeyecektir. Yeni ortaya konulan kurallar da toplumsal yaşamın koşullarına bağlı olarak zaman içerisinde yeniden değişecek ya da dönüşecektir. Dolayısıyla bireylerin alışkanlıkları değişebildiği gibi toplumsal kurallar da kırılabilir ve değişebilmektedir (Giddens, 2003, s. 99). Bu değişim çabası, yerleşik düzenin kurallarına adapte olamayan toplumsal failleri dışarıda bırakan bir ayrımı da üretmektedir. Örneğin bir katılımcı bu ayrım konusunu şu şekilde ifade etmiştir:

“Bizi buna iten şey ne ?Toplumdan kendimizi niye uzak tutuyoruz, niye Youtube’dayız. Bize özgür içerik üretme şansı tanıdığı için. Yoksa ben niye kendi toplumuma karşı olayım, neden onlardan ayrı takılayım?”(Y9)

Toplumsallaşma süreci içerisinde normların fiziki sosyal yaşam alanı ile dijital sosyal yaşam alanlarında ayrımlar ortaya çıksa da bu sürece toplumsal failler de eylemleriyle katılmaktadırlar. Youtuberlara dijital görgü kuralları olarak tanımlanan netiketin tanımı sorulmuş ve netiketle ilgili bazı sorular yöneltilmiştir. Katılımcılar, sanal görgü kuralları hakkında bir bilgiye sahip olmadıklarını ve ilk defa duyduklarını belirtmişlerdir:

“Aaa öyle bir şey mi var ya? Valla ilk defa duydum bir yasa falan mı var ki ?”(Y2)

“Bu gerçek hayattaki görgü kuralları gibi bi şeydir herhalde, inanmıyordum ilk defa duyuyorum.”(Y6)

“... Allah Allah nereden çıkmış böyle bir şey, internetin görgü kuralı mı olurmuş.”(Y7)

“Yok yani hiç duymadım, kimseden de duymadım, okumadım.”(Y8)

“Kılavuz falan mı bu nasıl bir kurallar var ? Etik konuları falan vardır büyük ihtimalle...”(Y9)

“... İlk defa sizden duyuyorum bunu, umarım içeriklerimi incelemezler...”(Y10)

Katılımcıların netiket hakkında bilgi sahibi olmadıkları anlaşıldıktan sonra katılımcılara takipçileriyle olan etkileşimleri bağlamında bazı sorular sorulmuştur. Bazı Youtuberların genel anlamda hesap verilebilirlik, etik, dil kullanımı gibi konularda takipçileriyle olan etkileşimlerini bir ayırım biçiminde ürettikleri görülmüştür. Youtuberlar, takipçileriyle olan etkileşimlerinde ast/üst veya yüksek/alt biçiminde ayrımlara başvurmaktadırlar:

“Bazıları çok komik yorumlar yapıyor, onları bir sonraki videoda bazen isimlerini vererek -soyismi yok ama- dalga geçiyorum ya yine neler saçmalıyorsunuz diye. Ama bu onların hoşuna gidiyor.”(Y1)

“Kimse şikayet etmediği sürece hesap vereceğimiz bir mecra da olmuyor yani dimi? Dalga da geçiyoruz ama ben kendimle de çok şişkoyum, ayı gibiyim diye dalga geçiyorum, bu bizim samimi oluşumuzla ilgili demek istediğim. Küfür de ediyorum.”(Y5)

“Bu böyle mi olur, şu şöyle mi olur diye çok çok çok saçma şeyler sorulabiliyor ben de bazen yorumları cevaplıyorum biraz eğlenceli bir dille. Yani onlar bize bir laf edemez. Bizimle sonuçta eğleniyorlar, biz olmadan olmaz.”(Y7)

Katılımcı Y7’nin biz ve onlar biçiminde bir ayrıma gitmesi, Youtuberların toplumsal uzamda takipçileriyle aralarında sınıfsal bir ayrıma gönderme yapmaktadır. Youtuberlar, dil pratikleriyle takipçileri arasına mesafe koymakta ve takipçilerin bu konulara çok da önem vermediklerini dile getirmişlerdir. Katılımcı Youtuberlar bu düşüncüyü takipçilerinin kendilerine olan olumlu bakış açıları ile temellendirmektedirler. Zira Youtuberlara göre takipçiler kendilerini bilgili, kültürlü, özgüven sahibi insanlar olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar Youtuberlara dijital sosyal normların buyruksal özelliğini ihlal edebilme yetkisi vermektedir:

“Onlarla organik bir bağımız yok dayanışma içinde olan bir grup gibiyiz... Birbirini satma olayı olmaz. Şey olsa böyle çok ciddi bir şey belki o zaman. Ama olmaz.”(Y3)

“Onların gözünde ne derler akil insanlar gibiyiz diyebilirim çünkü yorumlarından bunu anlıyoruz. Çok yazan var abi sendeki özgüven bende olsa keşke diye. Özgürlük tadıyorlar bizle.”(Y5)

“Sizin takipçi kitleniz sizinle aynı kültürde genelde olmuyor. Bunu siz çok rahat anlıyorsunuz onların konuşmalarında. Sizi bir noktaya koyuyorlar.”(Y10)

Youtuberların düşünceleri, sembolik ayrımların ne kadar derin bir şekilde dijital sosyal normları aşındırdığı ve gelecekte sosyal ağlarda toplumsal faillerin etik ve hesap verilebilirlik konularında sorunlar oluşturacağına işaret etmektedir. Nitekim Youtube’da yazılı olmayan eylemler vardır. Bu eylemler küfür/hakaret etmeme, üsluba dikkat etme gibi toplumsal normlarda da yer alan ve yapılması beklenen davranışlardır. Youtuberlar, bu standart eylemlere yaptırımlara maruz kalma pahasına uymamaktadırlar. Youtuberların, fiziki sosyal yaşam alanına ait kuralların dijital sosyal alanlarda geçerli olmadığını düşünmeleri, takipçilerin olumlu geri dönüşleri ve takipçilerin Youtuberlarla sosyal bağ kurma, aidiyet oluşturma isteklerinden dolayıdır.

4.6.2. Youtuber Takipçileri

Bu bölümde Youtuber takipçileriyle yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular yer almaktadır. Youtuber takipçileri, araştırma bölümünde de belirtildiği üzere 18-24 yaş aralığında yer alan farklı demografik özelliklere sahip 24 kişiyle sınırlandırılmıştır. Görüşme yapılan katılımcılarda araştırma evrenini eşit bir biçimde temsil etmesi için cinsiyet, eğitim gibi değişkenlere dikkat edilmiştir.

4.6.2.1. Youtuber Takipçilerinin Demografik Özellikleri

Youtuber takipçilerine öncelikle yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir durumları hakkında sorular sorulmuştur. Katılımcılar tabakalı örneklem yoluyla araştırmacı tarafından evren ve örnekleme eşit düzeyde temsil etmesi adına 12 erkek, 12 kadın şeklinde belirlenmiştir. Katılımcıların demografik bilgi ve özelliklerinin etik açıdan problem yaratmaması için elde edilen kişisel bilgi ve özellikler, araştırmacı tarafından anonimleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların kimliklerinin ve bilgilerinin korunması için katılımcılar araştırmacı tarafından kodlanmıştır. Araştırmaya katılan Youtuber takipçileri, K biçiminde kodlanmış ve verilerin analizi ve yorumlanması ile beraber araştırmanın tamamında bu şekilde okuyuculara

sunulmuştur. Görüşme yapılan Youtuber takipçilerinin sosyal ağ kullanım pratiklerine yönelik özellikleri, okuyuculara kolaylık sağlaması adına tablolar şeklinde sunulmuştur. Youtuber takipçilerinin demografik bilgileri ve özellikleri şu şekildedir:

Tablo 4. Youtuber Takipçilerinin Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Meslek	Eğitim Düzeyi	İkamet	Cinsiyet
K1	18	Kurye	Lise	Kağıthane	Erkek
K2	23	Kasiyer	Lise	Beşiktaş	Erkek
K3	19	Üniversite Öğrencisi	Lise	Bahçelievler	Kadın
K4	24	Üniversite Öğrencisi	Lise	Sarıyer	Kadın
K5	24	İşsiz	Lise	Bakırköy	Erkek
K6	22	Terzi	Lise	Çekmeköy	Erkek
K7	21	İşsiz	Lise	Şişli	Erkek
K8	24	Avukat	Üniversite	Kadıköy	Kadın
K9	18	Üniversite Öğrencisi	Lise	Maltepe	Kadın
K10	20	İşsiz	Lise	Beykoz	Erkek
K11	21	Üniversite Öğrencisi	Lise	Üsküdar	Kadın
K12	22	İşsiz	Lise	Eyüp	Erkek
K13	24	Öğretmen	Üniversite	Beşiktaş	Erkek
K14	24	Gıda Mühendisi	Üniversite	Esenler	Kadın
K15	18	İşsiz	Lise	Bağcılar	Kadın
K16	18	Müşteri Temsilcisi	Lise	Kağıthane	Kadın
K17	19	Üniversite Öğrencisi	Lise	Kartal	Erkek
K18	24	Araştırma Görevlisi	Yüksek Lisans	Kadıköy	Kadın
K19	21	Komi	Lise	Şişli	Erkek
K20	23	Diyetisyen	Üniversite	Sarıyer	Kadın
K21	22	Üniversite Öğrencisi	Lise	Ümraniye	Kadın
K22	18	İşsiz	Lise	Fatih	Kadın
K23	23	Hizmetli	Lise	Küçükçekmece	Erkek
K24	24	Tur Rehberi	Üniversite	Şişli	Erkek

4.6.2.2. Youtuber Takipçilerinin Sosyal Ağ Kullanım Özellikleri

Derinlemesine görüşmede katılımcıların demografik bilgi ve özelliklerinden sonra sosyal ağ kullanımı, sosyal ağların kullanım sıklığı ve özellikle Youtube ağı çerçevesinde sosyal ağlarda etkin olup olmadıkları konusunda katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Bu bölümde katılımcıların cevapları yine tablolar hâlinde verilmiştir:



Tablo 5: Youtuber Takipçilerinin Sosyal Ağ Kullanımı, Ağ Kullanım Süreleri

Katılımcı	En Çok Kullanılan Sosyal Ağlar	Sosyal Ağ Kullanım Süresi (Günlük)	Youtube Günlük Video İzleme Sayısı
K1	Youtube, Snapchat, Instagram	3,5 saat	2
K2	Youtube, Instagram	4 saat	3
K3	Snapchat, Youtube, Instagram, Twitter	7-8 saat	5
K4	Instagram, Snapchat, Youtube	6 saat	4-5
K5	Instagram, Youtube, Twitter	8-9 saat	3
K6	Twitter, Instagram, Youtube	3 saat	3
K7	Youtube, Twitter, Instagram	6 saat	4
K8	Youtube, Instagram, Twitter	3-4 saat	2
K9	Snapchat, Instagram, Youtube	7,5-8 saat	4-5
K10	Facebook, Youtube, Instagram	5 saat	3
K11	Snapchat, Instagram, Youtube	6-7 saat	4
K12	Twitter, Youtube, Instagram	5 saat	3
K13	Youtube, Twitter, Facebook	3-4 saat	2
K14	Twitter, Youtube, Facebook	3-4 saat	1
K15	Instagram, Youtube, Snapchat	7-8 saat	3
K16	Instagram, Youtube	3 saat	4
K17	Instagram, Twitter	5 saat	5
K18	Twitter, Youtube, Facebook	4-5 saat	6
K19	Instagram, Youtube	3 saat	4
K20	Instagram, Youtube	4-5 saat	5
K21	Instagram, Youtube, Twitter	6-7 saat	2-3
K22	Instagram, Youtube, Snapchat	5-6 saat	4-5
K23	Instagram, Twitter, Youtube	3-4 saat	3
K24	Instagram, Youtube, Twitter	4-5 saat	3

Tablo incelendiğinde çalışanların sosyal ağ kullanım süreleri ile Youtube video izleme sayısının üniversite öğrencileri ile işsizlere göre daha sınırlı olduğu görülmektedir. Ancak çalışanlar yalnızca boş vakitlerde değil, çalışma saatleri içerisinde de sosyal ağları kullandıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal ağlar, gündelik yaşam içerisinde mobil cihazlarla her an ulaşılabilen içerik platformlarıdır:

“İş akışım içerisinde belirli zamanlarda aslında ağlarda ne oluyor, ne bitiyor diye bakıyorum. Mesela dersten sonra bir sonraki dersime daha çok vakit varsa o ara zamanda video izleyebiliyorum. Nerde boşluğum olursa hemen Youtube veya Twitter’a bakıyorum çünkü günümüzde bu iki sosyal medya aracında her şey konuşuluyor ya da tartışılıyor. Bundan geri kalmak kendimi kötü hissettiriyor, kendimi bir nevi eksik hissediyorum diyebilirim” (K24)

K24’ün de belirttiği üzere sosyal ağlarda vakit geçirmek, gündelik pratiklerin arasında yer alan bir eylem biçimidir. Mobil cihazların yaygınlaşması sonucunda sosyal ağlara ulaşmak, içerik üretmek ya da tüketmek sıradan bir pratik hâline gelmiştir. Diğer taraftan dijital sosyal ağların gündelik yaşantı içinde yaygınlaşması ve kullanım süresinin artması, fiziki sosyal yaşam alanındaki etkileşimlerin de kaynağı olabilmektedir. Nitekim dijital sosyal ağlarda gündem olan bir içeriğin (tweet, video, fotoğraf vb.) fiziki sosyal yaşam alanında insanların etkileşimlerinin artmasına imkan tanımaktadır:

“Sosyal medyada her gün bir olay oluyor. Ünlü biri iddialı ya da yeni sevgiliyle bir fotoğraf atıyor, konuşuluyor günlerce. O fotoğrafı atan ünlüyü tanıyorsam o konu ile ilgili akşam ablamla kesin bir şeyler konuşuyoruz. Yani o konunun her şeyini araştırıyoruz, Instagram hesaplarına bakıyoruz falan. Bazen de önemli bir olay gündem oluyor, akşam evde annem, babam, kardeşim, ablam hepimiz o konuyu konuşuyoruz hatta bazen ciddi fikir ayrılıklarımız bile oluyor. Sanki böyle gündüz okuduklarımızı ya da duyduklarımızı akşam tartışmak için fırsat yaratıyor gibi geliyor sosyal medya. Bu durum bazen okulda derslerde de oluyor. Okuldaki arkadaşlarımla ya da derste hocamızla da sosyal medyada gündem olan bir konuyu tartışabiliyoruz ” (K17).

Katılımcıların da ifadelerinde de görüldüğü üzere dijital sosyal ağlar, insanların etkileşimine olanak tanıyan ve insanların kamusal alanlarda tartışmalar

gerçekleştirmesine aracılık etmektedir. Bu bağlamda Youtuber takipçilerine sosyal ağ kullanım pratikleri çerçevesinde sosyal ağlarda içerik üretimi, yorum yapma vb. eylemlerde bulunup bulunmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların hepsi, sosyal ağlarda aktif bir şekilde yer aldıklarını belirtmişlerdir:

“İlgi alanlarımla ilgili takip ettiğim Youtuber olsun Influencer olsun, içeriklerini dikkatlice izlerim. Hatta not almışlığım bile oldu unutmamak için. Örnek verecek olursam bir ürün tanıtıyor, o ürünün artısını eksisini anlatıyor. Ben de tavsiyesi üzerine o ürünü alıyorum ve kullanıyorum. Yaşadığım deneyimi de nasıl ki Hepsiburada ya da Trendyol’da yorum yapıyorsak o içeriğinin altına yorum şeklinde ekliyorum. Sonuçta bunu binlerce milyonlarca insan izliyor, doğru olup olmadığını görmeleri açısından doğru bir şey yaptığımı düşünüyorum” (K11).

“Benim yorum yapmadığım ya da fotoğraf, hikaye atmadığım bir gün yok. Arkadaşlarımla fotoğraflarına ne zaman olursa olsun yorum yaparım, hep överim. Ama onlardan da aynısını beklerim açıkçası. Bir de o günkü konularla ilgili kesin bir tweet atarım. Hashtag kullanarak. Zaten genelde kendimi bir tartışmanın ortasında buluyorum. Bazen de akrabalarımın yaptıkları saçma sapan yorumlar oluyor onlara da cevap veriyorum veya engelliyorum” (K25).

“Sosyal medyanın gücü de zaten buradan gelmiyor mu sizce? Sosyal medyanın gücü günümüzde her şeyin seyrini belirliyor. Herkesin aynı görüşte birleştiği bir konuda yaptırımlar bile ortaya çıkıyor. Mesela kadın tacizi, hayvan hakları gibi konularda toplumun duyarlı bir şekilde hareket ederek konuyu içerikleriyle gündeme taşıması çok önemli bir olay. Ben de tepki gösterdiğim bir olay olursa fikrimi kendi hesaplarımdan dile getiriyorum. Tabii gerekli gereksiz çok yorum var ama ben sosyal medyanın toplumun gelişmesi noktasında önemli bir yer olarak görüyorum. İnsanlara bir alan sunuluyor nihayetinde.” (K18).

Katılımcıların ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal ağlar katılımcılık, etkileşim vb. özellikleriyle bireylerin sosyalleşmesi bağlamında kendini ifade edebileceği bir sanal alan sunmaktadır. Katılımcılar tarafından sosyal medya olarak da nitelendirilen dijital sosyal ağların kullanıcılarına kamusal bir alan yaratması, toplumun dijitalleşme sonucunda değişim ve dönüşümüne zemin hazırlamıştır.

Youtube da bu ağlar içerisinde sanal bir alan olarak kendi içeriklerini üretebilen fenomenlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Youtube’da içerik izleyicisi olarak konumlanan kullanıcılar, zamanla kendi içeriklerini üreterek “Youtuber” adı verilen fenomenlere dönüşmüşlerdir. Youtuberların dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarının birbirine etkisi konusundaki *agent* konumunun tartışılması, sosyal yaşamın dijitalleşme sonucunda nasıl bir dönüşüme uğradığının anlaşılabilmesi için önemlidir.

4.6.2.3. Youtuber Takipçilerine İlişkin Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Bu bölümde Youtuber takipçileriyle yapılan görüşmelerde elde edilen veriler, Giddens’in yapılaşma teorisi ile Bourdieu’nün pratik teorisi çerçevesinde analiz edilerek yorumlanmıştır.

4.6.2.3.1. Youtube’un Zorunlu Erdeme Dönüşmesi: Ortak Bir Faillik

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan derinlemesine görüşme soruları içerisinde katılımcılara yöneltilen ilk sorulardan biri Youtube’un kullanım amacı olmuştur. Youtuber takipçilerinin neredeyse tamamı Youtube’u takip etme amaçlarını eğlence, boş vakit geçirme ve pratik bilgilerden yararlanma olarak sıralamışlardır. Youtube, sınırsız içerikleriyle hem kullanıcılara hem de içerik üreticilerine büyük olanaklar sunmaktadır:

“Youtube’un sosyal medya araçları arasında bu kadar kullanılacağını düşünmemiştim ama geldiğimiz noktada girmedik, kullanmadığımız gün yok sanki. Ben daha Youtube’un bu kadar popüler olmadan önceki zamanında video çekip yüklemiştim memleket hakkında bilgi olsun diye. Çektiğim şey de memlekete gitmiştik, orada çektiğim fotoları birleştirip kolaj yapmışım. Annemlere izlettiğimde hemen sil, bizi rezil mi edeceksin, ailemizin özel şeyleri paylaşılmaz sağda solda demişti. Belki de ilk fenomenlerden biri olacaktım ama annem buna izin vermedi. Şimdi ise annem video çekip kanal mı açsak, herkesin kanalı var diyor” (K2).

“Youtuberları takip ederek çok şey öğrendim. Ayakkabı tamirinden tutun da nasıl giyineceğime kadar her şeyi öğrendim. Bazen kendi yaşamınızda abiniz, ablanız vardır, size yol gösterir ya hani Youtuberlar da benim için öyle biraz. Çünkü annem, babam çalışıyor ve tek çocuğum. Bir şeyler öğrenmek için Youtube’a girdim ve çıkamıyorum desem yeridir. Her gün izliyorum.” (K21)

“Ortak bir şey artık Youtuberları takip etmek. Kiminle görüşürseniz görüşün - çok yaşlılar hariç- hepsi en az bir Youtuber takip ediyordur. Başlarda akıllı telefonu olmayan babam şimdi araba tanıtan videolar izliyor her gün. Ben de alışveriş ve spor için izliyorum genelde.” (K19).

“Youtuberlar beni mutlu ediyor hatta motive de ediyor. Ailemden ne zaman bir konuda azar işitsem Youtuberları izliyorum. Ben de onlar gibi olabilirim diyorum. Youtuber olmak değil de bir şeyi başarmak anlamında söylemeye çalıştığım. O kadar kişiye konuşmak, yayın yapmak, bir şeyler söylemek kolay değil çünkü. Topluluğa hitap ediyorlar.” (K17)

Katılımcıların görüşlerinde de görüldüğü gibi Youtube çeşitli motivasyonlarla takip edilen bir sosyal ağdır. Youtube, kullanıcılarının çeşitli amaçlar doğrultusunda benzer ya da farklı anlamlar yükledikleri bir alandır. Youtube bireylerin kişisel özelliklerini, yeterliklerini, toplumsal özelliklerini görünür kılmakta ve onların çevrim içi kimlik oluşturmalarına imkan tanımaktadır. Diğer taraftan Youtuberların takip edilmesinde önemli motivasyonlardan biri de dışlanma korkusudur. Araştırmaya katılan katılımcılardan K11 ve K18 kendi amaçları doğrultusunda takip ettikleri Youtuberlar dışında çevrelerinde sıkça takip edilen Youtuberları da izlediklerini ifade etmişlerdir. Gündelik yaşam pratikleri içerisinde toplum tarafından beğenilen ve sıkça izlenen Youtuberları takip etmek, toplum tarafından kabul görmek demektir. Bireysel olan bu pratik, toplumsal faillerin sosyal çevrelerinde zorunluluğa dönüşmektedir:

“Normalde takip ettiğim Youtuberların dışında da takip ettiğim ya da izlediğim Youtuberlar da oldu. Seçim zamanı çok oldu bu. Youtube’da takip etmediğim için önüme videoları düşmeyen birçok kişiyi o dönemde takip etmiştim. Okulda

ya da cafede arkadaşlarımla otururken tanımadığım isimleri duyuyordum. Oğuzhan Uğur bunlardan biri. Siyasetle pek ilgim olmaz ama arkadaşlarım nasıl izlemezsin herkes izliyor deyince ben de bir bakayım dedim ve izlemeye başladım". (K11)

"Youtuber evreni o kadar geniş ki kimi takip edeceğini bilemiyorsun. Milyonlarca kanal var. O yüzden ben kendi ilgi alanlarıma yönelik hep videolar izlerdim. Ama bazı kız arkadaşlarım benim izlediğim Youtuberlar haricinde başka Youtuberların içeriklerini de takip etmem gerektiğini söylediler. Örnek veriyorum, ben kişisel bakım ve giyimle ilgili Danla Bilic'i takip etmiyordum - sevmiyorum, küfürlü olduğu için- takip etmem gerektiğini söylediler. Ama öyle bir söylüyorlardı ki o sanki bir ilahtı. Sen nasıl takip etmezsin bakışları falan. Yani izlemek zorunda mıyım illa diye başta tepki göstermişim ama baktım ki içerikleri gerçekten bana uygun." (K18).

Katılımcıların görüşlerinden de anlaşılacağı üzere Youtuberlar, sosyalleşme süreci içerisinde toplumsal faillerin belirli bir konu üzerinde başvurdukları ve birbirlerine takip etmeyi önerdikleri sosyal fenomenlerdir. Youtuber takipçilerinin bu davranış örüntülerini sosyal yaşam bakımından rutinleşme kavramıyla ilişkilendirmek mümkündür. Sosyal çevresinde dışlanmak istemeyen bir toplumsal fail, çevresinde üretilen ya da yeniden üretilen pratikleri benimsemek durumunda kalmaktadır. Toplumsal yaşamın zamana ve mekana yayılmış rutin karakteri, Youtuberların tavsiye edilmesi ve takip edilmesi biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Zira Youtuberların toplumsal yaşamın akışında sürekli izlenmesi ve takip edilmesi sürekli tekrarlanarak rutin bir davranışa dönüşmekte ve takipçiler kendi toplumsal yaşam koşulları bağlamında sosyal çevrelerinde kendilerini güvende hissetmektedirler. Faillerin kendilerini sosyal çevrelerinden soyutlamamak adına giriştiği bu eylemler, toplumsal failleri psikolojik açıdan rahatlatmaktadır. Bu durum, etkinlik ve davranışların rutin bir karaktere sahip olmasıyla yakından ilişkilidir ve rutinleşme toplumsal yaşamın inşasında faillere güven ve varlığını güvende hissetme duygusu vermesi bakımından hayati bir önem taşımaktadır (Giddens, 2020, s. 21-22). Youtuberların takip edilmesi ve kolektif bir biçimde tavsiye edilmesi, sosyal çevreye sahip toplumsal faillerin ortak bir konu üzerinde toplumsal bir birliktelik oluşturmalarına da imkan tanımaktadır. Youtuberların içerikleri ve düşünceleri,

toplumsal fail olarak nitelendirilebilecek olan takipçilerinin sosyal uzamda etkileşimde bulunmalarını ve onların ontolojik güven duygusuna sahip olmalarına aracılık etmektedir. Nitekim araştırmaya katılan K4, K20, K17, K9 kendi arkadaşlarıyla Youtuberların görüşlerini konuşmak ya da tartışmak için bir araya geldiklerini ifade etmişlerdir:

“...Pandemi zamanında biliyorsunuz her yer kapanmıştı, hiçbir yerde arkadaşlarımla buluşamıyordum, gündemi konuşamıyordum, alışveriş yapamıyordum. O kadar bunalmıştık ki Zoom üzerinden hep beraber toplandık, tek tek elbiseleri konuştuk düşünün. Dışarıya çıkamıyoruz ama hâlâ elbise derdindeyiz. Merve Özkaynak’ın o dönemki videolarına bakıp makyaj malzemeleri aldığımızı hatırlıyorum” (K4).

“...Bazı Youtuberlar Twitter’da da gündem oluyor biliyorsunuz. Biz onları ertesi gün mesaiye başlamadan önce illa ki konuşuyoruz çay içerken ya da kahvaltı yaparken” (K20).

“Okulda derslerde bile Youtuberları konuşuyoruz. Gündemi belirliyorlar.”(K17)

“Eskiden komşular birbirlerini ziyaret edip dedikodu yaparlarmış ya biz de öyleyiz şimdi. Hatta Youtuberlarımızı kapıştırıyoruz, benimki iyi seninki kötü diye.” (K9).

Youtuberları takip eden toplumsal faillerin bir araya gelmeleri sonucunda toplumsal birliktelik ortaya çıkmaktadır. Youtuberları çeşitli amaçlar için takipe eden toplumsal failler, toplumsal bir bağlam üreterek toplumsal yapıların yeniden üretiminde aktif bir rol oynamaktadırlar. Diğer yandan toplumsal failler, toplumsal etkileşimlerini amaçlarını değiştirmeleri sonucunda toplumsal birliktelikler/toplanmaları sona erdirebilirler. Faillerin odaklanılmış bir amaca yönelik gerçekleştirdikleri her bir eylemin sona ermesi, aynı zamanda toplumsal bağlamın da yeniden üretilmesi demektir. Toplumsal bağlam, toplumsal birlikteliğin sonucunda toplanmanın oluşması, sona ermesi ve yeniden oluşması biçiminde ortaya çıkmaktadır (Goffman, 1973). Toplumsal bağlamın oluşması ya da yeniden üretimi faillerin refleksif bir tutum takındıkları durumlarda gerçekleşerek açığa çıkmaktadır. Youtuber takipçilerinin toplumsal birliktelikler yaratması veya sona erdirmesi,

toplumsal bağlamların dijital sosyal yaşam alanlarında da sürdürülebileceğine işaret etmektedir.

Youtuber takipçilerinin kolektif bir biçimde toplumsal bağlamlar oluşturmaları, aynı zamanda faillerin bireysel bağlantı ve çıkar elde etme amacının sonucudur. Diğer bir ifadeyle toplumsal failler, bireysel bağlantı ve çıkar amaçlı bir araya gelmekte ve kolektif hareket edebilmektedirler. Araştırmaya katılan özellikle öğrenci kategorisindeki katılımcılar, Youtuberları takip ederek sosyal sermayelerini genişletmeye yönelik eylemler ortaya koymaktadırlar. Youtuber fanı olarak bir grup oluşturma, bu grubun ilkelerini belirleme ve bunları uygulama, Youtuber'ı sosyal ağlarda yorumlarla destekleme gibi eylemler takipçilerin kolektif bir uzlaşımla sosyalleşmelerini sağlamakta ve sosyalleşme sonucunda takipçiler belirli kazanımlar elde edilmektedir:

“Biz her ay bir araya gelip hep beraber hareket ediyoruz hatta bu toplantılara Orkun abi de katılıyordu bazen. Beraber video da çekiyoruz, biz de ekran yüzü oluyoruz. Bizi bir araya getirmesi aslında iyi çünkü ben bu şekilde bir nevi sosyalleşiyorum. Hem arkadaş ediniyorum, hem de yeni şeyler öğreniyorum” (K10)

“Instagram’da fan sayfası açtım ben. İlk ben açtım hatta. Dedim ki hem sosyal medya yönetmiş olurum hem de çok takipçili fan sayfalarına ilgi gösteriyor Youtuberlar. Hem de tanışmış olurum belki. Mesaj attım birkaç kez dönmedi ama ne zaman ki takipçi sayım acayip şekilde çoğaldı işte o zaman onunla konuşabildim. Onun sayesinde bir çevrem oldu. Çevre oluşturmak gelecek için önemli çünkü her şey sosyal medyadan yürüyor” (K17)

Katılımcıların sosyalleşmek ve sosyal çevre oluşturabilmek için Youtuberları birer araç olarak görmeleri, bizi Bourdieu’nün sosyal sermaye kavramına götürmektedir. Bireysel veya kolektif ya da bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde ortaya çıkan gruplar, toplumsal faillerin kullanışlı ve sağlam ilişkiler oluşturma amacının sonucunda ortaya çıkan yatırım stratejilerini ifade etmektedir. Bu bakımdan takipçilerin çıkar amaçlı bir araya gelerek grup kurmaları, habituslarında verili olan bir şey değildir ve sonradan güvene dayalı sabit ilişkiler oluşturma çabasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda bir amaç doğrultusunda oluşturulan her bir grup, kolektif

bir aidiyet sağlamaktadır. Bu aidiyet duygusu ise sadece materyal ya da sembolik mübadele biçiminde pratiklerde ortaya çıkmaktadır (Bourdieu, 1986).

4.6.2.3.2. Youtube’da Sermaye ve Kaynakların Kullanımı: “Başka Amacım Yok Ki!”

Dijital sosyal ağlar; kültür, sanat, spor, eğitim gibi çeşitli alanları kapsayan sosyal ağlardır. Bu ağlarda konumlanan toplumsal failler, sahip oldukları sermaye/kaynakları korumak, sosyal uzamda sahip oldukları sınıfsal konumlarını yukarı yönde değiştirmek ve güce sahip olmak için çeşitli mücadelelere girişirler. Bu girişimde toplumsal failleri iki konumda düşünmek gerekmektedir. Dijital sosyal ağları yaratan ve geliştiren sahiplik yapısı ile bu ağları kullanarak işlevselleştiren ve gelişimine katkı sunan kullanıcılar, ağların yeniden üretiminde aktif rol oynayan toplumsal faillerdir. Youtube da dijital sosyal ağlar arasında bireylerin eylemleriyle işlevselleşen ve yeniden yapılanan bir yapı olarak belirli sınırlılıklara sahip bir alandır. Mücadelenin ve güç ilişkilerinin konfigürasyonu konusunda sosyal ağlar arasında faillerin mücadelelerinin ve sermaye/kaynak dönüşüm sürecinin bir alanı konumunda olan Youtube, karşılıklılık ilkesinin işe koşulduğu bir alandır ve sosyal bütünleşmenin sonucunda ortaya çıkan bir yapıdır.

Youtube’u üreterek diğer sosyal ağlarla mücadeleye giren kurucuları Steve Chen ve Chad Hurley ile Youtube’u içerik üreticisi ve tüketicisi olarak kullanan kullanıcıları, karşılıklı bir sosyal bütünleşmenin aktörleridir. Zira Youtube’un kurucuları, kullanıcıların istekleri ve talepleri doğrultusunda ağı geliştirme yoluna gitmekte, kullanıcılar da içerik üreterek ya da tüketerek Youtube’u yeniden yapılandırmaktadırlar. Bu yapılandırmanın temel motivasyonu kurucuları açısından reklam geliri ve veri elde etmek, içerik üreticileri ya da tüketicileri bakımından ise sahip oldukları sermaye/kaynakların hacmini genişletmektedir. Kurucuların ve kullanıcıların sahip oldukları sermaye/kaynakları artırma ya da genişletme amacı, Youtube’un bütünleşik bir yapı kazanmasına imkan tanır. Youtube’un zaman ve mekan anlamında aynı yerde bulunmayan toplumsal faillerin zaman ve mekan boyunca yayılan etkileşimleri sayesinde, Giddens’in (2000) da belirttiği gibi bireysel ve kurumsal anlamda bir sosyal ağ olarak sosyal bütünleşme ve sistem bütünleşmesi arasındaki ayrım ortadan kalkmaktadır. Diğer taraftan bu ayrım, toplumsal faillerin üretici ya da tüketici özelliklerinin de bütünleşmesini de ifade eder. Kullanıcılar,

Youtube'un özelliklerinin güncellenmesi, hassas içerikleri vb. konularda geri bildirimde bulunarak Youtube'un kurucularıyla etkileşim kurarlar ve bu durum kullanıcıların hem üretici hem de tüketici eylemlerinin bileşimiyle onlara yeni bir kimlik kazandırır. Bu kimlik, çevrim içi ve çevrim dışı kimliğin bileşimidir ve çevrim içi kimlik çevrim dışı kimlik tarafından oluşturulmaktadır (Baker, 2009). Kimlikler, ekonomik, sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerin artırılması ya da genişletilmesi sonucunda değişip dönüşebilmektedir.

Youtube, kullanım kolaylığı sayesinde kullanıcıları arasında fenomenler yaratarak kurumsallaşan bir yapıya sahiptir. Güç ilişkileri bakımından toplumsal faillerin mücadelelerine sahne olan Youtube'da çıkarlarına göre hareket eden Youtuberlar ve takipçileri, nesnel düzenliliğe sahip bir biçimde birbirleriyle mücadele etmektedirler. Bourdieu, bu mücadeleyi ilişkisel olarak ele almakta ve *oyun* kavramıyla açıklamaktadır (Bourdieu, 2021). Alanda konumlanan her toplumsal fail, Giddens'in (2000) belirttiği gibi karşılıklılık ilkesi çerçevesinde stratejiler geliştirir ve alandaki konumunu sahip olduğu sermaye ya da kaynakları genişleterek değiştirmeyi amaçlar. Bu bakımdan Youtube'da konumlanan fenomenler ve takipçilerinin çıkarları ortaktır ve "bu ortaklık alandaki kuralların meşru kabul edilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır" (Bourdieu, 2016c, s. 115). Bir alan olarak Youtube'un kuralları vardır ve bu kurallar kullanıcılarının geri bildirimleri ve sahiplik yapısının amaçları doğrultusunda yeniden düzenlenebilmektedir. Bu kurallar, Bourdieu'nün de alan metaforunda ifade ettiği gibi Youtube'un *doxalarıdır*. Araştırmaya katılan takipçiler ve Youtuberlar da sahip oldukları sermaye/kaynakları artırmak ve sosyal uzamda konumlarını değiştirebilmek için Youtube'da çeşitli oyunlara katılmaktadırlar. Bu bölümün ilk kısmında Youtuber takipçilerinin ekonomik, sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerinin hacimlerini artırma ve genişletme amacıyla sosyal uzamda nasıl konumlandıkları ve hangi davranışları sergiledikleri üzerinde durulacaktır.

Araştırmaya katılan Youtuber takipçileri, sosyal yaşamlarında sahip oldukları sermayeleri dijital alanlarda kullanabilen ve aynı zamanda sahip oldukları çevrim içi ve çevrim dışı sermayeleri birbirine dönüştürme amacıyla hareket eden toplumsal faillerdir. Çalışmanın kuramsal çerçevesinde yer alan Bourdieu'nün sermaye kavramı ve Giddens'in kaynak kavramı, araştırmaya katılan Youtuber takipçilerine

açıklanmış ve bu bağlamda sermayelerinin değişimi/dönüşümü konusunda sorular sorulmuştur. Bourdieu'nün (2021) ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermaye olarak dört başlıkta incelediği sermaye tipleri, Youtuber takipçilerinin çeşitli amaçlar doğrultusunda sahip oldukları sermaye ya da kaynakları birbirine çevrilebilir özelliğinden yararlanarak artırma/genişletme yoluna gitmişlerdir. Katılımcıların yarısından fazlası sahip oldukları ekonomik ve simgesel sermayeleri genişletme amacı taşımaktadır. Ekonomik sermaye, Youtuberların seçilmesinde önemli bir kaynaktır ve bu kaynak işlevsel anlamda diğer sermaye biçimlerine de dönüştürülmektedir:

“Tabii ki maddi gelirim ile takip ettiğim Youtuberları belirleyebiliyorum. Her gün spor yapıyorum, kas onarımı ve bulk döneminde neler yiyip yemeyeceğim konusunda Youtuberları tek tek dinliyorum ama aralarında seçim yapmak zorundayım. Çünkü maddi geliriniz belli ve onların her söylediği yiyeceği almam mümkün değil.” (K24)

“Annem evde olmadığı zamanlarda evde yemek yapmak için Youtube’a bakıyorum. Bu konuda gerçekten çok iyi bir arşiv bence Youtube ama malzemelerin tamamını almak ateş pahası. O yüzden pratik, fiyat olarak uygun şeyler tavsiye edenlere bakıyorum”(K5)

“Paranın olmadığı yerde hiçbir şey olmuyor ne yazık ki. Ben mesela premium olarak bilinen markaları çok seviyorum, almak istiyorum ama param yetmiyor. Mesela bir eyeliner bile almak çok zorluyor bu zamanda.”(K16)

Ekonomik sermayenin Youtuberların takip edilmesinde bir ölçüt olması, fiziki sosyal yaşam alanında var olan koşulların dijital sosyal yaşam alanını etkilediğine işaret eder. Ekonomik sermaye hacminin yetersizliği, bazen de Youtuber takipçilerinin takip ettikleri Youtuberların takip edilmemesi ile sonuçlanmaktadır. Katılımcı K8, K22 ve K12 takip ettikleri Youtuberların ilk zamanlarındaki içeriklerinin değişmesine bağlı olarak Youtuberları takip etmeyi bıraktıklarını ve bunun temelinde sahip oldukları ekonomik sermayenin hacminin etkili olduğunu ifade etmişlerdir:

“Şimdi şöyle bir durum var. Göz kalemi, ruj vesaire gibi şeyler için takip ettiğim Youtuberlar vardı. Bu Youtuberlar öyle bir yükseldiler ki takipçi

sayıları, ekrana çıkmalar falan bir anda herkes tarafından bilinen kişiler oldular. Ee haliyle de içeriklerini değiştirmeye başladılar. Onların incelediği markaları onlar tanıtıyor ve para da alıyor. Bizim o kadar paramız olmuyor. Bir şeyi alamadıkça da siniriniz bozuluyor. O yüzden onları izlemiyorum artık.” (K8)

“Çok lüks mekanlar ve restoranlarda çekim yapmaya başladı. İzledikten sonra fiyatı uygunsa o restoranlara gidip tavsiye ettikleri yemekleri yiyordum. Ama ülkenin koşulları her geçen gün pahalılığın artması yüzünden artık gidemiyorum ve izlemiyorum doğal olarak.” (K22)

“Youtuberlar o kadar çok reklam alıyor ki onları dinlersem aç kalırım. (K12)

Ekonomik sermaye, sosyal uzamda toplumsal faillerin yatay veya dikey bir biçimde konumlanmalarını belirleyen temel ölçüt olarak faillerin sınıfsal pratiklerini sınırlamakta ya da genişletmektedir. Katılımcılar ekonomik sermayelerinin hacmine ve genişliğine göre seçimlerde bulunmaktadır. Bu seçimin yukarıda bahsedilen katılımcılar özelinde düşünüldüğünde, Youtube bağlamında toplumsal mücadelede takipçi faillerin eyleyici özelliklerini güç çerçevesinde kullanmadıklarını ve sınıfsal özelliklerini korumaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu çabanın temelinde ise sahip oldukları habitus etkilidir. Sosyal uzamda mücadeleye girişen failler, yatay ya da dikey hareketlilik sonucunda yukarı yönde konumlanma çabasına girişeler de önceki sahip oldukları sınıfsal konumu, bedensel ve zihinsel bir forma dönüşen habituslarıyla belli ederler (Bourdieu, 2021, s. 37). Katılımcıların sahip oldukları habitusu koruma güdüsü, Bourdieu’nün *oyun* metaforunda ifade ettiği stratejilerle ilişkilidir. Katılımcılardan K8, K12, K22 koruma stratejisini benimseyerek toplumsal alanda sahip oldukları sermayeleri korumaya çalışmaktadırlar.

Alanda ekonomik, kültürel, sosyal ve kültürel sermayeleriyle *oyuna* katılan Youtuber takipçilerinden bazıları ise sahip oldukları ekonomik sermaye ve kaynakları geliştirerek kültürel ve simgesel sermayelerini genişletmek istemektedirler. Bu istek, Youtuber takipçilerinin alanda konumlanan diğer faillerle olan mücadelelerinde alanda var olan kuralları yıkma stratejisini benimsediklerine işaret etmektedir. Zira katılımcılardan K3, K18, K4, K13 Youtuberların tavsiyelerini bire bir yerine getirmekte ve hatta bunun için para biriktirmekte ya da çalışmaktadırlar:

“Babamın verdiği harçlıkların dışında da ablamdan da harçlık istiyorum, hepsini biriktiriyorum ve alıyorum. Yani zaten bu konuda iki Youtuber ne derse benim için tamam. Tavsiye ettikleri ürünler gerçekten çok kaliteli ve marka şeyler” (K3)

“Bunun için özel ders veriyorum desem güler misiniz ? Okul dışında üniversite zamanından bilgilerimle ekstra özel ders veriyorum. Ek gelir sağlıyorum ve direkt Zorlu’ya gidiyorum” (K18)

“Oturduğum mekanlarda post atmayı bir adet hâline getirdim. Çok ünlü yerlerde post atınca beğeni sayım da artıyor. Hesaplarım zaten açık herkese.(K4)

Mekânları tek tek gezeceğime Youtuberlardan öğreniyorum hatta orada ne sipariş verip vermemem konusunda bile bana yardımcı oluyorlar” (K13)

Youtuber takipçilerinin Youtube’da gerçekleştirmiş oldukları eylemler, ekonomik sermayelerinin yanı sıra sahip oldukları kültürel sermaye ile de yakından ilişkilidir. Kültürel sermaye, sembolik ayrımları yeniden üreten bir sermaye formu olarak aile yoluyla edinilen ve geliştirilen bir kaynaktır. Bourdieu (2021, s. 35), toplumsal sınıf ve toplumsal uzam tartışmasında kültürel sermayenin toplumsal eşitsizlikleri yeniden ürettiğini ve bu sermaye biçiminin ailenin mirası biçiminde toplumsal failerin habitusunda bedenselleştiğini söyler. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde Bourdieu’nün sınıf analizinde de ifade ettiği toplumsal ayrımların ortaya çıkışında, sahip olunan kültürel sermayenin etkili olduğu tespit edilmiştir. Ailenin sahip olduğu ekonomik ve kültürel sermaye, gençlerin toplumsal yaşamları boyunca sınıfsal fraksiyonlarını belirlemektedir. Toplumsal uzamda yeterli ekonomik sermayeye sahip olan aileler, çocuklarını eğitim, beğeni anlayışı gibi konularda sahip oldukları yatkınlıkları ve sınıfsal özellikleri küçük yaşlardan itibaren onlara aktararak yetiştirmektedirler. Kültürel sermaye bu anlamda doğuştan elde edilmekte ve habitusu kuran yetenek, bilgi ve beceriyi kapsamaktadır (Bourdieu, 1986, s. 243). Katılımcılardan K13, K18’in ortak düşünceleri benimsemesi ve benzer doğrultuda eylemler gerçekleştirmeleri, habitusun sosyal eşitsizlikleri kültürel sermaye aracılığıyla yeniden üretmesine neden olmaktadır. Çocukluk yıllarından itibaren belirli bir sınıfa mensup olan katılımcılar, toplumsal ve maddi zorunlulukları erdeme

dönüştürerek sahip oldukları toplumsal koşulları pratik bakımından sorgulamadan kabul etmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların bu davranışları, sahip oldukları nesnel koşullara uyum gösterdiklerini ve sahip oldukları sınıfsal habitusu kader olarak görmelerine yol açmaktadır (Bourdieu, 1990).

Araştırmaya katılan katılımcıların kültürel pratiklerini geliştirmek, kültürel ve simgesel bakımdan kendilerini diğer toplumsal faillerden ayırtmak istedikleri düşüncesinin yaygın olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada Youtuberların sahip oldukları sermayelerin takipçilerinin sermayelerini tanımladığı ve sermayenin takipçilerle Youtuberlar arasında bir bağlılık oluşturduğu görülmüştür. Youtuberları takip eden katılımcıların çoğu, sahip oldukları kültürel sermayenin Youtuberlarda da olduğunu düşünmekte ve Youtuberları kendi hayat görüşüne yakın kişiler olarak görmektedirler. Youtuberların içeriklerinde yer alan sınıfsal pratikler, takipçilerinin kendileriyle ortak bir aidiyet duygusu geliştirmelerine imkan tanımıştır. Birbirini şahsen tanımayan toplumsal failerin Youtube aracılığıyla kolektif bir ağ içerisinde olmaları, Youtube'un toplumsal faileri bir araya getiren bir alan olduğunu göstermektedir:

“Genel olarak benim kendimi gördüğüm, geliştirdiğim kanallar var. Keyif alarak seyrediyorum çünkü kendimden izler var. Hatta bazen diyorum ki acaba ben o Youtuberla aynı yerde bulundum mu, bu kadar mı aynı düşünüyoruz diye.” (K23).

“Arkadaşınızla kafalarınız ya da zihniyetiniz nasıl uyuyorsa benim de takip ettiğim Youtuberlarla öyle. Hayatınızda yaşadığınız zorluklar aynıysa sonuçlar da aynı oluyor ve siz kendinizden bir şeyler görüyorsunuz onlarda. Bu beni mutlu da ediyor ama mutsuz da ediyor çünkü yaşadıklarımız her zaman mutlulukla sonuçlanmıyor” (K2).

“Kendimi geliştirme konusunda gerçekten çok işe yarıyor Youtuberlar. Vücut geliştirme konusunda aşama aşama çektiği videolarda nasıl gelişimini görüyorsak ben de aynı şekilde geliyorum. Yani onun her videoda yaptığını ben de yapıyorum ve ben de geliyorum. Sanki konuşmayan iki arkadaş gibiyiz. Birbirimizi görüyoruz ama tanımıyoruz” (K6).

Youtuberlar ve takipçileri arasında ortaya çıkan kolektif uzlaş, sembolik ayrımların da toplumsal alanlarda ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Youtuber takipçilerinin toplumsal yaşamda verili olan sembolik değeri benimsedikleri ve bu sembolik değeri üzerinden toplumsal yaşamlarına yön verdikleri görülmüştür. Bu bağlamda Youtuberların alanda sahip olduğu sermaye türlerinin toplumsal pratikleri nasıl şekillendirdiğı ve alanda konumlanmalarında sermayenin etkisini tartışmak önem kazanır.

4.6.2.3.3. Yanlış Tanımın İçselleştirilmesi: “Yalnız Değilmişim”

Bourdieu, pratik teorisinde sınıf kavramını ve sınıfsal farklılıkların kökeninde nelerin yattığını geniş bir perspektifle analiz etmiştir. Sınıfsal farklılıkların üretiminde yalnızca ekonomik sebeplerin değil, kültürel, simgesel ve sosyal nedenlerin de etkili olduğu düşüncesini habitus ve sermaye kavramıyla açıklamaya girişen ünlü düşünür, sınıfsal farklılıkların beğeni anlayışı, moda ve stil anlayışı gibi toplumsal pratiklere içkin bir biçimde habitusa işlenmiş yapılar olduğunu belirtmektedir (Bourdieu, 2015c). Toplumsal faillerin estetik anlayış ve zevklerinde var olan ayrımlar iyi/kötü, güzel/çirkin biçiminde karşıtlıklarla ortaya çıkarak toplumsal eşitsizliklerin meşrulaştırılması ve sembolik ayrımların dijital ve fiziki sosyal yaşam alanlarında yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Araştırmaya katılan Youtuber takipçileri ve Youtuberların da özellikle beğeni konusunda iki farklı düşünceye sahip oldukları belirlenmiştir. Youtuberlar, çektikleri videoların içeriklerinde özgünlüğe ve seçkinliğe vurgu yaparken Youtuber takipçilerinin çoğunun popüler beğeni anlayışıyla hareket ettikleri ancak popüler beğeni anlayışı olarak nitelendirdikleri beğeni anlayışının hâkim sınıfların alt sınıflara sembolik bir biçimde dayattıkları özgürlük beğenisi olduğunu bilmedikleri tespit edilmiştir. Bu bölümde Youtuber takipçilerinin moda, sınıf ve beğeni konularında yaşadıkları deneyimler, motivasyonlar ve pratikler Bourdieu ve Giddens’ın sınıf analizi kapsamında tartışılmıştır.

Araştırmaya katılan Youtuber takipçilerine ilk olarak sınıfsal anlamda kendilerini hangi konumda gördükleri ve ait olduklarını düşündükleri sınıfın özelliklerine sahip olup olmadıkları sorulmuştur. Bu sorudan hareketle, Youtuberların içeriklerini takip ettikten sonra sınıfsal pratik ve anlayışlarının değışip

değişmediği sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan K3, K8, K19, K20 dışındaki katılımcılar, Youtuberların beğeni anlayışıyla kendi beğeni anlayışlarının örtük bir benzerlik taşıdığını ve bazı beğeni ve sınıfsal özelliklerinin değiştiğini ifade etmişlerdir. Youtuberların beğeni anlayışını benimsemeyen ve Youtuberlara eleştirilerde bulunan katılımcıların da bu düşüncüyü benimsememesinin temelinde yeterli ekonomik sermayeye sahip olmamaları belirlenmiştir. Araştırmada beğeni anlayışının şekillenmesinde, üst sınıfların beğeni anlayışı etkilidir:

“Zaten benim beğeni anlayışım, herkeste olan bir anlayış. Yani çevrem de benim gibi. Sağlıklı olmak, ince bir vücuda sahip olmak. Ona göre de istediğin şeyi giyebiliyorsun. Onların üstünde elbiseler güzel durunca ben de özeniyorum ve ona göre bir şeyler alıyorum, deniyorum, giyiyorum ” (K14).

“Şimdiki zamanda benim beğendiğim şeyleri başkalarında da görüyorum dışarda. Demek ki diyorum bu kadın da benim takip ettiğim Youtuber’ı takip ediyor. Çünkü onun önerdiği elbise Türkiye’de sayılı bir biçimde yapılıyor hatta daha doğrusu yurt dışından geliyor. O zaman mutlu da olmuyor değilim, normalde başkasında sizin aldığınız şeyi görmek rahatsız eder ama ben mutlu da oluyorum. Demek ki yalnız değilmişim diyorum ne yalan söyleyeyim.” (K11).

“Günümüzde bence artık Youtuberlar beğeni anlayışımızı önemli ölçüde şekillendiriyor. Örnek vereyim. Youtuberların bazıları mesleklere göre kılık-kıyafet konusunda videolar çekiyorlar. Avukat, doktor, öğretmen ne olursa olsun onların nasıl giyinmesi gerektiğiyle ilgili videolar var. Öğretmen olarak bunu tercih edebilirsiniz, doktor olarak şunu giyebilirsiniz gibi. Yani her mesleğe özel kıyafet ve makyaj yapımı var” (K18).

“Yani Youtuberları takip ediyorum ama her şeye de tamam demek, kabul etmek saçmalık olur. Yani bir insanın kendi düşüncesi de olmalı. Onun düşünceleriyle kendi düşüncelerimi birleştirmek daha mantıklı. Onların tanıttığı şeyleri kendileri almıyor ki ya bedava geliyor ya da çok ucuza alıyorlar”(K12)

“Benim bu konuda düşüncem şöyle: Param varsa tabi ki moda olan şeylere bakarım. Sonuçta hangi marka olursa olsun kendimi üstte görmek ve ona göre yaşamak isterim. Bence bunun kadar da doğal bir şey yok hayatta. Hayatın akışında olan bir şey.”(K5)

Katılımcıların ifadelerinde de görüldüğü üzere ekonomik sermayenin sınıfsal özelliklerin üretiminde belirleyici bir rolünün olduğu açıktır. Toplumsal olarak farklı

sınıfsal özelliklere sahip olan katılımcılar, beğeni konusunda benzer düşüncelere sahiptir ve bu düşüncenin ortak bir düşünceye dönüşmesinde nesnelleştirilmiş bir biçimde hâkim olan beğeni anlayışının toplumda karşılık bulmasıdır. Hâkim beğeni anlayışına göre hareket eden katılımcıların hâkim beğeni anlayışıyla eylemlerini düzenlemesi Bourdieu ve Giddens'ın toplumsallaşma süreci açıklama amacıyla başvurdukları habitus ve yapı kavramını akla getirmektedir. Toplumsallaşma sürecinde toplumun nesnelleştirdiği kurallar ya da düşünceler, toplumsal faillere birer karşılanması zorunlu olan beklentiler biçiminde yansımaktadır. Beklentilerin, toplumsal koşulların sınırları dahilinde toplumsal failer tarafından eylemler aracılığıyla karşılanması, toplumsallaşmanın ön koşuludur ve bu ön koşul habitus ya da yapıların üretici özelliğiyle somutlaşmaktadır (Bourdieu, 2021, s. 295; Giddens, 2020, s. 71). Katılımcıların hâkim beğeni anlayışıyla hareket etmesi sonucunda tüketim pratikleri de toplum tarafından dayatılan beklentilere göre şekillenmektedir. Toplum tarafından verili hâle getirilmiş olan ve toplumsal failer aracılığıyla yaygınlaşan hâkim beğeni anlayışının cisimleştiği yer bedendir. Ancak araştırmaya katılan Youtuber takipçilerinin bazıları, hâkim beğeni anlayışı ile yani kendilerini sembolik anlamda üst sınıf olarak gösterecekleri ürünlerin tanıtımı için Youtuberları takip ettiklerini belirtse de sosyal çevrelerinde popülerleşen ürünler için Youtuberları takip ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda üst sınıfların hâkim beğeni anlayışına sahip olan Youtuber takipçilerine, hâkim beğeni anlayışı ve popüler beğeni anlayışı hakkında bilgi verilerek Youtuberlar bağlamında beğeni anlayışları hakkında sorular sorulmuştur. Araştırmaya katılan K6, K14 haricindeki katılımcıların popüler beğeni anlayışı çerçevesinde Youtuberları takip ettikleri, tüketim pratiklerini şekillendirdikleri anlaşılmıştır. Popüler beğeni anlayışını benimseyen bazı katılımcıların düşünceleri şu şekildedir:

“Dışarda herkeste görünce merak edip kim önerdi diye bakıyorum internetten. Sonra o Youtuber'ın diğer videolarını da inceliyorum, her şeyi ayrıntısıyla açıklıyor. Öyle olunca da takibe alıyorum. Çok pahalı ürünleri aldırıyor zaten”(K4)

“Beğenilmek için çok şey alıyorum. Arkadaşlarımın okulda beni övmesi çok hoşuma gidiyor. Bana bakarak giyiniyorlar bile diyebilirim. Bunda çok etkili takip ettiklerim çünkü onların tavsiye ettikleri ürünleri başkalarında da görmemek çok zor.”(K11)

“İş yerindeki arkadaşlarımla Youtuberların tavsiye ettiği elbise ya da çantaları konuşuyoruz. Ben alıyorum, bende güzel durduğunu görünce onlar da farklı renk ya da o ürüne benzeyen başka şeyler alıyorlar. Hepimiz aynı tarzda olsak da dışardaki insanlardan daha şık olduğumuzu düşünüyorum.” (K21)

“Youtube’da çok fazla tanıtım yapan Youtuber var hâliyle ama ben kendi tarzıma uygun şeylere yakın şeyler tanıtan Youtuberlara bakıyorum. Tabiki benim gibi çok insan var ama onların söz ettiği ürünleri herkes alamaz. Farklı ürünler, kimsede olmayan ürünler.”(K23)

Youtuber takipçilerinin kendilerini diğer toplumsal faillerden ayırıştırma ve farklılaştırma çabasına girişmeler de eylemleri toplum tarafından yaygınlaştırılan ve ikonik bir biçimde moda hâline gelen popüler ürünlerin tüketimi biçiminde tezahür etmektedir. Kendine özgün bir stil ya da yaşam tarzı oluşturma amacıyla Youtuberları takip eden katılımcıların beğeni anlayışlarını Youtuberların içeriklerine düzenlemişler ve özgür bir biçimde beğeni anlayışı geliştirmemişlerdir. Youtuberların içeriklerinde yer alan söylemlere göre hareket eden katılımcıların homojen bir çevrim içi kimliğe sahip oldukları ve beğeni anlayışlarının üretiminde de zorunluluğa tabi oldukları açıktır. Nitekim zorunluluklar, hâkim sınıfın beğeni anlayışının popüler beğeni anlayışının yaygınlaşmasıyla kendini yukarıda konumlandırmaktadır. Diğer bir ifadeyle açıklayacak olursak toplumsal faillerin popüler beğeni anlayışını yeniden üretmesiyle sosyal uzamda ya da toplumsal alanlarda hâkim beğeni anlayışı kendini ona göre sabitleştirmekte ve korumaktadır. Katılımcılardan K14 ve K18 ise beğeni anlayışlarının oluşmasında doğallığa ve seçkinliğe vurgu yapmışlardır. Sosyal uzamda ve toplumsal alanlarda kendini farklılaştırmanın temel dinamiği, özgün bir beğeni anlayışına sahip olmaktır:

“Milletin kullandığı ya da sürekli bahsettiği şeyden uzak durmak benim eskiden beri yaptığım aslında. Çünkü benim diğerlerinden bir farkım olmalı. Takip ettiğim Youtuberların tavsiyelerine de bu yönde bakmam da etkili bu düşüncem. Mesela seçkin ya da beni daha asil gösterecek şeylere bakıyorum. Alacağım sitede ya da mağazada satın alınma oranlarına bakıyorum, ona göre karar veriyorum almaya.” (K14)

“Doğal şeylere ya da nasıl diyeyim beni yapay gösterecek şeylere yönelmem. Etrafta çok görüyoruz. Doğal olmadığı o kadar belli ki. Bize önerse de yorumlara bakıyorum. Gerçekten bir kadını doğal gösterdiğine kanaat getirirsem o tavsiyeye uyuyorum.”(K18)

Bourdieu (2015c), *Toplumsal Ayrım* adlı eserinde hâkim sınıfların sahip olduğu beğeni anlayışının özgürlük biçiminde ortaya çıktığını belirtir. Katılımcıların ifadelerinde Bourdieu’nün özgürlük beğenisi ile popüler beğeni arasındaki ayrımı net bir şekilde görmek mümkündür. Katılımcı K14 ve K18, gündelik pratiklerinde doğallığa sahip olmayı seçkin kültüre sahip olma ile özdeşirmektedirler. Bir şeyin seçkin olup olmamasına hâkim sınıflar karar vermekte ve alt sınıflarda yer alan toplumsal faillerin pratiklerini biçimselleştirerek stilize etmelerini sağlamaktadırlar. Youtuberlar, sıradan bir ürünü bile seçkinlik duygusu yükleyerek takipçilerine özgün olma düşüncesi aşlamakta ve hâkim sınıfların beğeni anlayışını meşrulaştırmaktadır. Böylece sıradan bir eylem bile işlevselleştirilerek sıradanlıktan çıkmaktadır (Swartz, 2011, s. 233).

Toplumsal faillerin sahip oldukları beğeni anlayışının somutlaştığı pratiklerin en çok görünür kılındığı alanlar ise toplumsal faillerin bedenleridir. Beden, toplumsal faillerin kendilerini toplumsal alanlarda ayrıştırmak için şekillendirdikleri bir alanı ifade etmektedir. Bu şekillendirme süreci toplumsal koşullar ve toplumsal yapılardan bağımsız değildir ve beden toplumsal yapılar tarafından yapılandırılan bir alandır (Turner, 1996). Sınıfsal habitusun işlerlik kazanmasında bilişsellik kadar bedensellik de etkilidir. Beden, toplumsal faillerin sahip oldukları kökeninin -Bourdieu’nün ifadesiyle- sınıfsal habitusunun kültürel bağlamlarını açığa çıkarmasını ve görünür kılmasını sağlar. Toplumsal değerler, *bedensel hexis* (Swartz, 2011, s. 154) içerisinde sembolleşmekte ve toplumsal faillerin ait oldukları sınıfsal habituslarının işlerlik kazanmasında kendini göstermektedir. “Bir sınıf için ortak olan başarı ve başarısızlık olasılıkları, bilişsel yatkınlıkların yanı sıra bedensel biçim altında da ‘cisimleştirilir’. Söylemsel ifadeler kadar, fiziksel hâl ve tavırlarda, tarzda (duruş ve yürüme şekli gibi) kendini gösterir” (Swartz, 2011, s. 154). *Bedensel hexisin* habitusla yapılandırılması sonucunda toplumsal ayrımlar ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede sınıfsal bir özellik olarak araştırmaya katılan Youtuber takipçilerine bedensel

pratikleri hakkında sorular sorulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcılar, *bedensel hexislerinin* aile ve sosyal çevrenin etkisiyle geliştiğini, takip ettikleri Youtuberlarla da yemek, sağlık ve bedensel duruşlar bağlamında zihinsel bir ortaklığa sahip olduklarını aktarmışlardır:

“Kilo vermek ve kilo almak hayatın rutini ancak sağlıklı beslenmek apayrı bir şey. Sağlıklı beslenme ile ilgili tüyolar alıyorum ben. Küçük notlar hâlinde mutfığa asıyorum ve yemek hazırlarken bunları dikkate almadan yemek hazırlamıyorum.”(K2)

“İnsanın dışarda düzgün bir şekilde yürüyüşü ya da koşması çok önemli sağlık açısından. Bu yüzden düzenli spor yapıyorum, yürüyüş ve egzersizler yapıyorum. Hem zinde kalıyorum hem de düzgün bir fiziğe sahip oluyorum. Bunun tekniklerini de Youtuberlardan öğreniyorum. O kadar doğru bildiğim yanlışlar var ki siz de eminim şaşırırsınız!”(K6)

“Bu hususta takibe aldığım iki kadın Youtuber var. Dinginlik ve zayıflığı hayat felsefesi hâline getirmişler resmen. Ben de yaş ilerledikçe ilerde sıkıntı yaşamamak adına kendimce evde bir şeyler yapıyorum. Mesela geçen ay yoga için bir şeyler aldım ve evde nefes açma vesaire birçok şey yaptım. Ben minderim üzerinde, o karşımda. Birebir hareketlerini yapıyorum.”(K11)

“Bizde mutfak ve yemek tarzı eskiden beri aynıdır. Yani annem ve babam hep sağlıklı beslenir. Ben de öyle ablam da öyle -kardeşimi saymazsak-. Onlar küçük yaşlardan bu zamana şekerli şeylerden, sağlıksız şeylerden uzak durmamızı öğrettiler. Zeytinyağlı şeyler hep dolapta olur bizim. Et tarzı şeyler pek yemem...”(K16)

“Babam et girmeyen eve dert girer der. Ailece spora çok önem veriyoruz. Babam emekli asker. Her gün sabah koşu, bazen de yürüyüş yaparız bizim sitede. Vücudumu istediğim şekilde tutabilmem de bu sayede oluyor. Youtuberları da buna göre seçiyorum açıkçası. Protein ağırlıklı içerikleri olan Youtuberlar hep takibimde.”(K17)

Youtuber takipçilerinin bedensel pratikleriyle ilgili belirttikleri ifadeler değerlendirildiğinde aile yoluyla elde edilmiş yatkınlıkların içselleştirildiği ve Youtuberlar aracılığıyla da bu bedensel pratiklerin yeniden düzenlenerek bedende cisimleştiği görülmektedir. Yeme içme pratikleri, yürüyüş ve duruş tarzları gibi sınıfsal habitus pratikleri, kamusal alanda toplumsal failler tarafından bedende

cisimleştirilirken ayrımlar ortaya çıkar. Bu ayrımlar, faillerin bulundukları ortamda sahip oldukları sınıfsal özellikleri tanımlamaktadır:

“Şimdi ne yediğiniz ne içtiğiniz önemli. Okulda, iş yerinde, evde bile ne giydiğiniz önemli. Yani ben çok önem veririm, çok hassasım bu konuda. Her biri için ayrı bir kombin yaparım. Gittiğiniz toplantıda şık olmak zorundasınız öyle değil mi? Mesela siz şimdi tez yazıyorsunuz, savunma yaparken ona göre davranmak, giyinmek zorundasınız. O yüzden ortama göre giyinmek için videolar var. Onları seyrederim, çok güzel öneriler sunuyorlar.”(K13)

“Sizin kendi vücudunuzu tanımanız çok önemli bir şey. Önemli çünkü ona göre giyinmek zorundasınız. Göbekli birine slim-fit bir şey olur mu olmaz. Oversize giymesi lazım onun. Bunları da Youtuberlar güzel anlatıyor. Hangi yerde ne yapacaksan ona göre bir şeyler sunuyorlar. Onlar bu konuda daha deneyimli çünkü paraları var ve her ortama giriyorlar.”(K19)

“Sizi başkalarından ayıran şeydir giyinmek, konuşmak. Sizin de kimliğinizdir. Siz nasıl giyinirseniz ona göre toplumda da saygınlık görürsünüz. Sizin özgünlüğünüz sizin ait olduğunuz aileyi temsil ediyor bir nevi.. Mesela siz yabancı bir ülkeye bile gittiğinizde Türkiye’den geldiğinizi belli ediyorsunuz”(K24).

Katılımcıların ifadeleri, sahip oldukları habitusun kökleşmiş olduğunu ve toplumsal yaşamın izlerini taşıdığını gösterir. Buna ek olarak katılımcılar, bulundukları ortamlarda Youtuberlar aracılığıyla edindikleri bedensel pratikler aracılığıyla aynı sınıfsal özelliklere sahip toplumsal faillerle de dijital ve sosyal alanlarda tanışarak toplumsallaştıklarını da belirtmişlerdir. Bourdieu, bu durumu *Bekarlar Balosu* adlı eserinde köylüler ile kentliler arasındaki ayrımlar üzerinden açıklamıştır. Bourdieu (2009), bu eserinde evlilik ritüellerinin değişmesi sonucunda farklı sınıfsal özelliklere sahip gençlerin bir baloda bir araya geldiklerini ve bu baloda köylü sınıfında yer alan gençlerin *bedensel hexislerinden* utanç duyduklarını ifade etmektedir. Bourdieu’ye (2009, s. 91) göre, kentli dans figürlerine içkin bir habitusa sahip olmayan köylü gençlerin modern dansları icra edememesi sonucunda çekimser davranmaktadır. Bu utanç duygusu, köylü gençlerin kendi habituslarının farkında olmaları sonucudur (Bourdieu, 2009, s. 91). Katılımcıların kamusal

alanlarda farkında oldukları habitusa göre bedensel pratiklerini düzenlemesi de Bourdieu'nün sınıf analizini desteklemektedir.

Bedensel pratiklerin aile yoluyla edinilen yatkınlıkların sonucunda yeniden üretimi mümkün olsa da toplumsal faillerin kendi istek ve ihtiyaçları da bedensel pratikleri şekillendirebilmektedir. Giddens (2019), beden konusunda toplumsal faillerin ait oldukları kültürün içerisinde toplumsal faillerin eylemleriyle de dönüştüğünü belirtir. Katılımcılardan K7, K22 ailelerinin beden konusundaki görüşlerinden farklı bir biçimde hareket ettiklerini, izledikleri Youtuberların kendi kültürlerinden farklı bir sınıfsal kültürü temsil ettiklerini belirtmişlerdir:

“Bizim ailede zayıflık, zayıflık göstergesi biliyor musunuz? Biz Erzurumluyuz ancak ben bizimkilere göre Erzurumlular gibi değilmişim. Et yemediğim için ve zayıf olmaya dikkat ettiğim için beni dışlıyorlar. Dışardaki hayat başka. İşte, dışarda herkes seni süzüyor, sana bakıyor. Düzgün bir fiziğe sahip olmayı kötü olarak görüyorlar. Şişman olmak onların deyimiyle etli butlu olmak. Youtuberların zayıflık konusundaki daha doğrusu rejim yapma konusundaki önerilerini uygulamama annem çok kızıyor. Her gün bunları izliyorsun, sofrada bir şey yemiyorsun diyor. Yedikleri her şey çok zararlı aslında. Ben sadece sağlıklı kalmaya çalışıyorum”(K7)

“Aralıklı oruç diye bir şey öğrendim ben normalde oruç tutmam ama. Çok sağlıklı bir şey. Diyetisyenler bile öneriyormuş. Kilo vermek için birebir. Bizimkiler evde bir şey yemeyince normal oruç tuttuğumu zannediyordu ama onlara da anlattım bunu. Onlar da yapmaya başladı”(K22)

Katılımcıların aile ve sosyal çevresinden farklılaşma amacıyla farklı pratikleri benimseyerek bir ayrıma başvurmaları, egemen düşünce tahakkümünün ne denli etkili olduğunu göstermektedir. Egemen düşüncenin kadın ve erkek davranış kalıpları, *bedensel hexise* nüfuz ederek kadınlar ve erkekler arasında ayrımlara neden olmaktadır. Araştırmaya katılan Youtuber takipçilerinin kadınlık ve erkeklik rolleri konusunda egemen düşünce anlayışına sahip oldukları ancak kültürel ve ekonomik sermayenin etkisiyle bu düşünce anlayışını zaman zaman pratiklere dönüştüremediklerinin altını çizmişlerdir. Ancak bu noktada katılımcılar arasında bir farklılık söz konusudur. Kadın katılımcılar, sadece kadın katılımcıları takip ederken erkek katılımcılar da sadece erkek Youtuberları takip etmektedirler. Katılımcılara bunun temelinde yatan sebep sorulduğunda ise ihtiyaçların varlığı, cinsiyet farklılığı

ve Youtuberların hedef kitle olarak sadece erkek ya da kadın takipçilere seslendikleri şeklinde cevaplar alınmıştır. Bu durum, toplumsal failer arasında mütakabiliyet (Bourdieu, 2015c) ve karşılıklık (Giddens, 2020) ilişkisiyle iktidar biçimlerinin simgesel şiddet biçiminde yeniden kurulduğunun ispatı niteliğindedir:

“Sonuçta ben erkeğim, kadın Youtuber takip etmem. Yani vücut geliştirmek için zaten takip ediyorum. Kadınlar genelde zayıflama videoları falan çekiyor. Birkaç videolarına öyle bi bakmıştım. Ama dediğim gibi bana göre değil. Bir de çok sakın anlatıyorlar dinginlik falan. Ben hareketli, enerjik Youtuberları daha çok seviyorum. Kadınları bu noktada biraz geri planda görüyorum açıkçası.”
(K10)

“Takip ettiklerimin video başlıkları bile hey kızlar, kızlar bugün şunu yaptım gibi başlıklar. Yani onlarla özdeşleştiğimi, kardeş olduğumu hissettiriyor bana bu sözler. Hep genç kadınlara yönelik içerik paylaşıyorlar. Bu da beni yaşıma gereği mutlu ediyor. ” (K11)

“Şimdi kol geliştirmek için kadın Youtuber takip edilmez. Ya da araba videosu için. Kadın Youtuber takip etmem demiyorum ama bana uzak geliyor. Konuşma tarzları ve içerikleri çok sıradan geliyor yani samimi de gelmiyor açık söylemek gerekirse.”(K19)

“Şimdi tarzım için izliyorum ben bir de yemek yapmak için. Evde güzel yemek yapınca beni acayip övüyor bizimkiler. Arkadaşlarım da öyle özellikle erkek arkadaşlarım. İşte güzel olmuş makyajın ya da güzelmiş elbisen gibi. O yüzden de kadın Youtuberlar. Hakikaten sizi bebek gibi yapıyorlar aslında ben de bunu istiyorum. Barbie bebek gibi kusursuz olmak. İnce belli, sarışın ya da kumral.”
(K21)

Katılımcıların ifadeleri, sembolik şiddetin tahakküm edilenler tarafından doğal bir şeymiş gibi sıradanlaştırılarak benimsendiğini göstermektedir. Egemen düşüncede yer alan eril/dişil ayrımı, katılımcıların zihinlerinde yer alan algılayış tarzı ve toplumsal kalıpların habituslarına işlenmiş simgesel şiddet araçlarıdır. Bourdieu’nün sembolik şiddet kavramsallaştırmasında yer alan eril/dişil, alt/üst gibi ayrımlar, Youtuberları takip etme ve içerik seçiminde katılımcıların başvurdukları referans noktaları olmuştur. Bu bakımdan egemen düşüncenin habitusa işlenmiş olan algılama biçimleri ve düşünce tarzları, Youtuberların failliğiyle Youtuber takipçilerine aktarıldığını söylenebilir. Bu aktarımın doğal bir eylem olarak

görülmesi ve yadırganmaması, Bourdieu tarafından şu şekilde özetlenmektedir: “Sembolik güç doğrudan bedenler üzerinde ve herhangi bir fiziksel kuvvet olmadan uygulanan neredeyse büyü bir güç biçimidir; fakat bu büyü yalnızca bedenin derinliklerine su pınarları gibi gömülü bulunan yatkınlıklardan kaynağını alarak işleyebilir. Sembolik gücün, yatkınlıkların pınar gibi fişkirmasına yol açacak, çok az enerji gerektiren bir tetikleme gibi iş görmesi, uzun bir beyne bedene nakşetme faaliyetinin daha önceden kadınlar ve erkekler üzerinde yapılmış olması ve onların da buna tabi olmasından ileri gelir” (Bourdieu, 2018, s. 75).

4.6.2.3.4. Failliğin Dijital Hâli: “Ben de Yapabilirim!”

Youtube’un dijital kültürün inşasına ve gerçek yaşama olan etkisi, Youtuberlar ve takipçilerinin görece özerk eylemleri ile işlevselleşmektedir. Dijital sosyal bir ağ olan Youtube’un alan olarak fenomenleri ile bu ağı kullanan kullanıcı ya da takipçilerin davranış tarzları, eğilimleri, yatkınlıklarının etkileşimleri sonucunda yaşam tarzı ve beğeni anlayışlarının inşa edildiği ve kaydedildiği bir alan olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Youtube’un bir alan olarak işlemesi için gerekli olan mücadele araçlarından biri de habitustur. Habitus, Bourdieu’nün toplumsal mücadele ve tahakküm ilişkilerini açıklama konusunda sermaye ve alan kavramı ile beraber kavramsallaştırdığı anahtar kavramlarından biridir. Habitus, toplumsal ilişkilerin dijital sosyal alanlara taşınmasıyla toplumsal faillerin dijital sosyal ağlarda sahip oldukları sanal kimliklerin oluşumuna kaynaklık eden, çevrim içi ve çevrim dışı eğilim, yatkınlık ve pratiklerin geçişkenliğini ifade eden bir kavram olarak kullanılmaya başlamıştır. Habitusun bu formu, dijital habitus olarak adlandırılmaktadır (Papacharissi vd. 2013, s. 601-602). Dijital habitus, toplumsal faillerin tutum, davranış, yatkınlık ve eğilimlerinin çevrim dışı ve çevrim içi pratiklerinin karşılıklı etkileşimi sonucunda oluşturdukları sanal kimliği ifade eder. Youtube da Bourdieu’nün alan kavramsallaştırması çerçevesinde bir alan olduğu düşünüldüğünde, toplumsal faillerin eylemlerinin ve kimliklerinin etkileşimler sonucunda yeniden üretildiği bir alandır ve bu alanda habitusların değişmesinde Youtuberlar etkili olabilmektedir (Özdemir, 2020, s. 307). Youtuberlar, bir alan olarak Youtube’un özelliklerini yapılaştırarak sanal dünyada hiyerarşik düzenin üretimi konusunda takipçilerine eylem ya da davranış kalıpları sunmaktadır. Bu çerçevede araştırmaya katılan Youtuber takipçilerinin ve Youtuberların sahip

oldukları habituslarının çevrim içi ve çevrim dışı yaşamlarında nasıl bir etkisi olduğu önem kazanmaktadır.

Çevrim içi ve çevrim dışı yaşam alanlarında eylemlerini düzenleyen ve dönüştüren toplumsal failer, sahip oldukları habitusları sosyal uzamda korumak ya da bulundukları konumu değiştirmek için mücadeleye girerler. Bu bağlamda araştırmaya katılan Youtuber takipçilerinin Youtuberların düşünce, davranış ve eğilimleriyle kendi eylemlerini dönüştürdükleri görülmüştür. Katılımcıların tamamı, kendi çevrim içi ve çevrim dışı kimliklerinin birbirine etki ettiğini, Youtuberların da yaratıcı bir kimliğe sahip olduğunu ve bu yaratıcılığın kendilerine de etki ettiğini düşünmektedirler:

“Youtuberların bir şeyler yapabildiğini görünce ben de yapabilirim diyorum. Mesela bir arabanın lastiğini değiştirmek ya da bir aleti tamir edebilmek benim gözümde çok zor yapılabilecek bir şey gibi geliyordu. Şimdi Youtuberların Youtube dışında çok yetenekli insanlar olduklarını düşünmüyorum aslında ama onların da kendilerini video çekebilmek için geliştirebildiklerini düşünüyorum. Onlar da yapınca ben de yaparım dedim ve yapabiliyorum. Böyle düşünmemi de açıklayayım: Benim ailem bu konularda bana bir eğitim vermedi, yani öyle bir şeyimiz hiç yok. Ne annem ne babamda böyle bir özellik yok.” (K16)

“Şimdi Instagrama foto ya da hikaye atmak herkesin yaptığı bir şey. Yani çok basit ama o basitlikten ayrılmak istiyorum. Demek istediğim birisi hikayeme baktığında ya da fotoğrafımı gördüğünde aa ne kadar güzel ya da ne kullanmış filtre veya kolaj olarak demesi lazım. Sonra bana cevap olarak yazıyorlar zaten ne kullanıyorsun diye. Böyle olunca sizi taklit etmiş oluyorlar esasında. İşte Instagram ya da başka bir şeyde sizi özel kılan şey sizin o farklılığınız. O yüzden de Youtuberların bu konularda çok orijinal fikirlerini hemen yapıyorum”(K21)

“Sosyal medyanın gücü inanılmaz, hele ki Youtuberların. Bu konuda hakikaten çok geniş bir alan sunuyor Youtube. İstedğin Youtuber'ı seç, ondan araba özellikleri dinle, elbise tavsiyeleri dinle dinle babam dinle. Sonsuz çeşitlilikte. Tabiki benim dışardaki hayatımı etkiliyor. Konuşma tarzımı bile etkiliyor.”(K23)

“Mesela bir önerisiyle bir şey yaptım diyelim. Bunu gören etrafımdakiler nereden öğrendin diye soruyor, diyorum ki şu Youtuberdan. Hem takipçisi

artıyor hem de izlenme sayısı. Yani bana da kendisine de bir şeyler katıyor.”(K24)

“Daha önceden de söylemiştim hatırlarsanız. Elbise ya da herhangi bir şey alırken düşüncelerine hep bakarım ve ona göre hareket ederim.”(K11)

Katılımcıların kendi eğilimleri veya yatkınlıkları konusunda Youtuberları örnek bir model olarak görmeleri, sahip oldukları habitusun içselleştirilmesi ve nesnelleştirilmesi ile yakından ilişkilidir. K21’in aile yoluyla edinemediği yatkınlık ya da beceri temelli pratikleri Youtuberlar aracılığıyla kazanması, habitusun dijital bir form olarak sadece nesnel yapıların yeniden üretimiyle ortaya çıkmayan bir toplumsallık olduğunu göstermektedir. Zira habitus aile yoluyla dışsal yapıların içselleştirilmesiyle ortaya çıksa da toplumsal failerin çeşitli stratejiler geliştirmesini ve üretkenliğin açığa çıkmasına imkan tanıyan bir toplumsallık ürünüdür. Habitus, bu anlamda soyut yapısal belirleyicilik ile bireyin mikro öznelliği arasında orta bir yoldur (Bourdieu, 1990, s. 122) Katılımcı K21’in sahip olduğu sınıfsal habitusu aile ya da eğitim yoluyla içselleştirse de farklı sınıflara ait toplumsal özellikleri ya da yatkınlıkları kazanmak için Youtuberları takip ederek hareket etmesi, yine sahip olduğu habitusun özellikleriyle somutlaşmaktadır. Öyle ki K21’in ailesi söz edilen pratik ya da eylemlere sahip olmasa da aile üyelerinin ihtiyaç duydukları durumlarda eyleme geçerek güçlerini kullanmaları yönünde aile üyelerine kriz durumlarında mizaç ya da eğilim kazandırmışlardır. K21’in, bahsettiği eylem ya da pratikleri öğrenmesi ailesinin her zamanda yanında olmayacağı düşüncesinin çocukluk yıllarından itibaren habitusuna işlenmesinin bir sonucudur. Bu bağlamda “Habituslar kalıcı yatkınlık sistemleri, yapılandırıcı yapılar şeklinde yani kurallara itaatin ürünü olmadan sonuçları bilinçli olarak hedeflenmeden ve bunlara ulaşmak için gerekli işlemlere anında hakim olmadan ve böylece de bir orkestra şefinin örgütleyici eyleminin ürünü olmadan da kolektif olarak harmoni içinde olabilecek, nesnel olarak düzenlenmiş ve düzenli olabilecek pratik ve temsillerin üretilme ve yapılandırılma ilkesi olarak işlemeye eğilimli, yapılanmış yapılardır” (Bourdieu, 2018: s.158).

Diğer taraftan araştırmaya katılan bazı katılımcıların çevrim içi ve çevrim dışı yaşam alanlarında farklı pratikler ürettikleri ve sınıfsal özelliklerinden uzaklaşarak ayrı bir kimlik oluşturmaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Dijital sosyal yaşam alanında

sahip olunan sanal kimlikler, fiziki sosyal yaşam alanındaki kimlikten farklı özellikler taşımaktadır. Habitusun dijital ve fiziki sosyal yaşam alanında farklı olması, sahip olunan sermaye ile yakından ilişkilidir. Fiziki sosyal yaşam alanında olduğu gibi dijital sosyal yaşam alanında da toplumsal failler sermayelerin miktarı ve habitusları ile alanda mücadele edebilirler. Youtuberların önerileri, fiziki sosyal yaşam alanında sahip olunmayan habitusu dijitalleştirerek Youtuber takipçilerinin gerçekte sahip olmadıkları bir habitusa sahip olmalarını sağlamaktadır:

“Her şeye para yetmiyor. Ne yapıyorum, pratik şeyler arıyorum. Ucuz ama gösterişli. Youtuberların gençler sizi bulduğunuz ortamda yıldız yapacak, herkesin gözü sizde olacak önerilerimi sıralıyorum tarzında çok videosu. Yeterli miktarda olmasa da paranız, pratik şeylerle şık ya da güzel olabiliyorsunuz.”(K11)

“Bir abiye aldım diyelim, uygun fiyata ama çok güzel. Konserde, davette, toplantıda, düğünde giydiniz. Ee tabi bi de sosyal medyaya atmak lazım. Sosyal medyada beğeniler alıyor. Millet zannediyor ki pahalı marka bir şey ama alakası yok ki.”(K14)

“Benim gelirim belli. Aileme de destek oluyorum hatta. Ama çalışma ortamımda her sınıftan insan var. Şimdi çok lüks bir mekanda eğlenmeye gidelim diyorlar, ya da önemli bir toplantı olacak. Oraya sıradan bir takım elbiseyle ya da takım elbiseyle gitmek olmaz. Ne yapıyorum, bu konuda karşılaştırma videoları yayımlayan Youtuberlar var. Onları izliyorum. Zara’da bilmem şu fiyat ama muadili De Facto’da şu fiyat bunu alabilirsiniz diyor. Ben de hoşuma giderse ucuz olanı alıyorum.” (K16)

Youtuber takipçilerinin fiziki sosyal yaşam alanında sahip olamadıkları yatkınlık, pratik ya da eğilimleri dijital sosyal yaşam alanlarında -özellikle dijital sosyal ağlarda- yer alan profillerinde varmış gibi göstermeleri, sanal dünyada performatif biçimlerin gerçek yaşamdan farklı sunulduğuna işaret eder. Youtuberlar, Youtube’u kendi performans ve sanal özelliklerini toplumsal faillere sundukları bir ekran olarak nasıl kullanıyorlarsa takipçileri de benzer pratikler geliştirerek dijital sosyal ağlardaki profillerinde çeşitli özelliklerini diğer takipçilerine sunmaktadırlar. Dolayısıyla gerçek kimlik ile sanal kimlik arasında bir ayrım ortaya çıkmakta ve bu ayrım noktaları toplumsal faillerin kendi yaşam dünyalarında ikiliğe sebep olmaktadır. Fiziki sosyal yaşam alanlarında alt bir sınıfa mensup bir toplumsal fail,

sosyal uzamda Youtuberların etkisiyle kendi konumunu değiştirmeye çabalamakta ve fiziki sosyal yaşam alanında sahip olduğu ya da olamadığı statü, ün ya da beğeni anlayışını çevrim içi kimliğine aktararak sosyal uzamda kendini üst sınıflarla eş değer görme eğilimindedir. Farklı sınıfsal özelliklere sahip toplumsal faillerin bu eğilimleri birer ayırım noktasıdır ve bu ayrımlar toplumsal failin bağlı bulunduğu sınıfın özelliklerini terk ederek yeni bir sınıfsal habitusa veya üst sınıfların sınıfsal özelliklerini kazanma isteği ortaya çıkmaktadır. Ancak sahip olunan habitus, sınıfsaldır ve her ne kadar bireye kendini geliştirme fırsatı verse de geçmiş yaşamın izlerini her zaman taşımaktadır. Katılımcılardan K3 ve K15 Youtuberları çeşitli konularda takip ederken mutlu olduklarını ancak Youtuberların sahip oldukları özellikler ve verdikleri tavsiyeler bakımından kendi sınıfsal özelliklerinden farklı olduklarını ifade ederek bu durumun ortaya çıkışında özellikle maddi kaynaklara işaret etmişlerdir:

“Bizim sitenin içerisinde çeşitli sahalar var. Basketbol, futbol vb. Tenis de var. Biz o siteye sonradan taşındık. Tenis nasıl oynanır, basketbol nasıl oynanır hiç bilmiyorum. Sadece futbol oynamıştım hep. Sonra öğrenmek için bazı Youtuberların videolarına baktım, gerekli malzemeleri de alıp kardeşimle oynamak istedim. Ama yapamadım yeteneğimin olduğunu da düşünmüyorum, raketi onlar gibi tutamadım”(K3)

“Küçük yaşlardan itibaren yeme-içme konusunda ailemden bazı şeyler öğrendim ama benim ailem öyle lüks yerlerde yemek yemez, ben de yiyemem. O yüzden o kültürü bilmem. Ama okulda bazı arkadaşlarım dalga geçti benimle bu çatal bıçak tutma konusunda. Ben de bu konuları iyi işleyen bir Youtuber buldum ama onlar gibi yine de yiyebildiğimi söyleyemem. Çocuk yaşken eğilir derler, bence aileden olacak, onlar hep aileden alıyor. Bunun sürekli olması lazım. Sürekli tekrar edilecek ki alışkanlık olsun ki zamanla artık yapabilesin. Şimdi yapsam mesela öyle bir poz da verir sosyal medya hesaplarıma atardım”(K15)

Youtuber takipçileri, ait oldukları sınıfsal habitusları Youtuberların failliği sonucunda benimseyerek yeni yatırımlara sahip olmaya çalışsalar da bunu başaramamışlardır. Toplumsal faillerin bu yönde eylemlere girişmesinde yer alan temel motivasyon, dijital sosyal ağlarda yer alan sanal kimlikleri diğer faillerin kimliklerinden ayırtıracak biçimde pratikler üretme arzusudur. Bu durum, sahip

oldukları kullanıcı profillerinin defalarca ürettiği kimliklerin eyleyici olan habituslarla sanal konum oluşturma çabası şeklinde özetlenebilir (Güzel, 2016, s: 93). K15'in ifadesi habitusun yani aile ve sosyal çevre yoluyla edinilmiş olan yatkınlık ve eğilimlerin alışkanlıkla eş değer görülmesi bakımından dikkate değer bir ifadedir. Bourdieu (2015c) habitusun alışkanlıkla karıştırılmaması gerektiğini ve habitusun faillere strateji ve güç tanıyan üretici bir yapı olduğunu ifade eder. Bourdieu'nün habitus ve alışkanlık arasındaki ayrımı, K15'in ifadeleriyle yeniden yorumlandığında sosyal uzamda sahip olduğu konumun yatkınlıklarını dönüştürebilecek gücü kullanmadığı söylenebilir. Katılımcı K15 yeni bir sınıfsal pratiğe sahip olmak yerine sahip olduğu konumu ve yatkınlıkları koruma stratejisiyle alanda konumlanmıştır. Bu bağlamda toplumsal fail gücünü kullanmayarak toplumsal eyleyici özelliğini zamanla yitirebilir (Giddens, 2020, s. 36).

4.6.2.3.5. Kuralların İhlal Edilme Korkusu: “Bazı Değerleri Korumak Lazım”

Toplumsal failler, toplumsallaşma sürecinde kurallar, normlar ve değerler öğrenirler. Çocukluk yıllarından itibaren aile ve toplum aracılığıyla öğrenilen bu değerler ve normlar, toplumsal faillerin eylemsel özellikleri üzerinde kısıtlayıcı ya da geliştirici bir rol üstlenirler. Sosyalleşme sürecinde yapı ya da habitusun bir formu biçiminde toplumsal faillerin zihinsel ve bedensel pratiklerine etki eden bu kurallar ya da normların, toplumsal faillerin kendileri tarafından dijitalleşme sürecinde nasıl bir yöne evrildiğini Youtube ekseninde tartışmak, dijitalleşmenin insanlara sunmuş olduğu olanakların ya da belirlenmiş sınırların anlaşılır kılınmasında yol gösterici olacaktır. Bu bağlamda Youtuber takipçilerinin sahip oldukları normlar, değerler ve kuralların Youtuberları takip etmede bir ölçüt olup olmadığı, Youtuberların içeriklerinde ait olunan toplumun inanç, gelenek, görenek biçiminde yapılanmış norm ve değerlere hassasiyet geliştirip geliştirmedikleri üzerinde durulmuştur. Youtuber takipçileri, Youtuberların toplumsal değerlere ve kurallara belirli ölçüde uyduklarını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan bazı Youtuber takipçileri de kendi yaşantılarıyla Youtuberların yaşam tarzları arasında farklılıklar gösteren normlar ve değerlerin olduğunu ancak yine de bağlılık duygusuyla Youtuberları takip ettiklerini söylemişlerdir:

“Toplumda herkesin dikkat ettiği kurallar vardır, değişir bunlar kişiden kişiye.

Ama bazı şeyleri değiştiremezsin, çok zor. Şimdiki zamanda gençlik daha farklı

düşünüyor eskilere göre ben de öyleyim ama ne olursa olsun bazı değerler korunmalı. Sanal dünya olsun olmasın fark etmez. Siz orada da bu ülkenin insanısınız. Ona göre bir şeyler yapmalı... Benim takip ettiklerim genelde bana uygun yani o şeylerde pek sorun yok, gözüme batan bir şey olmadı.”(K1)

“Yani aynıyız bu meselelerde. Ayrı düşmemek de lazım. Neden çünkü Youtube herkese açık ve hemen konuşulabilirsiniz. Keskin şeyler topluma uzak, ahlaka uzak şeyleri çekmemeliler. Buna dikkat ediyorlar bence.”(K5)

“Şimdi daha önceden de konuştuk, anlatmıştım. Onlar bizden çok farklı dünyalarda çok uçurum var. Bizde dini şeyler ya da ritüeller gelenekler çok önemlidir ama onlarda içeriklerinde buna dikkat etmiyorlar, daha doğrusu içeriklerinde kullanmıyorlar. Kullanmak da zorunda değiller, benim değerlerime küfredemedikleri sürece bir sorun yok.”(K7)

“Kimseye baskı yoluyla bir şey çektiremezsiniz ki. Ama Youtuberlar dikkat ediyor bu tarz olaylara. Zaten etmeyenler hemen yandaş medya yoluyla linçlenir. Onlar da bunu bildiği için bu toplara girmez sanırım bundan sonra da.”(K16)

“Olaya bilgi edinmek olarak baktığım için benim değerlerimle aynı mı değil mi diye çok bakmam yani faydacı yaklaşıyorum diyebilirim bu konuya. Ben işime bakarım.”(K20)

“Zayıflamak bizim ailede gelenekte kötü bir olay olarak görülüyor ama zenginlerde, ünlülerde tam tersi. Yani arada çok büyük fark var. Onlara özeniyoruz ama değerlerimizi değiştireceğiz demek değil bu tabiki de. Sadece yararlanmak.”(K22)

“Benim için bir kriter olmaz. Yani şöyle açıklayayım. Tuna Tavus ya da Goril Faruk’un hayat tarzı, hayat görüşü beni ilgilendirmez ben beni eğlendiriyor mu ona bakıyorum. Onların içerikleriyle de kendi kişiliğimi değiştirmem yani değişmediğimi düşünüyorum. Dışardan nasıl görünüyorum onu bilemem tabii.”(K23)

Youtuberların değerlere olan bağlılığına vurgu yapan katılımcıların yanı sıra değerlere bağlı olursa da aslında Youtube’un zamanla değerleri dönüştüreceğini ve kendi değerlerinin ya da normlarının aşınacağını, zarar göreceğini belirtmişlerdir. Toplum tarafından normlara itaat edilmemesi hâlinde cezalandırma pratikleriyle karşılaşabilmenin artık zamanla azalacağı düşüncesi, doksik sınırların aşılabileceği ve

alandaki kurulu bir biçimde toplumsal faillerin habituslarıyla kendini yeniden üreten kurallar ve normlar dizilerinin terk edilmesiyle sonuçlanacaktır. Youtuber takipçileri Youtuberları toplumsal normların kısıtlayıcılığını gelecekte ortadan kaldıracabilecek toplumsal failler olarak görmektedirler. Youtuberlar, sahip oldukları takipçileriyle yararlanmadıkları normları ve kuralları dijital sosyal yaşam alanında söylemleriyle dönüştürebilecek potansiyele sahip tek fenomenlerdir:

“Gençlerin ahlakını bozuyor falan diye Enes Batur şikayet edilmişti şimdi hatırladım. Yani kime göre neye göre bu şey. İnsanları kısıtlayamazsınız. Bence çok para kazandıkları için kıskananlar şikayet ediyor. Youtuberların aykırı düşünceleri olabilir herkesi kendinize benzetmek mümkün değil. Buna devlet de alet oluyor. Benim ahlakıma kimse karışamaz Youtuber da olsam olmasam da. 10 yıl sonra falan bu konuştuklarımızın ne kadar gereksiz olduğunu göreceksiniz.”(K8)

“İnsanların bilgi alışverişinde bulunduğu bir dönemde Youtuberların davranışlarına odaklanmak da biraz saçmalık gibi artık. Yani işine bak sen ne yapacaksın ? Gelenek diye diye bitirdiler her şeyi. Hep bu yaşlılar. Gençlerden ne istiyorlar... Onların zamanında böyle şeyler yoktu ya herhalde ondan... Toplumda büyük bir çatışma var bu konularda. Ama Youtuberlar aşar böyle şeyleri ilerde. Baskı yok bir şey yok çeker atar siteye.”(K17)

“Bu iyi bu kötü kim koymuş ki bu kuralları ? Kim karar veriyor? Youtuberlar bunlardan biraz uzak olduğu için bence çocuklar ve gençler izliyor. Eee ne derler kendi evindeki sıkıcı şeylerden de uzaklaşıyorsun. Mesela bir Youtuber başlık parası nasıl verilir, kız nasıl alınır gibi bi video çekmez yani. Çekiyorsa da izlenmez.”(K21)

Katılımcıların ilgili alıntılarda yer alan düşünceleri, dijital ortamların ve sanal mekan olarak kavramsallaştırılan dijital sosyal ağların, Youtuberlara faillik ve eylemsel yetkinlik bakımından özgür bir alan sunduğunu ifade etmektedir. Toplumsal yapılar tarafından toplumsal failler tarafından içselleştirilerek toplumsallaşma sürecinde yeniden üretilen toplumsal normların failler üzerindeki bağlayıcılığı ve sınırladıcılığı, yine faillerin toplumsal failliği ile dijital alanların sunduğu imkanlarla kaldırılabilme potansiyeli taşımaktadır. Toplumsal düzenin üretiminde toplumsal norm ve değerleri ihlal edebilmek için ise güç müdahalelerine girişmek gerekir. Bu güç mücadeleleri, ortak normların ortak dünya görüşü

çerçevesinde ortaya çıkacaktır (Giddens, 2003, s. 147-148). Ortak dünya görüşleri ise deneyimler yoluyla açığa çıkarılmaktadır. Zira Youtuberlar benzer eylemler gösteren ya da pratikler üreten dijital fenomenlerle iş birliği kurarak normları değiştirebilecek konumlar elde edebilir. Youtuberların zaman içerisinde normları dönüştürebilme potansiyeli eyleme dönüştüğünde ise artık normlar ve geleneksel değerler silikleşebilir. Bu, gelenek ile modern yaşamın karşıtlık biçiminde yapılandığını yansıtan bir durum olsa da geleneksel kurallar ve normlar modern yaşamın içerisinde birlikte inşa edilir ve gelenekler değişime uğrar (Giddens, 2003, s. 40). Bu değişimlerin toplumsal failleri dijital sosyal ağlarda gerçekleşip gerçekleşmediği ise içerik üreticilerinin failliğine etkisi bakımından sorgulanabilir.



SONUÇ

Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı avantajlarla toplumsal değişim ve dönüşüm süreçleri yeni bir boyut kazanmıştır. Günümüzde iletişimin çok yönlü boyutları ortaya çıkmış ve dijital sosyal ağ olarak bilinen sosyal medya araçları, yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internetin yaygınlaşmasıyla insanların gündelik yaşam pratiklerinin arasına girmiştir. Dijital sosyal ağlar; akıllı telefon, bilgisayar, tablet gibi teknolojik araçların yaygınlaşmasıyla insanların eylemlerinin ve kimliklerinin görünür olduğu bir ağ olmuş ve insanlar bu ağlarda eylemleriyle üretici veya tüketici konumunda pratikler inşa etmişlerdir. Kullanıcı temelli işleyen dijital sosyal ağlar, katılımcı kültürün inşasında etkin bir rol üstlenerek farklı özelliklere sahip insanların bir araya gelebileceği sanal bir uzamın oluşmasına ve bu uzamda yer alan insanların profiller oluşturarak kendi değerlerini, özelliklerini, sınıfsal özelliklerini sunmalarına imkan tanımıştır. İnsanların eğlenmek, vakit geçirmek, sosyal bağ kurma, aidiyet kazanma gibi amaçlarla kullandığı dijital sosyal ağlar, insanların sosyo-kültürel özelliklerini kaydeden bir sosyal medya aracıdır ve insanların eylemleriyle şekillenmektedir. Bu şekillenme süreci, zaman ve mekân bakımından aynı yerde olmayan insanların eylemlerinin sonucunda gerçekleşmektedir. Bireysel ve sınıfsal anlamda farklı özelliklere sahip olan insanlar, bu ağlar aracılığıyla bir araya gelerek birbirlerine sınıfsal bazı özelliklerini pratiklerle aktararak çevrim içi ve çevrim dışı kimliklerini dönüştürebilmektedirler. Youtube da dijital sosyal ağlar arasında insanların sosyo-kültürel özelliklerini yansıtabildikleri ya da kaydettikleri, insanların ilişkilerini çeşitli amaçlar doğrultusunda inşa ettikleri bir sosyal ağıdır.

Youtube, üretici ve tüketici konumundaki bireylerin sosyalleşme, kendini ifade etme, tüketim, alışveriş, benlik sunma, hobiler gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda kullandıkları bir sosyal ağıdır. Bu ağın ücretsiz olması ve yeni iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu avantajlar sayesinde kullanılabilirliğinin artması, sosyal yaşamın düzenlenme sürecinde bu durumun sosyal yaşama etki edecek boyutlara ulaşmasını da beraberinde getirmiştir. Üretici ya da tüketici konumunda bulunan kullanıcılar, bu ağın özelliklerinden yararlanarak yeni kaynaklar üretmekte ve bu kaynakları birbirlerine aktarmaktadırlar. Sayısız içerikleriyle kullanıcıları arasında iletişim sağlayan Youtube, insanların sahip oldukları habitusları üretici

konumunda kaydettikleri bir alan olmasının yanı sıra tüketici konumunda bulunan izleyicilerinin sahip oldukları habitusları da değiştirebilecek ya da dönüştürebilecek bir alanı ifade etmektedir. Youtube, zamanla kendi içerik fenomenlerini yaratmış ve bu fenomenler Youtuber olarak literatürde yer almıştır. Belirli sayıda takipçi ve izleyici sayısına sahip olan Youtuberlar, içerikleriyle takipçilerinin davranışlarına veya pratiklerine etki edebilme potansiyeli taşıyan aktörlerdir. Youtuberların kendi izleyici kitlesini yaratması ve takipçilerinin eylemlerinde etki edebilme potansiyeli, Giddens'ın yapılaşma teorisi ile Bourdieu'nün pratik teorisinde yer alan benzer kavramsal setlerin işe koşulmasıyla bireylerin eylemlerinde yapı-eylem ikiliğinin tartışılmasına imkan sunmaktadır. Bu bağlamda dijital alanda eylemler icra eden Youtuberların sınıfsal özellikleriyle takipçilerinin sınıfsal özellikleri gündelik yaşamın inşasında önemli rol oynamaktadır. Sınıfsal özelliklerin toplumsal failer olarak Youtuberlar tarafından alana kaydedilmesi ve bu alanda konumlanan takipçilerin içeriklerde yer alan sınıfsal pratikleri yeniden üretip üretmediği, sahip oldukları sınıfsal özellikleri değiştirme arzusuna sahip olup olmadıkları ve bu çerçevede hem Youtuberların hem de takipçilerinin sınıfsal farklılıkları üreten birer fail olup olmadıklarının tartışılması, sosyo-kültürel pratiklerin dönüşümünde dijitalleşmenin etkilerinin görülmesi bakımından fayda sağlayacaktır.

Bu çalışmada Youtube'da içerik üreten ve farklı sınıfsal özelliklere sahip Youtuberlar ve Youtuber takipçileri ile yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular sunulmuştur. Youtuberlar 5 kadın ve 5 erkek olmak üzere toplam 10 katılımcıdan oluşmaktadır. Youtuber takipçileri ise 12 kadın ve 12 erkek olmak üzere 24 katılımcıdan oluşmaktadır. Farklı sosyo-kültürel ve demografik özelliklere sahip katılımcılardan elde edilen bulgular; Giddens'ın yapılaşma teorisi ile benzer özelliklere sahip olan Bourdieu'nün pratik teorisi çerçevesinde betimsel analiz yapılarak yorumlanmıştır. Çalışmanın önemli sonuçlarından biri, sahip olunan sermayenin toplumsal sınıf fraksiyonlarının temel dinamiği olduğu gerçeğidir. Ekonomik sermaye, fiziki sosyal yaşam alanında olduğu gibi dijital sosyal yaşam alanında da diğer sermaye türlerinin üretiminde en etkili sermaye türüdür. Youtuberlar ve takipçilerinin sahip oldukları ekonomik sermaye, onların sosyal çevreyle olan ilişkilerini düzenlemektedir. Ekonomik sermaye takipçiler bakımından Youtuberları takip etmenin yanı sıra Youtuberların sınıfsal özelliklerini benimsemek isteyen takipçilerin genişletmek istedikleri bir sermaye biçimidir. Ekonomik

sermayesini genişleten bir takipçi, sosyal uzamda sembolik bir ayrıcalık kazanarak kendisini diğer toplumsal faillerden ayıracak ve üstünlük elde edecektir. Çalışmada ekonomik sermayenin Youtuberlar tarafından tanımlanması ise takipçilerin düşünceleriyle benzerdir. Ekonomik sermayeye sahip olmayan Youtuberlar, tanınırlık derecelerini artırdıktan sonra sosyal uzamda güçlü bir konuma gelmişlerdir. Sosyal uzamda ekonomik sermayenin elde edilmesi sonucunda sosyal ve sembolik sermaye de artmaktadır ve Youtuberlara bu avantajı kazandıran Youtube'dur. Yeterli ekonomik sermayeye sahip olmayan bir toplumsal fail, doğal olarak kültürel, sosyal ve sembolik sermaye bakımından düşük düzeyde bir sermaye yapısına sahip olsa da Youtube bu anlamda faillere sınıfsal özelliklerini değiştirmeleri için imkan tanıyan sosyal bir sistemdir.

Youtuberların ve takipçilerin sahip olduğu kültürel sermayenin hacmi de ekonomik sermaye kadar faillerin eylemlerini ve pratiklerini şekillendirmektedir. Aile ve eğitim yoluyla elde edilen kültürel sermaye Youtuberların eylemlerinde içselleştirilmiş bir biçimde Youtuberlar tarafından yeniden üretilmektedir. Sosyal uzamda yüksek bir kültürel sermayeye sahip bir Youtuber, içeriklerini de sahip olduğu kültürel sermayeye göre çekmektedir. Bu bağlamda Youtuber takipçileri arasında da bir ayırım ortaya çıkmaktadır. Youtuber takipçileri, kültürel bağlamda kendilerine yakın sayılabilecek nitelikteki Youtuberları tercih etmektedirler. Bu eylemsellik, Youtuberların kendi takipçileri tarafından tanımlanarak sınıflandırılmalarına da öncülük etmektedir. Nitekim takipçi konumunda bulunan her bir toplumsal fail, fiziki ve sosyal yaşam alanında gerçekleştirdiği etkileşimlerde takip ettiği Youtuberları sınıfsal anlamda ayrıştıracak pratikleri sosyal çevresinde yaygın bir görüşe evrilmesinde etkili olabilecektir. Youtuberlar, takipçilerinin eylemleri sonucunda takipçi olabilecek potansiyelde başka takipçileri kaybedebilir ya da kazanabilir.

Çalışmada Youtuberların ve takipçilerin sahip oldukları ve uğruna mücadeleye giriştikleri sosyal sermaye, Youtube'un kullanılmaya devam edilmesinde önemli bir etkidir. Youtuberlar, daha çok kendilerini sanat dünyasının ve markaların önde gelen insanlarıyla network kurarak kendilerini daha çok görürünür kılabilen bir faillik edimi geliştirmişler ve Youtube'u fiziki sosyal yaşam alanı ile dijital sosyal yaşam arasında bağlantıların kurulmasını sağlayan bir

köprü olarak kullanmışlardır. Sosyal sermaye sonucunda yaratılan network ile sosyal uzamda etkin ve görünür bir kimliğe sahip olmak için simgesel sermaye de devreye girmektedir. Sosyal sermaye ile kurulan arkadaşlık ve iş ilişkileri ile Youtuberlar sanal ve sosyal uzamda başkaları tarafından üst konumda görülecektir. Youtuberlar, kurdukları networklerle aynı konumda bulundukları toplumsal faillerle mücadele etmekte ve benzer özelliklere sahip diğer faillerden kendini sembolik olarak ayıştırmaktadır. Aynı mücadeleyi Youtuber takipçileri de göstermektedir. Sosyalleşme, arkadaşlık ilişkileri vb. konularda ağlarda sosyal ilişkilerini düzenleyen takipçiler, sosyal sermayelerini sembolik sermaye elde etmek için artırma yoluna gitmişlerdir.

Araştırmada Youtuber takipçileri ile Youtuberlar arasında statü farkı olmaksızın bir anlaşma söz konusudur. Alanda yazılı olmayan kurallar, Youtuberlar ve takipçiler tarafından içselleştirilmiştir. Bu bağlamda toplumsal failler arasında ontolojik bir suç ortaklığı söz konusudur ve bu ortaklık doxaların simgesel iktidar biçiminde kurulmasına öncülük etmektedir. Youtuberlar, ekonomik sermayeye sahip birer faildir ve bu onları diğer faillerden daha üst bir konumda görülmelerini sağlar. Alanda yani Youtube’da konumlanan takipçiler ise statü, beğeni anlayışı vb. konularda Youtuberları daha üst konumda görerek Youtuberların üst sınıfların değerlerini yansıttıkları içerikleri doğallaştırarak meşruiyet kazandırmaktadır. Youtuberların takipçiler tarafından kendi sınıfsal özellikleriyle aynı ya da üst bir konumda görülmesi, Youtuber fenomeninin ortaya çıkmasından önce takipçi faillerin içselleştirilmiş yatkınlıklarının yapılaşmasıyla mümkün olmaktadır. Zira Youtuberlardan önce fiziki sosyal yaşam alanında üst sınıf olarak görülen ve örnek alınan sanatçılar, ünlüler; şöhret sahibi insanlar toplumsal failler tarafından genellikle üst sınıflarda görülmekte ve doğallaştırılmaktadır. Sembolik şiddet biçiminde içselleştirilen bu eğilim ve yatkınlıklar, toplumsal failler tarafından Youtuberların simgesel görünürlüklerine aktarılmakta ve ayrımlar yeniden rıza yoluyla yeniden üretilmektedir.

Çalışmanın en önemli bulgularından birisi de sınıfsal fraksiyonlardan biri olan beğeni anlayışı konusundaki farklılıklardır. Üst sınıfların toplumsal yaşam içerisinde kendini alt sınıflardan ayıştıracabilecekleri bir özellik olarak gördükleri özgürlük beğenisi, Youtuberların eylemleriyle yeniden üretilmekte ve sınıfsal

farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Youtuberlar, içeriklerinde sıradan olan bir şeye bile seçkinlik anlamı yükleyerek takipçilerini etkileyebilmektedir. Diğer taraftan da Youtuber takipçileri özgürlük beğenisine sahip olmak için hareket etse de esasında toplumun alt sınıfları tarafından benimsenen popüler beğeni anlayışıyla eylemler icra etmektedir. Youtuberlar aracılığıyla yayılan beğeni anlayışı; modaya uyma, sosyal yaşamda popüler olma arzularının bir sonucu olarak takipçileri tarafından popüler bir anlayışa dönüştürülmekte ve alt sınıfın beğeni anlayışı biçiminde toplumsal uzamda yaygınlaşmaktadır. Bu beğeni anlayışının yaygınlaşması sonucunda üst sınıfların sahip olduğu toplumsal pratikler de değişmektedir. Youtuberların pratikleriyle takipçilerine aktarılan beğeni anlayışının binlerce ya da milyonlarca takipçi tarafından benimsenmesi, üst sınıfların kendisini ayrıştıracak pratiklere yönelmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda Youtuberlar ve takipçilerinin eylemsel yetkinliği, üst sınıflar ve alt sınıflar arasındaki farklılıkların artmasında etkili olan bir faillik edimidir. Bu durum şu şekilde örneklenebilir: Üst sınıflarla özdeşleşen bir pratiğin zamanla alt veya orta sınıfların pratikleri arasında yer alması hâlinde üst sınıflar sahip oldukları pratikleri terk etme eğiliminde olmaktadır.

Çalışmanın dijital habitus kavramı çerçevesinde önemli bulgularından biri de dijital habitusa sahip olan toplumsal faillerin Youtube'un araçsallığı sonucunda dijital pratikleri üreten aktif bir kimliğe sahip olduklarının anlaşılmasıdır. Fiziki sosyal yaşam alanlarında aile veya sosyal çevre etkisiyle edilgen bir konumda bulunan toplumsal failler, Youtube'da içerik üretme sürecinde öğrendiği sosyal pratikler yoluyla daha önce içselleştiremediği eylemleri içselleştirebilmektedirler. Sosyal yaşamında aktif bir kimliğe sahip olmayan bir fail, Youtuber olduktan sonra kendini ifade etme, sosyalleşme vb. eylemleri öğrenebilir ve bu eylemleri çevrim dışı yaşamına taşıyabilir. Ancak bu noktada Youtube'un içerik üretme sürecindeki yapısı ve özellikleri bu eylemlerin seyrini belirleyebilir. Dijital sosyal yaşamında eyleyici rolünde aktif bir kimliğe sahip olan bir fail, sonradan öğrendiği ya da geliştirdiği eylemleri çevrim dışı yaşamında toplumsal değerler ve normların kısıtlayıcılığı nedeniyle yansıtmayabilir. Dijital habitusu çerçevesinde Youtube'da aktif bir eyleyici olmak ile fiziki sosyal yaşamda aktif olmak arasında farklar vardır. Youtube'da konumlanan bir fail, video çekerek ya da canlı yayın açarak etkileşimlerde bulunmaktadır ve bu iletişim biçiminde Youtuber kendini fiziki sosyal yaşam alanından daha özgür ve etkin hissedebilir. Ancak Youtuberlar, bu

alandaki sahip oldukları pratikleri fiziki sosyal yaşam alanında sahip oldukları habitus sebebiyle yeniden üretmeyebilir. Dolayısıyla Bourdieücü perspektifle yorumlandığında toplumsal failler dijital sosyal yaşam alanları ile fiziki sosyal yaşam alanlarında farklı habituslara sahip olmaları nedeniyle *double minds* (çifte açmaz) durumu yaşayabilir.

Youtube, sınıfsal fraksiyonların farklılıklarını içerisinde barındıran bir dijital sosyal alandır. Bu alanda yapılan her pratik, toplumsal faillerin habituslarının ve eylemlerinin sermayelerinin kullanılmasıyla oluşmaktadır. Bourdieu'nün pratiklerin oluşumu üzerine temellendirdiği kavramlar olan habitus, sermaye ve alanın birleşimi Youtube'un dijital bir yapı olarak tartışılmasını sağlayabilmektedir. Zira dijital sosyal yaşam alanında ortaya çıkan sınıfsal farklılıklar, sadece Youtuberlar ve takipçilerin eylemleriyle üretilmemektedir. Kullanıcıların eylemlerinin pratiğe dönüşebilmesi ve habitusun işlerlik kazanması için bir alana ihtiyaç vardır. Dijital sosyal ağlar arasında yapısal anlamda sosyal sistem biçiminde yeniden üretilen Youtube da dijital bir alandır. Bu alan, bireylerin sahip oldukları eyleyici kimlikle aktif olmakta ve düzenli toplumsal etkileşimlerin sonucunda yeniden üretilen ilişkiler kaydedilmektedir. Dijital habitus kavramı çerçevesinde bu özellikler değerlendirildiğinde sınıfsal farklılıkların ilişkisel bir boyutta üretildiği görülür.

Youtube dijital bir sosyal alan olarak kalıcılık, tekrarlanabilirlik, ölçeklenebilirlik ve aranabilirlik gibi özellikleriyle yapısal özellikler taşımaktadır. Kalıcılık Youtube'da içerik üreten Youtuberların videolarını kanallarına kaydetmeleri ve arşive dönüştürülmesini ifade eder. Takipçilerin yorumları da yine aynı şekilde kalıcılık bağlamında düşünülebilecek nosyonlardandır. Bu bağlamda faillerin habitusları, faillerin sınıfsal habitusları dijital habituslarına kaydedilmektedir. Tekrarlanabilirlik özelliği ise Youtuberların içeriklerinde yer alan sınıfsal özelliklerinin hem kendileri hem de takipçileri tarafından başka sosyal ağlarda paylaşılmasını ifade eder. Dolayısıyla Youtube'da üretilen sınıfsal farklılıklar, kurumsallaşmış bir yapı olan dijital sosyal ağlarda dolaşıma girer ve bu dolaşım aynı zamanda eylemlerin hem nedeni hem de sonucu olmaktadır. İçeriklerin paylaşılması, beğenilmesi ve üzerinde çeşitli yorumlar yapılması; Youtuberları sermayelerini genişletmek için teşvik etmekte, yeni v-log hazırlama, özgün içerikler üretme, challenge yapma vb. pratiklere yönelmektedir. Bu bağlamda Youtube yapı

ve eyleyen arasında bağıntıyı sağlayan kalıplaşmış ilişki biçimleri ortaya çıkmakta ve yazılı olmayan kuralları olan bir araca yani yapıya dönüşmektedir. Youtube'un ölçeklenebilirlik özelliği ise alanda konumlanan Youtuber ve takipçilerinin sermayelerinin sınırlandırılması veya genişlemesini ifade eder. Aranabilirlik ise Youtube'un toplumsal faillere sonsuz çeşitlilikte içerikler sunması ve bilgi/enformasyon kaynağı bir alan olarak bilgi akışı sağlamayı tanımlamaktadır. Bu özellikler Youtube'un sosyal bir sistem/yapı olarak yeniden üretiminde etkilidir ancak Youtube'un kendi kurumsallaşmış yapısı da bir aktör olarak düşünülebilir. Sosyal yapıların Youtube aracılığıyla ve toplumsal faillerin düşünömsel/pratik bilinçleriyle inşası, kendi faillikleri üzerinde sınırlayıcı özelliklerin de yeniden üretimine neden olmaktadır. Bu sınırlılık durumu, üretici ya da tüketici konumundaki Youtube kullanıcılarının aktif bir fail konumundan edilgen ve ikincil bir konuma düşmelerini de düşöndürmektedir. Nitekim Youtube, görünür olmayan emeğin pratiklerle üretildiğı bir sosyal sistemdir ve ücretsiz olsa da faillerin iletişömsel failliğı sonucunda ürettiğı kaynakların birikimi neticesinde enformasyon ve sermaye biçimleri birikmektedir. Youtube, faillere özgörce içerik üretebilme, tüketebilme ve yorum yapma gibi eyleycilik özelliklerini kullanabilme yetkisi verse de Youtube'da yapılan her bir eylem Youtube'un kendisini yeniden üreterek failler üzerindeki etkisini artırmaktadır. Youtube'un yapısal bu özelliğı, kullanıcıların eylemlerini mümkün kılabildeğı gibi eylemlerin kısıtlanabileceğini de göstermektedir ve faillerin eyleyciliğı niyetlenilmemiş sonuçları da beraberinde getirmektedir.

Toplumsal yapılar, toplumsallaşmanın sonucunda insanların zihinlerinde yer alan kuralların ve sahip oldukları kaynakların bütünüdür. Yapıları üretici ve yeniden üretici özellikleriyle fiili bir biçimde somutlaştıran toplumsal failler, Youtube aracılığıyla bu yapıları yeniden mevcudiyet kazandırırılar. Yapılar soyut bir karaktere sahip iken toplumsal faillerin *anlamlandırma, egemenlik ve meşrulaştırma* çabalarıyla bir bütün hâlinde zaman ve mekân organizasyonları çerçevesinde yeniden üretilirler. Çalışmanın bulguları bağlamında katılımcıların ifadeleri yorumlandığında bu yeniden üretimin sınıfsal pratikler bakımından gerçekleştiğı görölmektedir. Katılımcı Youtuberların Youtube'da kendini ifade etmek amacıyla kanal açması ve kendisiyle benzer özellikler taşıyan izleyici/takipçilere içerikler üretmesi yapının anlamlandırma özelliğini ifade eder. Aynı şekilde Youtuber takipçileri de sahip oldukları sınıfsal habituslarıyla kendi anlamsal dünyalarına uygun içerikler üreten

Youtuberları takip ederek sınıfsal bir etkileşime girmektedirler. Egemenlik ise ait olunan toplumsal sınıfın örgütlenme ve hiyerarşik dizilimini oluşturan ilişki türleridir. Youtuberların alanda giriştikleri mücadeleler sonucunda ortaya çıkan sınıfsal ilişkiler; alt/üst, ender/yaygın, eril/diştiril gibi ayrımları kendi sınıfsal konumlarını değıştirmek ya da güçlendirmek amacıyla hiyerarşik üretime girmektedirler. Meşrulaştırma ise Youtuberların ve takipçilerin üzerinde hemfikir oldukları ön kabullerdir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular değerdendirildiğinde yapının meşrulaştırılması sembolik şiddet biçiminde ortaya çıkmakta ve hükmedenler ile hükmedilenler arasında doğalmış gibi görünen eşitsizlikler biçiminde var olmaktadır.

Sonuç olarak Youtuberlar ve Youtuber takipçilerinin ürettikleri pratiklerin sosyal uzamda sınıfsal farklılıkları yeniden ürettiğı, sınıfsal farklılıkların üretiminde dijital habitusun etkili olduğı ancak dijital habitusun da fiziki sosyal yaşamda sahip olunan habitustan etkilendiğı görülmüştür. Çevrim içi ve çevrim dışı pratiklerin ilişkiselliğini ortaya koymaya çalışan bu çalışma, tahakküm ilişkilerinin sınıfsal düzeyde toplumsal failer tarafından aktif bir eyleyicilikle üretildiğini göstermiştir. Bu bağlamda Giddens ve Bourdieu'nün kavramsal setleri dijital yaşamın sosyal yaşama etkisinin tartışılması bakımından araştırmacılara önemli argümantasyonlar sunmakta ve sosyal teoride yer alan yapı-eylem ikiliğine düşölmeden toplumsallaşma süreçlerinin açıklanabilirliğini iletişimsel anlamda yorumlanmasını mümkün kılmaktadır. Giddens'ın yapılaşma ve Bourdieu'nün pratik kuramı dahilinde Youtube'u ve kullanıcılarını tartışan bu çalışma, Türkiye'de çevrim içi pratiklerle çevrim dışı pratiklerin birbirine etkisini tartışan bir araştırmanın sonucudur ancak bu çalışma farklı sosyo-demografik özelliklere sahip başka grup ya da bireylerle tekrarlanabilecek niteliktedir. İlerleyen yıllarda Giddens'ın yapılaşma teorisi ile Bourdieu'nün pratik teorisi çerçevesinde dijital sosyal ağlarda konumlanan failerin veya kurumsallaşmış aktörlerin (devlet kurumları, eğitim kurumları) pratiklerini kapsayan çalışmaların da yapılması, iktidar ilişkilerinin çözölmesi bakımından gelecekte araştırmacılara önemli veriler sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Acar, A. S., Polonsky, M. (2007). Online social networks and insights into marketing communications. *Journal of Internet Commerce*, 6(4), 55-72.
- Ahn, J. (2011). The Effect of Social Network Sites on Adolescents Social and Academic Development: Current Theories and Controversies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 62(8), 1435–1445.
- Airoidi, M. (2017). *Digital Dist inction: Studying Musical Taste Throug Digital Methods*. Phd Program, Sociology and Methodology of Social Research. <https://core.ac.uk/download/pdf/187962889.pdf>.
- Ajzen, I. (1991). “The Theory Planned Behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aktaş, C. (2014). QR Kodlar ve İletişim Teknolojilerinin Hiibritleşmesi. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Alver, F. (2006). Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri . *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (7), 10-27.
- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları: Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye’deki Gazetecilik Sistemi ve Uygulamalarıyla Sınama Denemesi* . İstanbul: Kalkedon.
- Arık, E. (2013). Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri. *İletişim ve Diplomasi*, 10(5), 97-112.
- Aristoteles (2014). *Nicomakhos’a Etik*. (Çev. S. Babür), Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Arnett, B.D., D. G. Steve ve S. D. Hunt (2003). “The Identity Salience Model of Relationship Marketing Success: The Case of Nonprofit Marketing”, *Journal of Marketing*, 67, 89-105.
- Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler-Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye’de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları, *Cogito*, 76, s. 167-191, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ascerbi, A. (2019) *Cultural Evolution in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
- Aukes, A. (2016). *A Matter of Taste A Study on the Influences of YouTube’s Influencers*. Master Thesis. MA New Media & Digital Culture, 4.

- Aydın, M. (2006). *Değerler, Normlar ve Kurumlar*” içinde: C. C. Aktan (Ed.), Kurullar, Kurumlar ve Düzen, Ankara: SPK Yayınları.
- Aygül, H. H., ve Apak, F. (2019). "Değişen Sosyallikler ve Yeni Sosyalleşme Pratikleri Ekseninde Youtube ve Çocuk Youtuberlar". H. H. Aygül ve E. Eke (Ed.), *Dijital Çocukluk ve Dijital Ebeveynler: Dijital Nesillerin Teknoloji Bağımlılığı* içinde. Nobel Yayıncılık: Ankara, 143-176.
- Belsey, B. (2017)., <https://www.cyberbullying.ca>. Erişim Tarihi: 20 Nisan 2023.
- Bérail, P., Guillon, M. ve C. Bungener, (2019). “The relations between YouTube addiction, social anxiety and parasocial relationships with YouTubers: A moderated-mediation model based on a cognitive-behavioral framework”, *Computers in Human Behavior*, 99, 190-204, ISSN 0747-5632, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.007>.
- Binark M., Bayraktutan G. (2011). Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri, (Editör), Aslı T. Aydemir. *Katılımın "e-hali": Gençlerin Sanal Alemi*, İstanbul: Alternatif Bilişim.
- Binark, M. (2012). “Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüz İncelemesi”, *Selçuk İletişim*, 7.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of Theory of Practice*. Translated by Richard Nice, Cambridge University Press, Cambridge: UK.
- Bourdieu, P. (1979). *Algeria 1960*. (Translated by Tichard Nice), Cambridge University Press, Cambridge.
- Bourdieu, P. (1980). “Le Capital Social”, *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, 31, s.2-3.
- Bourdieu, P. (1985). “The Genesis of The Concepts of Habitus and of Field”. *Sociocriticism*, 2, p.11-24.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital, (çev: Richard Nice), (Ed.: John Richardson), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* içinde, New York: Greenwood, s. 241-258.
- Bourdieu, P. (1990). *In Other Words: Essays Toward a Reflexive Sociology*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *In Other Words: Essays towards a Reflexive Sociology*. Stanford: Stanford Press.
- Bourdieu, P. (1996). *The State Nobility: Elite Schools in the Field of Power*, (Çev: C. Clough), Cambridge: Polity Press.

- Bourdieu, P. (1997). *Toplum Bilim Sorunlar*. (Çev. I. Ergüven). İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1999). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*. (Çev: N. Kâmil Sevil), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2009). *Bekârlar Balosu*. (Çev. Ç. Eroğlu). Ankara: Dost Yayınevi.
- Bourdieu, P. (2010). "Sosyal Sermaye". *SOSYAL SERMAYE: Kuram Uygulama Eleştiri* içinden. Der. M.M. Şahin ve A.Z. Ünal. İstanbul: Değiçim Yayınları, 45-77.
- Bourdieu, P. (2012). *Bir Otoanaliz için Taslak*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). *Simgesel Sermaye ve Toplumsal Sınıflar, Cogito: Pierre Bourdieu*, (Çev: N. Ökten), Sayı: 76/Bahar, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Bourdieu, P. (2015a). *Pratik Nedenler*. (Çev. H. U. Tanrıöver). İstanbul: Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015b). *Eril Tahakküm*. (Çev. B.Yılmaz). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015c). *Ayrım*. (Çev. D. Fırat, G. Berkkurt), Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016a). *Devlet Üzerine: College de France Dersleri (1989-1992)*. (Çev. Aslı Sümer). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016b). *Seçilmiş Metinler*, (Çev. L. Ünsaldı), Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2016c). *Sosyoloji Meseleleri*. (Çev: F. Öztürk, B. Uçar, M. Gültekin, A. Sümer, Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2018). *Bir Pratik Teorisi İçin Taslak*, Çev. Nazlı ökten. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2019). *Akademik Aklın Eleştirisi: Pascalyan Düşünme Çabaları*. (Çev. P.B. Yalım). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2021). *Genel Sosyoloji Collège de France Dersleri (1981-1983)*. (Çev. Z. Emirosmanoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P., Eagleton T. (2013). Bir Röportaj: "Doxa (kanaat) ve Sıradan Yaşam". *İdeolojiyi Hatırlamak'* ın içinde. Der. Slavoj Zizek, Ankara: Dipnot Yayınları. 397-417.
- Bourdieu, P., Passeron, J. C. (2019a). *Yeniden Üretim: Eğitim Sistemine İlişkin bir Teorinin İlkeleri*. (Çev. A. Sümer, L.Ünsaldı, Ö. Akkaya). Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu P., Passeron, J. C. (2019b). *Varisler Öğrenciler ve Kültür*. (Çev: L. Ünsaldı, A. Sümer), Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P., Wacquant, L. (1989). For a Socio-Analysis of Intellectuals: On "Homo Academicus", An Interview With Pierre Bourdieu, by Loïc J.D. Wacquant. *Berkeley*

- Journal of Sociology*, (34). Symposium on the Foundations of Radical Social Science. pp. 1-29.
- Bourdieu, P., Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*, (çev: Nazlı Ökten), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P., Wacquant, Loïc J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: Polity Press.
- Boyd, D. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume. İçinde. D Buckingham (Ed). Cambridge, MA: MIT Press.
- Boyd, D., Ellison N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol 13 s. 210-230 <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- Bryant, C. G. A., Jary D. (2003). Anthony Giddens in G. Ritzer, *The Blackwell Companion to Major Contemporary Social Theorists* içinde, London: Blackwell.
- Buckingham, D., Harvey, Green, J. (1999). The difference is digital? Digital technology and student media production. *Convergence*, 5, 10-20. (2) (PDF) *Do We Really Need Media Education 2.0? Teaching Media in the Age of Participatory Culture*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/266250340_Do_We_Really_Need_Media_Education_20_Teaching_Media_in_the_Age_of_Participatory_Culture
- Burgess, J., Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Buss, A.; Strauss, N. (2009). *Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand On The Web*, New Riders Press, USA.
- Calhoun, C. (2000). “Pierre Bourdieu”. Ritzer George (ed.) *The Blackwell Companion to Major Social Theorists* içinde. Oxford: Blackwell Publishers. s. 696-730.
- Calhoun, C. (2016). Pierre Bourdieu, Sosyolojisinin Ana Hatları. *Ocak Zanaat* içinde, Ed: G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan. İstanbul: İletişim Yayınları, 77-129.
- Cambridge (2020). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/youtuber?q=youtubers>
- Carles, P. (2001). “La Sociologie est un Sport de Combat” Belgesel, <https://www.youtube.com/watch?v=WiUXInyZhik> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blacwell.
- Castells, M. (2004). *The Network Society: A Cross Cultural Perspective*, Edward Elgar Pub,
- 22ERGİL, D. *Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar*.
<http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/33/3/8.pdf>.
- Castells, M. (2004). Küresel Kuşatma Karşısında İnsan, “*Ağda Küreselleşme, Kimlik ve Toplum-Calhoun, Lyon ve Touraine’e Cevap!*” içinde Hazırlayan: Mustafa Armağan, (Çev: Ş. Yalçın), İstanbul: Ufuk Kitap, ss. 107-139.
- Castells, M. (2012). *İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2016). *İletişim gücü*. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Cayari, C. (2009). *The YouTube Effect: How YouTube Changed The Way We Consume, Create, and Distribute Music*. Unpublished Manuscript, University of Illinois.
- Chau, C. (2010). YouTube as a Participatory Culture. *New Directions for Youth Development*, 2010(128): 65-74.
- Chayko, M. (2018). *Süper bağ(lantı)lı: İnternet, Dijital Medya & Tekno-Sosyal Hayat*. (Çev. B. Bayındır, D. Yengin ve T. Bayrak). İstanbul: Der Yayınları.
- Chen, C. P. (2016). Forming Digital Self and Parasocial Relationships on YouTube , *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 232–254.
- Cheng X., Dale C., Liu J. (2008). “Statistics and Social Network of Youtube Videos”, In International Workshop on Quality of Service (IWQoS’08), *IEEE*, s.229–238.
- Cialdini, R. B., & Trost, M. R. (1999). Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In D. Gilbert, S. Fiske and G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (Vol. 2). Boston: McGraw-Hill.
- Cialdini, Robert, B. (2007). “Descriptive Social Norms as Underappreciated Sources of Social Control”. *Psychometrika*, 72(2), 263-268.
- Cohen, I. J. (2013). *Yapılaşma Teorisi ve Toplumsal Praxis*. (Çev. Ümit Tatlıcan), *Günümüzde Sosyal Teori* içinde, Der: Anthony Giddens-Jonathan Turner, İstanbul: Say Yayınları.
- Cohen, L. S. (2009). Is There A Difference Between Social Media And Social Networking?.
<http://lonscohen.com/blog/2009/04/difference-between-social-media-and-social-networking/>.
- Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya yayıncılık.

- Craib, I. (1992). *Anthony Giddens*. London: Routledge.
- Creswell, J.W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri; Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (3.baskı) (Çev: M. Bütün, S.B. Demir) Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Cruickshank, J. (2003). *Realism and Sociology: Anti-foundationalism, Ontology and Social Research*, (Çeviri Metin: Ü. Tatlıcan), London: Routledge [Yayınlanmamış Çeviri].
- Çeğin, G., Göker, E. (2015). Araştırmasından 50 yıl, Kitabından 35 yıl sonra *Ayrım, Ayrım* içinde P. Bourdieu, (Çev. D. F. Şannan, A. G. Berkkurt), Ankara: Heretik Yayıncılık, 9-24.
- Çelik, H. (2020). Yeni Medyayı Bourdieu Açısından Okumak. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2020(8), 10-24.
- Dawley, L., (2009). *Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy*, On the Horizon, Vol. 17, No.2, 2009.
- Demir, Ö. (2003). *İktisat ve Ahlak*. Ankara: Liberte Yayınları.
- Dikkol, S. (2020). Sosyal Medya Alanına Bourdieucü Bir Yaklaşım: Facebook Üzerine Bir İnceleme, *Erciyes İletişim Dergisi* 7(1), January 2020, DOI: 10.17680/erciyesiletisim.621243.
- Doyle, A. (2011). Revisiting the synopticon: Reconsidering Mathiesen's 'The Viewer Society' in the age of Web 2.0. *Theoretical Criminology*. Vol. 15 (3) s. 283 - 299.
- Dreyfus, H. L. (2016). *İnternet Üzerine*. (Çev. V. M. Demir). İstanbul: Küre Yayınları.
- Durkheim, E. (1985). *Toplumbilimsel Yöntemin Kuralları*. (çev. C. B. Akal), İstanbul: BFS Yayınları.
- Durkheim, E. (2016). *Sosyolojik Yöntemin Kuralları*, (Çev. Özcan Doğan), İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Eroğlu, F. (2000). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Esgin, A. (2004). “Anthony Giddens’ta Sosyolojik Teorinin Merkezi Problemlerinin Yeniden Temellendirilmesi”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Sivas.
- Etzioni, A. (1964). *Modern Organizations*. Englewood Cliff s, NJ: Prentice- Hall.
- Evan. (2016). *The most popular types of YouTube videos*. Erişim Adresi: <http://mediakix.com/2016/02/most-popular-youtube-videos/#gs.gTQt3iQ>.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (Çev: M. Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Fehr, E. & Fischbacher U. (2004). Third party punishment and social norms (Working Paper No. 106). Zurich, Switzerland: University of Zurich, Institute for Empirical Research in Economics.
- Fichter, J. H. (2019). *Sosyoloji Nedir?* (Çev: N. Çelebi). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2006). *Hapishanenin Doğuşu*, (Çeviren: M. Ali Kılıçbay), Ankara: İmge Kitabevi.
- Foucault, M. (2007). *Cinselliğin Tarihi*, (2. Baskı), (Çev: H. U. Tanrıöver), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Friis-Jespersen, C. (2017). *Celebrity Endorser's Credibility: Effect on consumers' Attitude toward Advertisement: Factors Influencing Vloggers Credibility among Viewers and Their Relation with Attitude toward Advertisement*. Master's Thesis, Lulea Technology University.
- Fuchs, C. (2011). "An Alternative View of Privacy on Facebook." *Information*, Vol: 2.
- Garfinkel, H. (1984). *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press.
- Geray, H. (1994). *Yeni İletişim Teknolojileri*. Ankara: Kılıçaslan Matbaası.
- Geray, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- Giddens, A. (1999). *Toplumsal Kuruluşu. Yapılaşma Kuramının Ana Hatları*. (Çev. H.Özel). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Giddens, A. (2000). *Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi*. (Çev. Ümit Tatlıcan). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Giddens, A. (2003). *Sosyolojik Yöntemin Yeni Kuralları. Yorumcu Sosyolojinin Pozitif Eleştirisi*. (Çev. Ü. Tatlıcan, & B. Balkız) İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Giddens, A. (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri. Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki* (Çev. Ü. Tatlıcan) İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (Çev. H. Özel, A. Sönmez, Z. Mercan, İ. Yılmaz, E. Rızvanoğlu, A. Sarı, Ş. Güzel, A. Sarı, M. Özcan). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Giddens, A. (2009). *Sağ ve Solun Ötesinde, Radikal Politikaların Geleceği*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Siyaset Sosyoloji Toplumsal Teori*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Giddens, A. (2018). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Giddens, A. (2019). *Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum* (Çev. Ümit Tatlıcan), İstanbul: Say Yayınları.
- Giddens, A. (2020). *Toplunun İnşası Yapılaşma Teorisinin Ana Hatları*, (Çev: Ümit Tatlıcan), Bursa: Sentez Yayınları.
- Giddens, A. , (2011). *Sosyolojinin Savunusu* (Çev. İ. Kaya), İstanbul: Say Yayınları.
- Giddens, A., Pierson C. (2001). *Modernliği Anlamlandırmak, Anthony Giddens'la Söyleşiler* (Çev. S. Uyurkulak ve M. Sağlam). Alfa Yayınları: İstanbul.
- Giddens, A., Sutton, Phillip W. (2013). *Sosyoloji*. (Hazırlayanlar: S. Tüfekçioğlu, A.N. Durakbaşı, F. K. Şenel), İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing onlifestyle branding: A case study of Lucie Funk. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8(2), 77-87. <https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/archive/fall-2017>.
- Goodman, J.E., Silverstein, P.A. (2009). *Bourdieu in Algeria: Colonial Politics, Ethnographic Practices, Theoretical Developments*. Lincoln&London: University of Nebraska Press.
- Göker, E. (2001). Durkheim'in Sol Eli: Pierre Bourdieu'nun Muhalefeti. *Praksis*, 3, 228-251.
- Göker, E. (2016). Ekonomi İndirgemeci mi Dediniz?, *Ocak Zannat* içinde, Ed: G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan. İstanbul: İletişim Yayınları, 277-303.
- Göksu, T. (2007). *Sosyal Psikoloji*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Grenfell, M. (2008). *Pierre Bourdieu: Key Concepts*, Acumen, London: UK.
- Grimm, P. (2016). https://www.hdm-stuttgart.de/digitale-ethik/digitalkompetenz/10_gebote/material/Postkarte_zumOnlineAnsicht.pdf. Erişim Tarihi: 17 Mayıs 2023.
- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 82-103.
- Harker, R.-Mahar, C.-Wilkes, C. (1990). *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu, the Practice of Theory*. UK: Palgrave Macmillan.
- Heeter, C. (1989). Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication, in J.L. Salvaggio and J. Bryant (eds) *Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Computer Use*, pp. 217–35. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Heitmayer M., Schimmelpfennig R. (2023): Netiquette as Digital Social Norms, *International Journal of Human-Computer Interaction*, DOI: 10.1080/10447318.2023.2188534.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2015). A methodology for mapping Instagram hashtags. *First Monday*, 20 (1).
- Hilgers, M., Mangez, E., (2015), Bourdieu's *Theory of Social Fields Concepts and Applications*. London and New York: Routledge Taylor& Francis Group.
- Hohlfeld, R.; Godulla, A.; Ed. Hornung, Gerrit; Müller-Terpitz, Ralf: *Rechtshandbuch Social Media*, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2015.
- Howson A. ve Inglis, D. (2001). "The Body in Sociology: Tensions Inside and Outside Sociological Thought", *The Sociological Review*, 49(3), s. 297-317.
- Ignatow, G., Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: Theorising The Digital. *Information. Communication & Society*, 20(7), 950-966.
- İlhan, E., Aydoğdu, A. G. (2018). Türkiye'de YouTube yayıncılığı ve YouTuber olmak. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi*, (47), Güz, 141-166.
- Jarvinen, M. (2011). "Pierre Bourdieu", *Klassisk og Moderne Samfundsteori, Klassisk og Moderne Samfundsteori* (Ed. Heinne Andersen og Lars Bo Kaspersen), *Hans Reitzels Forlag*, Kopenhag.
- Jenkins, H.(2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, R. (1992). *Pierre Bourdieu (Key sociologists)*. London, New York: Routledge.
- Jenks, C. (2001). *Culture*. London: Routledge.
- Jerslev, A. (2016). In The Time Of Microcelebrity: Celebification And Youtuber Zoella, *International Journal Of Communication*, 5233-5251. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5078>.
- Jourdain, A. Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*. (Çev. Ö. Ellitez). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2008). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Kahn R. L. (1983). *The Dynamics of Interviewing*, Florida: Robert E. Krieger Publishing Company.

- Kaplan, M., Yardımcıoğlu, M. (2018). Alan, Habitus ve Sermaye Kavramları İle Pierre Bourdieu. *SSS Journal*, 4(14), ss. 614-623.
- Karagülle, A. E. & Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication* , 4 (1) , 1-9 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/13016/156815>.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel araştırma yöntemi* (5. Baskı). Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 62-80.
- Kaspersen, L. B. (2000). *Anthony Giddens: An Introduction to a Social Theorist*, (Çev. Ümit Tatlıcan), Blackwell London: England.
- Kay, A., Pearce, J. (2003). *Soziales Kapital*. CBS Network Services Limited und Technologie-Netzwerk Berlin e.V.,Berlin.
- Kaya, A. (2016). Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı. Der. G. Çeğin vd. *Ocak ve Zanaat* içinde. İstanbul: İletişim Yayınları. 397-419.
- Kaya, K. (2002). *Mikrososyoloji ve Toplumsal Grup Tipleri*. Isparta: Fakülte Kitapevi.
- Kızılcıkelik, S. (1994). *Sosyoloji Teorileri I*. Konya: Emre Yayıncılık.
- Koukoutsaki-Monnier, A. (2017). Different Histories, Different Narratives: ICT Uses As "Habitus"? , *International Academic Forum*, 4 (2), ss. 40-56.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2007). A familiar Face(book): Profile elements assigns in an online social network. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 435–444). New York: ACM Press (2) (PDF) *The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*.
- Lange, Patricia G. (2008). Journal of Computer-Mediated Communication. *International Communication Association*, 13/2008, 361–380.
- Layder, D. (2006). *Sosyal Teoriye Giriş* (Çev. Ümit Tatlıcan). İstanbul: Küre Yayınları.
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. Finland: University of Tampere.
- Lilley, S., Lightfoot, G., and Paulo Amaral, M.N. (2004). *Representing Organization: Knowledge, Management and the Information Age*. Oxford: Oxford University Press.

- Linashke, J. (2011). Getting The Most From Instagram, Çevrim-içi: https://books.google.com.tr/books?id=zI3Km4v6kqQC&pg=PT19&hl=tr&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false].
- Lindlof T. R. (1991). The qualitative study of media audiences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 35, 23-42.
- Lizardo, O. (2006). How Cultural Tastes Shape Personal Networks. *American Sociological Review*, 71, ss. 778-807.
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. New York: Routledge.
- Malkoç, İ. B. (2018). Makro Bir Siber Kamusal Alan Olarak Twitter: Türkiye'nin "Trending Topic"leri Analizi . *Sosyoloji Notları* , 2 (1) , 100-126 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosnot/issue/37831/397730>.
- Marsden, P. V., & Friedkin, N. E. (1993). Network Studies of Social Influence. *Sociological Methods & Research*, 22(1), 127–151.
- Marwick, A. E. (2010). *Status Update: Celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0*. (Doctoral Dissertation) New York University.
- Marx, K. (2010). *Louis Bonaparte'ın On Sekiz Brumaire'i* (Çev. T. Bora), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marx, K. (2011). *Kapital*. (Çev. A. Bilgi), Ankara: Sol Yayınları.
- Mayfield, A. (2010). What is Social Media, iCrossing, elektronik kitap, http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What is Social Media iCrossing_ebook.pdf.
- McCracken G. (1988). *The Long Interview*. London: Sage Publications.
- McLuhan, M. (2001). *Global Köy*. İstanbul: Yapıkredi Yayınları.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Mead, H. (1972). *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Meder, M., Çeğin, G. (2011). “Bourdieu’yü Okumak: Post-Pozitivist Bir Sosyolojinin İmkânı Üzerine”, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1, s. 233-256.
- Miller, M. (2011). *Facebook for Grown-Ups: Use Facebook to Reconnect with Old Friends Family and Co-Workers*, Second Edition, Indiana: Pearson.
- Monique, H., Hutter, I., & Bailey, A. (2010). *Qualitative Research Methods*. London: Sage.

- Mouzelis, N. (2012). “Öznelci-Nesnelci Bölünme: Aşmaya Karşı” (Çev. Ümit Tatlıcan) *Tözcülüğün Tasviyesi: İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar içinde*, (Hazırlayanlar: Güney Çeğin, Emrah Göker), Ankara: NotaBene Yayınları, ss. 193-216.
- Muntinga, Daniël G.; Moorman, Marjolein; Smit, Edith G.: “Introducing COBRAs Exploring motivations for brand-related social media use”, *International Journal of Advertising*, 30 (1),13-46,
- Nabeweesi, Jennifer (2006). “*Social Norms and Tax Compliance Among Small Business Enterprises in Uganda*”, (Unpublished Master Thesis), Accounting Finance of Makerere University, Uganda.
- Neisser, U. (1976). *Cognition and Reality*. San Francisco: Freeman.
- Noyes, D. (2020). The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated October 2020“, Zephoria Digital Marketing.
- NTV (2017). <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/iskur-youtuber-yetistirecek,S7LEJa4s6UeDUKBImpAUzg>.
- Nyland R., Marvez R., Beck J. (2007). “Myspace: Social Networking or Social Isolation?”, The AEJMC Midwinter Conference, Reno, Nevada, pp.1-20.
- Ölçer, H. (2019). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Simgesel Şiddet Sorunsalı ve Biçimleri. Nosyon: *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (2), 34-49.
- Ölçer, H. (2020). *Bourdieu’cü Toplumsal Ayrım Pratiklerinin Sosyal Medyaya Yansımaları: Facebook ve Instagram Örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin.
- Özcan, U. (2022). Sosyolojide Toplumsal Değer ve Norm Kavramlarına Yeniden Bir Bakış, *Sosyologca*, 23, s. 19-31.
- Özdemir, M. (2020). Bourdieu Perspektifinden Sınıfsal İlişkileri Okumak: Youtuberların Simgesel Şiddetin Üretimine Etkisi . *Intermedia International E-journal* , 7 (13) , 299-316 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/58521/795052>.
- Özdemir, M. (2023). Yapı-Eylem Etkileşiminde Dijital Sosyal Ağların Yeniden Üretimi: Giddens ve Bourdieu Sosyolojisi Çerçevesinde Dijital Sosyal Ağlar Üzerine Bir Değerlendirme . *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi* , 6 (1) , 128-152 . DOI: 10.33464/mediaj.1198931.
- Özkalp, E. ve Diğ., *Davranış Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın No: 26.

- Öztürk, E. (2019). “Nesnelliği Yükselişi ve Düşüşü: Nesnelliğin Neliği ve Mahiyeti Üzerine Tarihsel Bir Okuma”. *Journal of History School*, XLI, 851-852.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine, *Liberal Düşünce*. 61-62, s.121-141.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York, NY: Routledge.
- Papacharissi, Z., Easton E. (t.y). *In the habitus of the new stucture, agency and the social media habitus*.
- Papacharissi, Z., Thomas S., Tarleton G. (2013). Culture Digitally: Habitus of The New, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57 (4), p. 596-607, http://zizi.people.uic.edu/Site/Research_files/HabitusoftheNewZPTSTG.pdf.
- Parsons, T. (2011). *The Social System*. London: Routledge Press.
- Patchin, W. J. ve Hinduja. (2006). Bullies Move Beyond The Schoolyard: A Preliminary Look At Cyber Bullying’. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4(2): 148-169.
- Pennings, J. M. ve C. G. Gresov (1986). Technoeconomic and Structural Correlates of Organizational Culture: An Integrative Framework, *Organization Studies*, 4, 317-334.
- Pérez Torres, V., Pastor Ruiz, Y. ve Abarrou Ben Boubaker, S. (2018). YouTuber videos and the construction of adolescent identity. *Comunicar, Media Education Research Journal*, XXVI 26(1), 61-70.
- Postonee, M. Lipuma, E. Calhoun, C. (1993). *Bourdieu: Critical Perspectives*. The Universty of Chicago Press.
- Powell, C., Depelteau, F. (2015). *İlişkisel Sosyoloji Ontolojik ve Teorik Yönelimler*. (Çev. Özlem Akkaya), Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş, Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. (Çev. D. Bayrak, H.B.Aslan, Z. Akyüz), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Qualman, E. (2011). *Socialnomics*. New Jersey: Wiley.
- Rey, T. (2014). *Bourdieu on Religion. Imposing Faith and Legitimacy*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Rice, R.E. (1984). *The New Media: Communication, Research, and Technology*. USA: Sage Publications.
- Ritzer, G. (2013). *Sosyoloji Kuramları* (Çev. Himmet Hülür). Ankara: De Ki Basım Yayın.
- Robins, D. (1999). *Bourdieu and Culture*. Sage Publications.

- Rui, J.R., Stefanone M. (2013) Strategic Image Management Online, *Information, Communication & Society*, 16:8, 1286-1305.
- Scheuermann, L., & Taylor, G. (1997). Netiquette. *Internet Research*, 7(4), 269–273.
- Schütz, A. (2018). *Fenomenoloji ve Toplumsal İlişkiler*. (Çev.: A. Akan ve S. Kesikoğlu), Ankara: Heretik Yayınları.
- Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını.
- Shilling, C. (2004). *Body in Culture, Technology and Society*., London: Sage Publications.
- Shirky, C. (2017). Sosyal medyanın politik gücü: Teknoloji, kamusal alan ve politik değişim. E. Al, (Çev.) İçinde F. Aydoğan, (Ed.). *Yeni Medya Kuramcılarında Yeni Medya Kuramları içinde* (s.160-170). İstanbul: Der Yayınları.
- Snickars, P., Vonderau, P. (2009). *YouTube Readers*. National Library of Sweden.
- Social Blade (2023). <https://socialblade.com/youtube/top/country/tr/mostsubscribed>.
- Solis, B. (2010). The Essential Guide to Social Media, <http://www.onecaribbean.org/content/files/essentialGuidetoSocialMedia.pdf>.
- Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television*. Toronto: University Of Toronto Press.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. Elçin Gen, (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şen, H. & Turğuter, E. A. (2014). Anthony Giddens'in Sosyolojik Teorisinin Epistemolojik Arka Planı. *Sosyoloji Dergisi*,(30), 89-104. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosder/issue/41005/495510>
- Taguri, R., A. Baransel (1966). *Organizasyonların Beşeri Yönü*. İstanbul: İstanbul Üniv. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları.
- Tam (2020). Dijital Kültürün İzlençeleri Olarak Türk Youtuberlar, *Youtube Türkiye'de – Kültür Siyaset ve Tüketim 1* içinde, İstanbul: Kriter Yayınevi, 133- 158.
- Tandaçgüneş Kahraman, N. (2021). Digital Transformation of Bourdieu's Concept of Habitus: A Study on Closed Facebook Group for Freecycling. *Digital Transformation In Media& Society* içinde. İstanbul: İstanbul University Press. 105-126.
- Tatlıcan, Ü. (2005). 'Önsöz'. *Sosyal Teorinin Temel Problemleri Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki* içinde, İstanbul: Paradigma.

- Tatlıcan, Ü., Çeğin, G. (2014). "Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği", (Ed.: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan). *Ocak ve Zanaat* içinde, İstanbul, İletişim Yayınları, s.303-366.
- Taylor, E.B. (1958). *The Origins of Culture and Religion in Primitive Culture*. New York: Harper&Brothers.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*. 13 (3), 101-116.
- Thomson, P. (2008). *Field. Key Concepts of Pierre Bourdieu*. Ed. M.Grenfell. Biyografya, Theory and Practice, Acumen.
- Thorpe, C. (2015). İlişkisel Bir Sosyolojik Paradigma Uygulamak İçin Eleştirel Stratejiler: Bourdieu ve Vahşi Sosyolojik Teorik Mücadeleler. Ed. C. Powell ve F. Depelteau, (Çev. Ö. Akkaya), *İlişkisel Sosyoloji* içinde. Ankara: Phoenix Yayınevi. 167-192.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitap.
- Turner, B. S. (1996). *The Body and Society*. London: Sage Publications.
- Turner, Bryan S., Elliot, A. (2017). *Çağdaş Toplum Kuramından Portreler*. (Çev: B. Özkul), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Turner, Jonathan H. (1991). *The Structure of Sociological Theory*. Wadsworth Publishing Company.
- Usal, Z. ve Z. Kuşluyan (2002). *Davranış Bilimleri Sosyal Psikoloji*. İzmir: Barış Yayınları.
- Ünal, A. Z. (2017). Bourdieu'nün Tabakalaşma Teorisi Bağlamında Üst Sınıftan Alt Sınıfa Doğru Hayat Tarzı Tahakkümü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 380-388.
- Van Dijck, J. (2009). "Users Like You? Theorizing Agency in User-Generated Content. *Media, Culture & Society* 31, 41-58.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. (Çev.: Ö. Sakin). İstanbul: Kafka Yayınevi.
- Van Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu*. (Çev.Ö. Sakin), İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Van Dijk, J.(2005). *The Network Society Social Aspects of New Media*, London: Sage Publications.
- Vance, A. (2012). Facebook: the making of one billion users. Bloomberg Businessweek. Retrieved from: <http://www.businessweek.com/articles/2012-1004/facebook-the-making-of-1-billion-users>.
- Vanderberghe, F. (2012). "'Gerçek İlişkiseldir' Pierre Bourdieu'nün Üretken Yapısalcılığının Epistemolojik Bir Analizi", *Sociological Theory*, 17 (1), ss. 32-67.

- Varol, M. (1993). *Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş*. Ankara: Ankara Üniv. İletişim Fak. Yayınları.
- Vaskul, Dennis E., Vannini, P. (2006). *Body/Embodiment: Symbolic Interaction and the Sociology of the Body*. London: Routledge.
- Wacquant, L. (2008). Pierre Bourdieu, *Sosyolojik Düşüncede İz Bırakanlar* içinde, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, ss.257-272.
- Wacquant, L. (2014). *Giriş: Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*, (çev: Nazlı Ökten), İstanbul: İletişim Yayınları, s.13-45.
- Wacquant, L. (2016a), "A Concise Genalogy and Anatomy of Habitus" *Sociological Reviews*, Sage Journals, Volume 64, Issue 1, ss. 64-72.
- Wacquant, L. (2016b). "Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi." *Derleyenler; Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan, Ocak ve Zanaat* içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, ss. 53–76.
- Wallace, Ruth A. ve Wolf, A. (2012). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları: Klasik Geleneğin Genişletilmesi*. (Çev: M. R. Ayas, L. Elburuz). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Wardle, C., Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe.
- Webb, J., Schirato, T., Danaher, G., (2002). *Understanding Bourdieu*. London UK: Sage Publications.
- Weber M. (2011). *Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhü*. İstanbul: Alter Yayıncılık.
- Weber S. (2009). *Twitter Marketing: Promote Yourself and Your Business on Earth's Hottest Social Network*, USA: Weber Books.
- Weber, M., *Sosyolojinin Temel Kavramları: Meslek Olarak İlim*. İstanbul, Efkâr Yayınları.
- Wenzel, M. (2004). "The Social Side of Sanctions: Personal and Social Norms as Moderators of Deterrence". *Law and Human Behaviour*, 28(5), 547-567.
- Westenberg, W. (2016). *The Influence of YouTubers on Teenagers A descriptive Research about the Role YouTubers Play in the Life of Theirteen Age Viewers*, Yüksek Lisans Tezi, University of Twente Yayınları.
- Wittgenstein, L. (2010). *Felsefî Soruşturmalar* (Çev. Haluk Barışçan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), 219-235.

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yıldırım, E. (1999). Anthony Giddens ve Yapılanma Teorisi, *Bilgi*, (1),25-44.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media.
- Zhang, C.; Sun, J.; Zhu, X., Fang, Y. (2010). Privacy and Security for Online Social Networks: Challenges and Opportunities, *IEEE Network*, 24(4), s. 13-18.



EKLER

Ek 1

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma Prof. Dr. Füsun Alver danışmanlığında İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora programı öğrencisi Murat Özdemir tarafından yürütülen “Dijital Habitus ve Sosyal Medya: Sosyal Yaşamın Düzenlenmesinde Youtuberların Etkisi” isimli bir tez çalışmasıdır.

Çalışmanın amacı, Anthony Giddens ve Pierre Bourdieu’nün yapı/fail teorileri perspektifinden, gençlerin habituslarının üretim/yeniden üretiminde Youtuberların etkisini araştırarak hem Youtuberların hem de gençlerin dijital-fiziki sosyal yaşama etkilerini sınıf, stil, tarz ve beğeni kavramları çerçevesinde incelemektir. Çalışmada veriler, yarı yapılandırılmış sorularla derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak elde edilecek ve betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilecektir. Araştırmanın ‘gençler’ olarak tanımlanan örneklem grubu; çalışanlar, üniversite öğrencileri, işsizler, ortaokul ve lise mezunu gençleri ifade etmektedir. Belirtilen grupların yaş aralığı, araştırmanın amacına uygun olması için 18-24 olarak belirlenmiştir. Derinlemesine görüşme yoluyla farklı demografik özelliklere sahip olan toplam 28 genç ile görüşülmesi düşünülmektedir. Gençler olarak tanımlanan araştırma grubunun içerisinde yer alan üniversite öğrencileri, 18-24 yaş aralığında yer alan İstanbul Ticaret Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi öğrencilerinden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırma sırasında katılımcılardan kimlik belirleyici bilgiler istenmeyecektir. Cevaplar gizli tutulacak ve sadece araştırmacı tarafından bilimsel çalışmalarda kullanılacaktır. Bu anlamda, araştırma sonuçlarından sağlıklı sonuçlar edinilebilmesi için soruların samimi bir şekilde cevaplanması oldukça önemlidir.

Bu çalışma kişisel rahatsızlık teşkil edecek soruları içermemektedir. Ancak katılımcı araştırma sırasında herhangi bir nedenden dolayı rahatsızlık hissederse katılımını sonlandırabilir. Çalışma sırasında istenilen, soruların özenli ve samimi bir şekilde cevaplanmasıdır. Çalışmaya katılım yaklaşık 30 dakika sürecektir. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için Murat Özdemir’e [Redacted] adresinden ulaşabilirsiniz. Katılımınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman katılımımı sonlandırabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı kullanımını kabul ediyorum.

Evet () Hayır ()

Araştırmacının Adı Soyadı

Murat Özdemir

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR

Kurul Tarihi: 30.11.2022

Kurul Karar No: 10-8

GENÇLERE¹ YÖNELTİLECEK YARI-YAPILANDIRILMIŞ SORULAR

a- Demografik Bilgiler

1. Yaşınız: 18-24 () 25-34 () 35-44 () 45-54 () 65 ve üstü ()

2. Mesleğiniz:

3. Eğitim seviyeniz:

4. İkamet ettiğiniz yer:

5. Çocuğunuz var mı?

Evet () Hayır ()

6. Evet ise kaç tane?

Bir () İki () Üç () Dört () Beş () Daha fazla ()

7. Çocuklarınız dışında evde bakmakla yükümlü olduğunuz biri var mı?

Evet () Hayır ()

8. Şu anda çalıştığınız düzenli bir işiniz var mı?

Evet () Hayır ()

9. Kaç yıldır çalışmaktasınız?

1 yıldan az () 1-5 yıl arası () 5-10 yıl arası () 11 yıl ve üzeri ()

10. Çalışma şekliniz nedir?

Tamamen yüz yüze çalışmaktayım () Tamamen çevrimiçi çalışmaktayım ()

Bazen yüz yüze bazen çevrimiçi çalışmaktayım (Hibrit çalışma modeli) ()

11. Hangi çalışma düzenini tercih ederdiniz?

Tamamen yüz yüze çalışmak () Tamamen çevrimiçi çalışmak ()

Bazen yüz yüze bazen çevrimiçi çalışmak (Hibrit çalışma modeli) ()

12. Günde kaç saat çalışmaktasınız?

1-4 saat () 4-6 saat () 6-8 saat () 8-10 saat () 10 saat ve üzeri ()

13. Hangi sektörde çalışmaktasınız?

Özel sektör () Kamu sektörü ()

14. Aylık geliriniz nedir?

1- 5.000 TL () 5.001-7.500 TL () 7501-10.000 TL ()

10.001-12.500 TL () 12.501-15.000 TL () 15.000TL ve Üzeri ()

¹ Araştırmanın 'gençler' olarak tanımlanan örneklem grubu; çalışanlar, üniversite öğrencileri, işsizler, ortaokul ve lise mezunu gençleri ifade etmektedir.

1. Youtube'da hangi kategorideki Youtuberları takip ediyorsunuz ?
2. En sık takip ettiğiniz Youtuber kimdir ?
3. Youtuberları takip etmenizdeki motivasyon kaynağınız nedir ?
4. Youtuberları takip etmenizdeki herhangi bir çıkar elde etmeye yönelik düşünceniz söz konusu mudur ? Youtuberları bilinçli olarak mı takip ediyorsunuz ?
5. Youtuberlar aracılığıyla başka insanlarla etkileşim kurarak sosyalleştığınızı düşünüyor musunuz ?
6. Sosyal yaşamında sahip olduğun değerlerin ve normların Youtuberlarda olduğunu düşünüyor musunuz ? Ait olduğunuz toplum ya da çevrenin normları ve yaşam tarzı ile Youtuberların bu konudaki önerileri arasında bir benzerlik veya karşıtlık var mı?
7. Youtuberlardan yaşam tarzı ve beğeni konusunda etkileniyor musunuz ?
8. Kendinizi sınıfsal anlamda hangi konumda görüyorsunuz ? Youtuberlarla etkileşiminizde sınıfsal özellikleriniz etkili midir ?
9. Sahip olduğunuz kültürel ve ekonomik yaşam standartları, hangi Youtuber'ı takip edeceğinizi belirleyen bir ölçüt müdür ?
10. Youtuberlarla etkileşimde bulunduğunuzda (takip etme, yorum yazma, paylaşımında bulunma vb.) kendinizi sınıfsal farklılıkları hem dijital hem de fiziki sosyal yaşamda yeniden üreten biri olarak görüyor musunuz ?
11. Yaratıcı bir yanınız var mı ? Bu yaratıcı yönünüz Youtuberlar aracılığıyla gelişti mi yoksa tam tersi bir yönde mi ilerledi?
12. Fiziki sosyal yaşam alanınızda aile ve sosyal ilişkiler yoluyla edindiğiniz davranış ya da eğilimleriniz; beden, yaşam tarzı ve beğeni konusunda Youtuberları takip ettikten sonra değişti mi ?

YOUTUBERLARA YÖNELTİLECEK YARI-YAPILANDIRILMIŞ SORULAR

1. Youtuberlığın size göre tanımı nedir ?
2. Fiziki sosyal yaşamda yer alan toplumsal kurallar ya da normları, içerik üretme sürecinde dikkate alıyor musunuz ? Toplumsal kurallar ile dijital yaşamdaki kurallar

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.11.2022
Kurul Karar No: 10-8

göz önüne alındığında, içerik üretme sürecinde bu faktörlerin sizi kısıtladığını ya da tam tersi geliştirdiğini düşünüyor musunuz ?

3. Bu bağlamda sizce Youtube'un kendi kuralları var mıdır ? Bu sosyal ağda sadece Youtube'un kurallarına göre mi yoksa gençlerin istekleri doğrultusunda mı içerik üretiyorsunuz ?
4. Gençlerin sizin davranışlarınızı örnek aldığı hususunda ve önerilerinizi dikkate alma konusunda neler söylersiniz ? Gençler, bu konuda size nasıl bir geri dönüş sağlamaktadır ?
5. İçeriklerinizin gençlerin dijital ya da fiziki sosyal yaşamlarına etkisi düşünüldüğünde, toplumsal sınıf ya da statü bakımından görünürlüklerine etkisi oluyor mu ? Yaşam tarzı ve beğeni konusunda takipçilerinizin fiziki sosyal yaşama etkisi bağlamında sizden etkilendiğini düşünüyor musunuz?
6. Dijital/ fiziki sosyal yaşam alanınızda sosyal ilişkileri az/sınırlı olan bir gencin sizin içeriklerinizden etkilenecek dijital/fiziki sosyal yaşantısında aktif/sosyal bir konuma geçer mi ?
7. Youtube'u sosyal bir etkileşim alanı olarak düşündüğümüzde alt/üst, eril/dişi, zengin/fakir vb. sınıfsal farklılıkların görünür olduğu bir sosyal ağ olarak görüyor musunuz ? Kendinizi sınıfsal anlamda hangi konumda görüyorsunuz ? Bu noktada Youtube'da ürettiğiniz içeriklerle sınıfsal ayrımların yeniden üretiminde etkili olduğunuzu düşünüyor musunuz ?

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.11.2022
Kurul Karar No: 10-8