

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**KADIN VE ERKEK TEMSİLLERİ AÇISINDAN YENİ BİR ARAYA GELME
ALANI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ ANALİZİ:
kizlarsoruyor.com ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emel ATEŞÇİ

KOCAELİ 2015

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**KADIN VE ERKEK TEMSİLLERİ AÇISINDAN YENİ BİR ARAYA GELME
ALANI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ ANALİZİ:
kizlarsoruyor.com ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emel ATEŞÇİ

DANIŞMAN: Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ

KOCAELİ 2015

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**KADIN VE ERKEK TEMSİLLERİ AÇISINDAN YENİ BİR
ARAYA GELME ALANI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM
AĞLARININ ANALİZİ: kizlarsoruyor.com ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Emel ATEŞÇİ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 22.07.2015/13

Jüri Başkanı: Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ



Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Özgür VELİOĞLU



Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Sedat ÖZEL



KOCAELİ 2015

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ VE DEĞİŞEN İLETİŞİM BİÇİMLERİ

1.1. Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tanımı ve Özellikleri.....	14
1.1.1. Sosyal Ağlardan Sanal Sosyal Ağlara İletişim Biçimleri: Bilgisayar Dolayımı İletişim.....	19
1.1.2. Sosyal Paylaşım Sitelerinde Bir Araya Gelen Elektronik/Sanal Topluluklar ve Türleri.....	26
1.2. Kimliklerin Yeni Temsil Mekânları Sosyal Paylaşım Sitelerinde Kendini Sunma ve Benlik Kavramı.....	31
1.2.1. Kendini Sunma Kuramları.....	33
1.3. Yeni Sosyalleşme Mekânı Sosyal Paylaşım Sitelerinde Yeniden İnşa Edilen Sosyal Kimlikler.....	35
1.3.1. Kimlik- Benlik İlişkisi.....	41
1.3.2. Kimlik- İhtiyaçlar Hiyerarşisi İlişkisi.....	45

İKİNCİ BÖLÜM

KADINLIK VE ERKEKLİĞİN SANAL TEMSİL MEKÂNI OLARAK kizlarsoruyor.com SİTESİ

2.1. Toplumsal Cinsiyet ve Toplumun İnşa Ettiği Kadınlık-Erkeklik Temsilleri.....	52
---	----

2.1.1. Gündelik Yaşam Kategorisi İnşa Eden Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri..... 55

2.2. Kadın ve Erkek Kullanıcıların Bilgisayar Dolayımı İletişime Kullanıcı Olarak Yaklaşımları.....61

2.3. Kendini Sanal Uzamda Sunmaya Örnek Bir Site: *kizlarsoruyor.com*.....64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

kizlarsoruyor.com Sitesindeki Profillerin Analizi

3.1. Araştırmanın Yöntemi.....74

3.2. Elde Edilen Bulgular.....75

SONUÇ.....95

KAYNAKÇA.....98

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

KADIN VE ERKEK TEMSİLLERİ AÇISINDAN YENİ BİR ARAYA GELME
ALANI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ ANALİZİ:
kizlarsoruyor.com ÖRNEĞİ

ÖZET

Bu tez çalışmasının amacı, gündelik yaşamdaki performatif hareketlerle inşa edilen kimliklerin, kullanıcılarına sanal birer uzam sunan sosyal paylaşım sitelerinde nasıl kurgulandığının *kizlarsoruyor.com* adlı sosyal paylaşım sitesi üzerinden incelenip içerik analizi yöntemi ile analiz edilmesidir.

Araştırmanın birinci bölümünde, sosyal paylaşım siteleri ve bu sitelerle birlikte değişen iletişim biçimleri, kimlik inşası ve kendini sunma davranışı ele alınmıştır. İkinci bölümde kendini sunma kuramından hareketle sosyal paylaşım sitelerinde kadın ve erkek temsilinin inşasına değinilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde sitedeki profiller içerik analizi yöntemi ile incelenerek, sanal kimlik inşasının çevrimdışı dünya ile benzerliği veya farklılığına ilişkin sonuçları yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadınlık, Erkeklik, Toplumsal cinsiyet stereotipleri, Sosyal Paylaşım Ağları.

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**ANALYZING SOCIAL NETWORK SITES AS AGGREGATION FIELD IN
TERMS OF REPRESENTATION OF FEMININITY AND MASCULINITY: A
CASE STUDY kizlarsoruyor.com**

ABSTRACT

The aim of this dissertation is to study and analyze by content analyzing method, how identities that are builded by performative acts in daily life are fictionalised in the social network sites which are present their users a virtual space. A social network site kizlarsoruyor.com is the example of this study for analyze.

In the first chapter of the study, social network sites and way of communications that are changed with these sites, identity construction and self presentation behaviour is considered. In the second chapter, construction of representation of male and female in the social network sites, based on the self presentation theory. The third chapter of the study contains analyzed site profiles by content analyzing method and the results on similarities and differences between virtual identity construction and the offline world.

Keywords: Femininity, Masculinity, Gender Stereotypes, Social network sites.

ÖNSÖZ

İnsanoğlu iletişim kurmak için her devirde farklı yollara başvurmuştur. Kullandığı her yeni yol bireyin gündelik yaşam pratiklerini yeniden şekillendirmiş ve kişiler arası iletişimle ilgili farklı alışkanlıklar edinmesine neden olmuştur. Günümüzde bilgisayar dolayımıli iletişim biçimleri ve bu yeni iletişim biçimlerinin getirdiği yeni iletişim şekilleri, bireyi anlamada yol gösteren bir çalışma alanıdır. Bu araştırmada sanal bir sosyalleşme uzamı olan sosyal paylaşım sitesi www.kizlarsoruyor.com, web madenciliği yöntemiyle incelenerek, sanal kadın ve erkek temsillerinin çevrimdışı temsillerden farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmektedir. Çalışma doğrudan cinsiyet farklılığı temeline dayanan, kadın ve erkek üyelerin karşılıklı iletişime geçtiği bir sitenin analizini yapıyor olması bakımından önem taşımaktadır.

Bu çalışmada emeği geçen öncelikle tez danışmanım Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Bölüm Başkanı değerli hocam Prof. Dr. Nigar Pösteği'ye her koşulda güler yüzüyle ve sabırla bana destek verdiği için çok teşekkür ederim. Özellikle araştırma yöntemi kısmında bana yol gösteren ve çok şey öğrenmemi sağlayan değerli hocam Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Bölüm Başkan Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. Yusuf Budak'a teşekkür ederim. Akademik çalışmalarımda beni her zaman destekleyen, fikirleriyle çalışmamı zenginleştiren değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Sedat Özel'e teşekkür ederim. Güler yüzü ve paylaşımlarıyla yanımda olan ve kapısını bana hep açık tutan Öğr. Gör. İren Dicle Deveci'ye teşekkür ederim. Çalışma arkadaşlarım Arş. Gör. Gözde İslamoğlu ve Arş. Gör. İremcan Güngör'e destekleri için teşekkür ederim.

Ayrıca beni akademik gelişim konusunda destekleyen ve bugünlere getiren sevgili annem Suna Kozak ve babam Salahattin Kozak'a, manevi desteklerini hiç esirgemeyen sevgili kardeşlerim Filiz Kozak Güleç, iğdem Kozak, Burçin Kozak ve Fatih Kozak'a, en yoğun ve bu yüzden en zorlu süreci yaşayan ama her zaman bana sonuna kadar gitme gücü veren eşim Kenan Ateşçi ve kızım Nehir Ateşçi'ye ve üzerimde emeği olan tüm aileme teşekkür ederim.

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Topluluk Türleri.....	27
Tablo 2: Topluluğun tanımıyla ve sosyal paylaşım siteleriyle ilişkili gerekliliklerin tekrar eden öğeleri.....	29
Tablo 3: Kadınlık ve Erkeklik Stereotipleri.....	57

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tarihsel Gelişiminde Önemli Dönemler.....	17
Şekil 2: İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramiti.....	46
Şekil 3: Deaux ve Lewis'in Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Modelinin Bileşenleri.....	59
Şekil 4: Sitenin Türkçe ve İngilizce versiyonunun açılış ekranı.....	65
Şekil 5: Sitenin Ana Sayfası.....	66
Şekil 6: Sitenin “Canlı Yayın” Sekmesi Ekranı.....	71
Şekil 7: Sitenin Konu Başlıkları Ekranı.....	72
Şekil 8: Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Modeli.....	78
Şekil 9: Yaş Gruplarına Göre Üye Dağılımı.....	79
Şekil 10: Üyelik Adlarına Göre Üye Dağılımı	80
Şekil 11: Profil Fotoğraflarının Üye Dağılımı.....	81
Şekil 12: Profil Görünürlüğünde Üye Dağılımı.....	82
Şekil 13: Konu Başlıklarına Göre Dağılım.....	83
Şekil 14: Üyelerin Yaşadıkları Şehirler.....	84
Şekil 15: İlişki Durumu.....	85
Şekil 16: Soruların Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Açısından Dağılımı.....	86

GİRİŞ

Gerçek ve sanal kavramlarının daha çok içiçe geçtiği bir gündelik yaşam pratiği bireylerin rutin akışı içinde yer almaktadır. Web 2.0¹ teknolojilerinin gelişimiyle başlayan ve söz konusu teknoloji ilerledikçe günlük ilişkilerimizi şekillendiren hatta dönüştüren iletişim biçimlerine şahitlik edilmektedir. Bu gelişmeler göz önüne alındığında, yeni medya ve değişen iletişim biçimleri, sosyal ağlar yoluyla inşa edilen sanal kimlikler ve temsiller birçok sosyal bilimcinin ilgisini çeken konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma kapsamında da sanal uzam üzerinde devam eden günlük iletişim biçimlerinin, bireyin kimlik inşasında ne tür değişikliklere yol açtığı veya aynı çevrimdışı dünyadaki gibi devam etmesini sağlayıp sağlamadığı üzerine eğilmek istenmektedir. Çünkü bu yeni uzam, Manovich'in de tanımladığı gibi *kültürel objeler* olarak ele alınabilir ve böylelikle bize uygun verileri elde edebileceğimiz, bu verileri çeşitli ilişkiler bağlamında inceleyip bir sonuca varabileceğimiz bir çalışma alanı sunmaktadır.

Medyanın tarihi incelendiği zaman, kültürü dönüştüren belli başlı dönüm noktaları olduğu görülecektir. Söz konusu dönüm noktalarında, kültürel iletişim üzerinde, dönemini etkileyen, o günler için adeta toplumsal yaşamı belirleyen buluşların hiçbirisi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni medya kadar çok yönlü bir etkiye sahip olmamıştır. Örneklendirmek gerekirse; matbaanın bulunuşu kültürel iletişimi medyanın dağıtımını yönünden; fotoğraf ise sabit görüntüler açısından etkilemiştir. Oysaki bilgisayar teknolojisi hem kazanç, kullanım, depolama

¹ Web sitelerinin kullanılan ilk biçimleri web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. Böylelikle internet günlük yaşamda yerini almıştır. Etkileşimi temel alan yeni medyanın, kullanıcıyı içerik oluşturmaya dahil etmesi ile beraber web 2.0 olarak adlandırılan web uygulamaları görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla web üzerinden kurulan iletişimin karşılıklı olması sağlanmış ve bu durum zamanla sosyal ağların ortaya çıkışını ve hızla yaygınlaşmasını beraberinde getirmiştir. Gelişimine hızla devam eden web teknolojisi, artık aracı konumundaki makinelerin, verileri anlamlandırabileceği varsayımına dayalı olarak geliştirilen web 3.0 ile yeni bir döneme kapı açmaktadır.

ve dağıtım olmak üzere iletişimin bütün aşamalarını hem de bütün medya türlerini etkilemiştir (Alioğlu, 2011:17). Bugün yeni medya uzamlarında, aynı yapı içinde sabit görüntülerin ses dosyalarıyla, yazılı metinlerin hareketli görüntülerle birlikte yer aldığı görülebilmektedir. Kısacası, yeni medya sesin, zaman ve mekânın, sabit ya da hareketli görüntülerin, yazının senkronize olduğu elektronik sanal uzamlardır.

Yeni medya denildiğinde genellikle ilk tartışılan, bu medyanın “yeni” nitelemesini neye göre aldığıdır. Her yeni iletişim aracının ilk çıktığı dönem için yeni olduğu ve kendi çağı için yenilik getirdiğı düşünülerek yapılan bu eleştiriye karşın; buradaki "yeni"nin söz konusu eleştiriden farklı anlamda olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Bugün, yeni medya devriminin tam ortasında durduğumuz söylenebilmektedir. Bu devrimle birlikte kültür; bilgisayar merkezli üretim, dağıtım ve iletişim formları olmak yönünde değişime uğramıştır (Alioğlu, 2011:18). Yeni medyanın etkileşimli bir medya olması nedeniyle iletişime ve dolayısıyla gündelik yaşama, kültüre getirdiğı farklılıkların bu nitelemede etkili olduğu ifade edilebilmektedir. Çünkü yeni medya, yukarıda da sözü edildiğı üzere, daha önce hiçbir iletişim aracının etkilemediğı kadar çok toplumsal hayatı etkilemiştir. Bunun da en temel nedeni, diğer kitle iletişim araçlarının aksine, modern insana, etkileşim olanağını sunmasıdır. Daha açıklayıcı olması bakımından yeni medya kavramı için yapılmış olan tanımlamalara bakmakta fayda olduğu düşünölmektedir.

Yeni medya kuramcısı Lev Manovich, “eski” verinin “kültür”den anladığımız şeyler olduğunu, “yeni” verinin ise "sayısal olan"a vurgu yaptığını belirtmektedir. Yeni medyanın veri sunumu, erişimi, manipölasyonu için kullanılan geleneksel kültürel eğilimler ve daha yeni eğilimlerin bir karışımı olarak anlaşılabileceğini söylemektedir (Manovich, 2014a:169). Bu tanıma göre yeni medya içinde eskiyi de barındıran bir yenidir.

Yeni medya, teknolojide yaşanan birtakım gelişmeler sonucu bugünkü anlamına kavuşmuş bir kavramdır. 1970’li yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Fakat 1990’lara gelindiğinde iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle birlikte anlamı genişlemiş ve çıkış noktasından çok daha farklı bir yere ulaşmıştır (Vural ve Bat,

2010:3350-3371-3372). Özellikle internetin kullanılmaya başlanması ve yaygınlaşması, yeni medyanın sahip olduğu anlamı farklılaştırmada etkili olmuştur.

Yapılan başka bir yeni medya tanımı, bu medyanın farklı ortamları bir araya toplama özelliğine yani multi-medya/çoklu ortama sahip olmasına vurgu yapmaktadır. Yeni medya içinde metni, durağan ve hareketli görüntüyü, sesi bir arada barındırabilmektedir (Lister ve diğerlerinden aktaran: Dilmen, 2007:115).

Williams vd., yeni medyanın, yeni hizmetler sunan ya da var olanları geliştiren mikro elektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamaları olduğunu vurgulamaktadır. Negroponte ise yeni medyayı tanımlarken fiziksel atomların yerine sayısal bitlerin iletiminin geldiğini ve bunun onu eskiden ayıran en önemli özellik olduğunu belirtmektedir. Pavlik, medya tüketicisi açısından yaptığı tanımlamada yeni medyanın eskiye göre kullanıcıya daha fazla kontrol ve seçim sunduğunu vurgulamaktadır (Vural ve Bat, 2010:3350).

Buraya kadar yapılan tanımlara bakıldığında; etkileşim özelliği ile öne çıkan ve geleneksel medyadan ayrılan yeni medyanın, bir diğer önemli özelliğinin melez yapısı olduğu görülmektedir. Törenli'ye göre yeni medya, hem bilgisayarlara özgü işlemleri hem de iletişim araçlarına özgü yapıları barındırdığı için "melez" bir medyadır. Bu nedenle iletişim araçlarının daha çok günümüze (bir gelişim ya da sürekli yenilenme süreci anlamında da geleceğe) özgü olanlarını nitelendirmek için kullanılmaktadır (Törenli, 2005:87).

van Dijk'a göre yeni medya aktarım kanallarıyla metin, veri, görüntü ve ses gibi çeşitli içeriklerin yüklendiği ve farklı donanımlara da aktarılacak yapay belleklerin bir bileşimidir (Törenli, 2005:157).

Manovich'in yeni medya tanımlamasına dönülecek olunursa, insan-bilgisayar etkileşiminin temel fikirlerini açığa çıkaran araştırmacılar; hem bilginin sunumunun yeni yollarını icat etmişler hem de eski kültürle olan bütün etkileşim biçimlerini radikal bir şekilde yeniden tanımlamışlardır. Manovich'in tanımlamasında eski ve

yeninin bir araya gelmesi ile oluşan farklılığa vurgu yapılmaktadır. Bu tanımını, insan-bilgisayar arayüzünün, geçmişe dair tüm kültürel üretim formlarının yeni bir biçimi olarak medyalaştığını söyleyerek detaylandırmaktadır (Manovich, 2014a:163). Ona göre yeni medya, dijital bilgisayar teknolojisini dağıtım ve sunum aşamalarında kullanan kültürel objelerdir (a.g.e, 2014:165).

Yapılan tüm bu tanımlamaların ortak noktasına bakıldığında "yeni" kavramından hareket edildiği görülmektedir. Bu durum Lister vd.nin "yeni medyadaki yeni, 'yeni eşittir daha iyisi' şeklinde ideolojik bir yan anlama sahiptir" diyerek öne sürdükleri önermelerine uygun düşmektedir. "Yeni" bu yan anlamını, teknolojiye dayalı sosyal gelişmedeki modernist inançtan elde etmiştir (Lister vd. 2009:11).

Büyük toplumsal değişimler ancak, teknolojik ve toplumsal yeniliklerin birbirlerini karşılıklı olarak etkilemesiyle meydana gelebilmektedir. (Alioğlu, 2011:24) Bu açıdan bakıldığında yeni medya da ortaya çıktığında sosyal, teknolojik ve kültürel değişimin geniş manzarası içinde çığır açan bir fenomen gibi algılanmıştır ve algılanmaktadır; dolayısıyla, yeni tekno-kültürün bir parçasıdır (Lister vd. 2009:11).

Yeni medya, dijital teknolojiye ve internet erişimine dayalı bir iletişim medyasıdır. Son yirmi, otuz yıl içinde medya üretim, dağıtım ve tüketiminin tüm türleri büyük ölçüde yeni bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından dönüştürülmektedir. (Abercrombie ve Longhurst, 2007:243) Bu dönüşüm her dönemde topluma farklı şekilde etki etmektedir. İletişim kuramcısı McLuhan bu farklılıkları 3 ayrı dönem üzerinden açıklar. O'na göre; yazıyla parçalı bir toplum modeline geçilmiş, matbaayla birlikte toplum bireyciliğe yönelmiş ve elektronik medyanın yükselişiyle ise toplum yeniden biçimlenmiştir. Fiziksel sınırlar içinde kalmayan iletişim, anında kişiler arası iletişim olanağı sunduğu için gezegen elektronik/global bir köy gibi tasarlanır. McLuhan bu toplum modelini *Marconi Galaksisi* olarak adlandırmıştır (Bourse ve Yücel, 2012:107). Her iletişim aracının, bireyin çevresindeki dünyayla ilişkisini değiştirdiğini söyleyerek, araçların etkisini vurgulamaktadır (Gardner ve Davis, 2014:34).

Manovich ise yeni medya için iki tabaka belirlemektedir. Bunlardan birincisi kültürel tabakadır ve kabaca içerikle aynı anlama gelmektedir. Diğeri de alt yapı, arayüz ya da bilgisayar çerçevesini kuracak diğerk makine temelli formları kapsayan bilgisayar tabakasıdır. Manovich'e göre, bilgisayar tabakasının, medyanın kültürel mantığı üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (Alioğlu, 2011:46).

Yeni medyanın bilgisayar tabakasına sahip oluşu ve iletişimi elektronik ortamda çok geniş bir alanda devam ettirmesiyle değişen iletişim biçimleri, kültürü de etkilemiştir. Teknolojinin bu konudaki üstünlüğü Ellul'un tanımlamasında da kendisini göstermektedir. O'na göre makine ve aletler salt yaşantımıza hükmetmek için ortaya çıkmamıştır. Bu tür teknolojik yapıtlar insan psikolojisinde köklü bir değişime yol açmaktadır: Her yönüyle rasyonalize edilmiş hayatlar ve her şeyin verimliliğe dayalı olduğu, titizlikle ölçüldüğü bir düşünce tarzı. Bu yaklaşıma göre teknoloji insan psikolojisini yeni baştan yaratmaktadır (Gardner ve Davis, 2014:32).

Yeni medya araştırmacıları, bu medyanın sahip olduğu özellikleri incelemişler ve her biri farklı fakat benzer başlıklar altında sıralamışlardır. Bunlardan, Lievrouw ve Livingstone'a göre; bilgi ve iletişim teknolojileri ve söz konusu teknolojilerin sosyal bağlamları olarak yeni medya üç temel bileşen içermektedir:

- İnsanların iletişim kurma ve anlam paylaşma becerilerini olanaklı kılan ve arttıran maddi nesnelere ya da cihazlar;
- İnsanların gelişirken dahil olduğu ve bu cihazları kullandığı iletişim faaliyetleri ya da pratikleri; ve
- İnsanların nesnelere ve pratikler etrafında yarattığı ve inşa ettiği daha geniş sosyal düzenlemeler ve organizasyonel formlar (Lievrouw'dan aktaran Yengin, 2012:67).

Bir diğerk sıralamaya göre, yeni medya alıcı ve gönderici arasında medya mesajları için oluşmuş olan çizgiyi ortadan kaldırırken; aynı zamanda geleneksel medyanın sunamamış olduğu en az altı tane katkıya sahiptir. Bunlar; çok ortamlılık, hiper metinlilik, paket anahtarlama, eş zamanlılık, etkileşimlilik ve kitlesizleştirmediir (Park'tan aktaran: Gülner ve Balcı, 2011:71). Üçüncü bir sınıflandırma ise şu

şekildedir: dijitallik, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık (Doğu vd. 2014:30-31).

Rogers'in yeni medya özellikleri sıralaması ise üç başlıktan oluşmaktadır: Etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansız olabilme (Geray, 2003:18-19; Kuyucu ve Karahishisar, 2013:55; Törenli, 2005:159-161).

Yukarıda sözü edilen özelliklerden çoklu ortam (multimedia) özelliği sayesinde bilgisayar aracılığı ile kurulan iletişim gerçekmiş gibi algılanmaktadır (Tosun, 2013:122). Çoklu ortamdaki sanal gerçeklik, bireylerin bu sanal ortamı kendi düşlerinin, bir diğer anlamda sakladıkları gerçeklerinin uzantısı olarak kullanmalarını mümkün kılmaktadır. Böylece bireyler gerçek kimlikleriyle sunamadıkları duygu, düşünce ve davranış eğilimlerini sanal mekâna aktararak kendi sanal durumlarını yaşamaktadırlar (Tosun, 2013:123).

1945 yılında Vaneever Bush'un yaptığı metinsel enformasyon türleri arasındaki bağlantıya ilişkin tanımlama, yeni medyanın hiper metin özelliğine denk düşmektedir. Bu özelliğe göre metinsel enformasyon türleri arasındaki bağlantı ve bu bağlantıyı sağlayan mekanik yapılar kullanıcıların sınırsız bir şekilde bir metinden diğerine geçiş yapmalarına olanak sağlamaktadır (Park'tan aktaran: Gülnar ve Balcı, 2011:73). Böylelikle iletişim doğrusal olmaktan çıkmakta, onun yerine çoklu bir yapıya girmektedir. Bu yapı, iletişim sürecinde hedef kitlelerin etkinliğini daha da arttırmaktadır (a.g.e, 2011:74).

İnternetin eşzamanlılık özelliği sayesinde elektronik mesajların gönderici ve alıcıları, bu mesajları farklı zaman dilimlerinde görebilmekte ve birbirleriyle kendi uygunluk zamanlarına göre etkileşim kurabilmektedirler (a.g.e, 2011:74).

Etkileşim, yeni medyanın ana karakteri olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla yeni medya kavramını "yeni" şeklinde nitelerken, onun etkileşim özelliği göz önünde bulundurulmaktadır (Aktaş, 2007:6). Yeni iletişim teknolojileri bağlamında etkileşim şöyle tanımlanabilir: İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesi etkileşimdir (Geray, 2003:18). Bir diğer tanımlamaya göre etkileşim,

kaynak ile alıcı arasındaki ya da daha geniş şekliyle herhangi bir sayıda kaynak ve alıcı arasındaki çok yönlü iletişimdir (Pavlik'ten aktaran Aytekin, 2016:106). Yeni Medya, kullanıcılarını sistemle etkileşim halinde olmaya teşvik etmektedir ve kullanıcılarla enformasyon üreticileri arasında çevrimiçi ortamda etkileşimli bağlantılar sağlamaktadır (Aytekin, 2012:106).

Kitlesizleştirme özelliği sayesinde internet kullanıcıları farklı seçenekleri bir araya getirebilmektedirler. Dolayısıyla bu özelliklerle beraber kitle iletişim sisteminin kontrolü; mesajı üretenlerden, iletişim mesajlarını tüketenlere doğru kaymaya başlamıştır (Gülner ve Balcı, 2011:77).

Tüm bu yeni medya özellikleri göz önüne alınarak, günümüzün medya yapısı ve iletişim ilişkilerine bakıldığında, tamamen farklı bir toplum yapısının oluşmakta olduğu görülebilmektedir. Yeni medya temel konumu aracılığıyla, toplumsal yapının ve üretim ilişkilerinin yeniden biçimlendirilmesini sağlayarak yeni toplum yapılarının oluşmasında etkili olmuştur (Tosun, 2013:120). Yeni medyayı, yeni yapan tüm bu özellikler ve toplumsal yapıda oluşturduğu değişikliklerdir. Manovich, yeni medyanın nasıl yeni medya olduğunu, medya tarihinden örneklerle açıklamıştır. Bu açıklamasında, iletişim araçlarının, sayısal verilere çevrildiğini vurgulamaktadır: “Grafikler, hareketli görüntüler, sesler, şekiller, alanlar ve metinler hesaplanabilir oldu, yani basitçe bilgisayar verileri öbeği haline geldi. Kısacası medya, yeni medya haline geldi” (Manovich, 2014b:470).

Bireyler günlük yaşamlarını, belirli bazı sosyal ağlar içinde devam ettirmektedirler. Fakat yukarıda da söz edildiği gibi 1970’ler ve sonrasında hızla gelişen bilişim teknolojileri, sahip olduğumuz sosyal ağ kavramını da değiştirmiştir. Yeni bilişim ve iletişim teknolojileri, toplumsal ilişkileri de dönüştürmüştür. Çevrimdışı sosyal ağların yanı sıra sanal sosyal ağlar günlük yaşam rutinlerinin önemli bir noktası haline gelmiştir. Bugün sosyal ağlar üzerinden sohbet edilebilmekte ve anlık olarak ses, görüntü, dosya paylaşımında bulunulabilmektedir.

Bireylere bu paylaşım olanaklarını ve yeni iletişim kurma biçimlerini sağlayan sosyal ağ oluşumlarından birisi de sosyal paylaşım siteleridir. Günümüzde

birçok kişi sosyal paylaşım sitelerine üye olarak gerek çevrimdışı ilişkilerini sanal uzam üzerinden sürdürmekte, gerekse daha önce tanımadığı kişilerle yine sanal uzam üzerinden iletişime geçmektedir. Dolayısıyla insanların sosyal paylaşım sitelerinde bir nevi sosyalleşme ihtiyaçlarını giderdikleri ve kendileri için kişisel tatmin sağladıkları; diğerleri tarafından kabul görerek Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirttiği ait olma ve saygı görme ihtiyaçlarını giderdikleri ve belki de böylelikle kendilerini gerçekleştirmeye doğru ilerledikleri söylenebilmektedir.

Sosyal paylaşım sitelerinin 1995 yılında *Classmates.com* ile hayatımıza girdiği görülmektedir. Site anaokulundan üniversiteye kadar okul arkadaşlarının bulunması amacıyla oluşturulmuştur. Hemen ardından 1997'de kurulan *SixDegrees.com*'da bir diğer öncü sitedir. Bu sitenin de temel amacı sosyal iletişimin sağlanmasıdır. Bu iki sitenin ardından sayıları giderek artan sosyal paylaşım siteleri, gündelik yaşamın vazgeçilmezleri arasında yerini almıştır. İletişim teknolojilerinin baş döndürücü bir hızla gelişimi ve akıllı telefonların yaygınlaşması, sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla kurulan iletişimi, kişinin kendini ifade etme aracı olması açısından merkeze yerleştirmiştir. Danah Boyd, bu siteler için şöyle demektedir: "*Sosyal paylaşım siteleri, sosyal paylaşım için tasarlanmıştır*" (Boyd, 2014:7). Bu bakımdan yaklaşıldığında gelişen iletişim teknolojilerinin var olan iletişim biçimlerine ve alışkanlıklara göre şekillendiği ama sonuçta kendi yapısını oturtarak var olan ilişkileri yeniden inşa edip dönüştürdüğü söylenebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, yeni medyada şekillenen sosyal ağ biçimlerinden birisi olan sosyal paylaşım siteleri ve bu sitelerde kurulan kimlikleri, sitelerde kurulan profiller ve sitenin işleyiş prensipleri aracılığıyla incelemektir. Amaca yönelik olarak şu sorular sorulmaktadır:

- Sosyal paylaşım sitelerinde, üyeler kadınlık ve erkeklik temsillerini nasıl tasarlamaktadırlar?
- Söz konusu benlik sunumlarını oluşturdukları görsel profil, geleneksel kadın erkek temsilleri ile örtüşmekte mi yoksa farklılaşmakta mıdır?

Gündelik yaşamda, diğer bireylerle iletişim kurarken, içinde bulunulan ortama ve diğer kişilere göre farklı temsiller içine girilebilmektedir. Fakat kişi kendisini

gizleyememektedir. Sadece aslında olduğundan farklı bir inşaa ile kendini sunabilmektedir. Yine de kişinin adı, fiziksel özellikleri bellidir. Sanal uzamda yani sosyal paylaşım sitelerinde ise farklı fotoğraf kullanıp farklı bir mesleğe sahipmiş gibi kendisini tanıtılabilmektedir. Bazı açılardan bu gizlilik, çevrimdışı yaşamında farklı baskılar altında kalan veya kendini gerçekleştiremediğini düşünen bireyler için bir fırsat gibi görülebilmektedir. Bu durumda, gizliliğin özgürlüğü de beraberinde getireceği ve bireylerin gerçekte sahip oldukları fiziksel görünümlemlerini ve adlarını gizleyerek, kendilerini ve düşüncelerini çekinmeden ortaya koyabilecekleri beklenebilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde sosyal paylaşım siteleri ve bu sitelerle birlikte değişen iletişim biçimleri ele alınacaktır. Burada, sosyal paylaşım sitelerinde ne tür kimliklerin inşaa edildiği sorusu karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kimlik inşası ve benlik sunumu kavramlarına değinilecektir.

İkinci bölümde benlik sunumu kuramından hareket edilerek sosyal paylaşım sitelerinde kadın ve erkek temsilinin inşasına değinilecektir. Cinsiyet farklılıkları ve teknolojiye yaklaşım açısından kadın ve erkek kullanıcılar, sosyal paylaşım sitelerinde farklı tavırlar sergileyebilmektedir.

Son bölüm ise çalışmanın araştırma kısmıdır. İncelenen siteden elde edilen bulgular ortaya konulacak ve sosyal ağ analizi yapılarak sonuca ulaşmaya çalışılacaktır. Analiz için veri madenciliğinde de kullanılan bir program olan Weka'dan faydalanılacaktır. Veri madenciliği, çok sayıda veri arasındaki bağıntıların bilgisayar programları aracılığı ile ortaya konulduğu bir araştırma yöntemidir. Bu çalışma kapsamında, profillerden elde edilecek olan verilerin içinden, amaca yönelik anlamlı bilgilerin elde edilmesi amacıyla bu yöntem seçilmiştir. Veriler arasındaki karşılıklı ilişkileri ortaya çıkarıp verilerde görünmeyen bağıntıları da ortaya koyabilmesi açısından yararlı bir yöntem olduğu düşünülmektedir.

Problem

Gündelik yaşam için her dönemde önemli olan kişiler arası iletişim, bugünün bilişim teknolojileriyle daha farklı şekillerde gerçekleştirilebilmektedir. Yeni medyanın etkileşim özelliği, bugünün iletişimine farklılık katan en önemli niteliktir. Sosyal paylaşım ağları, etkileşimin üst düzeyde olduğu, kullanıcının içerik sağlayıcı olarak, iletişim akışının çift yönlü ilerlemesini sağladığı bir ortama sahiptir. Geleneksel kitle iletişimine kıyasla, bireyi öne çıkaran ve fikrini söyleme imkanı sunan yeni medya ortamı beraberinde yeni kavramları da gündelik yaşama dahil etmiştir. Yeni medya ortamında iletişim faaliyetlerini sürdüren birey, hem yeni iletişim teknolojilerinden etkilenmiş hem de onları etkilemiştir. Bu ilişkisi sırasında sonsuz bir özgürlüğe sahip olup olmadığı ise üzerinde henüz uzlaşmamış olan bir tartışma konusudur. Geleneksel medyaya göre kullanıcının daha çok söz hakkı olması, içeriğe müdahale etme olanağının olması, ona bir özgürlük alanı sağlamaktadır. Egemen iktidar yapısının sürdürdüğü kalıpların dışına çıkabilme imkanı tanımaktadır. Öte yandan bu sırada yeni medya ortamlarında attığı her adımla ardında bir elektronik iz bırakmaktadır. Ayrıca diğer kullanıcılar tarafından da izlenmektedir. Bu da sanal uzamda gözetimin devam ettiği fikrini beraberinde getirmektedir. Etkileşimin yüksek düzeyde olduğu, kullanıcıların gerek yorum kutularıyla gerek diğer araçlarla içeriğe müdahil olduğu sosyal paylaşım siteleri, çevrimdışı yaşamdan farklı olarak, bireye kendisini yeniden inşa etme imkanı tanımaktadır. Bu nedenle sosyal paylaşım sitelerinin, sanal kimlik inşaları açısından incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çalışmanın temel problemini, kadın ve erkek kullanıcıların, karşılıklı sorular sorarak gündelik yaşama ilişkin konularda fikir alışverişi yaptıkları kizlarsoruyor.com adlı sosyal paylaşım sitesinin, kullanıcı profilleri üzerinden gidilerek, kimlik inşası ve kadınlık erkeklik temsilleri açısından incelenmesi oluşturmaktadır.

Bu temel problemden yola çıkarak aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Bilgisayar dolayımıli iletişim ortamları, kadın erkek temsilleri açısından, bireyin kendisini toplumsal cinsiyet ideolojisinden bağımsız bir şekilde ifade edebildiği ortamlar olarak kullanılıyor mu?
- Benlik sunum aracı olarak kullanılan profillerin anonim olma imkanı sunan sosyal paylaşım sitelerindeki inşasının toplumsal cinsiyet açısından ağırlıklı görünümü nasıldır?
- Benlik ve kimlik bilgisayar dolayımıli iletişim ortamında ne kadar sunulabilmektedir?

Araştırmanın Amacı

Roller, günlük yaşantımızı devam ettirmede kullandığımız görev tanımları olarak ifade edilebilir. Toplumsal yaşam içinde herkesin daha önceden egemen yapı tarafından kurgulanmış rolleri vardır. İletişim araçları bağlamında düşünöldüğünde, bu araçlarda yer alan içerik bireyin toplumsal rollerinin nasıl olması gerektiğine dair de yönlendirici içeriğe sahiptir. Yeni medya açısından yaklaşıldığında, özellikle sosyal paylaşım ağıları ile hem bireyselleşen hem de sosyalleşen kişi, bu sanal uzamdan da kadınlık ve erkeklik rollerine ilişkin içerik almaktadır. Bir kadın veya erkek olmak belli kalıplar içinde sunulup sıradanlaştırılmaktadır. Bu araştırmanın genel amacı, anonim kimlikler kullanmanın mümkün olduğu sosyal paylaşım sitelerinde, kimlik inşasının hangi değerlere göre yeniden kurgulandığı ve yerleşik kadın erkek temsillerinin hangi pratiklere göre üretildiğinin değerlendirilmesidir. Bu bağlamda kadın erkek ilişkilerine dair konuşmaların yapıldığı bir sosyal paylaşım sitesi olan kizlarsoruyor.com, kullanıcı profilleri açısından incelenmiş, sanal uzamda kimliklerin nasıl yeniden inşa edildiği ve bu inşa sırasında kadınlık ve erkekliğin bireyler tarafından yeniden tanımlanma pratikleri hakkında inceleme yapılmıştır.

Çalışmanın hipotezleri ise şu şekildedir:

- Çevrimdışı yaşama göre daha özgür olunan sanal uzamlarda, anonim kimlikler kullanılarak, kalıplaşmış düşünceler hakkındaki farklı fikirler daha rahat ifade edilebilir diye düşünölmektedir. Buna karşılık, kadın ve erkeklerin sanal uzamdaki kadın-erkek temsillerine ilişkin söylemleri, çevrimdışı dünyadaki ile paralellik sergilemektedir.

- Sosyal paylaşım sitesinde, bireyler, anonim sanal kimlikleri nedeniyle, diğer üyelerle çevrimdışı yaşamlarındaki kişiler arası iletişimlerinde kurmayacakları türden bir söylem kullanmaktadırlar.

Araştırmanın Önemi

Yeni iletişim teknolojileri, gündelik hayatta bir çok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Kişiler arası iletişim de bu anlamda geleneksel formundan sıyrılmış ve sanal uzama taşınarak yapısal farklılıklar geçirmiştir. Başkalarıyla ilişki kurarak inşa edilen kimliğin ve temsil biçimlerinin sanal iletişim ortamlarında ne tür değişimlere uğradığı ise farklı boyutlarda incelenmesi gereken bir alan olarak görülmektedir.

Sanal ortamlarda elde edilen verilerin, genellikle mühendislik bilimlerinde kullanılan analiz programları ile incelenmesi, sosyal bilimlerde yeni bir uygulamadır. Bu çalışmada, sosyal paylaşım sitesinden elde edilen veriler, sosyal ağ analizine tabi tutulduğu ve böylelikle karşılıklı ilişkiler ortaya konulduğu için önemlidir. Alanda bu yöntemle yapılmış çalışmalar henüz bulunmamaktadır. Öncü bir çalışma olması bakımından öneme sahiptir.

Sınırlılıklar

Bilgisayar dolayımı iletişim ortamlarında kadın erkek ilişkilerinin konuşulduğu birçok farklı sanal uzam mevcuttur. Fakat çalışmada bu alana sınırlama getirilerek sadece bir sosyal paylaşım ağı belirlenmiştir.

İncelenecek olan profillerin seçiminde, sitenin kendi yaptığı, en yüksek puanlı üyelere ilişkin sınıflandırma dikkate alınarak bir araştırma evreni oluşturulmuştur. Bu araştırma evreni içinde profillerini gizli tuttukları için soru dökümlerine ulaşamayan üyeler bulunmaktadır. Fakat gizli profil tercihi de çalışma açısından bir veri oluşturduğu için önemli kabul edilmektedir.

Üyelerin kullandıkları gerçek fotoğraflarda ve cinsiyet, yaş, şehir gibi kişisel bilgilerde üye beyanı esas alınmaktadır. Bu bilgilerin doğruluğunu tespit etmek, anonim sanal ortamın getirdiği bir sınırlılık oluşturmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ VE DEĞİŞEN İLETİŞİM BİÇİMLERİ

Ad verme, yeni doğmuş bir bebeğin kimlik inşasındaki ilk adımdır. Fakat bebeğin bilinçli olarak attığı bir adım değildir. Dolayısıyla doğduğumuzda bize verilen kimlikler, kendi seçimimiz olarak nitelendirilememektedir. Cinsiyetimizi, doğduğumuz yeri, ailemizi, ırkımızı, dinimizi, vb. özelliklerimizi seçememekteyiz. Sosyal paylaşım siteleri, son yıllarda tüm dünyada hızla yayılan ve günlük yaşamın önemli bir etkinlik alanı olan sanal topluluklardır. Bir sosyal paylaşım sitesine üye olan birey, her şeyden önce bir profil oluşturmaktadır. Artık onun sanal uzamdaki kimliği, oluşturmuş olduğu profildir. Bu profiller fotoğraf, demografik bilgiler, kişisel ilgi alanları ve hobiler, profilin kimlere açık olacağı türünden seçimleri içeren gizlilik ayarları vb. gibi bölümlerden oluşmaktadır. Birey, profile çevrimdışı dünyadaki kimlik ve fotoğraf bilgilerini de ekleyebilmekte, takma ad veya kendisine ait olmayan bir görsel de kullanabilmektedir. Bu tercihler tamamen kişinin sanal uzamdaki kimliğini nasıl ve neye göre inşa etmek istediğine bağlı olarak değişmektedir. Profil yoluyla sosyal ağa dahil olduktan sonra, mesaj yazarak, yorum yaparak, soru sorarak, bir link veya görsel paylaşarak diğer üyelerle etkileşime geçilmektedir. Sanal uzamda kimlik oluşturmanın sırrı budur. Kullanıcı adından başlayarak, kimliği inşa edecek her öge, kişinin kendisi tarafından seçilmektedir.

Burada karşımıza şu soru çıkmaktadır: Çevrimdışı dünyada sosyal ağlara sahip olan ve yüz yüze iletişim kuran birey neden sosyal paylaşım sitelerinde sanal bir iletişim biçimini tercih etmektedir? Bu soruya tek ve biricik bir yanıt vermenin zorluğu ortadadır. Bu sitelere üye olan herkes kendisine göre bir neden ileri sürebilir. Fakat konuya daha genel bakmak açısından şöyle de yaklaşılabilir. Bu sitelerin çoğunun kuruluş amacı, insanları sosyalleştirmek, arkadaşlarıyla buluşturmak, farklı arkadaşlıklar edindirmektir. Kısacası bireylerin temel yöneliş sebebi iletişim kurmak ve kendini tatmin etmektir. Bu nedenle tüm kimlik kurgusunu da buna yönelik yapmaktadır. Buradan hareketle öncelikle sosyal paylaşım sitelerinin özellikleri üzerinde durulmalıdır.

1.1. Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tanımı ve Özellikleri

Kişiler gündelik yaşamın akışı sırasında farklı sosyal gruplar içinde yer almaktadır. Ağlar da onlardan birisidir. Yaşamımızın içinde farklı ilişkilerimiz dolayısıyla yer alan diğer bireylerle kurduğumuz her bağlantı, başka bağlantıları da beraberinde getirmektedir. Böylelikle her bireyin kendi ilişkilerinden doğan ve gelişen ağ ilişkileri meydana gelmektedir.

Ağ terimi, bir veya daha fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanan, dolayısıyla toplumsal bir ağ oluşturan bireylere (nadiren de ortaklıklara ve rollere) gönderme yapmaktadır. Söz konusu ilişki bağlarının içinde akrabalık, iletişim, arkadaşlık, otorite ve cinsel ilişki sayılabilmektedir (Marshall, 1999:4).

Sanal toplumsal ağlar da bu mekânda bir araya gelen bireylerin etkileşimi ile sanal toplumsal grupların oluşturulduğu yerlerdir. Dolayısıyla sanal ağlar, kişiler arası iletişim biçimlerini değiştiren ve yeni oluşumlar getiren bilişim teknolojisi çıktıkları olarak okunabilmektedir. Bireyler, söz konusu sanal toplumsal ağlarda etkileşimde bulunmakta, ilişkiler geliştirmekte, görüşlerini paylaşmakta, tartışmaktadırlar. Kısacası günlük hayat pratikleri içinde kurdukları iletişim biçimlerini, sanal uzamın dinamiklerine uyarlanmış şekli ile devam ettirmektedirler. Elbette ki bu iletişim biçimlerinin çevrimdışı dünyadaki ile birebir aynı olması mümkün değildir. Bilgisayar dolayımı iletişim alanında çalışan öncü isimlerden birisi olan Rheingold da bireylerin sanal topluluklarda hoş sohbet ve tartışma için bulduklarını ileri sürmektedir. O'na göre bireyler sosyal ağlarda entelektüel söylem, ticaret yapmak, bilgi alışverişi, paylaşım, duygusal destek, plan yapmak, beyin fırtınası, dedikodu, kavga, aşk, arkadaş bulmak ve kaybetmek , oyun oynamak, flört, biraz yüksek sanat ve bir sürü boş konuşma ile meşgul olmaktadır. Kısacası sanal topluluklardaki bireyler, çevrimdışı dünyadaki bireylerin yaptıkları her şeyi yaparlar; fakat, bedenlerini geride bırakmaktadırlar. Bilgisayar bağlantılı kültürlerin zenginliği ve canlılığı, sanal toplulukların içine çekilmiş milyonlarca kişi için çekicidir, hatta bağımlılık yapmaktadır (Rheingold, 1993:3). Buradan da görüldüğü gibi sosyal paylaşım ağları, bedensiz bir iletişim şekli olarak hem çevrimdışı

dünyadan farklılaşmaktadır hem de sahip olduğu çeşitlilik ile adeta bağımlılık yaratmaktadır.

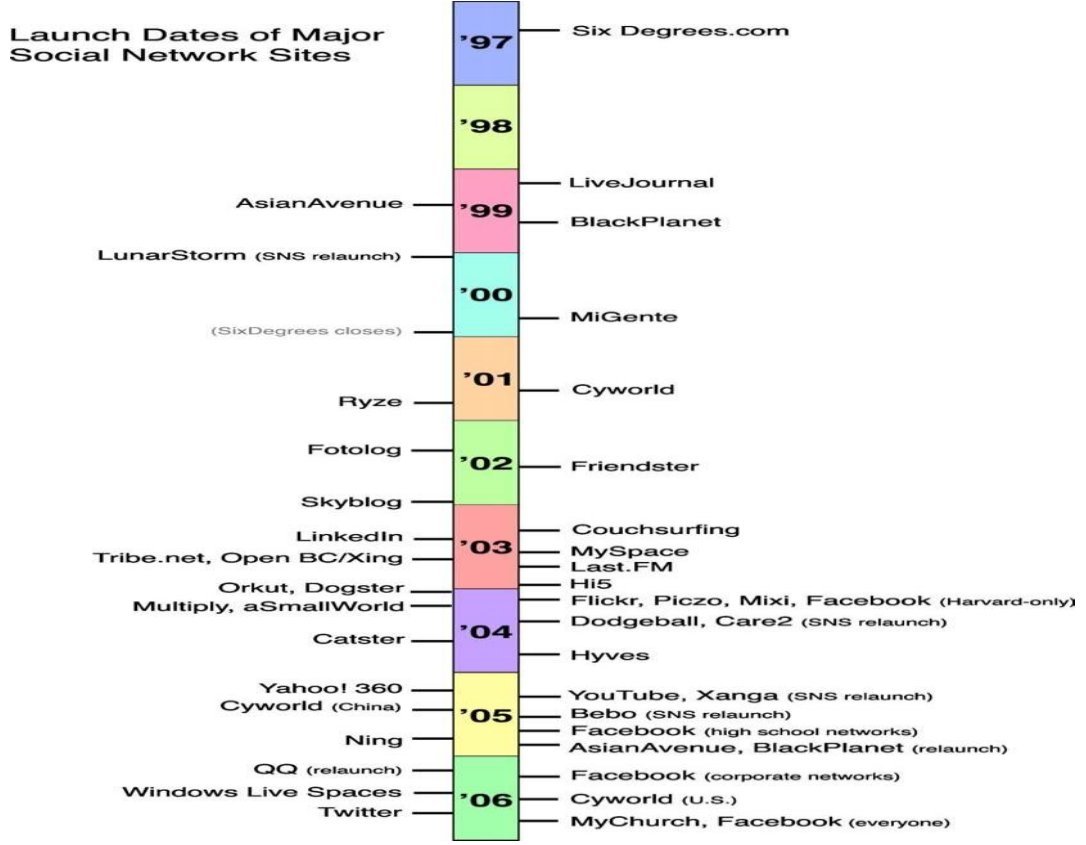
Postmodern kültürün beslediği topluluklar giderek artan bir biçimde mekândan bağımsızlaşmaktadır. Araca dayalı değildir, duygusal ilişkiler içermektedir ve topluluk yükümlüğü gereği zorunlu katılım yerine bireysel seçimlerle girilen bir yerdir (Sharpe, 2005). Sanal topluluklar ise İnternet’te sanal uzamda, bireylerin insani duygularla, yeterli sürede tutulan konuşmalarla, tartışmalarla devam ettirdiği sosyal bir araya gelmeler olarak tanımlanabilmektedir (Rheingold, 1993:4-5). Rheingold sanal topluluk tanımlamasını, İnternet kullanımı genel kamu bilincine girmeye başlarken ortaya atmıştır ve sanal toplulukların, artık hayatımızda yer almayan geleneksel topluluklara duyulan bir açlığa yanıt olduklarını ileri sürmektedir (Rheingold’dan aktaran: Parks, 2011:105-107).

Bu anlamda bakıldığı zaman sosyal paylaşım sitelerinde meydana gelen topluluklar, herhangi bir tekil anlamda topluluk değildirler; siteler, birçok farklı topluluk oluşumu için sosyal mekânlar olarak işlev görürler (a.g.e., 2011:105). Sanal uzamda oluşan bu topluluklar, çevrimdışı dünyadakinden farklı bir biçimde, kişiselleştirilmiş topluluklardır. Postmodern kültürde bireyler, geleneksel toplumun birbirine bağımlı ilişkisi yerine, birbirleri ile olan ortak ilgi alanlarına ya da stillerine göre topluluk oluşturmaktadırlar (Sharpe, 2005). Dolayısıyla sanal topluluklar, o topluluğu oluşturan kullanıcı grubunun kişisel tercihlerine göre şekillenmektedir. Bellah ve arkadaşları bu nedenle bu tür gruplaşmalara “ilgi toplulukları” adını verirken; Shields, bu yeni duygu-merkezli sosyalleşme biçimini, sözleşmeye dayalı toplumdaki, bağlantıya/ilişkiye dayalı topluma geçiş olarak tanımlamaktadır. (Bellah’tan ve Shields’ten aktaran: Sharpe, 2005). Kabir’in de belirttiği gibi Twitter, Orkut, Google Plus, Instagram, Myspace, Friendster ve benzerleri gibi ağ siteleri sosyal ağların tek türü değildir. Bunların yanı sıra bloglar ve mikrobloglar, içerik toplulukları, İnternet forumları, wikiler, İnternet yayımları, video/resim paylaşma siteleri, eleştiri siteleri, sanal sosyal dünyalar ve sanal oyun dünyaları sosyal paylaşım sitelerinin kavramsal öncülleri arasında yer almaktadır (Kabir, 2014:290).

Parks, sosyal paylaşım ağlarında bir topluluk olmayı sağlayan en ilgili gereklilikleri; ortak kurallara ve değerlere sahip olmak, etkileşimlerde kolektif eylemde bulunmak ve toplulukla duygusal bağ, ait olma ve kimlik hissi ile ilişkisel bir bağ oluşturmak şeklinde sıralamakta ve yaptığı çalışma sonucunda topluluklarla ilgili bir sonuca varmaktadır. O'na göre sanal topluluklar, çevrimdışı toplulukların genellikle jeografik açıdan basit bir çevrimiçi uzantısıdır (Parks, 2011:111-120).

Sosyal paylaşım siteleri üzerine öncü çalışmalar yapmış olan Danah Boyd, bilgisayar dolayımı iletişimi destekleyen sanal topluluklar ve sosyal medyanın bir türü olarak tanımladığı sosyal paylaşım siteleri için 3 temel özellik sıralamaktadır: İlki sınırlandırılmış bir sistem içinde kamusal ya da yarı kamusal bir profil inşa etmektir. İkincisi bağlantısının olduğu diğer kullanıcıları açıkça belirtmek ve son olarak sistemde diğerlerinin de yaptığı gibi bağlantı listesini incelemektir (Boyd, 2011, s. 43).

Bu özellikler bakımından yaklaşıldığında sosyal paylaşım siteleri sosyalleşme, diğerleri ile anlamlı bağlantılar kurma, eğlence, hatta destek ve empati beklentilerini taşımaktadır. Bu nedenle sosyal paylaşım ağlarının, katılımcıların sosyal sermayelerini arttırarak topluluk fikrini geliştirdikleri de ifade edilmektedir (Parks, 2011, s. 106). Bunun ötesinde sosyal paylaşım sitelerinde, bireylerin, belli bir sosyal topluluk içinde çevre edindiği ve böylelikle belli bir konum çerçevesi oluşturduğu da bilinmektedir. Brooker bu şekilde konum elde etmeyi ve bilgi mülkiyeti, başarılar, resmi ve gayriresmi niteliklerle bu konumu güvence altına alabilmeyi kültürel sermayenin bir türü olarak tanımlamaktadır (Kabir, 2014, s. 290).



Şekil: Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tarihsel Gelişiminde Önemli Dönemler (Boyd, 2008).

Boyd, belli başlı sosyal paylaşım sitelerini bir zaman çizelgesi üzerinde göstererek, sosyal paylaşım ağlarının tarihsel gelişiminde önemli dönemleri ortaya koymuştur. Sosyal paylaşım ağının öncü siteleri 1995 yılında kurulan *Classmates.com* ve 1997-2001 yılları arasında aktif olan *SixDegrees.com* siteleridir. Bu öncü sitelerin ardından ise hızla yeni sosyal paylaşım siteleri açılmış ve çevrimiçi kullanıcılar tarafından ilgi görmüştür. Boyd'un çizelgesinde en sonda belirttiği Twitter'in ardından Instagram, Pinterest ve Periscope gibi yeni ve farklı sosyal paylaşım siteleri açılmış ve büyük bir hızla kullanılmaya başlanmıştır.

Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de hızla yayılan ve çabuk ilgi gören sosyal paylaşım siteleri, bugün insanlar için günlük rutinin bir parçası haline gelmiştir. Google'ın 2014 yılı tüketici barometresi adı altında yaptığı internet kullanımı alışkanlıklarına göre, Türkiye'de nüfusun %92'si sosyal medya kullanıcısıdır. Bu oran aynı zamanda diğer ülkeler arasında en yüksek rakama tekabül etmektedir

(URL-1, 2014). Dolayısıyla sayılar da göstermektedir ki ülkemizde çevrimiçi topluluklara, sosyal paylaşım ağlarına uzam oluşturan sosyal medya büyük ilgi görmektedir. Web 1.0 teknolojisinin aksine, Web 2.0 ile içeriğin kişiselleştirilmesi, kullanıcı konumundaki bireyin içerik sağlayıcı konumuna girmesi ve böylelikle etkileşime dayalı bir iletişim biçimi üzerinden ağı oluşturan diğer üyelere ulaşabilmesi, bu büyük ilginin temel kaynakları arasında sayılabilmektedir.

Öte yandan sosyal paylaşım siteleri, sanal bir topluluk duygusu oluşturarak, üyeler açısından bir aidiyet duygusu ve sanal bir kimlik inşası sağlamaktadır. Çünkü kimlik, diğer bireylerle etkileşim halindeyken kurulan ve geliştirilen bir şeydir. Bu sitelerde kullanıcılar, kişisel bilgilerini, fotoğraflar, videolar, yorumlar gibi ifadelerle diğer kullanıcılara açarlar. Diğer kullanıcılar da başkalarının özel bilgilerini izlerler, dolayısıyla bu yapılanma beraberinde gözetlemeyi de getirmektedir. Bu yapılanma Gramsci'nin tanımladığı kendiliğinden rızanın yani hegemonyanın, sosyal paylaşım ağlarında, sanal uzamlarda da var olduğunun düşünülmesine neden olmaktadır. Kabir, bu tür hegemonyayı “bireyselliğin sermayeleşmesine yol açan mekânsız hegemonya” olarak tanımlamaktadır. (Kabir, 2014:301). Dolayısıyla sosyal paylaşım ağları, çevrimdışı dünyadaki gündelik hayat pratiklerinin yeniden üretildiği ama sanal uzama göre yeniden şekillendiği ve belki de dönüştüğü sosyalleşme mekânlarıdır.

Sanal uzamda sosyalleşmenin gerçekleştiği sanal topluluklar, çevrimdışı dünyadaki topluluklardan farklı özelliklere sahiptir. Parks, sosyal paylaşım ağlarında sanal bir topluluk olmak için gereken üç sosyal zorunluğu; üyelik zorunluluğu, ifade zorunluluğu ve bağlantı zorunluluğu olarak sıralamaktadır (Parks, 2011:109). Bir sosyal paylaşım ağında yer almak için her şeyden önce bir üyelik hesabı oluşturmak gerekmektedir. Sosyal paylaşım sitelerinde üyeliğin kolaylığı ve kalıcılığı, sanal topluluk oluşumunu sağlayan temel sosyal gerekliliktir. Üyelik profilinin herkese ya da sadece arkadaşlara açık olması, iletişimin gerçekleşme şekli açısından temel bir etkiye sahiptir. Herkese açık bir profil, kapalı bir profile göre, zayıf bağlara sahip birbirini tanımayan insanlar arasındaki iletişimi kolaylaştırır ve böylelikle topluluk oluşumunu, birleşmeyi destekler (a.g.e., 2011:110).

Öte yandan ifade zorunluluğu yani kişisel ifade için ilk sorulacak soru şudur: Kullanıcı profil sayfasını özelleştirmiş mi yoksa özelleştirmemiş mi? Profilin açık ya da sınırlı olarak açık olması, diğer kullanıcılarla kurulacak iletişimin şeklini de etkileyecektir. Açık bir profile daha kolay ulaşılabilecekken, sınırlı ya da gizli bir profile ulaşım o kadar basit olmayacak ve iletişim kurmak daha zor olacaktır. Burada kullanıcının kişisel tercihleri önemlidir. İkinci soru kişinin kendi fotoğrafını kullanıp kullanmadığıdır. Görsel imgeler bireyselliği açıklamakta ve kullanıcıların daha bireyselleşmiş yanıtlar almalarını sağlamaktadır. Bağlantı zorunluluğuna gelince ise sosyal paylaşım sitesi üyelerine, diğer üyelerle bağlantı kurabilmesi için çeşitli araçlar sağlamaktadır (Parks, 2011:110-111). *kizlarsoruyor.com* sosyal paylaşım sitesi üyelerine soru sorup yanıt verebilme, anket oluşturma, bir konu hakkında kendi düşüncelerini "bence" başlığı altında yayımlama gibi araçlar sağlamaktadır.

Bu çalışma kapsamında incelenen *kizlarsoruyor.com*'da da üyelerin soru sorma, soruya yanıt verme, yorum yapma, anket sorusu oluşturma, "bence" başlığı oluşturma gibi araçları kullanmaktaki temel gayeleri diğer üyelerle bağlantı kurabilmektir. Sosyal bağlanabilirlik Parks'ın (Parks, 2011:111) belirttiği gibi profili zengin gösteren öğelerdendir. Böylelikle site içinde topluluğa aidiyet duygusu, katılım ve kimliklenme deneyimleri de edinilmektedir. *Kizlarsoruyor* sitesi için sosyal anlamda bağlanabilirlik en çok birbirlerinin sorularına yanıt verme yolu ile artmaktadır. Soruya verilen yanıt sayısı ve gösterilen ilgi, topluluğa aidiyet duygusu, katılım ve kimliklenme deneyimlerini de beraberinde getirmektedir. Aynı zamanda çok yorum alan üyenin, kendi profilini de daha zengin algılamasını sağlayabilmektedir.

1.1.1. Sosyal Ağlardan Sanal Sosyal Ağlara İletişim Biçimleri: Bilgisayar Dolayımı İletişim

İletişim her zaman temel insan ihtiyaçlarından birisi olmuştur. İletişimin aracı bazen duman olmuştur, bazen ise bir papirus; kimi zaman bir güvercin kullanılmıştır, kimi zaman bir şiirle iletişim kurulmaya çalışılmıştır. İçinde bulunulan dönemin teknolojisine göre iletişimin nasıl gerçekleşeceği de şekillenmiştir. Akabinde ise yenilenen iletişim biçimi, gündelik hayatı şekillendirmiş, dönüştürmüştür. Bu

anlamda iletişim teknolojilerini ve getirdiği yeni iletişim biçimlerini anlamaya çalışmak, analiz etmek, topluma ve gündelik yaşama ilişkin bir çok veri elde etmeyi, içinde bulunulan çağı daha iyi anlamayı sağlamıştır. Castells, teknoloji ve toplumsal değişme hakkında şöyle der: “Teknoloji toplumu belirlemez: Onu temsil eder. Ama toplum da teknolojik yenilikleri belirlemez, kullanır” (Castells, 2005, s. 6). Bugünün dijital teknolojisine baktığımız zaman, iletişimde zamana ve mekâna bağlılığı kaldırmış olması, yüz yüze olmayı zorunlu kılmaması, bugünün iletişim dilini geçmişten tamamen farklılaştırmıştır. Bu teknolojinin sanal etkileşimi getirmiş olması ise bugünün iletişimini şekillendirmede çok etkili olmuştur. Her yeni teknoloji ile gelen iletişim biçiminin “yeni” olarak addedilmesinin yanında, günümüz iletişim biçim ve araçlarına “yeni” ön ekinin doğrudan eklenip o şekilde adlandırılmasındaki asıl neden de budur. Etkileşim insan ilişkilerine, sosyalleşmeye, kimlik inşasına kısacası günlük yaşama dair her şeye “eski”den olmadığı kadar bir farklılık getirmiştir. Zaman ve mekândan bağımsızlaştırması da bireyselleşmeyi ve göreceli de olsa özgürleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Varnelis’e göre de sürekli açık, her zaman erişilebilir olan internet sayesinde oluşan ağ, yerel olanı global ölçekte birbirine bağlayarak “mekân” kavramını, mesafe ve uzaklık duygusunu değiştirmiştir (Varnelis, 2008: 26).

Castells, interaktif bilgisayar ağlarının yeni iletişim biçimleri ve kanalları yarattığını, hayatı şekillendirdiğini ve hayat tarafından şekillendirilip katlanarak büyüdüğünü söylerken toplumların gittikçe ağ ile benlik arasındaki çift kutuplu bir karşılık etrafında yapılandığını da vurgulamaktadır (Castells, 2005:3-4). Günümüzde sanal uzamda yer almayan birey, çevrimiçi dünyada olduğu gibi çevrimdışı dünyada da yalnız kalacak, içinde yer aldığı sosyal ağlardaki kişilerden, sanal ağlara dahil olması yönünde baskı görecektir. Bugün, *Bilgisayar Dolayımı İletişim*² (Computer Mediated Communication- CMC) olarak da adlandırılan yeni iletişim biçimi giderek herkesi kapsamaktadır.

² Bilgisayar dolayımı iletişim şeklindeki bilgisayar aracılığıyla kurulan iletişimi niteleyen tanımlama yerine bilgisayar yönelimli iletişim şeklinde kullanımlar da görülmektedir. Her iki kullanımda da anlam açısından bir farklılık olmamakla birlikte, bu çalışmada, bilgisayar dolayımı iletişim şeklindeki kullanım tercih edilmiştir.

Bilgisayar dolayımıli iletişimi açıklamadan önce temel iletişim deneyimlerimizden söz etmek faydalı olacaktır. İletişim deneyimlerimizi, iletişim eylemindeki kişi sayısına dayandırarak dört farklı kategoride ele almak mümkündür. Bu kategoriler kişinin kendisi ile iletişimi, kişiler arası iletişim, grup iletişimi ve kitle iletişimi olarak adlandırılabilir. Kişinin kendisi ile iletişim kurması en temelde düşünmesiyle gerçekleşir. Kişi, gün içinde yaşadıklarını düşünerek, bir problem zelmeye çalışarak kendi kendisi ile iletişime geçebilmektedir. Bir başka deyişle kendi kendisi ile konuşur. Bunun yanı sıra günlük tutabilmektedir.

Kişiler arası iletişim denildiğinde ise en basit anlamıyla iki kişinin yüz yüze iletişimi akla gelmektedir. Fakat yüz yüze kısmı her zaman bu tür iletişimde gerekli olmayabilir, telefon görüşmeleri bunun bir rneği olarak gösterilebilmektedir. Yine kişi sayısının artması da söz konusu olabilmektedir. Grup iletişiminde grup az sayıda kişiden de oluşabilir, büyük bir grupta şeklinde de yapılanabilmektedir. Grup içindeki bireylerle iletişim kurulduğu gibi başka gruptan bireylerle de iletişime geçilebilmektedir. İletişim bu aşamada hala yüz yüzedir.

Kitle iletişiminde ise iletişim eylemindeki kişi sayısı çok fazladır, yüz yüze değil tek yönlü bir iletişim ortamı mevcuttur (Dimbleby ve Burton, 1998:7-8). Bilgisayar dolayımıli iletişim açısından bakacak olunursa; evrimdişi dünyada var olan sosyal ağlardan tanıdığımız kişilerle ve evrimii dünyaya girince tanıştığımız kişilerle kurduğumuz sanal sosyal ağlarımız da bu temel iletişim kategorileri üzerinden ilerlemektedir. Çalışma kapsamında incelenecek olan *kızlarsoruyor* adlı sosyal paylaşım sitesi özelinde detaylandırılacak olunursa, bu dört özelliğin sitede olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Sitede kişi kendisi ile iletişim kurar ve bu sayede bir profil oluşurmaktadır. Bunun yanı sıra hem kişiler arası hem grup iletişimi söz konusudur. Öte yandan, bu sitede yapılan bazı paylaşımlar, Facebook gibi başka sosyal paylaşım sitelerinde paylaşılarak daha çok sayıda kişiye ulaştırılabilir ve böylelikle kitlesel bir özellik kazanılmış olmaktadır. Bu durumda iletişimde Kabir'in deyiimiyle sınırların belirsizleştiği, postmodern yapıyı pekiştiren bir biçim ortaya çıkmaktadır (Kabir, 2014:293). Profil güncellemeleri, soru sorma, sorulan bir soruya yorum yapma hatta verilen yanıtta bir yorum yapma gibi özellikler

iletişimde insani sınırların aşılmasını hızlandıran unsurlar olarak değerlendirilebilmektedir.

Sosyal paylaşım ağlarında paylaşım yaparken sosyal veya profesyonel amaçların asıl eylemler olmadığını belirten Boyd, bunların yanında arkadaşlarının arkadaşları ile flört etmek, iş çevresi edinmek ve zaman zaman da diğerleriyle politik konularda yarışa girmek gibi amaçların da olduğunu söylemektedir. Sosyal paylaşım sitelerini, bu sitelerdeki eylemlerin anlamına bakarak “ağlaşmış kamular”ın bir türü olarak tanımlamaktadır. Ağlaşmış kamular, ağ teknolojileri ile yapılandırılmıştır (Boyd, 2011:39). Profil oluşturma, arkadaş listeleri, genel yorumlama araçları (başkasının fotoğrafına yorum yapma, soru sorma gibi) ve akış tabanlı güncelleştirmeler; sosyal paylaşım sitelerini, ağlaşmış kamu olarak inşa etmede önemlidirler (a.g.e., 2011:43).

Özellikle 2. Dünya Savaşı ve sonrasında bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ve 1960’larda elektronik postanın ilk adımlarının atılmasının ardından, bilgisayar dolayımı ile iletişim hızla gündelik yaşama dahil olmuştur. Özellikle son yirmi yılda, insanlar bilgisayar teknolojileri aracılığıyla iletişim kurar hale gelmişlerdir (Thurlow vd. 2004:14). Bilgisayar dolayımı ile iletişim, en bilinen şekliyle, internet ortamında sohbet siteleri ve forumlarda bulunmak ya da haberleri takip etmek, elektronik postaları okumak gibi yöntemlerle bilgisayar aracılığıyla diğer insanlarla iletişim kurmaktır.

Thurlow bilgisayar dolayımı ile iletişimi bilgisayar teknolojileri yardımıyla kurulan insan iletişimi olarak tanımlarken (Thurlow vd. 2004:15); December’ın tanımı ile bilgisayar dolayımı ile iletişim, belli bağlamlar içinde bir araya gelmiş, çeşitli amaçlar için medyayı şekillendirmek süreçleriyle meşgul bireyleri içeren, bilgisayarın bir araç olarak kullanıldığı, kişiler arası bir iletişim şeklidir (December, 1997).

Eş zamanlılık, eş zamansız olabilme ve etkileşim bilgisayar dolayımı ile iletişimin üç temel özelliği olarak sıralanabilmektedir. Kurulan iletişim, taraflar arasında eş zamanlı bir süre içinde gerçekleşiyorsa bu iletişim ortamının eş

zamanlılık özelliğine karşılık gelmektedir (Timisi, 2003:125). Bilgisayar aracılığı ile kurulan iletişimlerde, eş zamanlılık varsa, yüz yüze iletişim alışkanlığından gelen bir aynı andalık sayesinde, etkileşim daha iyi kurulmaktadır. Sanal bir uzamda da olsa, o anda orada diğerinin olduğunu bilmek, kurulan iletişimi sanal olmasına rağmen, gerçekmiş gibi hissetmeye yardım etmektedir. Bunun tersi bir şekilde iletişim taraflar arasında aynı anda gerçekleşmiyorsa eş zamansız bir iletişim söz konusudur (a.g.e, 2003:125). Bu özelliğe sayesinde birey, kendisi için uygun bir zamanda iletişime geçmektedir. Aynı andalık gereği ortadan kalkmış olur (Geray, 2003:19). Etkileşimi, alıcının verici olabilmesi şeklinde tanımlamak dar; geri beslemeyi veya seçmeyi etkileşim olarak tanımlamak ise gereğinden fazla geniş bir kavram oluşturmaktadır. Etkileşim denildiğinde en dikkat çekici nokta; bilgisayar dolayımı iletişimin, geleneksel iletişim araçlarının aksine alıcı ve verici arasında, etkileşime olanak veren bir kanal ayırmasıdır. Bu nedenle etkileşim; iletişim sürecine etkileşim amacıyla katılmış teknik düzenlemeler vasıtasıyla, alıcının verici de olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki rolünü arttırabilmesidir (a.g.e., 2002:18).

Bilgisayar dolayımı iletişimde, resmi olmayan bir dil kullanılır ve mümkün olduğunca kısaltma, duygu ifadeleri ya da kendisini ifade etmekte destek olacak illüstrasyonlar, ses ve görüntü videoları içeren bir anlatı yapısı vardır. Gündelik konuşma dili, hatta daha doğru bir ifade ile sokak dili kullanılır, ünlem, soru işareti gibi noktalama işaretlerinden de fazlasıyla faydalanılmaktadır. Yazının tümünü büyük ya da küçük harfle yazmış olmanın bir anlamı vardır. Kısacası, yüz yüze bir iletişim olmadığı için kişiler kendilerini ifade etmede oldukça görselleştirdikleri bir yazı dili kullanırlar ve bu dil kesinlikle bilgisayar dolayımı iletişime özgüdür. Bu tür iletişimin eşzamanlı bir şekilde ilerlemesi, kullanılan dile sayılan özellikleri katmıştır.

Bilgisayar dolayımı iletişimin birbirinden farklı ve etkili 3 aşaması insan yaşamını değiştirme potansiyeline sahiptir. İlk olarak insanoğlunun aracı kullanma yollarıyla ve aracın bireyleri kullanma yollarıyla etkilenmiş (elbette daha önce başka iletişim teknolojileri tarafından şekillendirilmiş olan) algıları, düşünceleri ve kişiliği vardır. Bu temel aşamada, bilgisayar dolayımı iletişim bazı entelektüel, fiziksel ve duygusal ihtiyaçları olan ölümlü organizmalar olarak bireylere hitap etmektedir.

Bilgisayar dolayımıli iletişimin tetiklediği bir diğer olası değişiklik; ilişkiler, arkadaşlıklar ve toplulukların bir araya geldiği kişiler arası iletişim aşamasıdır. Bilgisayar dolayımıli iletişim teknolojisi çok kişiden çok kişiye iletişim gibi yeni özellikler sunar. Bu teknolojileri kullanarak birbiriyle ilişki kuran kişiler, bazı yeni topluluk türlerinin inşa edilmesinin mümkün olup olmadığını düşüneceklerdir. Üçüncü aşama politiktir. Politika her zaman iletişim ve fiziksel gücün bir kombinasyonu olmuştur. İletişim araçlarının rolü, vatandaşlar arasında, demokratik toplum siyaseti açasından önemlidir (Rheingold, 1993:9-10). Görüldüğü gibi aracı kullanmaktan kaynaklı etkilenmeler, daha öncekinden farklı kişiler arası ilişkiler ve demokratik bir siyasete imkan tanıyabilmesi açasından bilgisayar dolayımıli iletişim, çevrimdışı gündelik hayatta da etkili olabilmektedir. Bu durumda bilgisayar dolayımıli iletişimin bu yönü, bizi, Boyd'un kavramsallaştırdığı ağlaşmış kamu tanımına geri getirmektedir.

Sosyal paylaşım sitelerini ağlaşmış kamu olarak inşa eden dört özelliği yukarıda sıralanmıştır. Profil oluşturma, arkadaş listeleri, genel yorumlama araçları ve akış tabanlı güncelleştirmelerden oluşan bu özellikler, kullanıcıların içinde buldukları toplulukları, amaçsız ve sıradan yığınlar olmaktan alıkoymaktadır. Bir sosyal paylaşım sitesinde, kişi kendini temsil etmek için profil oluşturmaktadır. Oluşturulan profilin insanları bir araya toplama, sohbet etme ve paylaşma üzerinde etkisi vardır. İletişim profiller üzerinden gerçekleşmektedir ve kişinin profili site ile olan meşguliyetini yansıtmaktadır. Profiller ayrıca kullanıcıya kimin neyi nasıl göreceğini kontrol etme imkanı da sağlamaktadır. Kullanıcı, profilini herkese görünür durumdan, yarı görünür duruma değiştirebilmektedir. Bu durumdaki profiller de yine dinleyicilerle, arkadaşlarla, eş-dostla ve ilginç bağlantılarla iletişime geçmeye olanak vermektedir (Boyd, 2011:43). Bu durum kişide aynı zamanda hayatını ve kimliğini kontrol ettiği yanılısamasını yaratmaktadır.

Arkadaş listesinde nadiren sadece çok yakın, samimi veya çok sevilen arkadaşlar bulunmaktadır. Arkadaş listesi hem politik hem sosyal bir listedir. Birisini listeye eklerken, kişi ondan elde edeceği faydayı göz önüne almaktadır. Bu fayda, çevrimdışı ilişkimizin derecesi ile bağlantılıdır. Eklenen kişinin, sosyal yaşamda ne kadar yer ettiğine bakılmaktadır. Bunun yanı sıra, gücü ellerinde bulundurdukları

için listede olanlar da vardır: anne babalar, patronlar, öğretmenler gibi. Birçok kullanıcı için bu tür kişileri listeye dahil etmek sosyal açıdan daha az samimi birisini dahil etmekten daha sorunlu olmaktadır (Boyd, 2011:43-44). Çünkü, listede bu türden bir tanıdığın olması, aynı zamanda, site içinde inşa edilen profili de şekillendirir. Kişinin kendisiyle ilgili gerçek kimliğinden tamamen farklı bir kimlik inşa etmesinin önüne geçmektedir. Öte yandan bilgisayar dolayımı ile iletişimle herhangi bir konu hakkında fikirler, içinde bulunulan sanal sosyal ağdaki herkesle kolayca paylaşılabilir. Kişinin karşısındakini tanıyor olması ya da olmaması iletişim kurmasına engel oluşturmamaktadır. O halde “tanımak” bilgisayar dolayımı ile iletişim için olmazsa olmaz bir kavram değildir. Diğerleri ile ortak ilgi alanına sahip olmak, o topluluğa katılmak için daha önceliklidir.

Bir sosyal paylaşım ağının üyeleri, arkadaş listeleri sayesinde kendilerini kitlenin bir parçası gibi hissetmektedirler. Bazı kullanıcılar için arkadaş listesindeki bireylerin aynı sosyal bağlamın bir parçası olması önemlidir; buna karşın bazıları için farklı sosyal bağamlardan arkadaşlara sahip olmak kolay kabullenilen ve arzu edilen bir şeydir. Kullanıcı, sosyal bağlamı nasıl şekillendirmek istediğine bağlı olarak bir bireyi arkadaş listesine almakta ya da almamaktadır (Boyd, 2011:44).

Birçok sosyal paylaşım sitesi, kullanıcılar arasında genele açık ya da özelleştirilmiş etkileşimi sağlayacak çeşitli araçlar sunmaktadırlar. Bu araçlardan en sık kullanılanlardan birisi kişinin profilindeki diyalogları görüntüleme imkanı da veren yorum özelliğidir (Boyd, 2011:45). Soru sormak, sorulan bir soruyu yanıtlamak, herhangi bir konu hakkında yorum yapmak, ses veya görüntü kullanarak ileti paylaşmak gibi kendini ifade etmeye ve etkileşime imkan veren bir çok araç, sosyal paylaşım sitelerinde yer almaktadır.

Profil, arkadaş listesi ve değişik iletişim biçimleri, sosyal paylaşım ağlarının kamusal olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle bilgisayar dolayımı ile iletişimin kullanıldığı sosyal paylaşım siteleri kamusaldır çünkü bireylere kitlesel olarak ulaşırlar ve etkileşim ve bilgi için sanal bir uzam sağlamaktadırlar. Ağ teknolojileri ile şekillendirildikleri ve yapılandırıldıkları için ağlaşmış kamulardır (Boyd, 2011:45).

Bilgisayar dolayımıli iletişim ile şekillenen sosyal paylaşım ağlarımın, ağlaşımış kamular olması en başta bu alanın sanal da olsa bir kamusal alan oluşturduğu sonucuna işaret etmektedir. Öte yandan söz konusu ağlaşımış kamular; kimlik oluşturulan/iņa edilen, sosyalleşilen, ortam kurma alanı olarak kullanılan sanal mekânlar olarak nitelendirilebilmektedirler. Geleneksel olandan farklı olarak, aynı andalık zorunluluğunu aşmışlardır ve diğeri ile iletişim kurmak için onu çevrimdışı hayattan tanıyor olmak bir zorunluluk değildir. Burada iletişimin temel bileşeni profil olarak yorumlanabilmektedir. Oluşturulan profil ile iņa edilen sanal kimlik, kurulacak bilgisayar dolayımıli iletişimin de niteliğini belirlemektedir. Çevrimdışı dünyada olduğu gibi çevrimiçi etkileşimlerde de bireyin oluşturduğu kimlik iņası ve kendini sunma davranışı ile sosyalleşme ihtiyacını giderdiği ve içinde yer aldığı sanal topluluğun bir parçası olmaya çalıştığı söylenebilmektedir. Bu durumda bilgisayar dolayımıli iletişim ile elde edilen sanal sosyalleşme, bir başka kavrama işaret eder: *sanal topluluk*.

1.1.2. Sosyal Paylaşım Sitelerinde Bir Araya Gelen Elektronik/Sanal Topluluklar ve Türleri

Elektronik topluluklar ve sosyal gruplarla ilgili araştırmalarda, sanal topluluk tanımı ile ilgili ortak bir sonuca varılamamıştır. Kavrama pozitif yaklaşanlar modern endüstri toplumunun geleneksel topluluk yapısını dönüştürmeye bir alternatif olduğunu belirtmektedirler. Negatif yaklaşanlar ise yapay olduğu, bireyin teselli bulmaya çalıştığı sahte ve “gerçek” olmayacak bir topluluk olduğunu ifade etmektedirler (Komito, 1998:97). Sanal topluluk kavramı ile ilgili öncü çalışmalar yapan Rheingold ise basit bir ifadeyle kavramı, elektronik sosyal bir araya gelmeler olarak tanımlamaktadır. Bu tanım kavramın temel niteliğine yönelik olduğu için daha kabul edilir görünmektedir. Castells de *Ağ Toplumunun Yükselişi* 'nde, olumlu olarak nitelenebilecek yaklaşımıyla Rehingold'un, sanal topluluk kavramına yönelik farklı görüşlerin tonunu bir anlamda belirlemiş olduğunu söylemektedir. Castells sanal topluluğu, genelde iletişimin kendisi bir amaç olsa da, ortak bir çıkar ya da amaç doğrultusunda örgütlenen, kendi kendini tanımlayan, etkileşimli, elektronik bir iletişim ağı olarak tanımlamaktadır (Castells, 2005:475-476).

van Dijk, sanal toplulukları tanımlarken, bu toplulukların geleneksel ya da kendi deyimi ile organik topluluklardan farkları üzerinden gitmektedir. Bu farklılıkları bir tablo ile ortaya koymuştur.

Özellik	Topluluk Türleri	
	Organik/Gerçek	Sanal
Yapı & Etkinlik	Birbirine sıkıca bağlı grup (yaş), çeşitli etkinlikler	Gevşek bağlar, özel etkinlikler
Sosyal örgütlenme	Mekâna ve zamana bağlı	Mekândan ve zamandan bağımsız
Dil & Etkileşim	Sözlü ve sözsüz	Sözlü ve yandil (paralanguage)
Kültür & kimlik	Bütünlüklü, tekil ve homojen	Parçalı, çoğul ve heterojen

Tablo1: Topluluk Türleri (van Dijk, 1997, s.45)

Organik topluluklar aile, komşular, köy halkı gibi sıkı bağlarla bağlı, görece daha küçük ölçekli sosyal gruplardır. Sanal topluluklar ise belli bir ilgi alanı, çıkarı, hedefi olan tartışma grupları veya diğer gruplardan oluşur. Organik toplulukların sosyal örgütlenmesi belli bir coğrafi birlikteliği ve biyolojik ve kronolojik olarak belli bir zaman birlikteliğini de gerektirmektedir. Oysa ki sanal toplulukların zaman ve mekâna bağlılıkları yoktur. Organik topluluklarda iletişim sözlü ve sözsüz iletişim pratikleri üzerinden ilerlerken sanal topluluklarda metinler, veriler, grafiklerle ilerler, sözsüz iletişim simgelerini barındırmayan bu yeni dil bir tür yan dildir (paralanguage). Son olarak organik toplumlarda, kültür ve kimlik daha bütünlüklü ve homojen bir yapıya sahipken sanal topluluklarda parçalı kimlikler vardır. Çoğu topluluğun sadece kendi üyelerine açık olması bunun bir uzantısıdır (van Dijk, 1997:45-46).

Joshua Meyrowitz, medyanın özelliklerinin sosyal ortamları değiştirdiğini ve böylece bireyleri ve davranışlarını etkilediğini ifade etmektedir. Ağlaşmış kamuları şekillendirmede merkezi role sahip üç dinamik vardır: Görünmez seyirciler, bozulmuş çevreler ve kamusal/özel ayrımının bulanıklaşması. Görünmez seyirciler;

bir kullanıcının, çevrimiçi katkıda bulunduğu sırada tüm seyircilerin görünür olmaları gerekmediğini ya da o sırada orada olmaları gerekmediğini ifade eden bir dinamiktir. Bozulmuş çevreler ise zamansal sınırlılıkların, mekânsal ve sosyal eksikliklerin; farklı sosyal çevrelerden korunmayı zorlaştırdığını ifade etmektedir. Son olarak içerik üzerinde denetim olmadan, kamu ve özel anlamsız ikilikler oluşturmaktadır, yeni yollarla ölçülürler ve ayrı olarak muhafaza etmek zordur, dolayısıyla kamusal ve özel ayrımı ağlaşmış kamularda bulanıklaşmıştır (Meyrowitz'den aktaran: Boyd, 2011:49). Bu özellikleriyle ağlaşmış kamular olarak sosyal paylaşım siteleri, gündelik hayat içinde merkezi bir konuma sahiptir. Çünkü artık toplumu oluşturan bireylerin çoğu, bilgisayar dolayimli iletişim yoluyla, bilgisayar dolayimli topluluklara dahil olarak sosyalleşmektedir. Çoğunlukla çevrimdışı çevresindeki kişilerden oluşan sanal grubunda, görünmez bir seyirci olarak dilediği zaman ağa dahil olup etkileşime geçebilmek, bir çeşit kontrolü ele alma ve daha özgür hissetme duygusunu da beraberinde getirebilmektedir. Bu sanal sosyalleşme sırasında çok farklı çevrelerden kişilerle bir araya gelmek ve bu iletişim üzerindeki denetimin görece zayıf olması, kullanıcı için söz konusu sanal sosyalleşmeyi çekici kılan unsurlar arasında gösterilebilmektedir.

Sosyal paylaşım ağı kullanıcılarının oluşturdukları topluluğu, geleneksel topluluklardan farklı kılan ve sanal topluluğa dahil olmasını sağlayan bazı öğeler vardır. Parks, topluluğun tanımıyla ve sosyal paylaşım siteleriyle ilişkili gerekliliklerin tekrar eden öğelerini tabloştırmıştır (Parks, 2011:108).

Topluluğu tanımlayan öğeler	Sosyal paylaşım siteleriyle ilişkili sosyal gereklilikler
<p>Sanal topluluklarla daha az ilgili</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aynı coğrafik alanı paylaşmak -Kendi kendine yeterlilik 	
<p>Sanal topluluklarla daha fazla ilgili</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kollektif eylemde bulunma yeteneği -Paylaşılan kurallar ve sosyal düzenlemeler -Üyeler arasında farklı etkileşim şekilleri -Kimliklenme, ait olma ve bağlılık duygusu - Topluluk olmanın öz-farkındalığı 	<ul style="list-style-type: none"> -Kullanıcılar profil oluşturup belli aralıklarla kontrol etmelidirler -Kullanıcılar kendi profillerini kişiselleştirmeliler -Kullanıcılar sosyal bağlantılar kurmalı ve diğer kullanıcılara karşılık vermeliler

Tablo 2: Topluluğun tanımıyla ve sosyal paylaşım siteleriyle ilişkili gerekliliklerin tekrar eden öğeleri (Parks, 2011).

Bu tabloya göre, iletişim esnasında aynı coğrafi alanı paylaşmak veya kendi kendine yeterli olmak, sanal bir topluluk oluşturmak için çok gerekli öğeler arasında değildir. Sanal uzam, zaman ve mekânı, çevrimdışı dünyadakinden farklılaştırdığı için, farklı zamanlarda ve farklı mekânlarda bulunan bireyler, bilgisayar dolayımı ile iletişim sayesinde birbirleri ile kolaylıkla iletişim kurabilmektedirler. Fakat, kolektif hareket etmek, belli kurallar ve sosyal düzenlemelere tabi olmak, farklı şekillerde diğer üyelerle etkileşim kurabilmek, topluluğa ait olduğunu hissetmek ve topluluk duygusunun bilincinde olmak sanal topluluklar için de gerekli öğelerdir.

Buraya kadar olan öğeler çevrimdışı/gerçek ve çevrimiçi/ sanal topluluklarda bulunmaktadır. Bir öğeye ne kadar ihtiyaç duyulduğu, topluluğun niteliği ile ilişkilidir. Öte yandan, bir topluluğu sosyal paylaşım sitesi olarak tanımlayabilmemiz için başka gereklilikler de bulunmaktadır. Tabloda da görüldüğü üzere, sosyal paylaşım sitesine üye olan bir kullanıcı her şeyden önce bir profil oluşturmalıdır, profilini belli zaman aralıkları ile kontrol etmeli ve diğer üyelerle bağlantıya geçmelidir. Onlardan gelen istekleri, soruları vb. gibi yanıtlamalıdır. Yani sanal

sosyal olmalıdır. Bunun için mekân değiştirmek gerekmediğinden en özel alanlar dahi (tuvalet, duş, otobüs vs.) sosyalleşme imkanı veren mekânlar olmaktadır. En önemlisi ise profil kişisel olmalıdır. Sanal uzamda kimlik inşası ise bu aşamada devreye girmektedir.

Sanal topluluk türlerini ayırt ederken, topluluğa hangi açıdan bakılacağı önemlidir. Geçmiş yıllarda, geleneksel olarak nitelendirilebilecek şekilde bir topluluk, dernek oluşturulurken yerine getirilmesi gereken bazı şekil şartları bulunmaktaydı. Belli bir sayıda üye, üyelerin topluluğun faaliyetlerini sürdürebileceği miktarda aidat ödemesi, yönetici kadro, adresi belli bir mekân vb. gibi gereklilikleri yerine getiren topluluklar, gündelik yaşamda diğer bireylerin gözünde kapılarına astıkları tabelalar ile varlık kazanmaktaydılar. Belli bir amaca ve ortak ilgi alanına sahip kişiler (kanarya sevenler ya da olta balıkçıları gibi), belirlenmiş olan bu mekânlara giderek, topluluğa dahil olabilmekteydiler. Ama bugün, bilgisayar dolayımıli iletişim sayesinde, sanal mekânlarda, sosyal paylaşım ağları üzerinden kurulan topluluklar, benzer ilgi alanlarına sahip bireyleri bir araya getirebilmektedir. Topluluk oluşturmak eskiye göre çok daha az şekil şartı gerektirmektedir.

Buhrman, Kardaras'ın çalışmasından hareketle sanal topluluk türlerini dörde ayırmıştır. Bunlardan ilki üyeliklere göre kurulan sanal topluluklardır. Bir topluluk yaşa göre (gençlere ya da yaşlılara yönelik olması gibi), toplumsal cinsiyete göre ya da gerçek toplulukları yansıtır olmasına göre (bir şehir için orada yaşayanlar tarafından kurulan sanal bir topluluk gibi) oluşabilmektedir. Böyle bir ayırmda üyeliğin dikkate alındığı görölmektedir. Topluluk türünü belirlemede dikkate alınan ikinci kriter ise amaçtır. Amacı alım satım olan topluluklar, alım satım işlemlerine dayalı topluluklar olarak adlandırılır. Örneğin bir yörede nadir üretilen bir bal türü alanlar ve satanların bir araya geldiği topluluklar gibi. Ortak ilgi ve çıkara sahip olmak, topluluğu oluşturan bir diğer unsurdur. Alım satım topluluklarına göre çok daha fazla kişiler arası iletişim kurulmaktadır. Örneğin yemek yapma siteleri, arabalarla ilgili siteler, ahşap boyama teknikleri gibi hobi siteleri bu türde oluşan topluluklardandır. Amaca dayalı topluluklar içinde üçüncüsü fantezi/hayal topluluklarıdır. Yapay bir ortamda kişiler arası etkileşim, oyun ve sosyal deneyim

ihtiyacını desteklemektedir. İlişki toplulukları ise üyelerini bir çok farklı amacı desteklemeleri için birbirine bağlamaktadır. Kadınların tıbbi sorunları ile ilgili oluşturdukları bir site örnek olarak gösterilebilmektedir. Üyeliklerine ve amaca göre yapılan topluluk ayrımlamalarının yanında üçüncü bir kategori olarak uygulama toplulukları vardır. Bunlar çalışma yaşamı ile ilgili özel bir topluluk türüdür. Yaptığı işi daha iyi anlamak ve verimli çalışmak için belli meslek mensuplarının kurduğu resmi olmayan türden sanal ağlardır. Dördüncü ve sonuncu topluluk türü ise müşteri topluluklarıdır. Şirketlerin müşteri ilişkilerini iyileştirmek ve ürün ve servisleri hakkındaki şikayetlerini azaltmak için kurdukları topluluklardır (Buhrmann, 2003).

Çalışma kapsamında ele alınan kizlarsoruyor.com sitesi, yukarıdaki ayrımlardan amaca yönelik topluluklar içinde, ortak ilgi ve çıkara yönelik topluluklar arasında yer almaktadır. Site üyeleri, kadın ve erkek ilişkileri ortak paydası altında buluşmak ve birbirleriyle fikir alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmiş sanal bir topluluktur.

1.2. Kimliklerin Yeni Temsil Mekânları Sosyal Paylaşım Sitelerinde Kendini Sunma ve Benlik Kavramı

İletişim teknolojileri bu denli gündelik yaşam içinde yer almadan, bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve sanal hesaplar bu kadar yaygınlaşmadan önce, gündelik yaşamın rutinleri daha farklı şekillerde yaşanmaktaydı. Oysa karşılıklı sohbetlerle başlayan günün, bugün yerini yataktan kalkar kalkmaz kontrol edilen sanal sosyal hesaplara bıraktığı görülmektedir. Basitmiş gibi görünen bu en temel değişim bile günün diğer aşamalarında yaşanan diğer değişimleri tahmin etmede yeterli olabilmektedir. İnsanoğlu, yeni iletişim teknolojilerine ve yeni iletişim biçimlerine kısa sürede ayak uydurmuş ve kendi benlik tasarımını ortama uygun biçimde yeniden şekillendirmekte gecikmemiştir. Kişi toplum içinde diğerlerini etkilemek ister. Bu nedenle, diğerlerinin önünde bu amacına yönelik imajlar sergilemektedir. Böylelikle başkalarının gözünde kendisine dair izlenimler yaratmaktadır. Kişinin benliğinin, bedeninin farkına vardıkça geliştiği göz önüne alınırsa; bugünün iletişim ortamlarındaki bedensiz iletişim, yeni benlik tasarımlarını kurgulamayı da beraberinde getirmiştir. Kişi, kendini gerçekleştirme yolunda, yeni sanal uzama uygun bir inşa ile benliğini kurgulamakta ve kendini sunmaktadır.

Benlik kendimiz hakkında edindiğimiz ilk ve en önemli inançlarımızın toplamıdır (Kırel vd. 2004:239). Benlik kavramı, kişinin kendisi, vasıfları ve özellikleri hakkında sahip olduğu genel fikir ve kendisine ilişkin bilişsel temsillerini içeren algılarının bir özeti olarak tanımlanabilmektedir (Bilgin, 2003:49). Benlik kavramı bireyin içinde bulunduğu duruma göre şekillenebilir; yani, sabit değil değişkendir. Toplumsal karşılaşmalar da benlik kavramını şekillendirmede önemlidir.

Benlik şemaları, kişinin benliği konusunda önceki etkileşimleri sonucunda oluşmuş ve onun kendi hakkındaki enformasyonları işlemesine yardımcı olan genellemelerdir (a.g.e., 2003:53). Gündelik yaşam pratikleri içinde edinilen tecrübelerle, sahip olduğumuz şemalar artmaktadır. Bu şemalar kişinin kendisini tanımlamasında önemlidirler. Kişinin kendisini güzel/yakışıklı, cesur, sabırlı, atletik gibi niteliklemlerle algılaması ve bu şekilde tanımlaması, benlik şemalarından aldığı referanslarla olmaktadır. Aynı şekilde etkileşimde bulunulan diğer insanları da önceden oluşturulan benlik şemaları çerçevesinde değerlendirmektedir.

Kişinin kendini ifade etme derecesi (dolayısıyla da izlenim bırakma kabiliyeti) özü birbirinden çok farklı iki tür işaretleme faaliyeti içermektedir: *Verdiği* izlenim ve *yayıdığı* izlenim. İlki sözlü simgeleri veya onların yerine geçen şeyleri kapsamaktadır. İkincisi ise gözlemcilerin fail hakkında bulgu sağlayabileceği beklentisiyle değerlendirilen çok çeşitli eylemleri içermektedir. Tabii ki kişi bu iki tür iletişim aracılığıyla bilerek yanlış bilgi verebilmektedir. Bu yollardan ilki aldatma ikincisi ise rol yapma şeklinde olabilmektedir (Goffman, 2014, s. 16).

Kendini sunma, bireyin diğerleri tarafından kendi benlik kavramına uygun ve çoğu kez de olumlu bir şekilde algılanma eğilimini ifade eden bir kavramdır. Bireyin diğer bireyler önündeki davranışlarını kontrol etme ve görünümünü ayarlama çabalarını kapsamaktadır (Bilgin, 2003:196). Goffman'a göre kendini sunma, kimliğin kasıtlı ve somut bir bileşenidir (Shau ve Gilly, 2003:387).

“İlk izlenimler” tarafından tetiklenen etkileşim aynı katılımcıları içeren uzun bir etkileşimler dizisinin yalnızca ilk halkası olduğunda, “doğru başlangıç yapmaktan” söz edilmektedir ve bu söz konusu etkileşim halkası için çok önemlidir (Goffman, 2014:24). Kişi yeni tanıştığı insanlar üzerinde, kendi arzu ettiği yönde ve olumlu izlenimler bırakmayı amaçlamaktadır. Bunun için dış görünüş; dış görünüşü

oluştururken giyilen kıyafetlerin ve kullanılan aksesuarların markalı olması, beden dilini kullanma biçimi, konuşma sırasında seçilen sözcükler, tonlamalar vb. gibi tüm seçimler ve faaliyetler, ilk izlenimi destekleyecek şekilde inşa edilmektedir.

Goffman'a göre performanslar belirli bir sette sergilenmektedir. Çalışma kapsamında düşünülecek olunursa set kavramının, sosyal paylaşım sitelerine karşılık geldiği söylenebilmektedir. Çünkü sosyal paylaşım siteleri, bireylerin, sanal kimliklerine dayalı olarak sergiledikleri performansları, diğer kullanıcılara sunmalarını sağlayacak olan sanal mekânı ve diğer iletişim araçlarını sağlamaktadır. Kendini sunma kavramı altında Goffman, vitrin kavramından da söz etmektedir. Buradaki kullanımı ile vitrin bir tür temsil olarak algılanabilir. Sosyal paylaşım sitesi kullanıcısı, önceden oluşturulmuş hazır bir vitrin mi kullanacağına ya da kendi kurguladığı bir vitrinle mi diğerlerinin karşısına çıkacağına karar vermektedir. Başkalarıyla ilk karşılaşmalar önemlidir. Olumlu bir etki bırakmak istenir, Goffman, bu etkinin tutarlı ve tamamlayıcı bir şekilde sürekli canlandırıldığını söylemektedir ve bu süreci de izlenim yönetimi olarak tanımlamaktadır (Shau ve Gilly, 2003, s. 387).

Bilgisayar dolayımı iletişim, diğer insanlara daha açık şekilde kendini ifade etmeye izin vermektedir. Kimliklerin gizli kalmış yönlerini açıklamayı ya da benlikle ilgili olarak fiziksel bir şekilde ifade etmenin zor olduğu görüşleri mümkün kılmaktadır (Shau, Gilly, 2003, s. 388).

1.2.1. Kendini Sunma Kuramları

İster çevrimdışı yani gerçek hayatta olsun, ister çevrimiçi sanal uzamda; kişi kendisini, benliğini her duruma uygun düşecek şekilde başkalarına sunmaktadır. Bu süreçteki davranışlar ise farklı bakış açılarından yaklaşılarak dört farklı grup altında toplanmıştır. Bilgin bu dört grubu; Goffman'ın Tiyatro Yaklaşımı, Tedeschi ve arkadaşlarının İzlenim Yönetimi Kuramı, Alexander'ın Durumsal Kimlikler Kuramı ve Jones'un Kendini Sevdirme Kuramı olarak sıralamıştır (Bilgin, 2003, s. 197).

Tiyatro Yaklaşımı için Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* adlı çalışmasında, kişinin yeni bir ortama girdiği zaman, diğerlerinin kendisi hakkında bir fikir edinmeye çalıştıklarını belirtir. Kişi böylesi bir durumda, sahip olduğu kimlik

repertuarı içinden uygun olan vitrinini, diğerlerinin önünde sahnelemektedir. Bu sırada sözlü ve sözsüz iletişim kalıplarını, beden dilini, kıyafetlerini, makyajını vb. birer malzeme olarak kullanmaktadır. Amacı, karşısındaki topluluğa uygun olan role bürünmek ve öyle birisi olduğuna onları inandırmaktır. Bu nedenle bu rolü adeta bir oyuncunun tiyatro sahnesinde yaptığı gibi performe eder. Bu performans sırasında, sahnesi, o an içinde bulunduğu ortam, izleyicileri de karşısında bulunan diğerleridir.

İzlenim Yönetimi Kuramına göre, gündelik yaşamlarını oyuncular gibi sürdüren bireyler, farklı durumlar için birçok role girmektedirler. Diğerlerinin yani izleyicilerinin beğenisini, takdirini, onayını kazanmak ve saygın bir konuma gelmek istemektedirler. Başkalarının karşısında kötü ve zor bir duruma düşmekten kaçınırlar. Goffman, izlenim yönetiminin bireyler arası ilişkileri incelemede kullanılabileceğini düşünmekte ve günlük hayattaki performanslar ile dramatik canlandırma arasında bir paralellik kurmaktadır (Goffman, 2014, s. 40-41). Kısacası izlenim yönetiminde başkalarının kişiye ilişkin algılarını şekillendirme amacı vardır. Kimse kendisi hakkında olumsuz düşünülün istemez, kötü bir durumda bulunmak istemez. Bu nedenle, kendisini izleyip incelemekte ve başkalarına sunarken dikkatli davranmaktadır. Herhangi bir hata durumunda da (Goffman'ın deyimiyle pot kırma, gaf vb.) saygınlığını yitirmemek için kendisini izah etmeye çalışmaktadır.

Durumsal Kimlikler Kuramı, etkileşimin mihenk taşı ve sosyal algı sürecinin temeli olan kimlik oluşumu fikrinden ortaya çıkmıştır. Durumsal kimlik oluşturmaya yönelik performanslar; kimlikleri kuran, onaylayan, değiştiren ve bazen de yokedebilen, sürekliliği olan bir süreç olarak tasarlanmıştır. Durumsal kimlikler, oyuncuyla, ortamdaki herhangi bir yer arasındaki ilişki olarak tanımlanabilir. Bu model, çoklu ve farklı bakış açılarıyla uzlaşmak için uygun bir model olabilmektedir (Alexander ve Wiley, ty:274-275). Kurama göre, kişiler, kişisel ilişkilerini uyumlu bir biçimde sürdürebilmek için içinde buldukları duruma ve ortama göre davranışlarda bulunmaktadırlar.

Kendini Sevdirme Kuramı, kişiler arası ilişkileri, bir diğerine ödül veya ceza verebilme kapasitesi anlamında güç elde etme çabası olarak açıklamaktadır (Bilgin, 2003:198). Bu durumda kişi belli bir güç konumuna gelebilmek için, diğerlerine

ödüllere verebilmekte, karşısındaki kişiyi övebilmekte ya da onunla aynı görüşü paylaştığını ifade ederek onayını alma yoluna gidebilmektedir. Bunların yanı sıra kendisini överek, belli bir güç konumuna gelmeyi de tercih edebilmektedir. Tüm bu stratejiler, kişinin kendisini diğerleri önünde istediği konuma ulaştırmak için inşa etmeye çalıştığı kimliğe giden enstrümanlardır.

Bütün bu kuramların ışığında insanların yaratılıştan gelen kimliklerine yeni kimlikler eklemek durumunda kaldıklarını söylemek mümkündür. Sosyal paylaşım sitelerindeki kimlik inşalarını incelerken de bu kuramları göz önünde bulundurmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

1.3. Yeni Sosyalleşme Mekânı Sosyal Paylaşım Sitelerinde Yeniden İnşa Edilen Sosyal Kimlikler

Bireyselleşme ile birlikte başlayan ve özellikle son yirmi yıldır son derece yoğun çalışılan bir alan haline gelen kimlik, insan yaşamı boyunca asla sonlanmayan, gündelik gereksinimlere ve koşullara göre sürekli inşa edilen bir süreçtir. Temel olarak bizi diğerlerinden ayırır. Giddens kimliği, insanların kim oldukları ya da neyin onlar için anlamlı olduğuna ilişkin anlayışlarıyla ilişkili görür ve kimliği ikiye ayırır: toplumsal kimlik ve kendilik kimliği (kişisel kimlik) (Giddens, 2005:29).

Kimlik açıklanırken, onun benzerlikler kadar farklılıklara da dayandığına vurgu yapılmaktadır (Morley & Robins, 2011:87; Bilgin, 2007:26). Bilgin bunu şu şekilde açıklar: Kimlik kavramı, benzerlik ve farklılık kutupları arasında diyalektik bir tarzda kendini göstermektedir. Farklılık kadar benzerliğin de temel önemde olduğunu belirtir ve insanın birtakım klişeleri model alarak, diğer insanlarla özdeşleşmelerle onlara benzemeye çalıştığını söyler (Bilgin, 2007:26). Connolly de kimliği farklılık ile ilişkilendirir ve kimliğin inşa edildiği iki farklı alandan söz etmektedir:

"Yerleşik kimlik ve farklılıklar dairesinde kaldığınız zaman kimliğinizi, ötekinin değerini azaltmak suretiyle koruma yoluna gidiyorsunuz. Ötekinin oluşturulduğu kimlikler alanını aştığınız zaman, bilgilendirmek istediklerinizle iletişim kurabilmeniz için gerekli kimlik ve zemini kaybediyorsunuz. Kimlikle farklılık birbirine bağlıdır. Birincisinin geçmişiyle yüz yüze gelmeden ikincisiyle olan ilişkiyi yeniden oluşturmak mümkün değildir" (Connolly'den aktaran: Morley & Robins, 2011:170).

Kimliğin kendini inşa ederken farklılığa duyduğu ihtiyacı Hall şu şekilde tanımlamaktadır: "*Kendini inşa edebilmesi için, kimliğin ötekinin iğne deliğinden geçmesi gerekmektedir. Oldukça aykırı bir zıtlıklar kümesi üretmektedir* (Hall, 1991)" Kimliğin dayandığı farklılık ve benzerliklerin ötesinde, inşa edilen bir kavram olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bilgin'e göre hiçbir kimliğin ontolojik özsel bir gerçekliği yoktur, tüm kimlikler bir inşa ürünüdür (Bilgin, 2007:35). Calhoun da benzer bir şekilde kendini bilmeyi her zaman bir inşa olarak tanımlamaktadır ve kendini bilmenin ötekiler tarafından belli bir tarzda bilinmeye yönelik iddialardan asla ayrılamayacağını belirtmektedir (Calhoun'dan aktaran: Castells, 2008:12).

Kimlik kavramını her zaman için bir tarihsel bağlama oturtmak gerekmektedir. Özellikle 1960'lardan itibaren azınlıkların yükselişi ve bireyleşmenin önem kazanması, kimliğin ortaya çıkış sürecinde etkili olan tarihsel olaylar olarak dikkati çekmektedir (Bilgin, 2007:45). Daha sonrasında ise modern insanın hızla uyum sağladığı sürekli küreselleşen ekonomik koşullar ve her geçen gün değişen teknolojik gelişmeler kimliğin şekillenmesinde etkili olmuştur. Günümüzde kimlik kavramının arka planı ve kimliklerin inşa süreçleri, her şeyden önce kültür anlayışlarında yansıma bulmaktadır (a.g.e., 2007:37). Dolayısıyla kimlik inşa süreci kültürden ve modernizmden bağımsız düşünülemez.

Geleneksel kültürlerde birey yoktur ve dolayısıyla bireysellik ödüllendirilmez. Modern toplumun ortaya çıkışı ve özellikle işbölümünde farklılaşmayla birlikte birey ilgi odağı haline gelmiştir (Giddens, 2014:103). Kimliği modernlikle ilişkilendiren Kaufmann'a göre geleneksel toplulukta yaşayan birey, bugünkü anlamda, kimlik sorunu yaşamamıştır. Kimliklerin yükselişi, toplumun bireyselleşmesi sonucunda topluluğun çözülmesinden kaynaklanmıştır (Kaufmann'dan aktaran Bilgin, 2007:48). Bu tanımlama da kimliğin, sadece kültüre ve modernliğe değil; bireyselleşmeye de bağlı olduğunu göstermektedir. Bireysel kimlik duygusu 19. yy.da yayılmıştır; ama 20. yy.'ın ilk yarısında keskin bir kimlik sorunu görülmemektedir. Bu ilk modernliktir. Ve henüz kimlik devrimi de yoktur (a.g.e., 2007:48).

Kendi yaşamlarına bir anlam vermeye çalışan bireyler, ikinci modernite denilen dönemde artık merkez haline gelmişlerdir (Bilgin, 2007:50). Bauman'a göre bireyselleşme insan kimliğinin veriden göreve dönüştürülmesinden ibarettir ve aktörlere bu görevi yerine getirmenin ve bunun yaratacağı sonuçların sorumluluğu yüklenmektedir (Bauman, 2011:178). Toplumsal yaşamın ne şekilde yapılandığı bu noktada önem kazanmaktadır. Çünkü Bauman'ın deyişiyle toplumun biçimi, "bireyselleşme" görevinin tasarlandığı ve karşılık bulduğu tarza bağlıdır (a.g.e., 2011:178). Bireyselleşme ise doğrudan kimlikle ilişki içerisinde görülmüştür. Çünkü kimlikler aktörlerin kendileri için anlam kaynağıdır ve onlar tarafından bir bireyselleşme süreci içinde inşa edilmektedir (Castells, 2008:12). Söz konusu bireyselleşme süreci içinde bir insan doğumundan ölümüne kadar, çeşitli kimlikler inşa eder, sabit bir kimlikle yaşamının sonuna kadar beklemez. İçinde bulunduğu zamanın gereklerine göre şekillenerek, kendi bireyselliğini de kurar. Kendi bireyselliğini kurmak, modern insana özgür olduğu hissini verir. Bu şekilde elde ettiği öz güven ile inşa ettiği kimliğine daha çok sarılır. Modern toplum yapısı ile hep bir ilişki içindedir.

Foucault da modernliği, insanın dünya ve toplum karşısında belirli bir duruşuyla ilişkilendirir. O'na göre modernlik, tarihin belirli bir dönemi değil, aktüalite ya da içinde bulunulan zamanla belirli bir ilişki tarzıdır. Bu ilişki tarzı, bir görme, hissetme ve eylemde bulunma tarzıdır (Bilgin, 2007:48). Taylor, modern kimliğin oluşumunu Saint Augustinos, Descartes ve Montaigne'e kadar uzanan 'içsellik' fikriyle ilişkilendirir. Modern kimliğin üç temeli; insanın kendisini 'derinliği olan bir Ben' gibi tahayyül etmesi ya da düşünmesi, Protestan etiğinin gelişmesiyle birlikte günlük, gündelik olağan yaşamın önem kazanması ve çalışma yaşamında maddi değerlerin yüceltilmesi ve toplumun giderek daha dünyevi bir nitelik kazanması şeklindedir (Taylor'dan aktaran Bilgin, 2007:48).

Kimlik kavramı, üzerinde uzlaşılan tek bir tanıma sahip kavramlardan değildir. Psikolojik düzeyde kimlik, bir kişinin kendisini o kişi olarak tanımlamasıdır ve kişinin kendisi hakkında sahip olduğu çeşitli temsilleri kapsamaktadır. Dolayısıyla kimlik insanın kendini kavrayışının bir ifadesidir (a.g.e, 2007:78). Erikson'a göre kimlik, bir bilinç ve bir süreç olarak tanımlanabilir. Bilinç olarak, bireyin kendi

spesifikliği hakkındaki duygusuna göndermektedir; süreç olarak ise, bireyin yaşantılarının sürekliliğini sağlama yönündeki bilinç dışı çabasını ve bir grubun idealleriyle dayanışmasını içermektedir. Kimlik hem iç ve dış grup arasında, hem de birey ve grubu arası çatışmada/karşılaşmada ortaya çıkmaktadır; bir aynalar ilişkisi oluşturmaktadır (Bilgin, 2007:96). Dolayısıyla kimlik, kişinin içinde yer aldığı toplulukla ilişkisi bağlamında da şekillenmektedir. Çalışma kapsamında ele alınan sanal topluluk; üyelerinin, diğer üyelerle karşılaştığı ve bu karşılaşma sırasında bazen onay görüp bazen çatışarak kimliğini sergilemeye çalıştığı sanal mekânlar olması bakımından önemli bir kimlik inşa alanıdır.

Çocukluk yıllarından itibaren kimlik, diğer bilişsel ve entelektüel gelişim aşamalarıyla ilişki içindedir ve bu gelişim aşamalı bir şekilde gerçektelemektedir. Benlik algıları, zaman içinde yalından karmaşığa doğru gitmektedir. Birey, kimliği oluşurken ilk referans sistemlerini ve özdeşleşme modellerini ailede ve yakın çevresinde bulmaktadır (a.g.e., 2007:87). Schlesinger'e göre de kimlik bir nesne gibi değil, bir simgeler ve ilişkiler sistemi olarak görülmelidir. Tüm kimlikler toplumsal ilişkiler sistemi içinde oluşmaktadır (Schlesinger'den aktaran: Morley ve Robins, 2011:74). Bireyin diğer bireylerle etkileşimi, oluşturdukları kişisel alanların da iç içe geçmesine neden olmaktadır ve kimlik böylesi bir etkileşim alanı içinde sürekli inşa edilmektedir. Bilgin bu etkileşimle ilgili şöyle bir benzetme yapmaktadır: "*Birey ile diğerinin alanlarının sınırları, kadastro sınırları değildir; coğrafi olarak konumlanamazlar; birbirleriyle etkileşim alanları içinde erimekte-dirler* (Bilgin, 2005:265)"

Yukarıda, Giddens'in tanımından yola çıkılarak, kimliğin iki türü olduğundan söz edilmişti. Bunlardan toplumsal kimlik, bir bireye başkaları tarafından atfedilen özelliklere göndermede bulunan kimliktir. Kişinin, kim olduğunu göstermektedir. Pek çok birey birden fazla özellikten oluşan toplumsal kimliğe sahiptir (Giddens, 2005:29). Örneğin bir kadın hem öğretim üyesi, hem anne, hem de iyi bir müzisyen olabilir. Kendilik kimliği, bireyin kendilik duygusunu yaratma ve biçimlendirmesine yardımcı olan, dışındaki dünyayla giriştiği sürekli müzakeredir. Bu kimliğin oluşumunda kültürel ve toplumsal çevre biçimlendirici bir etkiye sahiptir; öte yandan bireysel eylem ve seçim de bu biçimlenmede oldukça önemlidir. Giddens'a göre

kendilik bilincine sahip, kendinin farkında olan insanlar olarak kişiler sürekli kendi kimliklerini yaratmakta ve yeniden yaratmaktadırlar (a.g.e., 2005:29-30).

Castells, kimlik inşasını üçe ayırmaktadır. Bu ayrımını meşrulaştırıcı kimlik, direniş kimliği ve proje kimliği olarak adlandırmaktadır. O'na göre iktidar ilişkileri, kimliğin toplumsal inşasına her zaman damga vurmaktadır. Meşrulaştırıcı kimliğin toplumun egemen kurumları tarafından, toplumsal aktörler karşısında egemenliklerini genişletmek ve akılcılaştırmak için inşa edilğini anlatmaktadır. Direniş kimliğinde ise hâkim olanın, başat olanın mantığı tarafından değersiz görülen ve/veya damgalanan konumlarda/koşullarda bulunan aktörler tarafından geliştirildiğini ifade etmektedir. Son olarak proje kimliğinde toplumsal aktörlerin, kendilerine sunulan kültürel malzeme temelinde toplumdaki konularını yeniden tanımlayan yeni bir kimlik inşa ettiklerini; bunu yaparken bütün bir toplumsal yapıyı değiştirmeyi amaçladıklarını belirtmektedir (Castells, 2008:14). Sanal uzamdaki kimlik inşasına, Castells'in ortaya koyduğu proje kimliğinin, toplumsal konunun yeniden tanımlanmasına, düzenlenmesine imkan vermesi ve aynı zamanda toplumsal yapıyı değiştiriyor olması bakımından uygun düştüğü düşünülmektedir.

Dubar, kimliği “ardışık sosyalleşmelerin ürünü” olarak görür ve kimlikte bireyin sosyal kategorilere aidiyetinin yanı sıra, yaşam öyküsüne de bakılması gerektiğini düşünmektedir. Bu yaklaşım, kimliğin tarih dışı kılınıp sabit bir kategori gibi algılanmaması açısından önemlidir. Çünkü bütün kimlikler, geçmişin izlerini taşır, bu şekilde kişisel ve kolektif bellek tesis edilmektedir (Bilgin, 2007:89). Böylelikle, sabit kategori oluşturmasalar da kimlikler, gündelik yaşamda kişiyi rahatlatan sabit referans noktaları inşa etmektedirler. Hall dış dünya çok karmaşık olduğu için kimliklerle karşılaşmanın ümit edilen bir şey olduğunu söylerken bunu kastetmektedir. Kimlikler dönen dünyada duran noktalar gibidir (Hall, 1991:3).

Modern birey anlayışının bir tarihi vardır. Bu anlayış, XV. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Rönesansla birlikte, insanın dünyada yaşama ve kendini tasarlama tarzında bir değişiklik ortaya çıkmaktadır. Birey, kaderi üzerinde belirleyici bir rol oynayan geleneksel güçlerden sıyrılmaya, ‘Ben’ demeye başlamaktadır (Bilgin, 2007:57).

Birinci modernitenin karakteristik süreci özgürleşme sürecidir. Buna karşılık ikinci modernitenin karakteristik süreci farklılaşma sürecidir. Bu süreç sonunda, kaygan ve çok kimlikli bir birey ortaya çıkmaktadır (Bilgin, 2007:52-53). Cusset, modernleşmenin ikinci döneminde bireyin ‘kendi kendini icat etme’, mirasını, aidiyetlerini, kimliğini ve moralini seçme gibi riskli bir görevle karşı karşıya olduğunu belirtir. Bu bedeli olan bir özgürlüktür. Sosyal gruplar arasında geleneksel karşıtlıkların hallettiği çatışmalar, artık bireye kalmaktadır. Bunun sonucunda, modernitenin tipik bir depresyon biçimi olan ve Ehrenberg’in “kendi olma yorgunluğu” dediği bir bunalım biçimi ortaya çıkmaktadır (a.g.e., 2007:54).

Kaufmann’a göre kimlikler çağında olunmasının nedeni, kimliklerin kendi kendine işlemeden, her biçime girebilen bir özellik taşımalarından ve inşa edilmeleri gerektiğindedir. (Kaufmann’dan aktaran Bilgin, 2007:52). Daha önce de söz edildiği gibi bireysel bir kimlik duygusu 19 yy.da ortaya çıkmıştır ve 20.yy.a gelindiğinde hemen bir değişiklik gözlenmez. Fakat 1960’lı yıllar, kimlik inşası bakımından bir dönüm noktası oluşturur. Çünkü bu noktadan itibaren öznel, kendi kendilerini inşa etmek zorunda kalmışlardır (Bilgin, 2007:52). Bu anlamda söz konusu dönemle birlikte bir tür kimlik devriminin yaşandığı söylenebilir. Kimlik devrimi, hayatın anlamını kişisel olarak inşa etme sürecinde öznelğin ön plana geçmesiyle nitelenen bir yeni oluşum olarak tanımlanmaktadır. Özne olmak ise bu oluşumun zor kısmıdır. Bu nedenle kimlik bir proje gibi ele alınır ve inşa edilen bir şey gibi görülmektedir (a.g.e., 2007:50-51).

Bireysel-kimlik geleneksel benlik ve toplum ilişkileriyle karşıtlıklar sergilemekte ve problemlili hale gelmektedir (Giddens, 2014:52). Birçok insan hayatın anlamını geçmişte aramakta ve kimliği inşa edilecek bir şey gibi değil, aranarak bulunacak bir şey gibi görmektedir. Kimlik, bu kişiler tarafından “bir kişinin kaybettiği veya kaybettiğini sandığı ve aradığı, bulamadığında ise bir frustrasyon yaşadığı bir nesne” gibi algılanmaktadır (Laing’dan aktaran: Bilgin, 2007:50-51). Geç modernite sürecinde kimlik arayışları, insanlığın bazı açılardan “biz”e dönüştüğü, hiçbir “diğeri”nin bulunmadığı, bazen problemler ve bazen de fırsatlarla yüz yüze olunan durumlara yol açmaktadır (Giddens, 2014:44).

Giddens'a göre refleksif ve soyut özellikler taşıyan zaman ve mekânın yeniden düzenlenmesinde, yerelin küresele göre ayarlandığı gelenek-ötesi bir toplumda benlik kapsamlı bir değişim geçirmektedir. Terapi veya kendi kendine terapi hem bu değişimin ifadesidir hem de kendini-gerçekleştirme programları sunmaktadır (Giddens, 2014:109-110). Öte yandan sosyal psikoloji açısından, vücudun sosyal anlamları önem taşımaktadır. Jodelet'ye göre bu anlamlar diğerleri hakkındaki ipuçlarının sosyal karşılaştırmasında ve böylelikle kişinin kendisi ve diğerlerinin kimliğinin kavranışında önemli rol oynamaktadır. Çünkü kimlik/benlik kavramı, diğer bireylerle etkileşim içinde olduğu ölçüde, bu etkileşimlerde yer alan izlenimler, kestirimler, kategorilerle, az çok dışa yansıyan göstergeler temelinde şekillenmektedir (Bilgin, 2007:102). Yüz ifadeleri ve diğer bedensel hareketler gündelik iletişimde bağlamsallığın temel içeriğini sağlar. Yetişkin/ehliyetli bir birey olmak için toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden-üretimiyle, yüz ve bedeni sürekli olarak ve başarılı bir biçimde kontrol edebilmek gerekmektedir. Giddens bu anlamda bedensel kontrolü önemser çünkü bu kontrol kelimelerle ifade edilemeyen şeylerin bir boyutu ve anlamlı olarak söylenebilecek şeylerin gerekli çerçevesidir (Giddens, 2014:79).

Sanal uzamlarda oluşturulan kimlikler açısından kavrama yaklaşıldığında anonim kimlik kavramı öne çıkmaktadır. Anonimlik, kişinin, grubun, topluluğun özel alanı içinde kalan ve bu kişi, grup ya da kurumlara ait belirli özelliklerin bilinmemesi, kamulaşmaması anlamına gelmektedir. Bilgisayar dolayımı iletişim kaynağı belirgin, alıcıyı anonim bir konuma getirmiştir (Timisi, 2005:95-96).

1.3.1. Sanal Topluluklarda Kimlik Oluşturmaya Giden Yolda Benlik Tasarımı

Bedenin düzenli kontrolü aynı zamanda bir bireysel-kimlik biyografisini sürdürmenin temel bir aracıdır; ve burada benlik kendisini diğerlerine az veya çok sürekli olarak sergilemektedir (Giddens, 2014:81). Görüntünün hakimiyeti altında benlik teknolojilerinin gelişmesiyle insanın dış görünüşü önemli bir kaygı konusu ve vücudu da bir yatırım alanı haline gelmiştir. (Bilgin, 2007:103). Bedenin gündelik hayatın etkileşimleri içinde pratik olarak yer alması tutarlı bir bireysel-kimlik duygusunu sürdürmesinin temel unsurlarından birisini oluşturmaktadır (Giddens,

2014:132). Bedenin bu şekilde kullanımı bir bedensel farkındalığı gerektirmektedir. Giddens'in deyiimi ile bedensel farkındalık "anın bütünlüğünü kavramak" açısından da önemlidir. Çünkü beden sadece pasif bir nesne değil, bir eylem sisteminin parçasıdır. Nasıl soluk alıp verildiği gibi bedensel süreçlerin gözlenmesi failin kendi davranışlarına gösterdiği sürekli refleksif dikkatin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu nedenle de benliğin refleksivitesi bedeni kapsamaktadır. Bedensel farkındalık, benliğin çözülmesinin değil, farklılaşmış bir benlik inşa etmenin aracıdır (a.g.e., 2014:105-106).

Benlik bireyin sorumlu olduğu bir refleksif tasarım alanı olarak görülebilmektedir. Benlik kişinin olduğu veya olmadığı şey değil, aksine kendi yaptığı bir şey olarak ele alınmalıdır (Giddens, 2014:103). Rainwater, refleksiviteyi, bir kendini-gözleme sanatı olarak tanımlamaktadır. Benliğin refleksivitesi kapsayıcı olduğu kadar sürekliliğe de sahiptir. Bireyin, düzenli aralıklarla, olup bitenler temelinde kendisini sorgulaması beklenmektedir (Rainwater'dan aktaran: Giddens, 2014:104) Birey haline gelen kişi, egosu ve benlik bilinci tarafından karakterize edilen bir bütündür. Tarihsel, biyolojik, psikolojik ve sosyal bagajını kendi tarzında bütünleştiren ayrı bir birimdir (Bilgin, 2007:58). Bu anlamda birey, bir kurgudur, sosyal olarak inşa edilmiştir. Kendisini biricik, tekil, farklı olarak görmektedir. Özerk ve bağımsız olduğunu düşünmekte, inşa edilen bir varlık olarak dünyasını da inşa etmektedir. İnşacı yaklaşım, bireylerin mevcut bir dünyaya uymak yerine, bu dünyanın oluşumuna sürekli ve aktif bir biçimde katkıda bulduklarını savunmaktadır (a.g.e., 2007:58-59). Berger ve Luckman'a göre toplum gündelik bilgi içinde inşa edilen bir gerçekliktir. Birey gerçekliğin inşasında aktiftir. Sosyal dünya bireyler tarafından eylemli bir şekilde sahiplenilmektedir (a.g.e., 2007:60). İnşacı anlayışta, bireyin dünyaya ya da gerçekliğe ilişkin temsilleri, gerçekliğin insan zihnindeki basit bir yansıması değildir. Sosyal gerçeklik bir yandan temsilleri etkiler, öte yandan da eylemler aracılığıyla, bu gerçeklik hakkındaki temsillerimiz tarafından az ya da çok şekillendirilmektedir (Moscovici'den aktaran Bilgin, 2007:63-64).

Temsiller aracılığıyla inşa ettiğimiz sosyal gerçekliğin yanı sıra, bireylerin performans sergileyerek kimliklerini inşa etmeleri de söz konusudur. Erving Goffman'a göre benlik bir başka deyişle öz kimlik, günlük hayatta sürekli olarak

takdim edilmektedir. Bir kişinin saç şekli ya da lakabı gibi birçok unsur, onun nasıl bir izlenim bırakacağı noktasında belirleyici olabilmektedir. Dolayısıyla bu noktalarda kontrollü olmak ya da değişimlerle izlenimi de değiştirmek mümkündür. Kısacası, kişinin kendisini ifade etmesi, onun kimliğine de katkıda bulunmaktadır (Lyon, 2012:25).

Kişinin, kişisel bütünlüğünün kaynağı “içerden”dir, çünkü benliğin gelişim çizgisi *iç gönderimlidir*. Dolayısıyla bu gelişim, bireyin kendi “hayat tarihi”ni nasıl inşa ya da yeniden inşa ettiğiyle ilişkilidir (Giddens, 2014:109). Benliğin oluşumunda geçmişten geleceğe doğru giden bir gelişim çizgisi söz konusudur. Giddens’a göre benliğin gelişme çizgisi ömrün farklı evrelerinin bilişsel olarak farkında olmaktan kaynaklanan bir iç-bütünlüğe sahiptir (a.g.e, 2014:104). Zaman içinde ben’in birliği sorunu yani 10 yıl öncesi ile bugünün “ben”inin aynı “ben” olup olmadığı sorusuna Locke yanıt vermektedir. Locke, kişisel kimlik ya da aynılık sorununu, bellekle çözmeyi önermiştir. Eğer birey, bugün de 10 yıl önceki kişi ise bu belleğinde, bilincinde değişik anıların bulunması sayesinde (Bilgin, 2007:95). Böylelikle benlik imgesi, bireyin zaman içinde aynı kaldığı ve bir olduğu duygusunu da getirmektedir. Benliğin birliği ve sürekliliği, kimliğin iki anlam ögesini oluşturması bakımından önemlidir. Lipiansky’e göre kimlik, benlik duygusunun dengesini sağlayan düzenleyici bir süreç gibidir. Bir yanda birlik, bütünleşme ve değişmezlik, öte yanda türülük ve değişebilirlik birbirlerini dengelemektedirler (a.g.e., 2007:94-96).

Benlik; ben neyim, ne yapabilirim, benim için neler değerlidir ve hayattan ne istiyorum gibi soruları yanıtlamaktadır. İlk iki madde gerçek benliğe, son iki madde, ideal benliğe aittir (Voltan-Acar’dan aktaran: Yeşilyaprak, 2005:241). Gerçek benlik öz ben, ideal benlik ise benlik tasarımı olarak da bilinmektedir (a.g.e., 2005:241).

Temel ihtiyaçlarını gideremeyen birey, sahip olduğu yeterliliklerin farkına varamazken; en temel ihtiyaçlarını gideren bir birey böylelikle kendisinde var olan yeterlilikleri ortaya koyabilecektir. Bu süreç ise bireyin kendini gerçekleştirmiş bir kişi olmasını sağlamaktadır. Tüm obje temsilleri gibi benlik imgesi de objesine belirli bir değer atfını içermektedir; bu değer, genelde, benliğin olumlu bir şekilde

görülmesi yönündedir. Birey kendisine sosyal ve kişisel olarak arzulanırlığı yüksek nitelikleri atfetmektedir; iyi, akıllı, sabırlı vb. birisi olduğunu düşünmektedir. Öte yandan kendisini çevresi üzerinde güç sahibi gibi de görebilmektedir. Olumlu bir benlik imgesi, güç ve özerklik duygusuyla genelde sıkı sıkıya ilişkilidir (Bilgin, 2007:96). Bu değer atfi, benlik kavramına karşılık gelmektedir.

Benlikten farklı olarak benlik kavramı, bireyin bazı özellikleri kendisine atfetmesi olarak tanımlanabilmektedir. Güzel ya da çirkin olmak, zayıf ya da şişman olmak gibi. Bu tür betimlemelerde kullanılan sıfatlar kişinin yaşantılarından elde ettiği genellemelerdir. Kısacası benlik kavramı bireyin genelleşmiş terimlere dökülmüş benliğidir (Kuzgun, 1986:5-6) Aynı zamanda bireyler arası davranış ve süreçleri motive eden, yorumlayan, düzenleyen ve bunlara aracılık eden dinamik zihinsel bir yapıdır. Anıları, karakter özelliklerini, güduları, değerleri ve kişinin yetenekleriyle ilgili inançlarını içermektedir. Kişinin olmayı en çok istediği ideal benliği; canlandırmayı düşündüğü olası benlikleri; kendisiyle ilgili olumlu ya da olumsuz değerlendirmeleri (öz saygı); diğerlerinin kendisi hakkında düşündükleriyle ilgili inançlarını kapsamaktadır. (Chen vd.den aktaran: Gerrig ve Zimbardo, 2012:427-428). Benlik kavramının yanında, benlikle ilgili olarak son yıllarda sıklıkla kullanılan bir diğer kavram ise benlik tasarımıdır.

Benlik tasarımı kişinin kendisini algılayış biçimidir. Doğuştan başlayıp zaman içinde şekillenir; kişinin özelliklerinin, yeteneklerinin, duygu, düşünce, inanç ve tutumlarının kendi görüşüne göre nasıl görüldüğüne ilişkin bir kavramdır. Dinamik bir yapısı vardır, yani kişinin benlik tasarımında yaşadığı tecrübelerle göre değişimler olabilmektedir (Erden ve Akman, 2005:103).

Benlik kavramının içinde yer alan olası benlikler, kişinin şimdiki zamana ait benliği ile karşılaştırdığı benliklerdir. Gerçekten olmak istediğimiz ideal benlikler, olabileceğimiz benlikler ve olmaktan korktuğumuz benlikler olarak tanımlanabilmektedirler (Markus ve Nurius'tan aktaran: Gerrig ve Zimbardo, 2012:428). Olası benlikler kişinin davranışlarını güdülemektedir. Bunu kişinin benliği hakkında daha iyi ya da daha kötü hangi yönlere gidebileceğini düşünmesini sağlayarak ve böylelikle eylemi teşvik ederek yapmaktadırlar (Gerrig ve Zimbardo,

2012:428). Bireyin, algularıyla, yaşantı ve deneyimleriyle benliğini tasarlaması, bir anlamda benliğini bulması önemlidir. Çünkü Randall'ın da belirttiği gibi var olma insan için önemli bir ihtiyaçtır. Var olma insanın kendisini yabancılaşmaktan kurtarma çabasını ifade etmektedir. Eğer, birey varoluşunu tüm doğallığıyla yaşamıyorsa benliğini de bulamayacak, sonuçta kendisine ve çevresine yabancılaşacaktır (Alak, 2009:45). Benliğin tasarlanması ve kimliğin inşası ise bazı ön koşulların yerine getirilmiş olmasını gerektirmektedir. Bu koşulları en iyi belirleyenlerden birisi de hümanist psikolog Maslow'dur.

1.3.2. Benlik Tasarımı ve Kimlik İnşasında İhtiyaçlar Hiyerarşisinin Önemi

Sağlıklı insanın davranışlarının temel yönetici gücü sayılan kendini gerçekleştirme kavramı ilk olarak Carl Jung'un yazılarında ortaya çıkmıştır. Jung'a göre biyolojik ihtiyaçlar hayatın gençlik yıllarında önemlidir; fakat, yerlerini zamanla manevi doyum sağlayan, yüksek düzeyde amaçlara bırakmaktadırlar. Kişilik, devamlı gelişme eğilimindedir. Bu gelişimin amacı harmonik, dengeli ve olgun bir benlik geliştirmektedir. Abraham Maslow ise kendini gerçekleştirme kavramına ampirik bir yolla yaklaşmıştır (Kuzgun, 1972:170-173).

Maslow'un oluşturduğu ihtiyaçlar hiyerarşisine göre benliği gerçekleştirme, bir kimsenin potansiyel olarak ne olmaya elverişli ise ve ne olabileceğine giderek daha çok o olması demektir. Bu durum her kişide farklı biçimde kendini gösterebilmektedir (Kuzgun, 1986:8) Maslow'a göre temel insan dürtüleri bir hiyerarşi oluşturmaktadır. Bu hiyerarşik yapılanmada, bir basamaktaki ihtiyaç karşılanmadan diğer basamağa geçilemez. Maslow, oluşturduğu piramitte, bu ihtiyaçları insanın temel biyolojik ihtiyaçlarından, kendini gerçekleştirme ihtiyacına kadar sıralamıştır (Gerrig ve Zimbardo, 2012:343).

Maslow güduları mertebeli bir yapı içinde görmektedir ve insanların alt basamaktaki gereksinmelerini giderir gidermez, üst aşamadaki güduları doyurmaya yöneleceğini kabul etmektedir. En sonunda bireyin ulaşacağı en yüksek yer kendini gerçekleştirme (özgerçekleştirim) noktasıdır (Cüceloğlu, 2003:430). Maslow'un modelindeki bir gruba ait olma, takdir ve saygı görme gibi aşamalar; sanal uzamlarda sosyal paylaşım ağlarında da gerçekleşmektedir. Bir bireyin, paylaştığı bir fotoğrafın

beğenilmesi, yaptığı bir yorumun takdir edilip desteklenmesi kendine güven hissine yol açarken; tersi durum yani sanal ağdaki arkadaşları tarafından ilgi görmemesi durumu da özgüveninin azalmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, sosyal paylaşım sitelerindeki benlik sunumlarında önemlidir.

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Kendini Gerçekleştirme Potansiyelini gerçekleştirme ihtiyacına ve anlamlı hedeflere sahip olmak
Saygı Güven, değerli olduğunu hissetmek ve yeterlilik, öz-saygı ve diğerlerine saygı göstermek
Bağlanma Ait olmak, yakınlaşmak, sevmek ve sevilme
Güvenlik Güvenlik, rahatlık, huzur ve korku duymamak
Biyolojik Yeme ihtiyaçları, su, oksijen, dinlenme, cinsel ifade, gerginlikten kurtulmak

Şekil 2: İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramiti (Gerrig ve Zimbardo, 2012:343; Cüceloğlu, 2003).

Bir sosyal paylaşım sitesinde oluşturulan profil, kişinin birebir çevrimdışı dünyadaki kimliği ile örtüşmek yerine, olmak istediği kişiden de öğeler içermektedir. Dolayısıyla kişinin, çevrimiçi profili ile kendini gerçekleştirme ihtiyacını gidermeye yönelik bir benlik sunumu oluşturduğu söylenebilmektedir. Maslow'un piramitinde en alt ve temel basamağı biyolojik ihtiyaçlar oluşturmaktadır. Birey yeme içme,

barınma gibi en temel ve gerekli ihtiyaçlarını gidermek zorundadır. Ardından güvenlik ihtiyacı gelmektedir. Temel ihtiyaçlarını gidermiş birey, güven içinde olmak istemektedir. Yaşadığı yerde, çevresinde herhangi bir tehdit unsuru bulunsun ve huzurunu bozsun istememektedir.

İhtiyaçlar hiyerarşisine göre fizyolojik, güvenlik ihtiyaçlarının ardından ait olma ve sevgi ihtiyacı yani bağlanma ihtiyacı gelmektedir. Ait olma ve sevgi ihtiyacının karşılanmaması yabancılaşma, yalnızlık gibi duyguların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Yeşilyaprak, 2005:247). Bu nedenle her birey, içinde yaşadığı topluma aidiyet hissetmek, topluluğun bir parçası olduğunu ve sevildiğini bilmek istemektedir. Bu ilk u basamaktaki ihtiyaçlarını karşılamış olan kişi içinde yaşadığı grupta, toplumda saygı ve değer görmek arzusundadır. Dolayısıyla bu aşamada piramite göre devreye saygı ihtiyacı girmektedir. Saygı gören birey kendisine güven duymaktadır. Buradaki güven iki yönlüdür. İli kişinin başkalarının takdirini kazanarak toplumun kendisine güven duymasıdır. İkinisi ise başarılarının kendisinde oluşturduğu zgven duygusudur. Kişi böylelikle aşağılık ve hiçlik duygularından kurtulmakta, kendi ben'ini daha st konumlara taşıyarak kendisine ideal ben ben oluşturmakta ya da kendi benliğini aşma ve mükemmeliyete geçiş yolunda önemli bir aşama kaydetmektedir. Fakat bu durum bazı insanlarda narsizme neden olabilmektedir (Alak, 2009:44). Bu ihtiyacın karşılanmaması ise aşağılık, zayıflık ve çaresizlik duygularını ortaya çıkarmaktadır (Yeşilyaprak, 2005:247).

Hiyerarşinin en st basamağında, karnı tok, güvenli, sevilen ve seven, korkusuz, düşünen ve yaratan insanlar vardır. Bu aşamadaki insanlar *kendini gerçekleştirme* arayışı içindedirler. Kendini gerçekleştiren bir insan kendini tanıyan, kendini kabul eden, sosyal yönden sorumlu olan, yaratıcı, doğal, yeniliklere ve zorluklara açık ve benzeri başka olumlu özellikleri olan insandır (Gerrig ve Zimbardo, 2012:344).

Maslow'un kuramı 3 varsayıma dayanmaktadır: İli olarak ihtiyaçlar, hiyerarşik bir özelliğe sahiptir. Birinci ihtiyaç en temel ihtiyaçtır, ondan sonra ikinci ihtiyaç gelmektedir. İkinisi olarak bir ihtiyacın karşılanabilmesi için kendisinden sonra gelen ihtiyaç feda edilebilir, ama önce gelen ihtiyaç feda edilemez. Son varsayıma göre alt

düzydeki ihtiyaç, bir miktar karşılanmadan, daha sonraki bir ihtiyaç ortaya çıkmamaktadır (Bacanlı'dan aktaran: Sungur, 2008:24). Diğer bir deyişle bu alt düzeydeki ihtiyaç insanın biyolojik olarak yaşamını sürdürebilmesi için gerekli açlık, susuzluk, barınma ve kendi neslini devamını sağlayan ihtiyaçları kapsamaktadır. Bu temel gereksinimler karşılanmadıkça Maslow'un söz ettiği diğer ihtiyaçlara da gereksinim duyulmamaktadır (Alak, 2009:43). Maslow'a göre, kendini gerçekleştirmiş bir birey olabilmek için daha alt düzeylerde yer alan fizyolojik, güvenlik, ait olma ve saygınlık sağlama ile ilgili temel ihtiyaçların karşılanmış olması gerekmektedir. Temel ihtiyaçları karşılanmış birey, kendisinde var olan bütün potansiyelleri açığa çıkartmakta ve kendini gerçekleştirmektedir (Feist ve Feist'dan aktaran: Oğlu, 2014:6). Temel gereksinimlerine doyum sağlayan insan kendisini daha özgür ve iyi hissetmekte, kendisinde var olan tüm potansiyelleri açığa çıkarmaktadır. Böylelikle gerçek anlamda "kendisi" olarak, kendisini gerçekleştirmektedir (Erden ve Akman, 2005:104-105).

Kendini gerçekleştirme bireyin kendi kapasite ve yeteneklerini tam anlamıyla geliştirebilmek için giriştiği mücadeledir (Gerrig ve Zimbardo, 2012:420). Çoğu insan için bir anlık bir yaşantıdır (Cüceloğlu, 2003:430). Az sayıda insan kendini gerçekleştirme anını daha uzun süre yaşayabilmektedir. Hümanistik psikologlara göre insan davranışlarını yöneten en önemli şey güdüdür. Hümanistik psikologlar fizyolojik ihtiyaçların önemini inkâr etmezler, bunları temel sayarlar, bunun yanında insanın insan olarak daha üst düzeyde bazı ihtiyaçları olup bunları doyurmaya çalıştığını ileri sürmektedirler. Bu üst düzeydeki ihtiyaçlar, saygı görmek, bilgi edinmek güzellikten zevk almak gibi salt insana özgü ihtiyaçlardır. Maslow bunları "gelişme ihtiyaçları" olarak adlandırmaktadır ve bunlar ancak temel ihtiyaçlar doyurulduktan sonra ortaya çıkabilmektedirler. İnsanda yalnız ihtiyaçları giderme, gerilimden kurtulma güdüsü değil; gelişme, ilerleme ve kendini aşma güdüsü de vardır (Kuzgun, 1972:169-170).

Hümanistik psikologlara göre sağlıklı insan, benliğini toplumsal otorite içinde eriten, yok eden, topluma pasif uyum gösteren insandan farklı olarak, kendi öz duygu ve ihtiyaçları doğrultusunda hareket eden, sahip olduğu gizil güçleri gerçekleştirmeye çalışan, fakat bunu yaparken toplumla ciddi olarak çatışma haline

düşmeyen insandır. Davranışlarını yöneten güdü, gelişme ve kendini gerçekleştirme güdüsüdür. Kendini gerçekleştirme, hayat boyunca devam eden bir süreçtir. Kendini gerçekleştirme yönünden bireyler arasında farklar bulunabilmektedir ve kişinin yaşadığı sürece göre kendi içinde de farklılıklar gösterebilmektedir (Kuzgun, 1972:170-174).

Maslow'un inancına göre, olanak sağlandığında, her insan eninde sonunda kendini gerçekleştirerek, gizil güçlerinin farkına varacaktır (Erden ve Akman, 2005:104). Fakat gerçek anlamda kendini gerçekleştiren insanların sayısı çok sınırlıdır. Önemli olan bireyin kendini gerçekleştirme sürecine girebilmesidir (a.g.e., 2005:107). İhtiyaçlar hiyerarşisine göre kendini gerçekleştirme kişinin potansiyelini ortaya çıkarmakta, dolayısıyla herkeste farklı bir şekilde görülmektedir.

Bilgisayar dolayimli iletişim biçimlerinin, bireylerin gündelik rutinlerine de yön verdiği günümüzde; çevrimdışı yaşamda giderilemeyen ihtiyaçlar, sanal mekânlarda, dahil olunan sanal topluluklar içinde giderilmeye çalışılmaktadır. Yalnızlaşan birey, özlediği geleneksel topluluk biçimlerini, sosyal paylaşım sitelerinde kurulan sanal topluluklar aracılığıyla yaşamaya çalışırken; benlik tasarımlarıyla da söz konusu sanal topluluk içinde kendisini "olmak istediği gibi" sunmaktadır. Fakat bu tasarım sırasında, çevrimdışı yaşamındaki çok farklı bir kimlik inşası yerine, çevrimdışı yaşamındaki paralel bir kimlik inşası gerçekleştirilmektedir. Çünkü benlik tasarımı, kişinin kendisini nasıl algıladığıyla ilgilidir. Dolayısıyla kendisini algılayış biçimi, sanal bir benlik tasarımı yapıyor olsa da çok farklılaşmamaktadır. Çevrimdışı dünyadaki gibi, çevrimiçi dünyada da kimlik sürekli inşa halindedir. Bu bakımdan bilgisayar kullanıcısının sanal uzamlarda, sohbet ve forum ortamlarında, bloglarda, sosyal paylaşım sitelerinde kendisine bir profil oluşturarak ve aslında olmak istediği bir benliği inşa ederek, kendisini gerçekleştirebileceği düşünülmektedir.

Bireyin sosyalleşme amacı ile bulunduğu bilgisayar dolayimli iletişim mekânları, onun ağlaşmış kamular içinde yer almasını sağlamaktadır. Eş zamansız türden bir iletişime olanak veren ve bireyin çevrimdışı iletişim biçimlerine göre farklılaşan, ona iletişim şeklini kurgulama imkanı veren bilgisayar dolayimli iletişim; mekândan bağımsız olması yönüyle de bugünün bireyinin vazgeçilmezlerinden

olmuştur. Söz konusu sanal mekânlarda nonim³ yerine anonim profiller oluşturabilen birey, gelenekselin aksine daha parçalı ve gevşek yapıli topluluklara dahil olabilmektedir.

Anonim profil yoluyla anonim kimlik oluşturabilmek, birey için bir hak olarak nitelendirilebilmektedir (URL 2). Sosyal paylaşım ağlarında, anonim kimlik kullanabilmek hem kişiler hem de kolektif kimlikler için modern toplumsal yaşamın sınırlarını aşmak anlamına gelmektedir. Bilgisayar dolayimli iletişimle gizlenmek, özgürleşmeyi de beraberinde getirebilmektedir (Timisi, 2005:98).

Elbette görünen bu özgürlük, bilgisayar dolayimli iletişimin bugün geldiği nokta bağlamında ele alınır ve başka bir açıdan bakılırsa, bireyin her adımının gözetlenebildiği bir alan olması bakımından da sorunlu olduğu kabul edilebilmektedir. Sosyal paylaşım ağlarına dahil olma süreci sırasında kişinin kendi gerçek kimliğini açıklamak zorunda olmaması, olmak istediği beni tasarladığı bir kimlik inşasında bulunmasını sağlamaktadır. Gündelik yaşam pratiklerinin, doğal ve sıradan bir parçası haline gelen bilgisayar dolayimli iletişim ve ağlaşmış kamularda inşa edilen sanal kimlikler, bireyi sanal sosyal haline getirmiştir. Öyle ki bu türden bir sosyalleşmede mahremiyet sorgulanır hale gelmiştir. Kişi için en özel çevrimdışı mekânlarda ve anlarda bile sanal sosyalleşme devam ettirilmektedir. Burada iletişimin mekândan bağımsız olma özelliğinin yanı sıra bedensiz olma özelliğinin de etkisi görülmektedir. Kişinin benliği bir tasarımdır ve beden üzerinden kurulmaktadır. Bilgisayar dolayimli iletişim ise bedensiz ve ad koymaktan fiziksel temsile kadar her aşamasını bireyin seçtiği bir benlik sunumuna imkan tanımaktadır. Dolayısıyla birey burada kendi tasarladığı ve bir anlamda kendini gerçekleştirdiği kimlik nedeniyle yaşamını kontrol ettiği yanılsamasına düşmektedir.

³ Birey çevrimdışı dünyadaki kimliğine ilişkin öğeleri kullanıyor ise, örneğin profil kullanıcı adı gerçek adı ya da profil fotoğrafı kendisine ait bir fotoğraf olarak seçildi ise nonim bir profil oluşumundan söz edilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KADINLIK VE ERKEKLİĞİN SANAL TEMSİL MEKÂNI OLARAK kizlarsoruyor.com SİTESİ

Bireyin önceki yaşam deneyimleri, etkileşimde bulunduğu diğer bireyler ve sahip olduğu inançlar, kendi gerçekliğini inşa etmede temel öneme sahiptir. Kadın erkek ilişkileri açısından bakılacak olunursa, bireyin bu konuya ilişkin biriktirdikleri, bir kadın veya erkek olarak nasıl bir temsile sahip olması gerektiği hakkındaki düşüncelerine yön vermektedir. Toplum içinde çoğunluğun takındığı tutum ile uyumlu olacak biçimde tepkiler ortaya koymaktadır.

Yerleşik ataerkil yapıya göre kadın ve erkek, akıl ve sosyal beceriler yönünden farklılaştırılmaktadır. Kadınlık ilişkili şeyler genellikle değersizleştirilmektedir. Hatta tüm kadınların hemen hemen aynı psikolojik özelliklere sahip oldukları düşünülmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet öğrenilmiş bir davranış olarak tanımlanabilmektedir. Bu davranış, kadınlık ve erkeklik denildiği zaman akla gelen kültürel beklentilerden oluşmaktadır.

Sosyalleşme ve bireylerin kültürel beklentileri, kadın ve erkek farklılıklarını da beraberinde getirmektedir. Bu farklılıklar kadınlar ve erkeklere dair kategorileştirmeleri oluşturmakta ve kültürel anlamda toplumsal yaşam içine yerleştirmektedir. Bireyin kadınlık ve erkeklik rollerine ilişkin olarak kafasında resmedilmiş yerleşik modeller bulunmaktadır. Söz konusu resimler yani toplumsal cinsiyet stereotipleri, hem toplumsal cinsiyet rollerinden doğarlar hem de bu rolleri desteklerler ve kendi içindeki bu döngüsellikle toplumsal cinsiyetin genel şablonlarına süreklilik kazandırmaktadırlar. Kadınlık ve erkekliğin temel inşa alanı olan toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet stereotiplerine biraz daha ayrıntılı bakmanın çalışma açısından daha faydalı olacağı düşünülmektedir.

2.1. Toplumsal Cinsiyet ve Toplumun İnşa Ettiği Kadınlık-Erkeklik Temsilleri

Çalışmada toplumsal cinsiyet kavramına bakılmıştır. Çünkü incelenen site ilk bakışta kadınlara yönelik gibi algılansa da hem kadınların ve erkeklerin üye olabildiği ve birbirleriyle soru cevap yoluyla sohbete yönlendirildiği bir yapıya sahiptir; hem de toplum iki cinsten oluşmaktadır. Kadın ve erkeğin toplum içindeki konumları, sosyal bilimlerde her zaman tartışılmalı bir konu olmuştur. İki cins arasındaki farklılığın sadece biyolojik olmadığı ise hemen hemen her toplumda kabul edilmiştir. Bu farklılığın daha çok kültürden kaynaklandığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet birbirinden farklı şeylerdir. Toplumsal cinsiyet kadın ve erkek arasındaki karşılıklı ilişkide, sosyal davranışlara neden olan kültürel özelliklerdir (Latina, 2010: 67). Sosyal yapı tarafından nasıl kadın ve erkek olunacağına şekillendirildiği bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet kavramı, toplumun kadından ve erkekten hangi tür davranışları beklediğinin sınırlarını çizmektedir. Bireyin doğumdan ölüme kadar gündelik yaşamındaki her aşamada uyması gereken rol modellerini kültürün içinde hazır olarak, doğalmış gibi vermektedir. Dolayısıyla düşünüldüğü gibi sadece kadınları değil, aynı zamanda erkekleri de kendi iktidar alanı içine hapseden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin nasıl bir anne olunacağı, nasıl giyinileceği, nerelere gidilip gidilemeyeceği ya da nasıl bir koca olunacağı, eşe ve çocuklara karşı nasıl davranılacağı gibi gündelik yaşamın her anı için o kültürde kabul edilen toplumsal cinsiyet kuralları vardır.

Bir kadın ya da erkek dünyaya geldiğinde biyolojik olarak tanımlanan cinsiyetine, kültürel olarak da bir anlam yüklenmektedir. Toplumsal cinsiyet ideolojisi, cinsiyetine uygun olarak nasıl davranması gerektiğini gösteren rolleri inşa etmektedir. Bireyin biyolojik olarak sahip olduğu cinsiyetin yanına, toplumsal cinsiyeti de eklemektedir. Bunu toplumsal kurallarla, gündelik yaşamda kullanılan dil yolu ile yeniden üretmekte ve doğallaştırmaktadır.

Butler, toplumsal cinsiyet inşasının anatomik olarak farklılaşmış bedenlerle işlendiği görüşünün belirli bir determinizmle sunulmasına karşı çıkmaktadır. Bu durumda bedenler amansız bir yasanın edilgen alıcıları olarak kavranır ve bu sefer biyoloji değil kültür kader olmaktadır (Butler, 2014:50-53). Egemen olan kimse,

gücü de elinde bulundurmaktadır. İçinde yaşadığımız dünyada erkek egemen bir iktidar yapılanması olduğu için, toplumsal cinsiyet adı altında oluşturulan kategorileşme daha çok kadının nasıl olması gerektiği üzerine odaklanmaktadır. Erkek, kadına çizilen sınırların aksine daha geniş bir alana sahip gibi görünmektedir. Fakat bu durum tartışmaya açıktır. İktidarın tanımladığı erkeklik de erkekler üzerinde bir iktidar alanı oluşturmaktadır. Bu durumda sonradan inşa edilen bir kavram ve iktidar aracı olarak toplumsal cinsiyet, eleştirel yaklaşılması gereken bir kavramdır.

Kandiyoti, toplumsal cinsiyet kavramını ilk kez radikal feministlerin, erkek egemenliğinin her biçimine uyarlayarak kullandıklarını belirtmiştir. Radikal feministler ataerkilliğin maddi temellerini belirlemişler ve bu temellerin cinsiyetler arasındaki işbölümüne ve üreme biyolojisinin gerçeklerine dayandığı konusunda uzlaşmışlardır (Kandiyoti, 1997:110). Dolayısıyla kadın ve erkeğin kamusal alanda iş yaşamında üstlendikleri görevler, annelikle ilgili sorumluluklar, özel alanda yani ev içinde kadından beklenen günlük rutinler her iki cins arasında erkeğin lehine bir yapı oluşturmuştur. Söz konusu yapı toplumsal cinsiyet kavramı ile ifade edilen şeye karşılık gelmektedir.

Kadın ve erkek arasında her zaman ikili bir karşıtlık vardır. Bu karşıtlık, kültürel olarak inşa edilmiştir. Dünya geneline bakıldığında zaman, bazı farklılıklar görülse bile kadına ve erkeğe bakış temelde aynıdır ve toplumsal cinsiyet rol modellerine göre şekillenmesi beklenmektedir. Çünkü erkek egemen toplum yapısı, neredeyse tüm yeryüzü coğrafyasına hakimdir ve erkeği her şeyin sahibi, kadını ise erkeğe ait olan ve aynı zamanda erkek olmadığı için “eksik” olan olarak tanımlamaktadır. Bu toplum yapısının kamusal bir ataerkil ideolojiye bağlı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu ideoloji gereği, kadınların gündelik yaşam içinde görünürlüklerinin arttırılması, aslında kontrol altında tutulmalarını da kolay hale getirmektedir.

İki cins arasındaki kültürel ayrımın ne zaman, nasıl başladığı ve nasıl bir çok kültürde benimsendiği konusunda net yanıtlar bulmak zor olabilmektedir. Fakat üretim ilişkilerindeki değişimin, cinsler arası toplumsal ilişkileri de değiştirdiği bir gerçektir. Fiziksel güç gerektiren tarım araçları ile üretim, erkeğin fizik gücünü ön plana çıkarmış ve üretim için gerekli kılmıştır. Bu durumda kadın, zaman içinde

toplumsal iş bölümünde daha geride kalmıştır. Bu durum onu evle yani özel alanla sınırlandırmıştır. Sanayi devrimi ile birlikte ise kadın iş yaşamına da dahil olmaya başlamıştır ve bu durumda toplumsal ilişkiler yeniden belirlenmiştir. Bu dönem öncesinde olduğu gibi, sanayi devrimi ile birlikte de kadın ev içi alana ait kabul edilmiştir. Dolayısıyla kamusal alanla, ev içi alanın ayrılması, aklı kamusal alanla, ahlakı ise ev içi yani özel alanla ve kadınla ilişkilendiren düşünceyi desteklemiştir. Bu süreçte kadının gündelik sorumlulukları, erkekle arasındaki toplumsal eşitsizlik ile birlikte artmaya devam etmiştir. Hem özel alana ait görülen hem de kamusal alanda yer almaya başlayan kadın, günümüze doğru geldikçe içinde bulunduğu eşit olmayan duruma karşı sahip olduğu haklarını aramaya başlayarak bir mücadele alanı oluşturmuştur. Ataerkil sistemle mücadeleyi 18. yüzyıl feministleri başlatmışlardır. 1792’de Mary Woolstonecraft feminist teorideki ilk önemli çalışma olan “Kadın Haklarının Savunusu”adlı eserini yayımlamıştır. Bu kitap daha sonra feminist düşünce için başat eser olmuştur.

Toplumsal cinsiyet rolleri, ataerkil ideolojinin sınırlarını belirlediği bir inşa sürecidir. Toplumsal cinsiyet normları, üretildikleri ölçüde kendileri de normları değiştirebilme kapasitesine sahip olan bedensel pratikler tarafından aktarılmaktadır. Bu durumda, düzenlemenin önemli eğilimlerinden birisi de, kişilerin toplumsal cinsiyet aracılığıyla düzenlenmesi ve bu düzenlemenin de herkes için kültürel bir anlaşılabilirlik koşulu olarak kabul edilmesidir (Butler, 2009 : 86). Dolayısıyla kadın ya da erkek gibi davranmamız, biyolojik cinsiyetimizden çok, toplumsal cinsiyetimize bağlıdır. Bu süreç, sürekli kendini yenileyerek, kadınlık ve erkeklik davranış kalıplarını, değerler ve dil aracılığıyla bireylere aktarmaktadır. Bu çalışma kapsamında da birer toplumsal cinsiyet pratiği olarak kadınlık ve erkeklik temsilleri, kültürel açıdan inşa edilmiş kavramlar olarak ele alınacaktır. Yeni medya pratikleri, herhangi birisinin toplumsal cinsiyet temsilinin yanında, toplumsal cinsiyet performansı için farklı zorluklar ortaya çıkarmıştır. Bu durum beraberinde toplumsal cinsiyet performanslarında ve temsillerinde büyük bir farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Kimlik inşası, uzamsal pratikler, kullanıcı türevli içerikler; toplumsal cinsiyetin akışkanlığını gösteren örnekler olarak verilebilmektedir (Humphreys ve Orr Vered, 2014:4-5). Bunun yanı sıra sanal uzamlarda, diğer bireylerle etkileşim süreci içinde yaşanan belli durumlar karşısında, kişi çevrimdışından taşıdığı

toplumsal ve kültürel bagajı açarak, genel kabul gören verili öğelerden yararlanmaktadır (Binark, 2007:31).

Çalışma kapsamında üretim koşullarının yanı sıra teknolojik değişimlerle birlikte zaman ve mekâna bağlı olarak değişen roller içinde, kadın ve erkeğe biçilen temel rollerin nasıl algılandığı ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

2.1.1. Gündelik Yaşam Kategorisi İnşa Eden Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri

Gündelik hayatta karşılaşılan farklı durumları kolaylaştırmak ve bazen de farklılıkları abartmak, o anda içinde bulunulan durumda bireye bir çıkış kapısı gösterebilmektedir. Özellikle karşıtlıklar açısından düşünüldüğünde, bu karşıtlıkları birbirine benzer hale getiren ya da aralarındaki farklılıkları daha belirgin kılan stereotipler söz konusudur.

Stereotipler genellikle toplumsal cinsiyet, ırk, yaş gibi özelliklerle kolaylıkla bağlanacak şekilde yapılandırılmıştır. Buna karşılık bilgisayar dolayımı ile iletişim, katılımcılarına görsel bir anonimlik ve fiziksel yalıtılmışlık sağlayarak, bu genel kabul gören stereotip anlayışında bazı değişikliklere neden olabilmektedir. Üyelikle ilgili işaretleri gizleyen bilgisayar dolayımı ile iletişimin, bireylerin çeşitli sosyal kategorilerden özgürleşmesini sağlayabileceği düşünülmektedir. Bilgisayar dolayımı ile iletişim, grup üyeliklerindeki farklılıkların önemini azaltarak, teknolojiye dayalı anonimliğin statü farklılıklarını maskeleyerek ve böylelikle katılımın eşitlenmesi yönünde iyimser bir görüş ortaya koymaktadır (Lee, 2007:183).

Toplumsal cinsiyet stereotipleri, kadın ve erkeğe uygun olarak görülen faaliyetlerin yanı sıra, psikolojik özellikler ve niteliklerine ilişkin inançlardan oluşmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri davranışlar olarak tanımlanırken, toplumsal cinsiyet stereotipleri erkeklik ya da kadınlıkla ilgili inançlar ve tutumlardır. Toplumsal cinsiyet rolleri ve toplumsal cinsiyet stereotipleri denilen kavramlar birbirleri ile ilişkilidir. Kişi, kadın veya erkeğe ait olarak tanımlanmış rollerden birisi ile ilişkilendirildiğinde, bireysel değişimler ve beklentileri gözardı edilerek, bu davranışın kaçınılmaz olarak tek bir cinsiyetle ilişkili olacağı düşünülmektedir. Bu

nedenle toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyet stereotipleri için gerekli malzemeleri sağlamaktadır (Brannon, ty:160)

Bir başka tanımlamaya göre toplumsal cinsiyet stereotipleri bir kadın ve erkek için belirlenmiş özellikler ve davranış modelleriyle ilişkili olarak oluşturulmuş sosyal kurallar ve yaygın kanılardır. Toplumsal cinsiyet stereotipleri kadın ve erkekler için standart rol-davranış modellerini belirleyen oldukça yaygın stereotiplerdendir. Bu stereotipe göre, aileye ilişkin roller, ana sosyal roller olarak kadınlara addedilmiş, mesleki roller de erkekelere addedilmiştir (Latina, 2010:68).

Toplumsal cinsiyet stereotipleri oldukça etkilidir; kadın ve erkeğin kavramlaştırılmasını etkilemekte ve toplumsal cinsiyet için sosyal kategorileri düzenlemektedir. Bu kategoriler insanların düşüncelerini temsil etmektedir. Hatta inançlar gerçeklikten farklılaşıp değişime uğradıklarında bile, kişinin kendisi ve diğerleri hakkındaki yargıları üzerinde son derece güçlü etkilere sahip olabilmektedir (Brannon, ty:160). Toplumsal cinsiyet stereotipleri, geleneksel sosyal roller ve kadın erkek arasındaki güç eşitsizlikleriyle yakın bir şekilde bağlantılıdır (Prentice ve Carranza, 2002:269). Erkekler, söz konusu stereotipler hakkında daha katı bir tutum takınırlarken, kadınlar çok katı değildirler. Örneğin bir erkek kendisine kadınsı bir özellik yakıştırılsın istememekte ve böyle bir yakıştırma yapılırsa sert bir tepki göstermektedir. Benzer bir biçimde "güzellik" ya da "çekicilik" gibi bazı kavramlar genellikle kadınla ilişkili olarak düşünülür. Çekici birisinden söz edildiğinde ya da nasıl daha çekici görüneceğine ilişkin önerilerde bulunulduğunda, kafada canlanan resim büyük bir çoğunlukla kadındır. Bir erkekten güzel olması beklenmez ve güzel sözcüğü bir sıfat olarak kadınlar için kullanılmaktadır. Dolayısıyla bakan gözün erkek olduğu ve bakılanın kadın olduğu görüşünden hareketle, özellikle kadına ilişkin toplumsal cinsiyet stereotipleri de erkeğin görmek istediği kadını betimleyecek şekilde tasarlanmıştır.

Kadın erkek arasındaki işbölümü eşitsizliği gündelik konuşmalardaki toplumsal cinsiyet stereotiplerinde de kendisini göstermektedir. Yüzeysel konuşmalarda kadınlar geleneksel olarak yemek pişirme, moda, çocuk bakımı, ev işlerinde hakimdirler. Erkekler ise tamir işleri, tamir aletleri, spor takımları hakkında

bilgi vb. hakkındaki konularda hakimdirler (Latina, 2010:68). Oysa kendisini kadın olarak gören bir kişi dışavurumcu, samimi, uysal gibi kadınlık stereotiplerine ait özellikler yerine; erkek stereotipi özelliklerinden etkili, akılcı ve baskın karakter olarak görebilir. Dolayısıyla bazı kişiler kendilerini daha maskülen bazıları daha feminen veya belki ikisinin bir karışımı olarak görebilmektedirler. Toplumsal cinsiyet kimliklerini bu kadınlık erkeklik boyutlarıyla kurmaktadır ve bu durum davranışlarına rehberlik edebilmektedir (Stets ve Burke, 2000:2).

Sanayi devrimi ile erkek para kazanmak için evden ayrılırken kadını ev işleri ve çocuklarla ilgilenmesi için bırakmıştır. Bu ayrılışın tarihte erkekleri ve kadınları farklı çevrelere ve rollere adapte olmaya zorlayan başka bir benzeri yoktur. Bu değişim iki inancı üretmiştir: İki Küre Doktrinini/ Ayrı Küreler Doktrinini ve Doğru Kadınlık Kültü (Brannon, ty:161).

Kadınlık ve Erkeklik Stereotiplerinin Öğeleri	
Doğru Kadınlık Kültü	Erkek Cinsiyet Rol Kimliği
Dindarlık: Kadınlar doğaları gereği dindardır.	Hanım evladı olmama: Kadınsı bir özelliği olmamalı.
Safılık: Cinsel açıdan ilgisizdir.	Önemli kimse: Başarı ve statü sahibi olmaya ihtiyacı vardır.
Uysallık: Zayıf, bağımlı ve ürkektir.	Meşe gibi sağlam: Güçlü ve güvenilirdir.
Evcimenlik: Alanı evidir.	Diğerlerine günlerini gösterir: Saldırgan ve gözüpektir.

Tablo 3: Kadınlık ve Erkeklik Stereotipleri (Brannon, ty:162)

İki Küre Doktrinini, kadın ve erkeğin birbirinden ayrı ilgi alanları olduğu ve etki alanlarının da farklı olduğu inancı üzerine kuruludur. Doğru Kadınlık Kültü, 1820 ve 1860 arası dönemde yükselmiştir. Bir kadın kendisi ve kocası, komşuları, toplum tarafından dört farklı ana meziyet üzerinden yargılanmaktadır: dindarlık, safılık, uysallık, evcimenlik. Dönemin Viktoryen kadınlarının, bu kriterlere uymazlarsa hayatın gerçek anlamına sahip olmadıkları düşünülmüştür. Doğru Kadınlık Kültü 19.yüzyıl boyunca baskın bir şekilde geçerli olmuştur. Bugünün kültürüne göre

geçmişte kalmış gibi görünmesine karşılık, kadınlıkla ilgili güncel görüşleri etkilemektedir (Brannon, ty:161-162). Brannon'ın tablolaştırdığı şekilde de görüldüğü gibi toplumun erkeklerden beklediği bazı davranışlar ve özellikler de Doğru Kadınlık Kültü paralelinde şekillenmekte ve buna göre erkeklerin kadınsı özellikler taşımaması, güçlü, sert ve güvenilir olması beklenmektedir.

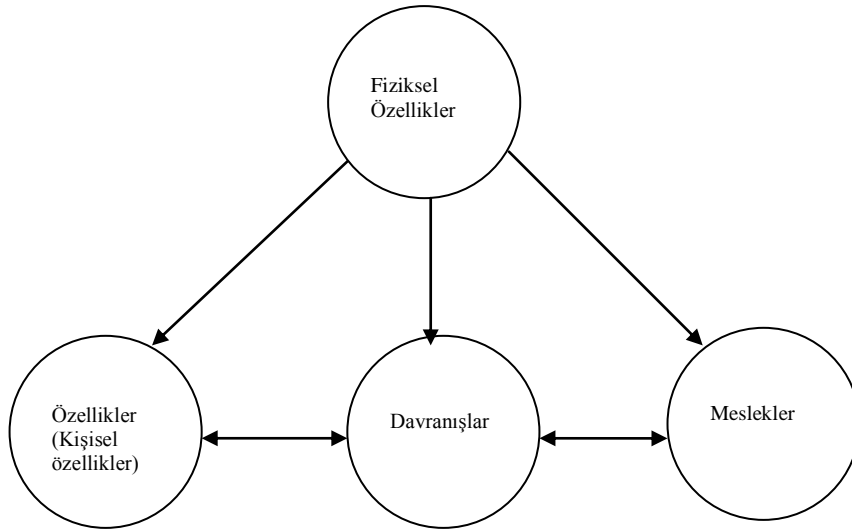
19. yüzyılda kadının bu şekilde idealleştirilmesinin erkekler üzerinde de etkisi olmuştur. Kadınlar pasif, bağımlı, saf, kibar ve narin; erkekler aktif, bağımsız, kaba ve güçlü olarak tanımlanmıştır. Viktoryen dönemin erkeği bu şekilde idealleştirmesi "erkek toplumsal cinsiyet rol kimliği" kavramına temel oluşturmuştur. Bu kimlik erkekliğin baskın kavramlaştırma modeli olarak görülmüş, hem toplum hem de birey olarak erkek için bir takım problemleri de beraberinde getirmiştir (Brannon, ty:162).

Connell, erkeklerden beklenen bir erkeklik modeli olduğunu belirtmektedir. Bunu hegemonik erkeklik olarak tanımlamaktadır. Örneğin teorik bilginin teknik uzmanlıkla birleştirilmesini gerektiren otomotiv gibi sektörlerde, erkeklerden beklenen profesyonellik böyledir. Bu beklentide erkeklik tarihsel olarak inşa edilmektedir: Duygusal açıdan yavan, bir beceri üzerinde yoğunlaşan, diğer çalışanlar üzerinde egemenlik kuran ve gelişimini en ileriye götürebilmek için ev işlerinden, çocuk bakımından muaf bir erkeklik (Connell, 1998:242-243). Kısacası günümüzde erkeklerin kesinlikle kadınsı olmayan, saldırgan ve dayanıklı olarak tanımlanmaları; onlardan bu yönde davranmalarının beklenmesi hegemonik erkeklik inşasından kaynaklanmaktadır.

Erkekliğin inşasına tarihsel anlamda bakıldığında endüstrileşme, dünyanın keşfi ve sivil savaşların erkekle ilgili eylemler haline geldiği ve tüm bunların modern erkekliği biçimlendirmede temel oluşturduğu görülmektedir (Connell'den akt. Brannon, ty:163). Pleck, 19. yüzyılın sonlarında büyüyen endüstrileşmenin, erkeği, ailesi için kazanç sağlayan kişi gibi görünme konusunda baskıladığını ve bu rollerin erkeklerin yerine getirmekte giderek zorlandığı bir şekle dönüştüğünü belirtmektedir (Bernard ve Faludi'den akt. Brannon, ty:163).

Öte yandan, erkeğin kimliklendirilmesinde temsili özellikleri ve evin dışında çalışıyor olması kadının bazen deneyimleyebileceği bir dezavantaja işaret etmektedir. Kadınlar, özellikle erkeklerin hakim olduğu mesleki rollerde, erkeklere göre daha alt konumda sosyal gruplar olarak kabul edilmektedirler (Eagly ve Mladinic, 1994:26).

Çalışma kapsamında kadınlık ve erkekliğin bilgisayar dolayımı ile iletişim üzerinden kurulmasına geri dönülecek olunursa, anonimlik sağlayan sanal uzamın, cinsiyet söz konusu olduğunda, gündelik yaşam pratikleri paralelinde bir konumlanışa sahip olduğu görülebilmektedir. Postmes ve Spears'ın 2002'deki çalışmalarına göre toplumsal cinsiyet stereotipleri aktif şekilde paylaşıldığı zaman üyelerin stereotiplerle uyumlu davranışlar sergiledikleri; fakat cinsiyet bilgisi paylaşılmadığında bu yönde etkileri olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde anonim olarak etkileşime geçilen kişi, toplumsal cinsiyetle alakalı konularda bilgi ortaya koyduğunda, diğerleri de toplumsal cinsiyet stereotiplerine dayalı çıkarımlarda bulunabilmektedirler (Lee, 2007:183-184). Bu noktada toplumsal cinsiyet stereotiplerine ilişkin bir ayırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Brannon bunu dört farklı başlık altında yapmaktadır.



Şekil 3: Deaux ve Lewis'in Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Modelinin Bileşenleri (Brannon, ty:170).

Toplumsal cinsiyet stereotiplerinin dört farklı görünümü vardır: Fiziksel özellikler, kişilik özellikleri, davranışlar ve meslekler. Her bir görünüm bağımsız olarak çeşitlenebilir. Fakat insanlar birbirine bağlı ilişki ağlarını biçimlendirebilmek için diğeri ile ilgili yerleşik bir bilgiye göre yargıda bulunurlar. İnsanlar bu bilgi ağını, toplumsal cinsiyete dayalı özellikler hakkında sonuçlar ortaya çıkarmak için kullanmaktadırlar (Brannon, ty:184). Sanal uzamda yapılan çalışmalarda da profiller ve sorular üzerinden gidilerek, toplumsal cinsiyet stereotiplerine ilişkin bu dörtlü ayırım üzerinden analiz yapmanın mümkün olduğu düşünülmektedir.

Metne dayalı bilgisayar dolayımıli iletişimde bazı toplumsal cinsiyet işaretlerine ulaşılabilir. Yüz yüze iletişimde gözlemlenen dil kullanımındaki toplumsal cinsiyet farklılıkları ve etkileşim stilleri, bilgisayar dolayımıli iletişim ortamlarına da yansımaktadır. Araştırmacılar, kadın ve erkeklerin bilgisayar dolayımıli iletişimde farklı stilistik özellikler ve iletişim davranışları sergilediklerini vurgulamaktadırlar. Örneğin Herring'e göre erkeklerin gönderdikleri mesajlar iğnelemeler, hakaretler, güçlü savlar sergilerken; kadınların mesajları destekleyici ve kişiye yönelimlidir. Savicki vd.nin çalışmalarına göre yalnızca kadınların katıldığı tartışma gruplarında bireylerin kendilerini daha çok ifade ettikleri, kişisel görüşlerini açıkladıkları ve koalisyon dili kullandıkları görülürken; yalnız erkek grupları ya da karışık gruplarda böyle bir durum görülmemektedir (Lee, 2007:184).

Dil kullanımının yanı sıra ilgi alanları ve uzmanlıklar da anonim sanal ortamlarda toplumsal cinsiyete dair özellikleri ortaya koyabilmektedir. Sussman ve Tyson'ın çalışmaları erkeklerin balık tutmak ve beyzbol gibi erkeksi alanlarda, kadınlarında bale ve buz pateni gibi kadınsı kabul edilen alanlarda daha ayrıntılı ifadelerde bulduklarını ortaya koymuşlardır (Lee, 2007:184).

Dolayısıyla ister çevrimiçi dünyada ister çevrimdışı dünyada olsun, kadınlık ve erkeklığe ilişkin toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyet stereotipleri üzerinden kurulmakta ve inşa edilmektedir. Anonimliğin verdiği gizliliğeye rağmen, bireyler katıldıkları sanal uzamlarda, içinde buldukları sanal topluluğun genel kanı ve tutumlarına paralel olacak ve kendilerini söz konusu topluluk içinde kabul ettirecek şekilde, var olan toplumsal cinsiyet sterotiplerini kullanmaya devam etmektedirler.

Kadın ve erkeğin birçok alanda farklılaştırıldığı gibi sanal uzamların temel kullanım aracı olan teknoloji açısından da farklılaştırıldıkları ve teknoloji kullanımı konusunda da erkek lehine stereotiplerin hakim olduğu görülmektedir.

2.2. Kadın ve Erkek Kullanıcıların Bilgisayar Dolayımı İletişime Kullanıcı Olarak Yaklaşımları

Toplumumuzda ve genel olarak birçok toplumda akıl erkekle, duygusallık kadınla ilişkilendirildiği için teknoloji kullanımı konusunda da cinsiyete dayalı farklı algılamalar söz konusu olabilmektedir. Kültürel açıdan farklı ilgi alanlarına sevk edilen kadın ve erkeğin, bugünün bilgisayar dolayımı iletişim biçimlerinden uzak kalması ise mümkün görünmemektedir. Toplumsal cinsiyet ve teknoloji toplumsal olarak, tarihsel, politik ve kültürel bağlamlarda inşa edilmiştir. Dahası bu iki kavram kuramsal olarak birbirine geçmiş durumdadır (Royse vd. 2007:559). Yeni medya teknolojisi; kullanıcılarının, kendilerini temsil etme biçimlerinin ve kendilerini sunma pratiklerinin kesiştiği ve çatıştığı bir uzam olarak görülmektedir. Bu uzam içerisinde metinsel üretimin dağılmış doğasına karşı, araştırmacıların büyük bir ilgisi bulunmaktadır. Kullanıcıya ağ teknolojilerine ulaşmada hem "tek"miş gibi hem de küresel bir öğeymiş gibi yaklaşılmaktadır (Humphreys ve Orr Vered, 2014:5). Geleneksel olarak teknoloji erkek yetenekleriyle eşleştirilmektedir. Kitle iletişim araçlarını kullanma ve onlara erişme konusunda tarih sadece erkeklerin teknolojiye erken eriştiklerini göstermez. Fakat erkeklerin teknoloji kullanımına eğilimleri vardır ve bunu kendilerine mal ettikleri ileri sürülmektedir (Wajcman'dan aktaran: Krishnatray vd. 2009:20).

Genel düşünceye göre yeni teknolojiler erkekler için tasarlanmaktadır. Bu durum kadınların teknoloji kullanımı konusunda cesaretlerini kırmaktadır. Toplumsal cinsiyete, çoğunlukla teknolojik dışlanma kavramı ile tutarlı olacak şekilde, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin kullanımını şekillendiren önemli bir etken olarak yaklaşılmaktadır (Chesley, 2006:590).

Bu alanda kadın ve erkeğin, teknolojik imkanlara ulaşmaları açısından cinsiyete dayalı farklılıkları ise giderek kapanmaktadır. Yakın dönemde yapılan çalışmalar,

toplumsal cinsiyete dayalı sayısal uçurum farkının neredeyse kaybolduğuna işaret etmektedir. Iwilade çalışmasında elde ettiği verilerle kadınların İnternet'e daha hızlı ve kapsamlı bir şekilde adapte olduklarını göstermiştir (Iwilade, 2015:76). Walsh ve arkadaşlarının çalışmasına göre üniversitenin ilk yılında olan kadın öğrenciler, özellikle sosyal paylaşım ve mesajlaşma gibi yeni medya ve müziği içerecek şekilde, yoğun medya kullanıcılarıdır⁴. Akademik yıl içinde, yaz tatiline göre, yeni medyada geleneksel medyadan çok daha fazla zaman harcamaktadırlar. Çalışmaya göre üniversiteli kadınlar günde yaklaşık 12 saatlerini yeni medyada geçirmektedirler. Müzik, İnternet, sosyal paylaşım siteleri ve mesajlaşma konusunda daha yoğun kullanıcıdırlar. (Walsh vd. 2013:226) Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet farklılıkları, bireylerin iletişim teknolojilerini kullanma biçimlerinde bazı farklılıklara neden olabilmektedir. Alman gençlerinin mobil iletişim kullanımları üzerine yapılan bir araştırmada (Döring vd. 2004) genç kızların, genç erkeklere göre yoğun bir şekilde cep telefonu kullandıkları; genç kızların cep telefonu kullanırken daha fazla duygusal tavır sergiledikleri; genç erkeklerin mobil iletişim teknolojileri ile daha ilgili oldukları sonucuna varılmıştır. Norveçli gençlerin ele alındığı bir başka araştırmada toplumsal cinsiyetin cep telefonu seçiminde etkili olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır. Genç kızların renk ve tasarıma göre cep telefonu seçimi yaptıkları, genç erkeklerin ise performans, logo ve markaya göre telefon aldıkları görülmüştür. (Skog'dan akt., Krishnatray vd. 2009:21).

Genel olarak kitle iletişim araçlarını kullanım düzeyleri genç kadın ve erkekler için benzer düzeyde olsa da farklı araç biçimlerinde kullanım açısından bu düzey çeşitlenmektedir. Bunun yanında kadınlar ve erkekler iletişim araçlarını özellikle İnternet'i farklı amaçlar için kullanmaktadırlar. Burada ilgi alanlarına yönelik söz konusudur (Walsh vd. 2013:222).

Önceki bölümde de altının çizilmeye çalışıldığı gibi sosyal ağların ortaya çıkışının üç biçimi vardır. İlki küresel olarak arkadaşlık, bilgi ve sosyal destekle ilişkili olan sanal topluluğun bir üyesi olma isteğidir. İkincisi mekânsal mesafenin çöküşü ve bunu çeşitli kaynaklardan elde etme ihtiyacı ile ilişkili, profesyonel ya da

⁴ Heavy media use şeklindeki kullanım, çalışmada yoğun medya kullanımı olarak çevrilmiştir.

yarararı “ait olma” gerekliliğidir. Üçüncüsü karmaşık üretim süreci koordinasyonunda altyapı maliyetleri olmadan ekonomik fayda sağlamaktır. Fakat bu üç biçim arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır. Facebook sosyal paylaşım sitesini kullanarak müşteri ilişkileri yapmak gibi kullanımlar bunun bir örneği olarak gösterilebilmektedir (Iwilade, 2015:71).

Bu çalışma kapsamında ele alınan site için ilk biçim uygun düşmektedir. Site üyeleri arkadaşlık kurma, sohbet etme ve sanal olarak sosyalleşmeye yönelik iletişimde bulunurlar. Üstelik kadın erkek ayrımı yapmadan herkes site içinde yer alabilmektedir. Iwilade, sosyal paylaşım sitelerindeki uzamları, sadece fiziksel değil kimlik gibi fiziksel olmayan sınırları da aşabilen etkileşim alanları olarak görmektedir (Iwilade, 2015:72). Bu düşünceden hareketle, bu çalışma kapsamında ele alınan sosyal paylaşım sitesinin de diğer sanal uzamlar gibi sadece fiziksel değil; kimlik gibi fiziksel olmayan sınırları da yıkabilen, derinleştirilmiş ve genişletilmiş sosyal etkileşim için yeni bir alan sağlamakta olduğu düşünölmektedir.

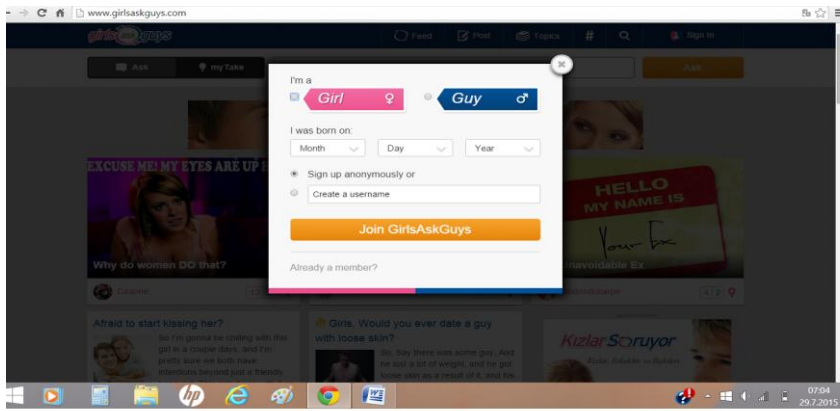
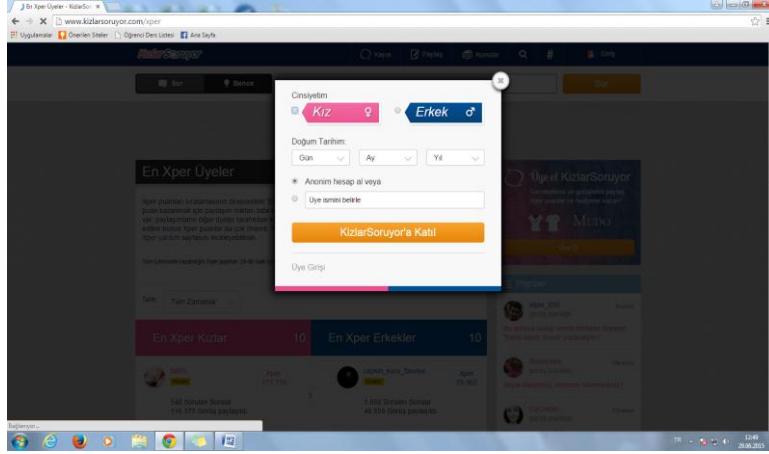
Genel anlamda İnternet’in sağladığı yeni etkileşim alanları, özellikle de çevrimiçi sosyal ağlar, toplumsal cinsiyeti vurgulamayan ve böylece toplumsal cinsiyet körü⁵ bir toplumun dijital sözü olarak anılabilecek yeni tür etkileşimler ortaya çıkarabilmektedirler (Iwilade, 2015:73). Fakat bunun yanı sıra, çevrimiçi uzamda toplumsal cinsiyetin farklı kullanım pratikleri de görölebilmektedir. Goffman'ın teorisinden hareketle, çevrimiçi oyun oynayan bir kullanıcı birbirinden farklı ama birbiriyle ilişkili performanslarla meşgul olmaktadır. Çevrimdışı yaşamda, somut olarak algılanabilen bir kişi iken, çevrimiçi oyuncu olduğunda artık oyun içindeki bir karaktere dönüşmektedir. Bu kollektif kimlik yapısı, son derece yüksek ve aktif bir toplumsal cinsiyet performansını doğurabilmektedir. Örneğin çevrimdışı iken erkek olan bir kişi, çevrimiçine geçtiği zaman kadınsı bir oyuncu kimliği kullanarak, oyunda bir kadın karakter rolünü üstlenebilmektedir (Pargman ve Jakobssen'den aktaran: Humphreys ve Orr Vered, 2014:6). Dolayısıyla çevrimiçi uzamlardaki cinsiyet temsilleri açısından, çevrimdışı dünyadan çok farklı cinsiyet performansları sergilenebildiği görölebilmektedir.

⁵ Gender blind.

Etkileşimli medya -bloglar, oyunlar, sosyal paylaşım siteleri, akıllı telefonlar- var olan toplumsal cinsiyet kurallarını üretirken ve yeniden üretirken aynı zamanda toplumsal cinsiyet pratiklerini yeni temsil ve performans biçimleri ile genişletmektedirler (Humphreys ve Orr Vered, 2014:11). Akışkan ve sürekli inşa halinde olan toplumsal cinsiyet, söz konusu yeni medya uzamlarında farklı yer alış biçimleri sergileyerek, yerleşik normların farklılaşması yönünde bir umudu da beraberinde getirebilmektedir. Kadın ve erkek temsillerinin çevrimiçi uzamda nasıl yer aldığı, çevrimdışı dünyadaki yerleşik normlardan ne kadar farklılaştığı veya farklılaşmadığının incelenmesinin bu anlamda öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

2.3. Kendini Sanal Uzamda Sunmaya Örnek Bir Site: *kizlarsoruyor.com*

Bu tez çalışması kapsamında incelenen www.kizlarsoruyor.com adlı site, 2011 yılında Türkiye’de faaliyete geçmiştir. Orijinali, girlsaskguys.com adı ile ABD’de 2008 yılında Tolga Tanrıseven ve Jen Heil tarafından kurulmuştur. Kadın ve erkek ilişkilerinin soru-cevap yoluyla konuşulduğu bir sosyal paylaşım sitesidir. Daha sonra İspanyolca ve Portekizce versiyonları da hazırlanmıştır. Sitede üyelik sistemi esastır. Üye olmadan sınırlı biçimde görüntülenebilen siteye üye olunarak “Xper” adı verilen puanlar kazanılmaktadır. Puanlar siteyi ziyaret sıklığı, meslek bilgisi ekleme, profil fotoğrafı ekleme, soru sorma, yanıt verme, diğer sorulara görüş bildirme gibi site içi aktiviteye göre kazanılmaktadır. Benzer biçimde daha önce girilmiş bir içeriğin kaldırılması, fotoğrafın kaldırılması gibi durumlarda da üyenin puanları silinmektedir. Paylaşım yaptıkça kazanılan puanlar, üyeyi aynı zamanda Xper seviyesi anlamında da yükseltmektedir. Örneğin diğer üyelerle mesajlaşmak için 2. seviyeye, cinsellik başlığı altında içerik oluşturabilmek için 4. seviyeye gelmesi gerekmektedir. Elde edilen puanlarla, üyenin sorusu günün sorusu seçilip üst sıralarda tutulmakta, site logosu baskılı tişört hediye edilmekte ve daha yüksek puanlarda Mudo’dan hediye çeki kazanılmaktadır. Sitenin çok hızlı bir akışı ve güncellenme sıklığı bulunmaktadır. Gönderiler en son gönderilenden eskiye doğru gitmektedir. Site tasarımı ve özellikleri de sıklıkla güncellenmektedir.



Şekil 4: Sitenin Türkçe ve İngilizce versiyonunun açılış ekranı

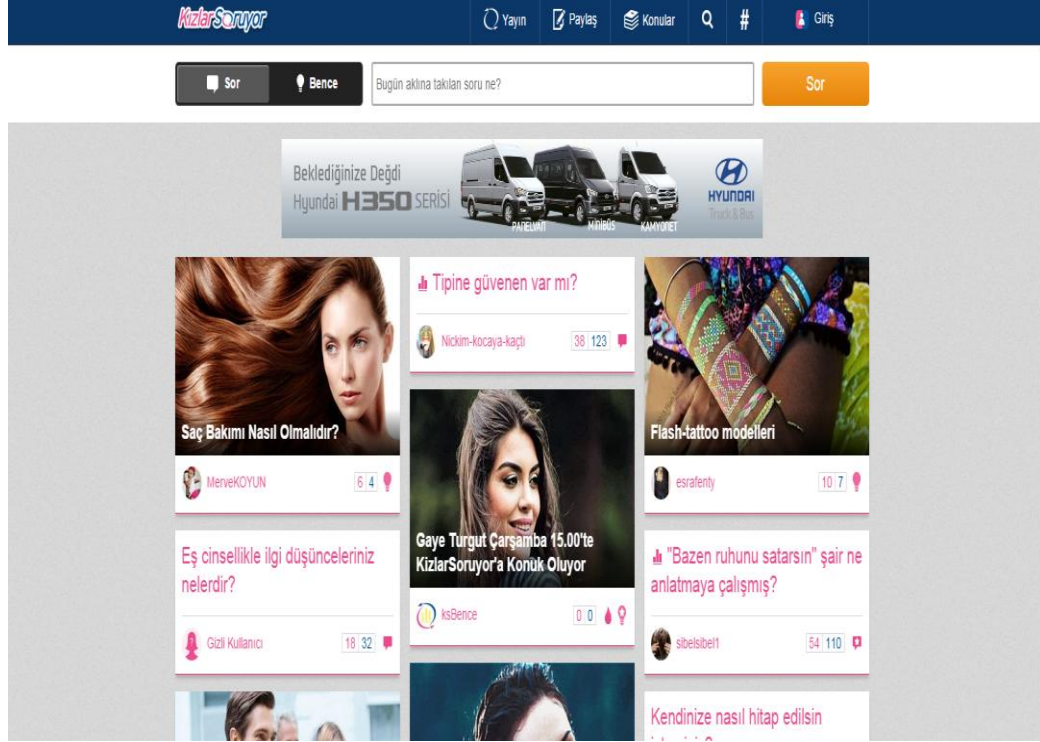
Sitenin “KS Hakkında” adlı bölümünde, sitenin kuruluşu ve amacı hakkındaki bilgiler şu şekilde açıklanmıştır:

“Kadın ve erkeğin farklı bakış açısından hayata dair merak edilen her konuda fikir alışverişine olanak sağlayan bir sosyal paylaşım topluluğu olan KizlarSoruyor yine aynı ekip tarafından ABD’de kurulan [GirlsAskGuys](#) platformunun Türkçe versiyonudur. Platformun İspanyolca versiyonu olan [El@sSaben](#) de 2014 yılı başında ve en yeni versiyon, Portekizce, [El@sSabem](#) 2015’te yayına başlamıştır.

Paylaşım yaptıkça Xper puanları artan ve ileri Xper seviyelerine atlayan üyeler dilerlerse bu puanları kullanarak çeşitli hediyeler kazanıyorlar. Artan Xper seviyeleri sayesinde topluluğun içinde daha çok tanınan üyeler aynı zamanda site kullanımında değişik avantajlara sahip oluyorlar.”

Çalışma kapsamında sitenin sadece Türkçe versiyonu incelenmiştir. Orijinali olan İngilizce versiyonunun incelenmesi kültürlerarası bir çalışmayı ve yabancı üyelerin sahip oldukları kültürel değerleri yakından tanımayı ve hakim olmayı

gerektirecek olması nedeniyle bir sınırlılık olarak görülmüş, çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.



Şekil 5: Sitenin Ana Sayfası

Açıklamada da görüldüğü üzere site www.girlsaskguys.com adlı Amerikan sitesinin Türkçe versiyonudur. Orijinal site tasarımının aynısı Türkçe'ye uyarlanmıştır. Diğer sanal topluluklarda olduğu gibi kizlarsoruyor.com'da da **üyelik sistemi** ve uyulması gereken kurallar bulunmaktadır. Kurallarda karşılıklı yükümlülükler, sorumluluğun reddi ve yasal çekinceler, fikri mülkiyet hakları gibi başlıklar yer almaktadır. Üye olmayan bir kullanıcı siteyi inceleyebilmekte, paylaşılanları okuyabilmektedir. Fakat bir üyenin profilini görüntülemek veya bir yorum yapmak isterse karşısına üyelik zorunluluğu çıkmaktadır.

Cinsiyet seçimi, site üyeliği açısından son derece önemlidir. Site ilk açıldığı zaman ekrana Şekil 3'te görülen üyelik ekranı gelmektedir. Burada temel ayrım cinsiyet üzerinden yapılmaktadır. Üyelik hesabı oluşturmak isteyen kişi, sanal hesabında ilk önce cinsiyet bilgisini seçerek kimlik inşasına başlamaktadır. Cinsiyeti vurgulamak için kadın pembe ile erkek mavi renk ile temsil edilmektedir. Bir içerik

kadın üye tarafından girildi ise pembe, erkek üye tarafından girildi ise mavi bir fona sahiptir. Dolayısıyla renk kullanımı ile cinsiyet arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Site hedef kitlesini sadece cinsiyet değil, yaş grupları üzerinden de sınıflandırmaktadır. 18-24, 25-29, 30-35, 36-45, 45 ve üstü şeklinde bir ayırım yapılmıştır. Seçilen yaş grubuna göre üst sıralarda yer alan içerik değişmektedir. Örneğin 18-24 ya da 25-29 yaş grubunda cinsellik ya da moda ile ilgili paylaşımlar üst sıralarda yer alabilmekteyken; daha üst yaş gruplarında daha farklı başlıklar üst sıralarda yer alabilmektedir.

Üye hesabı oluşturabilmek için kadın veya erkek cinsiyetlerinden birisini seçmek gerekmektedir. Ardından doğum tarihinin gün, ay ve yıl şeklinde girilmesi gerekmektedir. Anonim hesap veya üye adı belirleyerek hesap alma seçenekleri bulunmaktadır. Yani siteye üye olmak isteyen bir kullanıcı için cinsiyet ve doğum tarihi zorunlu olarak paylaşılması istenilen bilgilerdir. Ardından üyeliği tamamlamak için Facebook hesabı, Google Plus hesabı veya e-posta adresi ile bağlanması istenilmektedir. Kullanıcı uygun bulunduğu hesabı seçerek gerekli aktivasyonu yapmakta ve üyeliği böylelikle başlamaktadır. Yeni üye eğer anonim hesap almış ise “gizli kullanıcı” adı ile sitede görünmektedir. Site, yeni üyeye bir üyelik adı ekleyebileceğini hatırlatan bildirimle birlikte, bir profil fotoğrafı yüklemesini de istemektedir. Fakat bunlar zorunlu unsurlar değildirler. Girilmeleri halinde üyeye puan kazandırmaktadırlar. Üye olurken istenilen diğer profil bilgileri meslek, ilişki durumu ve yaşanılan şehirdir. Bunların profilde yer alması da yine üye isteğine bırakılmıştır.

Xper puanları, site yönetimi tarafından “topluluğa yapılan katkıları ödüllendirme” aracı olarak tanımlanmaktadır. Temel üyelik ve profil bilgilerini detaylandırmak, soru sormak, görüş paylaşmak, Facebook ya da Google Plus hesabını site hesabına bağlamak, yapılan anketlere yanıt vermek gibi katılımlarla 1 ile 100 arasında değişen puanlar kazanılmaktadır. Örneğin siteye her gün giriş yapmak 5 puan, soru sormak 1 puan, profil fotoğrafı eklemek 10 puan, Facebook hesabını site profiline bağlamak 100 puan şeklinde belirtilmektedir. 2000 Xper puanı kazanıldığında üyenin sorusu 1 gün boyunca “günün sorusu” olarak üst sıralarda tutulabilmektedir. Ayrıca yine 2000 Xper puanı ile tişört ve 10.000 Xper puanı ile

Mudo'dan hediye çeki kazanılabilmektedir. Bu hediyelerden birisini almak isteyen üyenin, site yönetimi ile irtibata geçip isteğini bildirmesi gerekmektedir. Puanlar üyenin, üyelik seviyesini de belirlemektedir. 1. seviyeden 11. seviyeye kadar üyelik seviyesi bulunmaktadır. Örneğin 1. seviyedeki üye 24 saat içinde 2 soru sorabilirken, 4. seviyedeki üye 24 saat içinde 4 soru sorabilmekte ve cinsellik konu başlığı altında paylaşım yapabilmektedir. 7. seviyedeki üyeler ise site sayfasında hiç reklam görmemektedirler. 20.000-49.999 arası Xper puanı olanlar "Guru", 50.000 ve üzeri puanı olanlar "Master" üye olmaktadır ve kullanıcı adlarının yanında bu seviyeleri belirtilmektedir. Benzer biçimde bazı kriterleri yerine getirmeme ya da var olan bilgileri kaldırma gibi durumlarda kazanılmış olan Xper puanları kaybedilmektedir. Örneğin ilişki durumunu ya da meslek bilgisini iptal eden bir üye 10 puan, hesaba 30 gün girmeyen bir üye 50 puan, Facebook hesabı ile bağlanmayı iptal eden bir üye 100 puan kaybetmektedir. Site yönetiminden 26 Mayıs 2015 tarihinde edinilen bilgiye göre *kizlarsoruyor.com* sitesinin toplam üye sayısı 413.189'dur. Bu üyelerden 145'i guru iken 15'i master olarak belirtilmiştir. Söz konusu üyelik seviyeleri puan kazanımı ve kaybedilmesine göre değişiklik gösterebilmektedir. Bunların yanı sıra "moderatör" kategorisinde bulunan üyeler bulunmaktadır. Sitenin tanımlamasına göre moderatörler, kurallara aykırı paylaşımları geçici şekilde gizleyen gönüllü üyelerdir. *Moderatör, süper moderatör, über moderatör* olarak kendi içinde gruplanmakta ve farklı seviyelerde müdahalede bulunabilmektedirler. Üye adlarının yanında moderatör oldukları da belirtilmektedir. Site yönetimi tarafından site kurallarını iyi bilen ve Türkçe yazım kurallarına hakim, 5. seviye üzerindeki üyelerden seçilmektedirler. Seçimin kriterleri açık bir şekilde belirtilmemiştir. Moderatörler içinde son grup "yönetici" unvanı ile belirtilen kişilerdir. Site ekibinde yer alan kişilerden oluşmaktadır.

Profil bilgileri *fotoğraf, ilişki durumu, meslek, şehir ve aklımdan geçenler* başlıkları altında düzenlenmektedir. *İlişki durumu* için bekar, evli, ilişki içinde, nişanlı ve yorumsuz seçenekleri bulunmaktadır. İlişkisi yok veya buna benzer bir ifade bulunmamaktadır. Yorumsuz seçeneği doğrudan bir ilişki içinde olmayan bir kişiyi akla getirmemektedir. Dolayısıyla üyelerin bir ilişki içinde oldukları ön varsayımının bulunduğu söylenebilmektedir. *Meslek* kategorisi altında ise askeri, bilgisayar, bilişim teknolojileri, diğer, eğitim, emlak/inşaat, finans, gıda/restoran,

hukuk, memur, mühendis, sağlık, sanat, satış/pazarlama, serbest meslek, vakıf, yorumsuz, yönetici şeklinde bir sıralama yapılmıştır. Buradaki bazı tanımlar belli bir sektörü, bazı tanımlar belli meslekleri, bazı tanımlar ise meslek veya sektör dışında, belli bir pozisyonu ifade etmektedir. Baştan aşağı bir meslekler sıralaması bulunmamaktadır. “Diğer” seçeneği ile dışarıda bırakılan meslekler veya sektörler karşılanmaya çalışılmıştır. Sıralanan meslek tanımlamaları daha çok hizmet sektörüne yönelik olarak yapılmıştır. Profili oluşturan bir diğer kategori başlığı *şehir*dir. Bu başlık altında şehir isimlerinin yanı sıra “yurt dışı” seçeneği bulunmaktadır. Yurt dışı için ayrıca ülkelere yönelik bir ayırım yapılmamıştır. Son olarak “*aklımdan geçenler*” kısmı vardır. Bu kısımda sitenin belirttiği şekli ile üyenin kendisini ifade eden bir yazı ekleyebilmesi mümkündür ve bunun için iki bin karakterlik bir alan ayrılmıştır. Profil oluşturulurken girilen bu bilgiler, diğer üyeler tarafından görülebilmektedir.

Profilin en önemli unsurlarından birisi olan **üyelik adı**, üyenin (adı, cinsiyeti, bulunduğu yer, ailesi, hobileri, özellikleri vb. gibi bilgilerle) kişisel veya sosyal kimliği ile ilgili bir görüş verebilmekte ya da bu türden ip uçlarını vermekten kaçınabilmektedir (Madini ve de Nooy, 2013:239). Cornetto ve Nowak, üyelik adının bir birey oluşturmada, diğerlerinin yargılarını etkileyen bilinçli bir seçim olarak kavramlaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir (Cornetto ve Nowak, 2006:379). Dolayısıyla sanal kimlik inşasının önemli öğelerinden birisinin üyelik adı seçiminin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İncelenen site için cinsiyet seçimi sonrasında üyelik adının seçimi, üyenin sanal kimliğinin inşasında ikinci önemli adımı oluşturmaktadır.

Sosyal paylaşım ağlarında üyelik isimleri genellikle takma adlardan oluşmaktadır. Takma ad belirlerken kullanıcılar genellikle üç ilkeye dikkat etmektedirler. Bu ilkeler adın ilgi çekici olması, adın kullanıcıya ait bazı ip uçlarını içermesi, kullanıcı istemediği sürece aldığı takma ad ile gerçek adını gizlemesi şeklinde sıralanmaktadır (Binark, 2005:124-125). *kizlarsouyor.com* sitesinde de en yüksek Xper puanına sahip olduğu için incelenen 20 üyenin üyelik adları, gerçek adlar yerine takma adlardan oluşmaktadır. Bechar-Israeli (1995), 260 kullanıcı

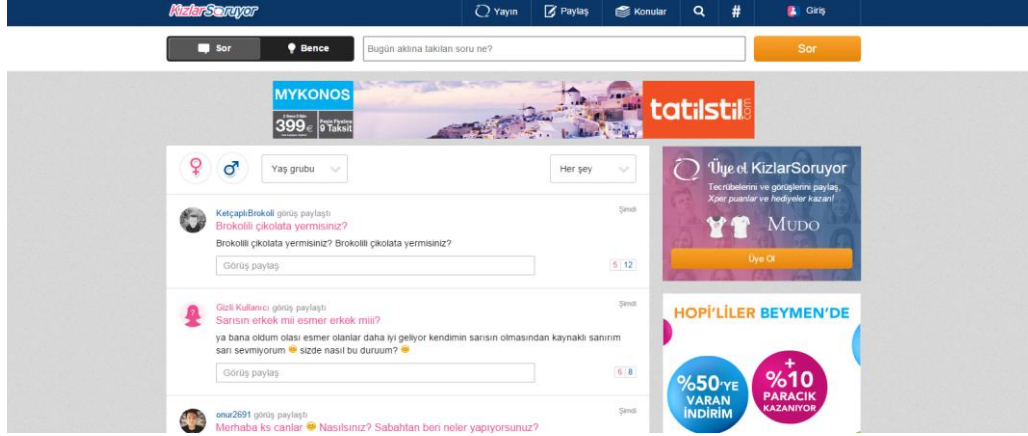
üzerinde yaptığı **üyelik adları** ile ilgili araştırmasında, bu adları 16 sınıfta toplamış ve 6 kategori altında da sınıflandırmıştır:

- Kişinin gerçek adı veya fiziksel/karakteristik özelliklerini, dış görünüşünü, mesleğini vb. yansıtan kendi benliğine dair bir ad.
- Araca, teknolojiye veya onun doğasına ait bir ad.
- Bitki, hayvan veya nesne adları
- Kelime oyunu yapılmış adlar
- Filmler, masal kahramanları ya da ünlülerle ilişkili adlar.
- Cinsiyetle ilişkili ya da kışkırtıcı adlar.

Bu çalışmada, Bechar-İsraeli'nin yaptığı kategorileştirme üzerinden gidilmiştir. Kullanılan takma adlar, söz konusu altı kategori üzerinden değerlendirilmiş ve bu kategorilere hiç uymayan adlar ise *diğer* şeklinde belirtilmiştir.

Profil fotoğrafı⁶, kimliğin inşasında önemli olan diğer bir araçtır. Fotoğrafın niteliği kişinin kimliğini nasıl ve ne yönde temsil etmek istediğine dair bir fikir sunabilmektedir. Kullanıcı adı ile birlikte kullanılan fotoğrafın kişinin gerçek fotoğrafı mı yoksa başka bir görsel mi olduğu, kimliğin anonim olarak mı yoksa nonim olarak mı inşa edildiğine işaret etmektedir. Fotoğrafa ilişkin farklı kategorileştirmeler yapılabilmektedir. Fakat bu çalışma bağlamında, kadın erkek temsilleri göz önünde bulundurularak bir sınıflandırma yapılmıştır. İncelenen üye profillerindeki fotoğraflar "gerçek fotoğraf, feminen, maskülen, cinsiyet belirtilmemiş ve cinsellikle ilgili" şeklinde oluşturulan kategoriler altında incelenmiştir.

⁶ Gerçek fotoğraf kategorisi altında gösterilen fotoğraflarda, üyenin kullanımı esas alınmıştır. Profildeki fotoğrafın gerçek bir fotoğraf olmasına karşın, başka bir kişiye ait olma olasılığı, sosyal paylaşım siteleri için sıklıkla tartışılan bir sorunsaldır.

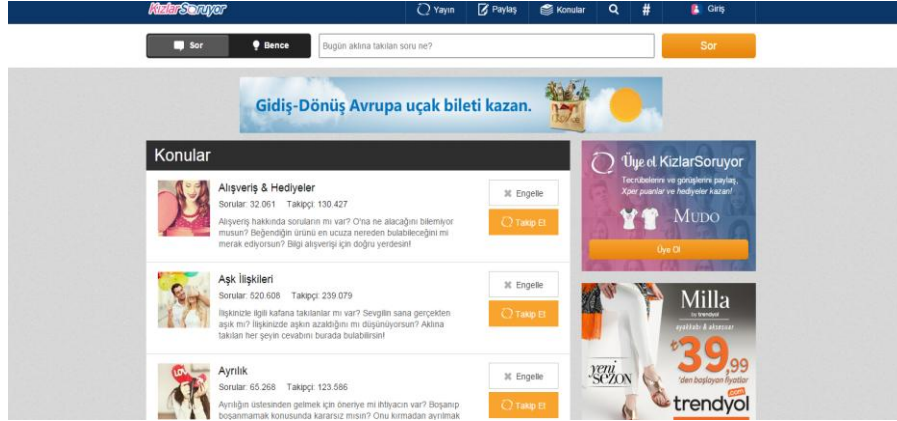


Şekil 6: Sitenin “Canlı Yayın” Sekmesi Ekranı

Site ana sayfasında **yayın** sekmesi altında içerik gruplandırmaları mevcuttur. Böylece sitede üyeler tarafından oluşturulan içerikler, belli gruplamalara göre görüntülenebilmektedir. *Canlı yayın*, *vitrindekiler*, *sorular*, *benceler*, *anketler*, *videolar*, *görüşsüzler* şeklinde ayrımlanan içeriklere, kimi zaman farklı kategoriler altında da rastlamak mümkündür. Örneğin *canlı yayın* sekmesi en yeni içerikten eskiye doğru bir sıralama yapmaktadır. Bu nedenle en üstte yeni girilmiş bir anket sorusu da olabilmektedir, bir üyenin diğer üyelere sorduğu herhangi bir soru da bulunabilmektedir. Bu sekmede pembe renkli kadın simgesini seçerek sadece kadınların, mavi renkli erkek simgesini seçerek sadece erkeklerin sorduğu sorular şeklinde bir filtreleme yapılabilmektedir.

Vitrindekiler, sitenin ana sayfasıdır ve girilen içerikleri anket, soru, bence başlığı ayrımı yapmadan güncel yorumlamalara göre kutucuklar şeklinde sıralamaktadır. *Sorular* kategorisi, üye sorularını en yeniden eskiye göre sıralamaktadır. Canlı yayın sekmesinde olduğu gibi bu sekmede de pembe renkli kadın simgesi seçilerek sadece kadınların, mavi renkli erkek simgesini seçilerek sadece erkeklerin sorduğu sorulara yönelik bir filtreleme yapılabilmektedir. *Benceler* başlığı altında üyeler bir konu hakkındaki görüşlerini yazabilmektedirler. Göz altı torbaları için öneriler ya da eski bayramlarla ilgili fikirler olabildiği gibi, dünyanın herhangi bir bölgesinde katle uğrayan insanlarla ilgili yazılar da bulunabilmektedir. Bu bölümde de kadın ve erkek filtrelemesi mevcuttur. *Anketler* başlığı altında, üyelerin kendi oluşturdukları anketler, *videolar* başlığı altında üyelerin yükledikleri

çeşitli videolar, *görüşsüzler* başlığı altında da diğer üyeler tarafından herhangi bir görüş almamış içerikler bulunmaktadır. Her üç başlıkta da kadın ve erkek filtrelemesi bulunmaktadır.



Şekil 7: Sitedeki Konu Başlıkları Ekranı

Kullanıcılar site içeriğini daha önceden belirlenmiş olan **konu başlıkları** altında yapmaktadırlar. Bir konunun hangi konu başlığı altına yerleştirildiğinin analiz edilmesi, yerleşik kanılar konusunda fikir elde edebilmek açısından önemli görülmektedir. Sitedeki 18 konu başlığı şu şekilde sıralanmaktadır: Alışveriş & Hediyeler, Aşk İlişkileri, Ayrılık, Cinsel Sağlık, Cinsel Yaşam, Diğer, Eğitim & Kariyer, Flört & Tanışma, Haberler & Medya, İnternet & Teknoloji, Kişilik & Karakter, KızlarSoruyor, Kültür & Sanat, Moda & Güzellik, Nasılım?, Sağlık, Spor ve Toplum & Sosyal İlişkiler.

Cinsiyet seçimi kısmında belirtildiği üzere **renk** site tasarımında önemli bir motiftir. Pembe ve mavi rengin klasik toplumsal cinsiyet açısından kadın ve erkeği temsil ettiği bilinmektedir. Öte yandan sitede hakim renkler lacivert ve gri olarak belirlenmiştir. Site, ilk etapta kadınlara yönelik gibi algılansa bile, erkeklere de hitap ettiği için renk tasarımında doğrudan kadın rengi olarak adlandırılan renkleri kullanmak yerine, daha çok erkeklere yakıştırılan soğuk renkleri kullanmıştır. Böylelikle tasarım anlamında erkekleri de kendine çekmeyi amaçladığı düşünülmektedir.

Sayfada yer alan **reklamların** ise tüketim kültürü doğrultusunda hem kadına

hem erkeğe hitap ettiği görülmektedir. Cep telefonu operatörleri, giyim, e-alışveriş siteleri, tatil programları, bakım ürünleri gibi hemen her türden ve sektörden reklam bulunmaktadır.

Çevrimiçi iletişimde kendini açıkça göstermenin türü ve boyutu, kurulan iletişimin amacına, bağlamına, toplumsal cinsiyete ve katılımcıların kültürüne bağlıdır (Madini ve de Nooy, 2013:251). Dolayısıyla toplumsal cinsiyet kodlarıyla yapılandırılmış, kadın erkek temsillerine ilişkin kavramların, kullanıcılar tarafından ne yönde kullanıldığının ele alınması; aynı zamanda, kullanıcının kendi kimlik inşasını da ne yönde yaptığını dair genel bir tablo ortaya koyabilmeyi sağlayabilmektedir. Çalışma kapsamında incelenen sitede de renk kullanımı, üyelik adları, kullanılan profil fotoğrafları üyelerin ne tür bir benlik sunumu içinde oldukları ve kadınlık erkeklik temsillerini nasıl kurduklarını anlamak yönünden önem kazanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

kizlarsoruyor.com SİTESİNDEKİ PROFİLLERİN ANALİZİ

kizlarsoruyor.com sitesi kadın ve erkek kullanıcıların sanal olarak bir araya geldikleri ve sosyalleştikleri bir sanal uzam olması bakımından önemlidir. Sitenin sağladığı anonimlik, bireylerin hemen hemen her konuda rahat bir biçimde görüşlerini belirtme olanağını da beraberinde getirmektedir. Bu bakımdan kadınlık ve erkeklik temsilleri açısından oldukça zengin veriye sahiptir. Buna karşılık çalışmanın sağlıklı olması açısından bazı sınırlamalar ve kriterler belirlenmiş ve böylelikle genele yakın bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında sitedeki sanal ortamda, üye davranışlarını etkilemeden araştırma yapabilmek; üyeler arasındaki bilgisayar dolayımı ile iletişimin içeriğini nicel olarak sistematize edebilmek ve nesnel bir şekilde değerlendirebilmek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kadınlık ve erkeklik temsillerinin sanal uzamda nasıl inşa edildiği sorusu üzerinden gidilerek toplumsal cinsiyet stereotipleri ile ilgili kavramları içeren sorular analiz edilmiştir.

Bu araştırmanın evreni, *kizlarsouyor.com* sitesinin yönetimi tarafından, üyelik puanlarına göre “en Xper üyeler” olarak ilan edilen 10 kadın ve 10 erkek toplam 20 üyenin, Mayıs 2015 tarihine kadar sordukları sorulardan oluşmaktadır. Üyelere ait sorular, gidilebilen en eski kayıtlara kadar gidilerek incelenmiş ve toplumsal cinsiyete ilişkin içeriğe sahip soruların dökümü yapılmıştır. Diğer sorular ise araştırma evreni dışında tutulmuştur. Deaux ve Lewis’in *Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Modeli* üzerinden gidilerek, elde edilen veriler sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma sırasında, veriler toplumsal cinsiyet stereotipleri açısından *ayrımcı, ayrımcı olmayan, destekleyen ve desteklemeyen* başlıkları altında kodlanmış ve böylelikle üyelerin genel eğilimlerine ilişkin bir tablo elde edilmiştir.

Üye profilleri üyelik adı seçimi, kullanılan profil fotoğrafı seçimi, profilin görünürlüğü yönünden de analiz edilerek üyelerin sanal benlik sunumlarını nasıl kurguladıkları incelenmiştir.

3.2. Elde Edilen Bulgular

Toplumsal cinsiyet inşası ve kadın erkek temsilleri bağlamında siteden veri elde edebilmek için, sitenin en yüksek Xper puanına sahip olan üyeleri belirlediği "en Xper üyeler" başlığı altındaki 20 üyeyi içeren bir parametre grubu oluşturulmuştur. Site, temel yapılanmasını cinsiyet farklılıkları üzerinden yapılandığı için 20 üyenin 10'unu kadın, 10'unu erkek üyeler arasından seçmiştir. 20 üyenin, Mayıs 2015 tarihine kadar paylaştıkları sorular sitede görüntülenebildiği kadar geriye gidilerek taranmıştır. Söz konusu taramada, toplumsal cinsiyet kodlarına veya kadınlık erkeklik inşasına ilişkin olarak sorulan sorular, soruyu soran üyenin kadınlık erkeklik inşasına yaklaşımı temelinde incelenmiştir. Soru başlıklarının altında yer alan ve 'detay' olarak adlandırılan, soruyu açtıkları kısımlar da incelemeye dahil edilmiştir. Profili gizli olduğu için sorularına doğrudan ulaşamayan üyeler veya belirlenen tarihe kadar soru sormamış ya da toplumsal cinsiyetle ilgili soru sormamış üyeler de bulunmaktadır. Söz konusu durumlar da elde edilen veriyi farklı bir bakışla okuyabilmek için yeni veriler sağlamış olmaktadır.

Site sıralamasına istinaden seçilen 20 üyenin profilleri de incelenmiş ve böylelikle profillerindeki benlik sunumları ve toplumsal cinsiyet inşası ile ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. İnceleme sırasında daha önce değinilmiş olan üyelik adı, profil fotoğrafı, profilin görünürlüğü gibi unsurların yanı sıra yaş, şehir, meslek, takipçi sayısı açısından da veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler nicel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Site içinde kullanıcıların soru sorarak, sorulara yanıt vererek, video veya anket içeren paylaşımlar yaparak, bir konu hakkındaki fikirlerini, önerilerini belirten metinler oluşturarak katılım sağladıkları görülmektedir. Bir kullanıcının bu katılımı yoluyla elde ettiği puanlarının yüksekliği sosyal bağlanabilirlik açısından kullanıcıya aidiyet duygusu da sağladığı için önemlidir. Bu bakımdan daha çok üye ile etkileşime geçmeleri, sorularının daha çok üye tarafından takip edilmesi nedeniyle incelenen verilerin en yüksek puanlı 20 üyeye göre

yapılması önemlidir. Site yönetimi tarafından sıralanan 20 üye, bir önceki gün, haftalık, aylık ve tüm zamanlar kıstaslarına göre görüntülenebilmektedir. Daha az değişken bir liste olması ve diğer listelere göre daha yüksek puanlı üye sıralaması içermesi bakımından 'tüm zamanlar'a göre yapılan sıralama dikkate alınmıştır.

Sitede üyelerin sürekli sorular sormaları, başka üyeler tarafından sorulan sorulara yanıt vermeleri, kendi sorularına gelen yanıtları yorumlamaları; kurulan *iletişimde insani sınırları aşmaya yönelik kullanımlar* olarak belirlenmiştir. Sitenin sürekli yenilenen akışı içinde önemli bir yere sahiptir.

Sitede profil oluşturulması; diğer üye profillerinin belli kısıtlamalar olsa da görülebilmesi; soru, anket ve video gibi başlıklar altında yorum yapılabilmesi ve sıklıkla güncellenen sayfa yapısı siteyi *ağlaşmış kamu* tanımının içine dahil etmektedir.

Site, üyelik gerektirmektedir. Facebook hesabı, google plus ya da e-posta hesabı ile kolaylıkla üye olunabilmektedir. Üyelik hesabı herkese açık, gizli ya da belirli kısımları kapalı şekilde kullanılabilir. Burada üyelerin tercihi ön plandadır. Seçilen üyelik statüsüne göre, sitede içerik oluşturma ve var olan içeriğe yorum yapma hakkı gibi site içeriğine katılımlarına sınırlar getirilmekte ya da bu sınırlar kalkmaktadır. Dolayısıyla üyelik statüsü üyenin diğer üyelerle etkileşim oranını da etkilemektedir. Etkileşimi arttıran bir diğer unsur olan gerçek fotoğraf kullanımının ise daha az tercih edildiği görülmektedir. Site, "sorular", "bence", "video", "anket" gibi başlıklar altında bir üyenin diğer üyelerle bağlantı kurmasını sağlamaktadır. Tüm bu özellikler, sitenin sosyal paylaşım ağlarında *sanal bir topluluk* olarak kabul edilmesini sağlayan unsurlardır.

Üyelik gerektiren siteye dahil olan kişi bir profil oluşturmak zorundadır. Site, üyelerine katılımları için sonrasında hediyeye dönüşen puanlar vermektedir. Buradaki puan kriterlerinden birisi de üyelerin belli zaman aralıklarında profillerini ziyaret etmeleri, soru sormaları, yanıt vermeleridir. Yani sanal sosyalliği sağlayan bir yapı kurgulanmıştır. Bu bakımdan site *sosyal paylaşım sitesi* özelliklerini taşımaktadır. Sosyal paylaşım siteleriyle ilgili sosyal gereklilikleri bu aşamalar yoluyla sağlamaktadır.

Site üyeleri, kadın ve erkek ilişkileri ortak paydası altında buluşmuşlardır. Gündelik yaşam ve kadın erkek ilişkileri hakkında fikir alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmiş sanal bir topluluk oluşturmaktadırlar. Bu bakımdan söz konusu topluluk, amaca yönelik topluluklar grubu içinde, *ortak ilgi ve çıkara yönelik bir sanal topluluk* olarak nitelendirilebilmektedir.

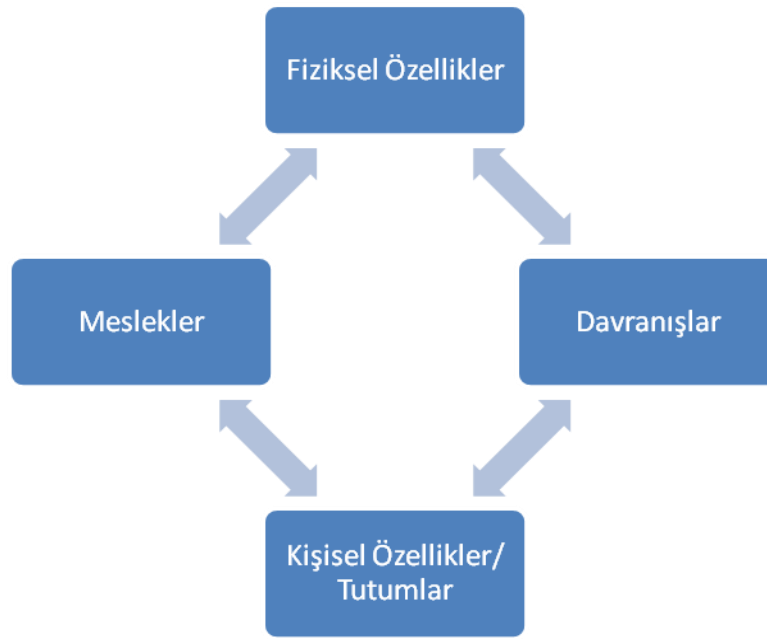
Sitede üyelerin gerçekleştirdiği kimlik inşası gerek anonim gerek nonim öğeler kullanıyor olmaları ve bu yolla sahip oldukları kültürel sermayeyi temel alarak yeni bir sanal kimlik oluşturmaları bakımından *proje kimliği* olarak görülebilmektedir. Toplumsal yapıyı değiştirebilme olanağını içinde barındıran proje kimliği, bu açıdan site için önemli bir nitelik olarak algılanmaktadır.

Site içi iletişimde, çevrimdışı yaşamdaki yüz ifadeleri ve vücut dili kullanımının yerine; duygu ikonları yani emojiler, çeşitli fotoğraflar, çıkartmalar, noktalama işaretleri kullanılmaktadır. Böylelikle orada var olmayan bedene ve beden yüz yüze iletişimde sağladığı etkilere ulaşılmaya çalışılmakta, yazılana rağmen asıl kastedilen vurgulanmakta, bu nedenle de benlik tasarımında profil özellikleriyle birlikte önem taşımaktadır.

Belirlenmiş olan 20 üyenin sorduğu sorular, Mayıs 2015 tarihinden en geriye doğru gidilerek 5000'e yakın soru taranmıştır. Soru cümlelerinin altında yer alan 'detay' kısmı da soru gövdesine dahil olduğu için, taramada dikkate alınmıştır. İnceleme sırasında profili açık olan bir üye daha sonra profilini kapatmış veya fotoğrafını farklılaştırmış olabilmektedir. Bu durum yeni medya içeriklerinin akışkan olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca profilini gizli tutan üyelerin sordukları sorular, profil sayfalarında doğrudan görüntülenemediği için elde edilen veriler arasında bulunmamaktadır. Profili gizli tutmak üyenin bir mahremiyet tercihidir ve ayrıca benlik sunumu açısından da bir değer taşımaktadır. Buna karşılık profil incelemesine tüm üyeler dahil edilmiştir. 10 erkek üyeden 3'ünün profili gizliken, 1 üyenin belirlenen tarih aralığında incelemeye dahil edilen sorusu bulunmamaktadır. Buna karşılık 10 kadın üyeden sadece 2'sinin profili açıktır. Diğer kadın üye profilleri gizlidir. Açık üye profillerinden 1 tanesinin soruları belirlenen tarihler

dahilinde, toplumsal cinsiyete ilişkin olmadığı için çalışma kapsamında değerlendirilememiştir.

Sorular incelenirken soruyu soran üyenin kadınlık ve erkeklik temsiline ya da toplumsal cinsiyet inşasına yaklaşımı temel alınmıştır. Bunun için Deaux ve Lewis'in toplumsal cinsiyet stereotipleri modelinden hareketle oluşturulan bir model kullanılmıştır.



Şekil 8: Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Modeli

Yaş, güzellik/çirkinlik, çekicilik, dış görünüş ve fiziksel açıdan nesneleştirme gibi kavramlara dayalı sorular *fiziksel özellikler* kategorisine dahil edilmiştir. Geleneksel toplumsal cinsiyet stereotipleri, cinsiyete dayalı ikili karşıtlık, kadın veya erkekle ilgili toplumda yaygın olarak kabul edilen genellemeler, kadın erkek ilişkileri ve evlilikle ilgili tutumlar, cinsellikle ilgili tutumlar, kadını aşağılayan veya ötekileştiren söz/söz grubu kullanımları gibi durumları içeren sorular *kişisel özellikler/tutumlar* kategorisine dahil edilmiştir. Geleneksel toplumsal cinsiyet rol beklentileri, şiddet, cinsel şiddet, kadın erkek ilişkilerine yönelik davranışlar (erken yaşta evlenmek, gelenek ve töre uygulamaları gibi), geleneksel toplumsal cinsiyet stereotiplerine yönelik davranışlar ise *davranışlar* kategorisi altında

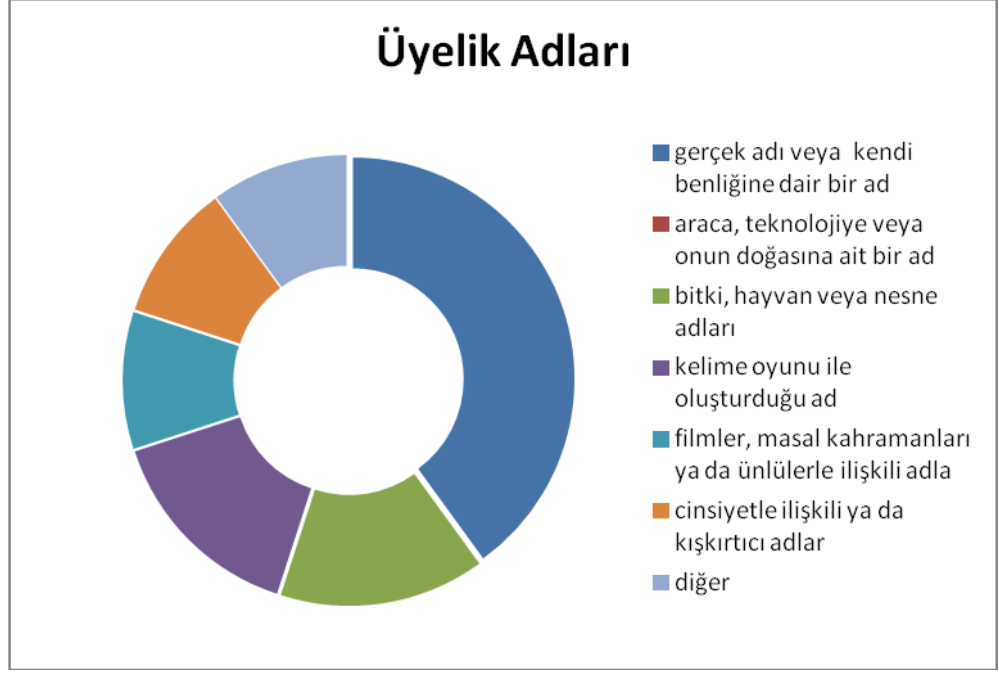
değerlendirilmiştir. Son olarak kadın işi/ erkek işi ayrımı, çalışan kadın/ anne ayrımı ya da çalışan kadın/ ev kadını ayrımı, kadına uygun meslekler gibi mesleğe yönelik ayırım ve düşünceler de *meslekler* kategorisi altında incelenmiştir. Tüm kategoriler birbirlerini karşılıklı olarak etkilemektedir.

Cinsiyetçi ya da egemen toplumsal cinsiyet ideolojisi paralelinde düşünen ve haklı bulan bir yargıya sahip sorular *ayrımçı*, kadın ve erkeğe ilişkin toplumsal cinsiyet rollerini ve toplumsal cinsiyet stereotiplerini sorgulayan ve kabul etmeyen sorular *ayrımçı olmayan*, toplumsal cinsiyet stereotiplerine uygun kadınlık ve erkeklik temsillerini kendi cinsi için uygun bulan sorular *destekleyen*, uygun bulmayan, karşısında olan sorular ise *desteklemeyen* şeklinde sınıflandırılmıştır. Sitenin genel özellikleri incelenen üye profilleri üzerinden ortaya konulduktan sonra belirlenen kategoriler üzerinden toplumsal cinsiyet stereotiplerine yaklaşım değerlendirilmiştir.



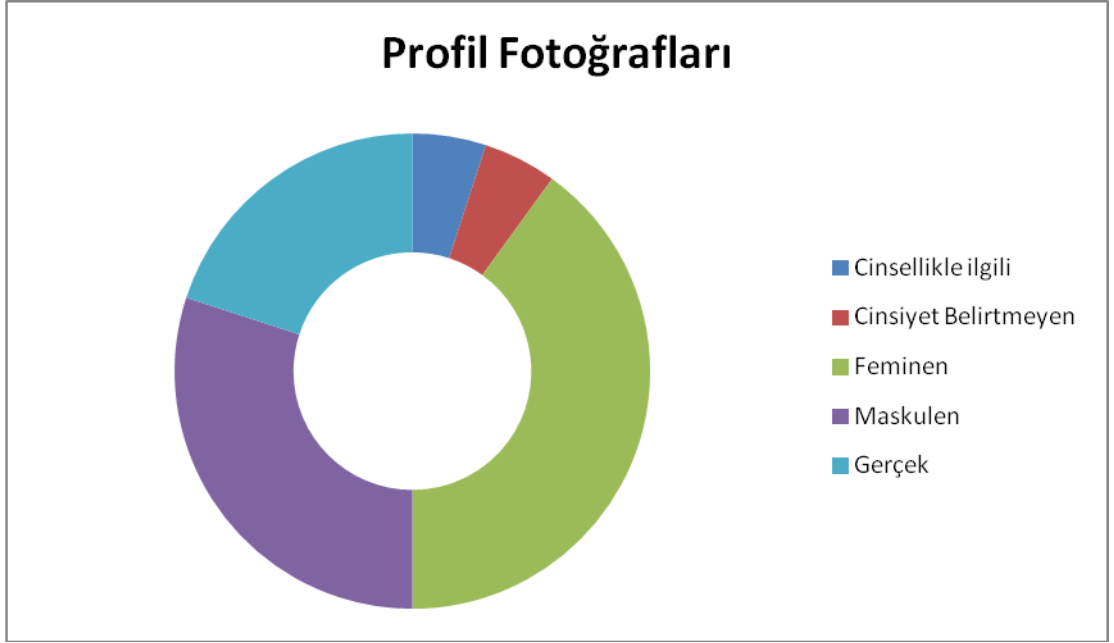
Şekil 9: Yaş Gruplarına Göre Üye Dağılımı

20 üye içinde 4 kişi 18-25 yaş aralığında; 8 kişi 25-29 yaş aralığında; 7 kişi 30-35 yaş aralığında; 1 kişi 36-45 yaş aralığındadır. Sitenin 45 yaş ve üstü olarak belirlediği üyeleri ise çalışma kapsamında incelenen örneklem içerisinde yer almamıştır. 10 üye kadın, 10 üye erkek olarak cinsiyet belirtmiştir. Çevrimdışı dünyada farklı bir cinsiyete ve profil özelliklerine sahip olma olasılıklarının bulunduğu bilinmekle birlikte, çalışma kapsamında üye beyanları esas alınmıştır. Sonuç itibarıyla üyenin kendisini çevrimdışı yaşamından farklı bir performans ile sergilemesi, olmak istediği benliğine götüren bir araç olarak anonim kimlik inşasında önemli görülmektedir.



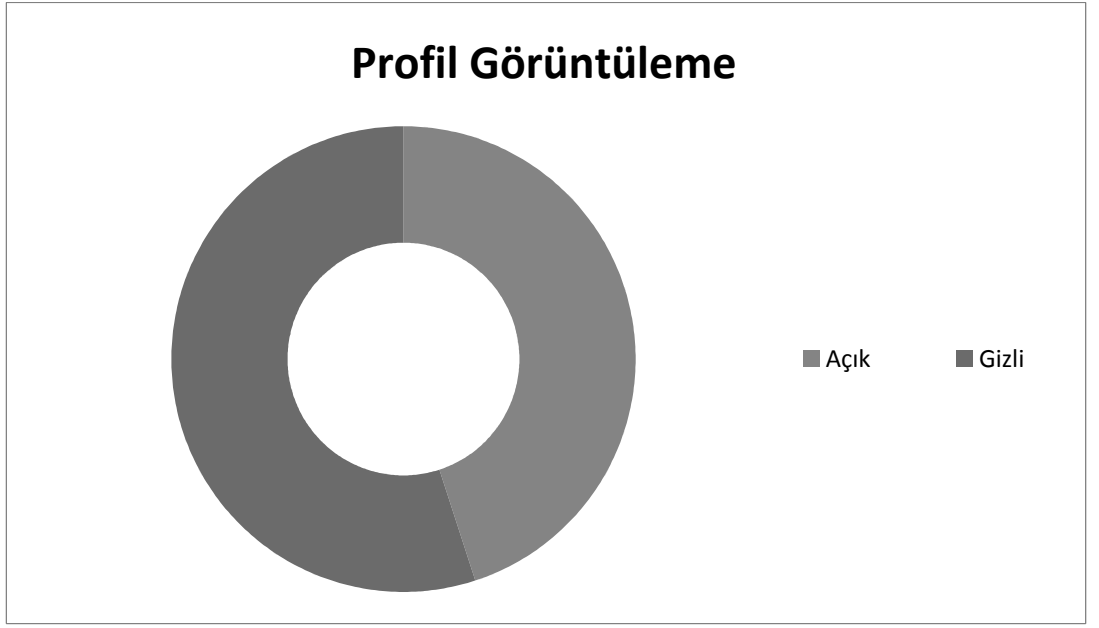
Şekil 10: Üyelik Adlarına Göre Üye Dağılımı

Seçilen üye adları incelendiği zaman, 8 üyenin gerçek adı veya fiziksel/karakteristik özelliklerini, dış görünüşünü, mesleğini vb. yansıtan kendi benliğine dair bir ad kullandığı, 3 kişinin bitki, hayvan veya nesne adlarını kullandığı, 3 kişinin kelime oyunu ile oluşturduğu adı kullandığı, 2 kişinin film, masal kahramanları ya da ünlülerle ilişkili adlar kullandığı, 2 kişinin cinsiyetle ilişkili ya da kışkırtıcı adlar kullandığı belirlenmiştir. Bu kategorilere uymayan türde 2 kullanım diğer kategorisi içine eklenmiştir. Ayrıca, araca, teknolojiye veya onun doğasına ait bir ad kullanılmadığı görülmektedir. Cinsiyetle ilgili ya da kışkırtıcı ad kategorisine uygun bir ad kullanan 2 üyenin de cinsiyetleri erkektir.



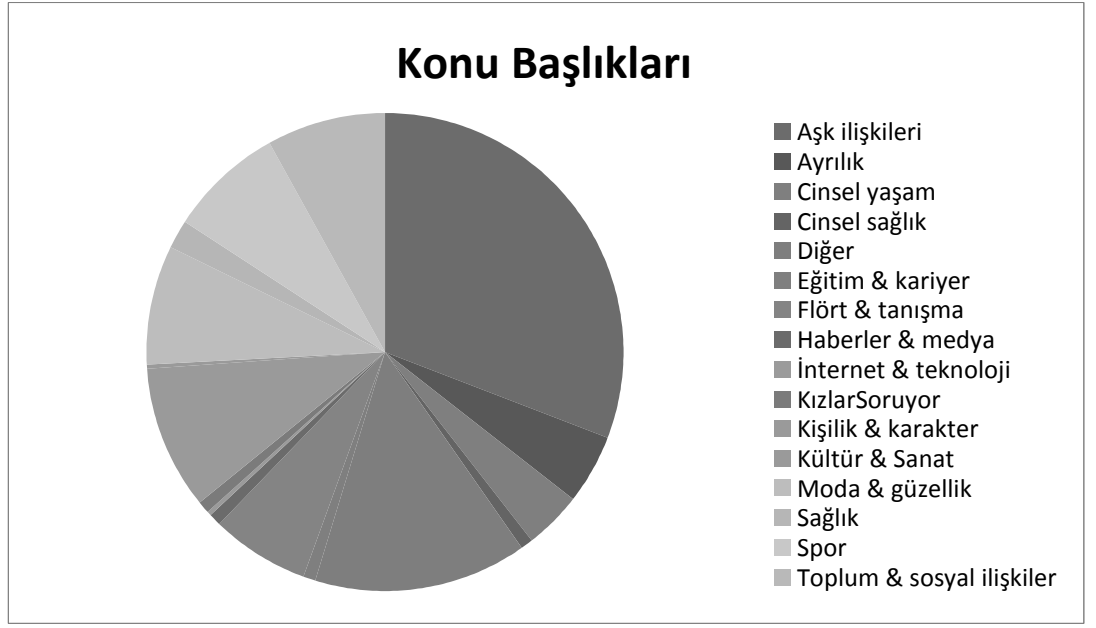
Şekil 11: Profil Fotoğraflarının Üye Dağılımı

8 üyenin fotoğrafı feminin (kadınsı özellikler taşıyan, kadına ait kabul edilen genellemelere ilişkin öğeler içeren) fotoğraftan oluşmaktadır. 7 tanesi kadın üyeye ait olan bu fotoğraflardan 1 tanesi erkek üye tarafından kullanılmıştır. 6 üyenin fotoğrafı maskülen fotoğraftır ve hepsi erkek üyeler tarafından kullanılmıştır. 1 üye cinsiyet belirtmeyen fotoğraf kullanmıştır ve cinsiyeti kadındır. Buna karşılık 1 üye cinsellikle ilgili fotoğraf kullanmıştır ve erkek üyedir. Gerçek fotoğraf kullanan 2 kadın ve 2 erkek olmak üzere 4 üye bulunmaktadır.



Şekil 12: Profil Görünürlüğünde Üye Dağılımı

Profillerin 9 tanesi herkesin görüntüleyebileceği şekilde açıktır. 11 profil ise gizli statusündedir. Burada üyenin fotoğrafı, kapak fotoğrafı, belirttiği durumu, yaşı görüntülenebilmektedir. Fakat yaptığı tüm paylaşımlar, mesajlaşma kısmı, demografik bilgileri görüntülenememektedir. Erkek kullanıcılarda 3 gizli profile karşılık 7 açık profil varken, kadınlarda 2 açık profile karşılık 8 gizli profil vardır. Bu durum kadınların çevrimdışı dünyada genellikle kabul edildiği gibi çevrimiçi dünyada da kendilerini gizledikleri, herkesle doğrudan iletişim kurmaya çekindikleri sonucuna işaret edebilmektedir. Açık ve gizli profil haricinde sitede "gizli kullanıcı" statusünde kapalı bir profil türü daha bulunmaktadır. Diğer üyeler sadece cinsiyet ve yaş bilgisine ulaşabilmektedirler. Örneklem içerisinde bu türde profile sahip üye bulunmamaktadır. Sosyal bağlanabilirlik açısından profilin açık olması, iletişim akışını da kolaylaştırması açısından önemlidir.

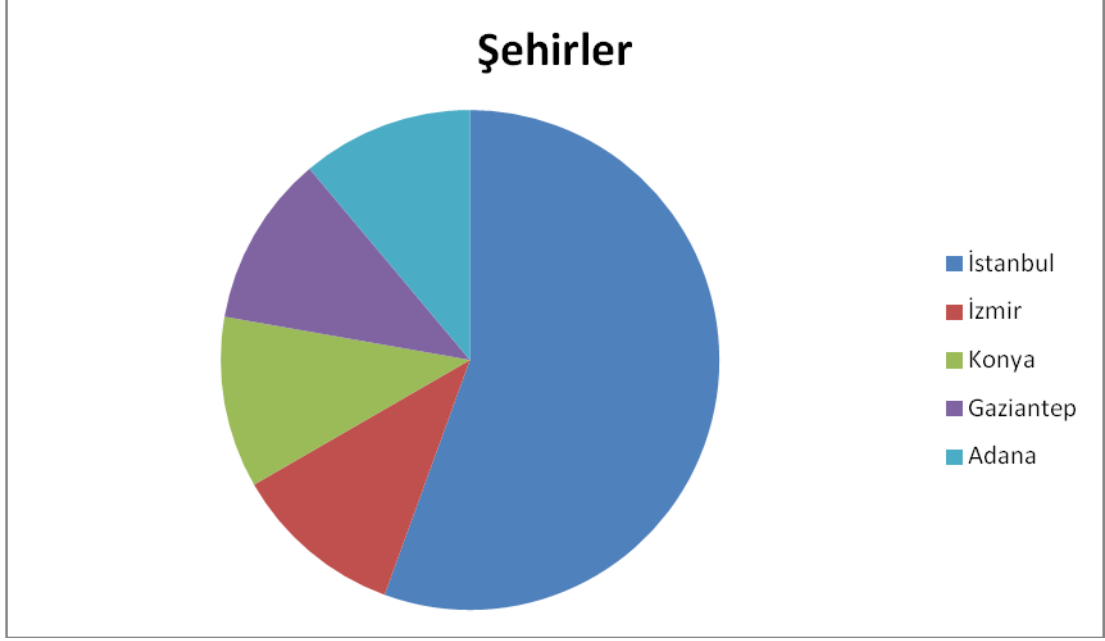


Şekil 13: Konu Başlıklarına Göre Dağılım

Sitede "Alışveriş & Hediyeler, Aşk İlişkileri, Ayrılık, Cinsel Sağlık, Cinsel Yaşam, Diğer, Eğitim & Kariyer, Flört & Tanışma, Haberler & Medya, İnternet & Teknoloji, Kişilik & Karakter, KızlarSoruyor, Kültür & Sanat, Moda & Güzellik, Nasılım?, Sağlık, Spor ve Toplum & Sosyal İlişkiler" olmak üzere 18 adet **konu başlığı** bulunmaktadır. Aşk ilişkileri, ayrılık, cinsel yaşam, cinsel sağlık, diğer, eğitim & kariyer, flört & tanışma, haberler & medya, İnternet & teknoloji, kişilik & karakter, KızlarSoruyor, kültür & sanat, moda & güzellik, sağlık, spor, toplum & sosyal ilişkiler adlı 16 başlık altında, kadın erkek temsillerine ilişkin ifadeler içeren sorular sorulmuştur. Aşk ilişkileri konu başlığı, soru soran üyeler tarafından en çok tercih edilen başlık olmuştur ve 99 defa kullanılmıştır. Ardından 47 defa diğer konu başlığı ve 31 defa da kişilik& karakter konu başlığı tercih edilmiştir. Toplum & sosyal ilişkiler ve moda& güzellik konu başlıkları da 26'şar defa kullanılmıştır. Cinsel yaşam ve cinsel sağlık şeklinde doğrudan cinsellikle ilgili konu başlıkları altında toplam 15 adet soru sorulmuştur. Bu kategorilerdeki soruların hepsi de erkek üyeler tarafından sorulmuştur.

Konu başlıkları soruyu soran üye tarafından belirlendiği için zaman zaman soru ile konu başlığının alakasız olduğu kullanımlar da görülmektedir. Örneğin spor

kategorisinde Kadın üye 1'in sorduğu “*Dişi kuyruk sallamazsa erkek kovalamaz mı?*” sorusu ya da Erkek üye 9'un sorduğu “*Sanalda yaşını başını almış kişilerin 18'lik çiturlara aşkı ilan etmeleri hakkında ne düşünüyorsunuz?*” şeklindeki sorusu gibi.



Şekil 14: Üyelerin Yaşadıkları Şehirler

Üyelerin kendi beyanları esas alınarak yaşadıklarını belirttikleri **şehirler** ise İstanbul, İzmir, Konya, Gaziantep ve Adana şeklindedir. Üyeler ağırlıklı olarak İstanbul'da yaşamaktadırlar. Şehir farklılıkları, üyelerin yaşadıkları coğrafyaya ait kültürel birikime sahip olmaları açısından önemlidir. Kadınlık ve erkeklik hakkında toplumsal kabul gören yerleşik düşüncelerin varlığının baskın olacağı kabul edilmekle birlikte, yaşanan yöreye göre bakış açılarında oluşabilecek farklılıkların da göz ardı edilmemesi gerektiği düşünülmektedir. Üyelerin daha çok büyük şehirlerde yaşadıkları görülmektedir.



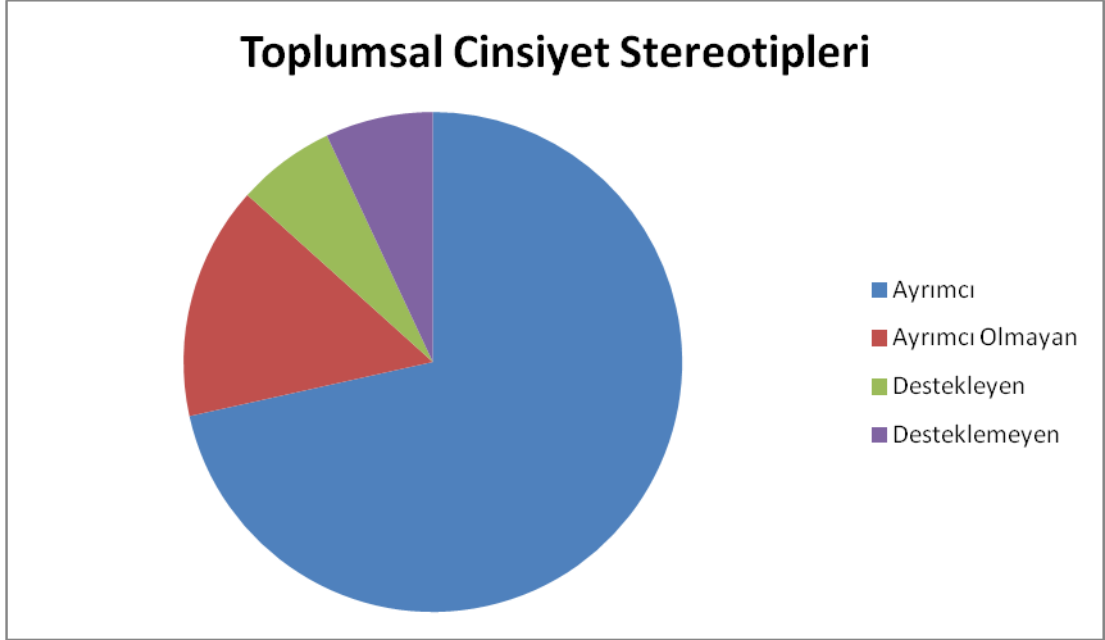
Şekil 15: İlişki Durumu

İlişki durumu, profilin kurulduğu ve benlik sunumunu oluşturan bir diğer önemli öğedir. 7 üye ilişki durumunu bekar olarak belirtmiştir ve bunlardan 6 üye erkektir. Yalnızca 1 kadın üye ilişki durumunu evli olarak belirtmiştir. Buna karşılık 1 erkek üye ilişki durumu için yorumsuz seçeneğini kullanmıştır. Bekar üyelerin ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Meslekler açısından bakıldığında erkek üyeler mesleklerini yönetici, öğrenci, bilgisayar, sağlık, finans şeklinde belirtmişlerdir. Yorumsuz ve diğer şekilde belirtilen meslekler de bulunmaktadır. Kadın üyeler ise bilgisayar ve finans mesleklerindedirler.

Takipçi sayısı açısından genel bir inceleme yapıldığında ise, üyeleri kendi cinslerinden çok karşı cinsin takip ettiği görülmektedir. Profili gizli olan üyelerin takipçi sayısı bilgilerine ulaşılamamaktadır. Bu nedenle kadın ve erkek üyeler arasında sağlıklı bir karşılaştırma yapılamamaktadır. Ulaşılabilen veriler bağlamında, erkek üyelerin daha çok takipçi sayısına sahip olduğu ve kadın takipçilerinin daha fazla olduğu görülmektedir.

İncelenen soruların yukarıda belirtilen modele uyarlanması ile elde edilen veriler ise şekilde gösterildiği gibidir.



Şekil 16: Soruların Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri Açısından Dağılımı

Modeldeki tüm verilere genel olarak bakıldığında toplumsal cinsiyetle ilgili toplam 340 sorunun 236 tanesi ayrımcı yargılar içermektedir. Buna karşılık sadece 50 soru ayrımcı olmayan ifadelerle sahiptir. Toplumsal cinsiyet stereotiplerini kendi cinsi için destekleyen 21 soru, desteklemeyen 23 soru bulunmaktadır. Bu genel tablonun ardından, modeldeki başlıklar üzerinden detaylara bakmak daha faydalı olacaktır.

Fiziksel özellikler, kategorisi altında 63 soru ayrımcı iken 4 soru ayrımcı değildir. Örneğin üyelerden Erkek üye 1'in sorduğu⁷,

"Memesi güzel kadınlar gücünüzün farkında mısınız?

memelerin gücü adına güç bende artık.. owwwwwwwwwwwwww"

şeklindeki soru cinsiyet açısından ayrımcı bir soru olarak nitelendirilebilmektedir. Çünkü kadını fiziksel özelliği üzerinden nesneleştiren ve kadına cinsel bir meta olarak yaklaşan bir ifadeye sahiptir. Kadının eğer fiziksel açıdan erkeğin istediği

⁷ Çalışma içerisinde örnek gösterilen sorular, yazım yanlışlıkları dahil herhangi bir değişiklik yapılmadan tırnak içinde aynen aktarılmıştır.

kriterlere sahip olursa istediklerini elde edebileceğine dair göndermede bulunmaktadır.

Buna karşılık karşı cinse karşı ayrımcı olmayan ifade kullanımına örnek olarak Erkek üye 2'nin sorusu örnek gösterilebilir:

"Hoşlanacağınız kişi hangi özelliklere sahip olmalı?"

Herkes birilerini arıyor hayatında...

Sevmek için yanında olmak için..

Ama kafasında bir profil var yani şu olsun bu olsun

Yani bazı özellikler var kafanızda ve o profile uygun hareket ediyorsunuz..

Peki hangi özellikler sizi etkileyebilir bir insanda?"

Bir erkeğin ya da kadından hoşlanmak için hangi özellikleri ön planda olmalı ??"

Soruda fiziksel özelliklere dayalı kriterler sorulmuş fakat sadece kadına ya da sadece erkeğe yönelik bir tavır sergilenmemiştir. Dolayısıyla soruyu bir erkek üye sorduğu için kadınların da ilişkilerinde karşılarındaki kişinin fiziksel özelliklerine dikkat ettiğini kabul eden bir yaklaşım sergilenmektedir. Toplumda yerleşik bir kanı olan "erkeğin güzeli çirkini olmaz" düşüncesine karşılık, erkeğin de kadın tarafından arzulanabileceğini kabul etmesi bakımından erkek lehine ayrımcılık yapmayan bir sorudur.

Benzer bir biçimde yerleşik kadınlık ve erkeklik stereotiplerini destekleyen sorular da bulunmaktadır:

"Sizce hatunun coverları nasıl olmuş?"

Onedio.com/.../youtube-fenomeni-jess-greenberg-in-en-iyi-8-coveri-332311 Coverlardan dinleyebilirsiniz. Asıl dikkatinizi çeken şey ise hatunun göğüslerinden gözlerinizi alıp gerçekten şarkıyı dinleyebildiniz mi? dsgsdg Espri amaçlı sorudur sapitanlar bulunduğu yerde nefesini tutsun."

Kadın üye 10'un sorduğu bu soruda, erkeksi bir ağız kullanılmakta ve kadının erkek tarafından bakılan bir nesne gibi algılanması normalleştirilmektedir. Bir kadın üye olarak stereotiplere bu şekilde yaklaşmak, yerleşik toplumsal cinsiyet stereotiplerini desteklemekte ve sanal uzamda yeniden inşa etmektedir.

Fiziksel özellikler kategorisi altında, toplumsal cinsiyet stereotiplerini desteklemeyen bir soru bulunmamaktadır.

Kişisel özellikler / Tutumlar kategorisi altında ise 145 soru ayrımcı, 19 soru ayrımcı olmayan bir niteliğe sahiptir. Kişisel özellikler ya da tutumlar bakımından toplumsal cinsiyet stereotiplerini devam ettirecek şekilde destekleyen 17, desteklemeyen 13 soru sorulmuştur.

Kişisel özellikler/ tutumlar açısından ayrımcı soruya örnek olarak,

"Kadınlar neden bu kadar üçkağıtçı ve kurnaz?"

şeklinde Erkek üye 1'in sorduğu soru ele alınabilmektedir. Kadınlara ilgili bir genelleme yapan ve kadını düşmanı, kendinden olmayan şekilde ötekileştiren bir tavırla soru soran Erkek üye 1, ayrımcı bir yaklaşım sergilemektedir.

Benzer biçimde *"Arkadaşlar bayanlar neye 'hayır' diyemez?"* şeklinde Erkek üye 9'un sorduğu soruda da kadınlara ilgili yerleşik genellemeler paralelinde bir yaklaşım sergilenmiştir. Ayrıca 'bayan' kullanımı mevcuttur. Bir hitap sözcüğü olmasına rağmen, kadın veya hanım yerine bayan sözcüğünü kullanmak hem yanlış bir kullanımdır hem de erkeğe bay değil erkek denilirken, kadına bayan denilmesi ayrımcı bir ifadeye yol açmaktadır. Erkek, erkekliğinden utanmaz ve bu şekilde isimlendirilmekten gurur duyarken; kadın, kadın olarak isimlendirilmemektedir.

Kişisel özellikler/ tutumlar açısından ayrımcı olmayan soruya örnek olarak,

"Hitap konusunda neden karşı cinse "bayan" diyorsunuz?" ve bir başka soruda *"Kadınları aşağılayıcı sözlerden en çok hangilerini duydunuz?"* diyerek kadın yerine bayan sözcüğünü kullanmayı ve genel anlamda kadını cinsiyeti nedeniyle aşağılayan sözcük kullanımını eleştiren Erkek üye 1 ayrımcı olmayan bir tutum sergilemiştir.

Kişisel özellikler/ tutumları kendi cinsine yönelik stereotipler açısından destekleyen kullanıma Erkek üye 2'nin

"Odun deyince aklınıza neler geliyor? Odun kelimesinin kelime anlamı genelde yakacak ağaçların oluşturduğu topluluk Ama son zamanlarda biz erkeklere yani romantik olmayan erkeklere odun diyorlar mesala bende bir fistik odunuyum diyorum kendime.. Odun kelimesinin sizdeki yansımaları nelerdir efendim Düşünelim fikirleselim.." sorusu ve Erkek üye 1'in

"Erkeğin tek kadına sadık kalacağı fikri hangi iç organınızdan çıkıyor?"

ben günah keçisi olmaya alıştım sözlerimle lakin piyasanın hali ortada---ya siz mağarada yaşıyorsunuz? ya da devekuşu gibi kafanızı toprağa gömüyorsunuz kadınlar!” soruları erkeğin yerleşik erkeklik stereotiplerine göre romantik bir yapıya sahip olmadığı ve tek eşliliğin doğasına uygun olmadığı düşüncesini desteklemekte, normalleştirmekte ve erkek cinsiyet rol kimliğinde kabul gören “meşe gibi sağlam” ve “hanım evladı olmama” özelliklerini doğrular bir nitelik taşımaktadır.

Benzer bir biçimde Kadın üye 1’in

“Çenem çok düşük, nasıl yükseltebilirim? Espri değil olm l*n . Cidden bak. Çok düşük çenem var. Ki hatta annem babam kızımın da çene konusunda bana çekmesinden korkuyor. Çok gevezeyim. Öyle ki az önce yemeksepetinden sipariş ettiğim tavuk döner, ciğer ve sosisli sandviçi (evet bu üçünü de ben yiycem) getiren kurye arkadaş burası müstakil mi diye sorunca evet veya hayır deyip geçmek yerine "Aaa yok burası ev değil işyeri. Zaten biz de bir kaç aya kadar taşınmaz da idarelik burada duruyoruz baksana her taraf şantiyeye döndü:(" diye cevap veren bir çeneye sahibim. Motorlu kurye bir daha bana yemek getirmeyi kabul eder mi ondan bile emin değilim ☹ Şu çene düşüklüğü sendromunu nasıl atlatabilirim?” sorusu, geveze kadın stereotipini destekleyen bir tutum sergilemektedir. Kadınlar çok konuşur şeklindeki cinsiyete dayalı ayrımı normal ve doğru kabul edip yeniden inşa etmektedir.

Kişisel özellikler/ tutumları kendi cinsine yönelik stereotipler açısından desteklemeyen kullanımı Kadın üye 1’in daha çok dile getirdiği görülmüştür. Örneğin,

“Bu yazıyı sonuna kadar midesi bulanmadan, vicdanı sızlamadan, içi ürpermeden okuyabilecek insan var mı? Nefret edeceksiniz... Lanet edeceksiniz... Okumak istemeyeceksiniz... Tiksineceksiniz, mideniz bulacanacak...Hatta belki de bir noktadan sonar, bu röportajın devamını getiremeyeceksiniz... Ama hayır! Öyle yapmayın, zorlayın kendinizi! Ayşe K’ye kulak verin, acısını yüreğinizde hissedin. Onun, kızı C. İ’nin ve bu ülkede binlerce cinsel istismara uğrayan çocuğun acısını... Çocuk cinsel istismarında dünyada ikincisiyiz! Yuh olsun bize! Bu rezilliği yapabilen adamlar, babalar, amcalar, kardeşler, abiler, dayılar -samimi hissindir- cehennemini boylasın! Ama yaşadıkları sürece, önce cezalarını çeksinler, cezaevine mi girecekler girsinler ve oradan hiç çıkmasınlar... Parmakla gösterilsinler, alınlarına yazılsın, “Bu adam, küçük bir kıza bunu bunu yaptı. Onun ruhunda onarılmaz yaralar açtı! Bu küçük kız büyüdü, hiçbir zaman sağlıklı bir ilişki kuramadı, bir erkeğe güvenemedi, anne olamadı. Hepsi, bu insan müsveddesi yüzünden! <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/24454517.asp>” sorusunda erkeğin cinsel istismarına uğrayan çocuk ve kadınların hislerini anlatmaya çalışmış ve toplum genelinde sessiz

kalınan bu tür olayları eleştirmiştir. İstismara uğrayanın rızası olduğu yönündeki genel yargının aksine, böyle bir cinsel suç işlediği için erkeğin suçlu olduğunu belirtmiş ve desteklememiştir.

Davranışlar açısından incelenen sorulardan 24 tanesi ayrımcı, 25 tanesi ayrımcı olmayan özellik taşımaktadır. Buna karşılık toplumsal cinsiyet stereotiplerini kendi cinsine yönelik davranışlar açısından destekleyen 1 soru varken, desteklemeyen 10 soru bulunmaktadır.

Erkek üye 10'un "Şimdi kapı çalsa ve sizin eve gelsek bize ne yaparsınız? Aç kalır mıyız? Kızlar hamarat mı bakalım. Ben pek sanmıyorum ama annesinin yaptıklarını filan ikram ederler" sorusu, geleneksel cinsiyet rollerini destekleyen bir tutum içermektedir. Kadının hamarat olması gerektiğinin altı çizilerek var olan toplumsal cinsiyet stereotipi yeniden üretilmesi açısından ayrımcıdır.

Erkek üye 4'ün sorusu "İzmirli Kadınlarımız şiddete karşı duvar ördüler. Fikriniz nedir? Yine bir İzmir farkı ortaya kondu. Diyorlar ki İzmir'i neden seviyorsun. İzmirli bilinci yüzünden aşığım bu kente. Fikirleriniz nedir bu konuda?" ise toplumsal cinsiyet stereotiplerine yönelik davranışlar açısından ayrımcı olmayan bir ifadeye sahiptir. Kadına uygulanan şiddeti normal görmeyen ve kadının buna karşı durmasını destekleyen bir tutumla sorulmuştur.

Kadın üye 1'in "Kendimi süper bir insan olarak göresim var aşağıda yazdıklarımın sonra sizce süpergirl olarak göreyim mi kendimi? O kadar erkek hala burada kalkıp uyduyu nasıl yapıcam diye sorarken, ben dün akşam işten eve geçtikten sonra 5dk içerisinde kanallarımı yeniden ayarlayıp yemeğimi yemeye koyuldum. Kiskanın erkekler. Sonracığıma gece tuvalete kalkarken ayağıma kramp girdi ve ayağım ters döndü bende yere popo üstü çakıldım. Eşim korkuyla uyanınca bana birşey mi oldu diye sakin ol diyerek adamı sakinleştirip su verdim ☺ (Allahtan sancım tutmuyo yoksa benden önce doğuracak heralde :D) Ofsaytın ne olduğunu da biliyorum ayrıca. Ve hatta erkeklerin çoğu ofsaytı 2 saat anlatmaya çalışırken ben 2dkda anlatıyorum. Kaç tane kıza ofsaytı öğrettim düşünün yani sizin için ☺ Ayricana çok da güzel tavla ve okey oynuyorum. (İnternette oynarken yenilip dursam da reelde oynarken sürekli yeniyorum çaktırmayın. :D) Sabahları işe giderken acayip hızlı hazırlanıyorum. Düşünün ki bugün 7.20de uyanıp 7.33te servise yetişmiş insanım. Bunlardan sonra kendimi süpergirl olarak falan görmeye başlasam diyorum ama kararsız kaldım ☺ Sizce göreyim mi ☺

(Not: Soru can sıkıntısı amaçlıdır)

Güncellemeler:

Aaa yazmayı unutmuşum. Aynı zamanda evli barklı, hamile, çalışan bir yandan da okuyan bir hatunum o derece dsfds” şeklinde sorduğu soru, kadınların her işi yapamayacağı, futboldan ve teknik şeylerden anlamayacağı, geç hazırlandıkları yönündeki toplumsal cinsiyet stereotiplerine karşılık kendisinin hepsini yapabildiğini belirtmektedir. Sorgulayan bir tutum yerine var olan durumu kabul eden ve bunları yapabilen kadını “süper” olarak niteleyen Kadın üye 1, davranış stereotiplerini destekleyerek pekiştirmektedir. Dolayısıyla sorunun, kadınlar bunları yapamaz, yapacağı tahmin edilemez ve bunları yapan kadın ancak süper bir kadındır ön kabulü bulunmaktadır.

Toplumsal cinsiyete yönelik davranışlar açısından desteklemeyen tutum içeren soruya Erkek üye 10’un “*Erkeklerin beğenildiği neden söylenmez? Kızlara söylenir çok güzelsin filan diye onlardan da bir şey bekleriz ama bize söylemezler. Neden söylemezler peki? Bizde beğenilmek istiyoruz belki.*” sorusu örnek verilebilir. Myd, kadın erkek ilişkileri açısından yerleşik davranış kalıplarını desteklemeyen bir biçimde görüş belirtmiştir. Güzel sıfatının kadın için kullanılması ve bu anlamda nesneleştirilmesi söz konusudur. Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet ideolojisi kadının bir erkeği beğendiğini belli etmesini doğru bir davranış olarak kabul etmez. Erkek üye 10 kadına yönelik ayrımcı tavır açısından yaklaşmamış fakat toplumsal cinsiyet stereotiplerinde kabul edilenin aksine erkeklerin de beğenilme arzusu olabileceğini dile getirmiştir.

Meslekler, toplumsal cinsiyet stereotipleri modeline göre toplumsal cinsiyet inşasını etkileyen son kategoridir. Bu başlık altında 4 tane ayrımcı, 2 tane ayrımcı olmayan soru ve 1 tane mesleklerle ilgili stereotipleri destekleyen soru bulunmaktadır. Desteklemeyen soru ise bulunmamaktadır.

Meslekler açısından Erkek üye 1’in sorduğu “*Adamın görüştüğü 4 kız arkadaşı varmış; işkadını//manken//akademisyen // ev kızı. Hangisiyle evlenmek istemiş.*” Sorusu kadınlar açısından ayrımcı bir nitelik taşımaktadır. Evlenilecek kadın imgesine göndermede bulunmaktadır. Bir kadının evlenmek için erkeğe göre uygun bir mesleğe sahip olması gerektiği düşüncesini yeniden inşa etmektedir. Benzer bir biçimde Erkek üye 2’nin “*Erkekler Yün Örgü Örermi? Bayanlar Bu Konuda Ne Düşünür? Herkesin cocuklugunda*

hatırladığı bir durumdur annesinin ördüğü kazak eldiven ya da atki muhakak takmisizdir. ya da binbir zahmetle ördüğü kazagi dogum gununuzde hediye ederken ne cok sevinmissinizdir. Eh genc kizlarimiz muhakak bu konuda yeteneklidir anneleri ogretmislerdir yetenekli olanlar ya da olmayanlar vardir Ancak biraz once tv de duyduklarim gulumsetti hemde sorayim dedim Erkek arkadaslar arasinda yun orgu ile ugrasan birileri var mı Bayan arkadaslar siz ne kadar yeteneklisiniz bu iste varsa resimleri gorelim Gizliler sizde gizlenmeyin ☺” sorusu kadın işi/ erkek işi ayrımını desteklemekte ve örgüyü kadınların yapacağı bir iş, uğraş gibi görüp ayrımcı ifadeler taşımaktadır.

Erkek üye 1’in “Çalışan kadın olmak mı? Çalışmayan kadın olmak mı? Hangisi olacaksınız? Çalışan Kadınlar İnsan her şeyi istiyor. Hem de aynı anda... Nedir bu her şey? Yaptığın işi, iyi yapmaya çalışacaksın. Kafa patlatacaksın, uyduruk kaydırık olmamasına uğraşacaksın. Bu yeterince zor zaten. Sabah akşam işle yatıp kalkman gerekiyor ama iste an geliyor, o da insani kesmiyor. İslar elbet ertesi güne sarkıyor. peki, aşık oldun diyelim. Sanki bir ilişkiyi yürütmek kolay? o da inanılmaz emek istiyor. diyelim ki, iyi gidiyor. şükrediyorsun. ama bu sefer ne oluyor? Sosyal hayatın da olacak. Gideceksin, dostlarınla, arkadaşlarınla vakit geçireceksin. Peki anladık, onu da yaptın. Ama kendini de beslemen gerekiyor. Ruhunu yani. Okunacak kitaplar, gezilecek sergiler, izlenecek filmler var. Ne yazık ki is, ruhla da bitmiyor. bütün bunları yaparken bakimli ve güzel olmak icap ediyor. ee iyi durabilmek için epey bir çaba gerekiyor spor yapacaksın spor! yine fedakarlık: ya sabahın korunde kalkıp bir saat yuruyeceksin ya da is cikisinde herkesi ekip evle ugrasip faturalari yatirirken spor yapacaksın bitmiyor! paran olması gerekiyor, sabrin olması gerekiyor, vaktin olması gerekiyor, kuaföre gitmen gerekiyor, boya yaptırman gerekiyor, manikür, pedikür, sonra aileni ihmal etmemen gerekiyor, varsa cocugunla günde en az iki-üç saat sarmas dolas olman gerekiyor, onun sagligi, senin sagligin, evin bakimi, onarimi, arabanin durumu... ee ne oluyor? sucluluk ve vicdan azabi içinde kivraniyorsun. sürekli bir yerlere yetişmeye calisiyorsun. beceremiyorsun. hepsinin altından kalkmaya calisinca da... toptan çuvalliyorsun! evin guzel mi oldu, ha ha ha parasiz kaliyorsun..

Keşke mandalina ağaçları arasında bir hayat mümkün olsa, daha az paralı ama daha çok mutlu olsak..” sorusu ise çalışan kadın ve çalışan kadının gündelik hayat içinde kendisini aşan sorumlulukları yönünden mesleğe dayalı ayrımcı olmayan bir tutum içermektedir. Çalışma yaşamı içinde olan kadın, ev içi alandaki sorumlulukları da yerine getirmeye devam etmektedir. Çünkü ev içi sorumluluklar kadının yapması gereken doğal işler gibi görülmekte ve kendisinden beklenmektedir. Bu durumda kadının gündelik yaşam yükü bir kat daha ağırlaşmaktadır. Bu soruda da kadının meslek sahibi olmasına rağmen diğer sorumluluklarının azalmadığının farkındalığı bulunmaktadır.

Meslekler açısından toplumsal cinsiyet stereotiplerini desteklemeyen, karşı tutum takınan bir soru bulunmamaktadır. Buna karşılık Kadın üye 1 “*Sizce kadın patron mu erkek patron mu? Evet sizce hangisi daha iyi? kadın patron mu daha iyidir erkek patron mu ve neden? Bence erkek patron daha iyi en azından daha önceki kadın patronumu görünce Şu an bunu anlıyorum ☺*” sorusu ile meslekler açısından var olan toplumsal cinsiyet stereotiplerini kabullenmiş, normalleştirmiş ve yeniden inşa etmiştir. Kadınların zor insanlar oldukları dolayısıyla da zor patronlar olacakları düşüncesini devam ettirmiş ve kadınla ilgili genellemede bulunmuştur.

İncelenen sorulara genel anlamda bakıldığı zaman, toplumsal cinsiyet stereotipleri açısından ayrımcı ifadelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Erkek üyeler çoğunlukla profillerini açık tutarlarken, kadın üyeler ise çoğunlukla gizli tutmaktadırlar. 10 erkek üyeden 7’sinin profili açıkken, 10 kadın üyeden yalnızca 2’sinin profili açıktır. Kadınların çevrimdışı dünyada temkinli olmaları, kendilerini yabancılara fazla açmamaları, çekingen olmaları çevrimiçi dünyada da karşılık bulmaktadır. Erkeklerin ise toplumsal yaşam içinde daha aktif olmaları ve kendilerini her alanda daha çok görünür kılma ve buldukları ortama hakim olma istekleri, çevrimiçi dünyada da daha rahat bir şekilde profillerini paylaşmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla *profil görünürlüğü* açısından kadınlar ve erkeklerin tercihleri, çevrimdışı dünya ile benzerlik taşımaktadır.

Erkek üyelerden Erkek üye 1 kadınları çalışmalarını yönünde desteklemesine karşılık birçok açıdan ayrımcı bir tutum sergilemektedir. Kadını evlilik düşkünü, maddiyatçı, tehlikeli şeklinde genellemeler içinde değerlendirirken, cinsel açıdan objeleştirmektedir. Fakat kadına yönelik şiddete de karşı çıkmaktadır. Diğer erkek üyelerle karşılaştırıldığında karşı cins için daha ağır bir üslup kullanmaktadır. Erkek üye 2 ise diğer üyelere göre toplumsal cinsiyet stereotipleri açısından ayrımcı olmayan ifadeleri daha çok kullanmıştır. Buna karşılık Kadın üye 10 ise kadına şiddet ve tacizi eleştirmekte buna karşılık sorduğu birçok soruda yerleşik toplumsal cinsiyet stereotiplerini kabullenen bir üslup sergilemektedir. Erkek üyelere göre daha fazla emoloji kullanmış ve sorularını daha ayrıntılı, uzun yazmıştır.

Profili oluşturan önemli öğelerden birisi olan *üyelik adı* açısından, incelenen profiller içinde doğrudan gündelik yaşamdaki adını kullanan bir üye bulunmamaktadır. Fakat benliğe dair ad kullanımı da o üyeye ilişkin bazı bilgileri içerebilmesi bakımından önemlidir. Erkek üyelere 4'ü benliğe dair, özelliklerini yansıtan ya da çağrıştıran üyelik adlarına sahipken, kadın üyelerin de 4'ü benliğe dair üye adlarına sahiptir. Cinsel içerikli ya da cinsel çağrışımlar yapan 2 üyelik adı erkek üyelere aitken, kadın üyeler profillerinde cinsellikle ilgili bir içerik kullanmamışlardır. Görülmektedir ki her ne kadar takma ad kullanımı tercih edilmiş olsa da üyeler takma adı seçerken kendi benliklerinden bir işarete sahip olmasını tercih etmektedirler.

Profil fotoğrafı açısından bakıldığında zaman 2 kadın ve 2 erkek üye gerçek fotoğraflarını kullanmışlardır. Daha önce de belirtildiği gibi burada üye beyanı esas kabul edilmektedir. Buna karşılık diğer üyeler profil fotoğraflarını feminen ya da maskelen görsellerden, tanınmış kişi fotoğraflarından oluşturmuşlardır. Kadın üyelerin profil fotoğrafları kadınsı nitelikler taşıırken, erkek üyelerin fotoğrafları erkeksi öğelere sahiptir. Fakat Erkek üye 5'in fotoğrafı toplumsal cinsiyet stereotiplerine göre kadına uygun görülen kırmızı kalpten oluşan bir imgeye sahiptir.

Renk kullanımı, incelenen site için en belirleyici özelliğe sahiptir. Toplumsal cinsiyet ideolojisine uygun olarak kadın için pembe, erkek için ise mavi renk kullanılarak üyeler arasında cinsiyete dayalı bir ayrım belirginleştirilmiştir. Profil görünürlüğü, üyelik adı, profil fotoğrafı, renk kullanımı şeklinde tüm bu özelliklere bakılarak, *kizlarsoruyor.com* sitesinde oluşturulan profillerle, çevrimdışı dünyadaki kadınlık ve erkeklik temsillerine paralel olacak şekilde kimlik inşaları yapıldığı görülmektedir. Sanal uzamın sağladığı anonimliğe karşın kadınların çevrimiçinde profillerini gizleyerek daha sınırlı bir alanda iletişimde buldukları belirlenmiştir.

SONUÇ

Sabanın tarımda kullanılmaya başlanması, kadının gündelik yaşamdaki konumunu değiştirmiştir. Erkeğin fiziksel gücü gereği sabanı kullanan kişi olması, kadının ev içinde ve ev dışında erkeğe göre ikinci planda kalmasına neden olmuştur. Bu süreçte ev içi alana hapsolan kadın, zayıflık ve duygusallıkla; ev içi ile birlikte ev dışı alana da hakim olan erkek ise güç ve akılla özdeşleştirilmiştir. Sanayi devrimi ile birlikte yeniden kamusal alana giren kadının ikincil konumu yine de değişmemiş; hatta, ev içi ve ev dışı alanda daha da görünür olması erkeğin kadın üzerindeki gözetim ve denetimini daha da arttırmasına sebep olmuştur.

Dini kuralların, kültürel yapının ve geleneklerin kadın erkek ilişkilerini ele alış, her zaman erkeğin lehine gerçekleşmiştir. Ev içinden kamusal alana geçen kadın, toplumsal cinsiyet rollerinden sıyrılamamış ve çalışma yaşamına girmiş olmasına rağmen, ev içi sorumluluklarını da devam ettirmek zorunda kalmıştır. İşten eve dönen erkekten yemeği yapması, çocukların bakımı ve evin düzeni ile ilgilenmesi beklenmemektedir. Buna karşılık kadının işten dönünce bunları yerine getirmesi onun çok doğal bir göreviymiş gibi görülmüştür. Kısacası kadın çalışsa bile ev içi yaşamı aksatma hakkına sahip değildir. Günümüzde kadınların büyük bir çoğunluğu için çalışmak ve bu sırada ev işlerini de düzenli bir şekilde yapmaya devam etmek kanıksanmış bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Kadın, kamusal alanda yer almasına, erkeğe yakıştırılan birçok işi yapmasına rağmen; toplumsal cinsiyet rollerinin kendisine öğrettiği şekilde bir kimlik temsili kurmaktadır. Benlik tasarımını "kadınsı" olarak kabul gören nitelikler üzerinden gerçekleştirmekte ve toplumsal cinsiyet ideolojisinin iktidarını kendi rızasıyla devam ettirmektedir.

Bugünün toplumsal yaşamına bakıldığında, toplumsal cinsiyet ideolojisinin diğer yüzünde bulunan erkekler için de erkeklik kavramı çok baskıcı olabilmektedir. Örneğin erkekten geleneksel roller gereği güçlü, sert, kararlı, mantıklı vb. olması beklenmektedir. Öte yandan giderek artan çalışma saatleri ve temposu, iş yaşamında rekabetin artması ve bunun getirdiği stres, gündelik yaşam koşullarını her iki cins için eskiye göre zorlaştırmıştır. Bu süreçte kadının zayıf ve duygusal bir varlık olarak güçsüz durması ya da ağlaması "normal" karşılanırken; erkek kendisi için genel

kabul görmüş cinsiyet rollerinin baskısını üzerinde hissetmektedir. Tıpkı kadın için olduğu gibi erkek için de özellikle bedeni üzerinden kurgulanan toplumsal cinsiyet iktidarı; kadın kadar erkeği de etkilemektedir. Fakat kadın toplumsal yaşam içinde hem toplumsal cinsiyet iktidarından hem de yaşamındaki erkeklerin kendisi üzerindeki iktidarlarından dolayı eşitsiz bir muamele gördüğü için toplumsal cinsiyetten söz edildiğinde, kadının toplumdaki rolleri ve eşit olmayan konumu akla gelmektedir.

Kadın ve erkeğin eşitliğe dayanmayan, bununla birlikte toplumsal cinsiyet iktidarı tarafından denetim altına alınan bu ilişkisi; bilgisayar dolayimli iletişim ve getirdiği yeni gündelik yaşam alışkanlıkları sırasında da işlemeye devam etmektedir. Çalışmadan elde edilen verilerden alınan sonuçlar göstermektedir ki kadın ve erkeğe yönelik yerleşik toplumsal cinsiyet stereotipleri çevrimiçi uzamlardaki sosyal paylaşım sitelerinde de geleneksel anlamlarını korumaya devam etmektedir. Site üyelerinin kavramlara yaklaşımı ağırlıklı olarak toplumsal cinsiyet ideolojisinin belirlediği kadın ve erkek temsilleri ile paralellik göstermektedir. Sanal uzamın sağladığı anonim kimlik ve bu kimliğin sağladığı göreceli özgürlüğe rağmen, kadınlar profillerini gizli tutmayı tercih etmektedirler. Bunun yanında profili açık olan Kadın üye 10 erkek işi kadın işi ayrımını benimseyerek, erkeklerin daha iyi patron olduğunu kabul etmekte, kadın yerine bayan sözcüğünü kullanarak toplumsal cinsiyet stereotiplerini devam ettirmektedir. Dolayısıyla kadınlar genel anlamda benlik tasarımlarında çevrimdışı dünyadakine paralel bir izlenim yönetimi kullanmışlardır. Burada dikkati çeken bir başka nokta ise Kadın üye 10'un sorduğu sorularda zaman zaman zaman zaman “hatun” ya da “lan” gibi erkeksi kabul edilen konuşma biçimlerini tercih etmiş olmasıdır. Böylelikle inşa ettiği profilinde nazik, ince kadın havası yerine erkeksi özellikleri de olan bir kadını imleyen bir benlik sunumu içinde bulunmaktadır. Kadına ait görülmeyen sözcükleri kullanması bakımından toplumsal cinsiyet stereotiplerinden farklılaşmıştır. Fakat bu benlik tasarımını evli olması ve diğer erkek üyelerin dikkatini “kadın” olduğu için çekmek istememesi nedeniyle de inşa etmiş olma ihtimali bulunmaktadır.

Erkek üyelerin benlik tasarımlarında ise genel anlamda geleneksel erkeklik temsillerini destekleyecek türde profil oluşturdukları ve soru içerikleri belirledikleri

görülmektedir. Soru içeriklerinde toplumsal cinsiyet stereotiplerine uygun olacak şekilde kadınlarla ilgili genellemeler çoğunlukta yer almaktadır. Kadın/ kız ayrımı ve kadın yerine bayan sözcüğü kullanılmaktadır. Buna paralel biçimde kadının geleneksel rolleri pekiştirilmektedir. Kadına karşı şiddet söz konusu olduğunda ise erkek üyelerin kadınları destekleyen bir tavır içinde oldukları görülmektedir. Çevrimiçi alanda kadına şiddet, erkekler tarafından doğru bulunmazken, çevrimdışı kadınların büyük çoğunluğu şiddet mağduru olmaktadır. Erkeklerin sanal uzamdaki bu tutumları, ileride genele yayılması umuduyla olumlu değişiklik olarak görülmektedir. Çünkü her anlamda toplumsal cinsiyet eşitliği için kadınlık ve erkekliğin toplumsal cinsiyet stereotiplerindeki aksine, eşitlikçi bir biçimde inşa edilebileceğine dair inanç ve düşüncenin toplum geneline yayılması gerekmektedir.

Profil oluşturulurken seçilen üye adlarının kadın için kadınsı, erkek için erkeksi rumuzlardan oluşması, profil fotoğraflarının genel olarak cinsiyete ilişkin kodlar içermesi; sanal sosyalleşilen sosyal paylaşım ağlarında, kadın ve erkek temsillerinin, toplumsal cinsiyet iktidarına uygun bir şekilde, çevrimdışı yaşamın pratikleri üzerinden kurulduğunun ve var olan güç ilişkilerini yeniden inşa ederek devam ettirdiğinin göstergesi olarak okunabilmektedir.

Ayrıca üyelerin soru kalıplarında birbirlerine karşı kullandıkları dil, toplum içinde bir erkek veya kadının, karşı cinse yönelteceği bir üsluptan farklılaşmaktadır. Genellikle kadına karşı aşağılayıcı ifadeler içeren (karı-kız gibi) ya da fiziksel özellikleri, kişisel özellikleri yönünden aşağılayıcı ifadeler içeren (şekilsiz kalçalar gibi) sorular sıklıkla görülmektedir. Ayrımcı sözcükler, imalı anlatımlar yoluyla cinsiyet eşitsizliğinin yeniden inşa edildiği bir dil kullanımı görülmektedir. Bu durum, sanal sosyalleşmeyi sıradanlaştırmakta; çevrimdışı verili olan iktidar biçimlerinin sorgulanmasına fırsat vermemektedir. İncelenen sorular içinde kadına şiddet gibi sadece belli başlı konularda toplumsal cinsiyet stereotiplerine karşı eşitliği savunur bir düşünce ortaya koyulmaktadır. Buna karşın bugün olmasa bile ileriye dönük zamanlarda, kadın erkek arası ilişkilerin daha hoşgörülü bir şekilde ele alındığı ve toplumsal cinsiyet rollerine karşı farkındalığın arttığı bir yapıya doğru ilerleme umut edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, N., Longhurst, B. (2007). Dictionary of Media Studies. England: Penguin.
- Aktaş, C. (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması. Gülbuğ Erol (Ed.), *Medya Üzerine Çalışmalar* içinde. İstanbul: Beta. http://personel.klu.edu.tr/dosyalar/kullanicilar/suleyman.ozcan/dosyalar/dosya_ve_bekliler/ileti%C5%9Fim/Makale%20%20Yeni%20medya-Geleneksel%20medya.pdf /Erişim Tarihi 22.04.2015.
- Alak, M. (2009). Murathan Mungan'ın Eserlerinde Benlik Arayışı ve Kendini Gerçekleştirme. Yüksek lisans tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Alexander, C., Jr., Wiley, M., G. (ty). Situated Activity and Identity Formation. <http://www.public.coe.edu/~lbarnett/445%20Readings/rt9.pdf> / Erişim Tarihi 13.03.2015.
- Alioğlu, N. (2011). Yeni Medya Sanatı ve Estetiği. İstanbul: Papatya.
- Aytekin, Ç. (2012). Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği. Deniz Yengin (Ed.), *Yeni Medya ve...* içinde (s. 102-122). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Bauman, Z. (2011). Bireyselleşmiş Toplum. İstanbul: Ayrıntı.
- Bechar-Israeli, H. (1995). From ‹Bonehead› To ‹Clonehead› : Nicknames, Play, And Identity On Internet Relay Chat. *Journal of Computer-Mediated Communication* Volume 1, Issue 2. DOI: 10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x. / Erişim Tarihi 05.04.2015.
- Bilgin, N. (2003). Sosyal Psikoloji Sözlüğü. İstanbul: Bağlam.
- Bilgin, N. (2005). Siyaset ve İnsan. İstanbul: Bağlam.
- Bilgin, N. (2007). Kimlik İnşası. Ankara: Aşina.
- Binark, M. (Der.). (2007). Yeni Medya Çalışmaları. Ankara: Dipnot.
- Binark, M., Kılıçbay, B. (Der.). (2005). İnternet, Toplum, Kültür. Ankara: Epos
- Brannon, L. (ty). Gender Stereotypes: Masculinity and Femininity. Linda Brannon. *Gender: Psychological Perspectives* içinde (s. 159-185). www.feminish.com/wp-content/uploads/2012/08/Brannon_ch07.pdf / Erişim Tarihi 22.04.2015.
- Bourse, M., Yücel, H. (2012). İletişim Bilimlerinin Serüveni. İstanbul: Ayrıntı.

Boyd, D., Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13: 210-230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x / Erişim Tarihi 01.05.2015

Boyd, D. (2011). Social Network Sites as Networked Publics. Zizi Papacharissi (Ed.), *A Networked Self* içinde (s.39-58). New York: Routledge.

Boyd, D. (2014). *It's Complicated*. USA: Yale University: <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf> / Erişim Tarihi 06.04.2015.

Buhrmann, C.H. (2003). Virtual communities: implications for companies. *South African Journal of Information Management* Vol.5(4) December 2003. <http://www.sajim.co.za/index.php/SAJIM/article/viewFile/383/369> / Erişim Tarihi 02.05.2015.

Butler, J. (2009). Toplumsal Cinsiyet Düzenlemeleri. Çev. Begüm Kovulmaz. *Feminizm* içinde, Cogito, Sayı- 58. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Butler, J. (2014). *Cinsiyet Belası*. İstanbul: Metis.

Castells, M. (2008). *Kimliğin Gücü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Castells, M. (2013) *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Chesley, N. (2006). Families in a High-Tech Age Technology Usage Patterns, Work and Family Correlates, and Gender. *Journal of Family Issues* Volume 27 Number 5 May 2006 587-608. DOI: 10.1177/0192513X05285187 / Erişim Tarihi 22.04.2015.

Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı.

Cornetto, K. M., Nowak, K. L. (2006). Utilizing usernames for sex categorization in computer-mediated communication: Examining perceptions and accuracy. *CyberPsychology & Behavior*, Vol 9(4), 377–387. DOI: 10.1089/cpb.2006.9.377 / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Cüceloğlu, D. (2003). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi.

December, J. (1997). "What is CMC?: Notes on Defining of Computer-Mediated Communication." *CMC Magazine* Ocak sayısı. <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html> / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, *Marmara İletişim Dergisi*, Sayı:12 Şubat. <http://e-dergi.marmara.edu.tr/maruid/article/view/5000013287> / Erişim Tarihi 01.05.2015

Dimbleby, R., Burton, G. (1998). *More Than Words: An Introduction to Communication*. London: Routledge.

Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Aydemir, A. T., İslamoğlu, G. (2014). *Vaka-i Sosyal Medya*. İstanbul: Kalkedon.

Döring, N., Hellwig, K., Klimsa, P. (2004). Mobile Communication Among German Youth. http://www.fil.hu/mobil/2004/Doering_webversion.pdf /Erişim Tarihi 17.05.2015.

Eagly, A. H., Mladinic, (1994). A. Are People Prejudiced Against Women? Some Answers From Research on Attitudes, Gender Stereotypes, and Judgments of Competence. *European Review of Social Psychology* Vol 5(1) 1-35. DOI: 10.1080/14792779543000002 / Erişim Tarihi 01.05.2015

Erden, M., Akman, Y. (2005). *Gelişim ve Öğrenme*. Ankara: Arkadaş.

Gardner, H., Davis, K. (2014). *App Kuşağı*. İstanbul: Optimist.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji*. Ankara: Ütopya.

Gerrig, R. J., Zimbardo, P. G. (2012). *Psikoloji ve Yaşam -Psikolojiye Giriş*. Gamze Sart (Çev.). Ankara: Nobel.

Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik*. Ankara: Say.

Giddens, A. (2005). *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç.

Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis

Gülнар, B., Balcı, Ş. (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. Konya: Literatürk.

Hall, S. (1991). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik. Çev. Hakan Tuncel. "The Local and the Global: Globalization and Ethnicity", Anthony D. King (ed.) *Culture, Globalization and the World System*, New York, Macmillan, ss. 19-39. http://www.ilefarsiv.com/id/yazi_29.htm. Erişim Tarihi 16.01.2015 / Erişim Tarihi 22.04.2015.

Humphreys, S., Orr Vered, K. (2014). Reflecting on Gender and Digital Networked Media. *Television & New Media* 2014, Vol 15(1) 3-13. sagepub.com/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1527476413502682 / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Iwilade, A. (2015). New Spaces, New Interactions? Young People's Online Social Networks and Gender Relations in Africa. *Gender, Technology and Development* 2015, Vol 19(1) 70-90. DOI: 10.1177/0971852414561613 Erişim Tarihi 01.05.2015.

Kabir, S. (2014). Sanal Röntgencilik ve Facebookta Bireyselliğin Kullanımı. Barış Çoban (Ed.), *Sosyal Medya Devrimi* içinde (s. 290-302). İstanbul: Su.

Kandiyoti, D. (1997). *Cariyeler Bacılar Yurttaşlar*. İstanbul: Metis.

Kırel, Ç., Kayaoğlu, A., Gökdağ, R. (2004). *Sosyal Psikoloji*. Sezen Ünlü (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Krishnatray, Pal Singh, Raghavan, Varma. (2009). Gratifications from New Media Gender Differences in Internet Use in Cybercafes. *Journal of Creative Communications* 4(1) 19–31. DOI: 10.1177/097325861000400102 / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Komito, L. (1998). The Net as a Foraging Society: flexible communities. *The Information Society*. Vol:14(2): 97-106. DOI: 10.1080/019722498128908 / Erişim Tarihi 22.04.2015.

Kuyucu, M., Karahisar, T. (2013). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya*. İstanbul: Zinde.

Kuzgun, Y. (1972). Kendini gerçekleştirme. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 10.1. (s. 162-178).

Kuzgun, Y. (1986). “Psikolojide İnsancı Yaklaşım”. *Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları,18(1-2):1-17

Latina, S. V. (2010) Gender Stereotypes in the Contemporary Humanities. *Anthropology & Archeology of Eurasia*, Vol 49:2, 66-75. <http://dx.doi.org/10.2753/AAE1061-1959490204> / Erişim Tarihi 22.04.2015.

Lee, E. J. (2007). Wired for Gender: Experientiality and Gender-Stereotyping in Computer-Mediated Communication. *Media Psychology* Vol 10(2) 182-210 DOI: 10.1080/15213260701375595 /Erişim Tarihi 22.04.2015.

Lister,M., Dovey J., Giddings, S., Grant I., Kelly, K., (2003). *New Media: A Critical Introduction*, New York: Routledge

Lyon, D. (2012). *Vesikalı Yurttaş*. İstanbul: Kalkedon.

Madini, A. A., de Nooy J. (2013). Disclosure of Gender Identity in Internet Forums: A Case Study of Saudi Arabian Forum Communication. *Gender, Technology and Development* 17(3) 233–257 DOI: 10.1177/0971852413498741 / Erişim Tarihi 20.04.2015.

Manovich, L. (2014a). *Html’den Borges’e Yeni Medya*. Çev: Sezin Kıpçak Bozkurt. Mukadder Çakır (Ed.), *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar* içinde (s. 157-182). İstanbul: Doğu.

Manovich, L. (2014b). *Medya Nasıl Yeni Medya Oldu?*. Çev. Berkay Ersöz. David Crowley, Paul heyer (Ed.), *İletişim Tarihi* içinde (s. 467-471).

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat.

Morley, D., Robins, K. (2011). *Kimlik Mekânları*. İstanbul: Ayrıntı.

Oğlu, A. M. (2014). *Kendini Gerçekleştirme ve Kişilik*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Parks, M. R. (2011). Social Network Sites as Virtual Communities. Zizi Papacharissi (Ed.), *A Networked Self* içinde (s.105-123). New York: Routledge.

Prentice, D., Carranza, E. (2002). What Women and Men Should Be, Shouldn't be, are Allowed to be, and don't Have to Be: The Contents of Prescriptive Gender Stereotypes. *Psychology of Women Quarterly* December 2002 Vol 26(4) 269-281 DOI: 10.1111/1471-6402.t01-1-00066 / Erişim Tarihi 20.04.2015.

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley. <http://www.rheingold.com/vc/book/> Erişim Tarihi: 16.03.2015.

Royse, P., Lee, J., Baasanjav, U., Hopson, M., Consalvo, M. (2007). Women and Games: technologies of the gendered self. *New Media & Society*, Vol 9(4): 555-576. DOI: 10.1177/1461444807080322 / Erişim Tarihi 16.03.2015.

Schau, H. J., Gilly, M. C. (2003). We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. *Journal of Consumer Research*, Vol. 30, No. 3 (December 2003): 385-404 <http://www.jstor.org/stable/10.1086/378616> Erişim Tarihi 16.03.2015.

Sharpe, E. (2005). *Community in Postmodern Culture: The Place of Leisure*. <http://lin.ca/sites/default/files/attachments/CCLR11-136.pdf> / Erişim Tarihi 01.04.2015.

Stets, J. E., Burke, P. J. (2000). Femininity/Masculinity. Edgar F. Borgatta, Rhonda J. V. Montgomery (Ed.), *Encyclopedia of Sociology* içinde (997-1005). New York: Macmillan. file:///C:/Users/hp%20pc/Downloads/00b+fem+masc+hegemony.pdf / Erişim Tarihi 01.04.2015.

Sungur, P. (2008). *Son Sınıf Öğretmen Adaylarının Benlik Tasarımı ve Kendini Gerçekleştirme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Kafkas Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost.

Timisi, N. (2005). *Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Giriş*. Mutlu Binark, Barış Kılıçbay (Ed.), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 89-105). Ankara: Epos.

Thurlow, C., Lengel, L., Tomic, A. (2004). Computer Mediated Communication. London: Oxford. <http://site.ebrary.com/lib/kocaeli/reader.action?docID=10719200> Erişim Tarihi 01.04.2015.

Tosun, N. (2013). Sanal Gerçeklik Özgürleştiriyor mu? And Algül ve Neda Üçer (Ed.), *Yeni Medya'da Demokrasi* içinde (s. 113-134). İstanbul: Literatürk.

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Ankara: Bilim ve Sanat

URL-1, 2014, <https://www.consumerbarometer.com/en/insights/?countryCode=GL> , erişim tarihi 12 Mayıs 2015 İnternet Kullanım Oranları.

URL-2, 2014, <http://bianet.org/bianet/toplum/155732-gunumuzde-internet-varsa-ifade-ozgurlugu-var>, 12 Mayıs 2015 Günümüzde İnternet Varsa İfade Özgürlüğü Var.

Van Dijk, J.A.G.M. (1997). The Reality of Virtual Communities. Jo Groebel (ed.), *Trends in Communication* içinde (s. 39-63). Amsterdam: Boom publishers. http://www.utwente.nl/bms/vandijk/publications/the_reality_of_virtual_communi.pdf / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Varnelis, K. (2008) ed. Networked Publics. Cambridge, MA, USA: MIT Press, 2008. ProQuest ebrary. Web. 13 May 2015. <http://cast.b-ap.net/arc597f14/wp-content/uploads/sites/29/2014/09/Varnelis.pdf> Erişim Tarihi 01.05.2015.

Vural, Z. B. A., Bat, M. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yasar University 2010 20(5) 3348-3382. http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf / Erişim Tarihi 16.03.2015.

Walsh J. L., Fielder R. L., Carey K. B., Carey M. P. (2013). Female College Students' Media Use and Academic Outcomes: Results From a Longitudinal Cohort Study. *Emerging Adulthood* 1(3) 219-232. DOI: 10.1177/2167696813479780 / Erişim Tarihi 01.05.2015.

Yengin, D. (2012). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum. İstanbul: Derin.

Yeşilyaprak, B. (Ed.). (2005). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. Ankara: Pegem.