

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalı

CİNSEL KİMLİK İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ÖZNEYE ETKİLERİ

Merve KORUKÇU UTKU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2016

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalı

CİNSEL KİMLİK İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ÖZNEYE ETKİLERİ

Merve KORUKÇU UTKU

Danışman

Prof. Dr. Nalan YETİM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2016



T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Cinsel Kimlik İnşasında Sosyal Medyanın Özneye Etkileri” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel etik kurallara ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini onurumla doğrularım.

21/09/2016

Merve Korukçu Utku

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Merve Korukçu Utku".

Mersin Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne, Merve KORUKÇU UTKU tarafından hazırlanan Cinsel Kimlik İnşaasında Sosyal Medyanın Özneye Etkileri başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başarılı



Başarısız



Üye

Prof.Dr.Nalan YETİM
(Danışman)



Üye

Prof.Dr. Ünsal YETİM



Üye

Yrd.Doç.Dr. Ebru ÇETİN

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

01.10.2016
Prof.Dr. Süleyman DEĞİRMEN
Enstitü Müdürü
MERSİN
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÖNSÖZ

Nitel bir araştırma olarak gerçekleştirilen bu çalışmada cinsiyetin ve kimliğin sosyal medyadaki inşasından söz edilmektedir. Çalışmamın şekillenmesinde kadın araştırmaları yüksek lisans programının interdisipliner yaklaşımı etkili olmuştur.

Çalışma sürecimde bilgisi ve deneyimiyle bana yol gösteren Prof. Dr. Nalan Yetim'e, değerli yorumlarıyla tez jürimde yer alan Prof. Dr. Ünsal Yetim'e ve Yrd. Doç. Dr. Ebru Çetin'e teşekkürlerimi sunarım. Cinsiyet konusundaki bilgilerimin çekirdeğinin oluşmasını sağlayan ve manevi desteğini hiç esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Hakan Altun'a teşekkür ederim. Tez yazım süresince desteklerini her zaman hissettiğim, beni her konuda cesaretlendiren sevgili annem Güler Faydaver'e ve ağabeyim Mehmet Korukçu'ya, her zaman yanımda olan Emre Utku'ya, çeviri konusunda yardımcı olan arkadaşım Selver Dikkol'a teşekkür ederim.

ÖZET

CİNSEL KİMLİK İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ÖZNEYE ETKİLERİ

Bu çalışmanın amacı, sosyal medyanın bireylerin cinsel kimlik inşasına nasıl ve ne şekilde etki ettiğini enformasyon toplumu ve özne olma temelinde betimleyerek ortaya koymaktır. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmada araştırma evreni sosyal medya, örneklem grubu ise Türkçe Facebook grup sayfalarıdır. Cinsel kimlik parametrelerine uygun etiketlerle belirlenen yüz on sekiz grup sayfası listelenmiş, bunlar arasından sekiz tanesi kullanıcı sayısı ve güncellikleri göz önüne alınarak seçilmiştir. Yöntem açısından internet bir metin olarak ele alınarak pusuya yatma tekniği ile katılımsız gözlem yoluyla veriler toplanmış daha sonra Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Heteroseksüellik, dişillik ve erillik olarak üç ana bölümde incelenen sayfalar arasında erillik ve dişillik söylemsel düzeyde dilsel bir mücadele içinde olduğu ayrıca erilliğin diğer tüm cinsiyetler üzerinde tahakküm kurma motivasyonlu hareket ettiği görülmüştür. Sanal ortamı kapsayan bu inşa süreçlerinin sosyal medyanın sağladığı iletişim ortamında hız, etkileşimsellik, hipermetinsellik gibi unsurlarından önemli ölçüde etkilendiği, kendi sanal varlığını üreten bireylerin sosyal medyayı şekillendirdiği ve sosyal medyanın tüm bireylerin diyalog halinde olmasını sağlayan bir ortam olarak sürekli yapılandığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, cinsel kimlik, özne, facebook, eleştirel söylem analizi

ABSTRACT

**THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA TOWARDS AGENT IN CONSTRUCTION
OF SEXUAL IDENTITY**

The aim of this study is to represent how social media affect sexual identity of the individual on the basis of information society and being an agent. In the study designed as a qualitative research, social media is the research environment and Turkish Facebook group pages are sample group. A hundred and eighteen group pages determined by tags proper to sexual identity parameters are listed and eight of them are chosen by taking into account the number of users and their actuality. As a method, internet is handled like a text; data are collected by lurker and unattended observation techniques and they are investigated with Van Dijk's critical discourse analysis. Among the pages investigated in three main parts as heterosexuality, femininity and masculinity, it is observed that masculinity and femininity are in a discourse struggle also masculinity moves with motivation of hegemony over all other sexualities. In the study, it is concluded that these construction processes comprising visual medium is affected by some features as speed, interactivity and hypertextuality in the communication environment provided by social media, individuals producing their own visual existing shape the social media and social media is restructured constantly as an environment providing all individuals in dialogue with each other.

Key Words: Social media, sexual identity, agent, facebook, critical discourse analysis

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KISALMALAR LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1
I. BÖLÜM: ÖZNE VE KİMLİK TARTIŞMALARI.....	7
1.1. Özne	7
1.2. Kimlik Tartışmaları	9
1.3. Kimliğin Toplumsal İnşası	12
1.3.1. Toplumsal Cinsiyet ve Cinsel Kimlik İnşası Parametreleri	17
1.3.1.1. Öteki Kavramı ve Heteronormativite	23
1.3.1.2. Dişillik ve Erillik	25
1.3.1.3. Eşcinsellik.....	28
BÖLÜM 2: YENİ MEDYA BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA	30
2.1. Enformasyon Toplumu	30
2.1.1. Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye'nin Konumu	35
2.2. Yeni Medya ve İnternet	37
2.2.1. Yeni Medyanın Yapısal Özellikleri	41
2.2.2. Yeni Medyalar	45
2.3. Sosyal Medya.....	47

2.3.1.Sosyal Medyanın Yapısı	48
2.3.2. Sosyal Medyada Özneler	51
2.3.3. Sosyal Medyada Cinsel Kimlik İnşası	58
BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	63
3.1. Araştırmanın Konusu	63
3.2. Araştırmanın Amacı	64
3.3.Araştırmanın Yöntemi	65
3.3.1. Araştırmanın Problemi.....	65
3.3.2. Araştırmanın Operasyonel Kavramları.....	65
3.3.3. Araştırma Soruları	68
3.3.4. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri	69
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	69
3.5. Literatür Taraması	70
BÖLÜM 4: SOSYAL MEDYADA CİNSEL KİMLİK SÖYLEMİNİN	72
ANALİZİ ve BULGULAR : FACEBOOK ÖRNEKLEMİ	72
4.1. Söylem ve Söylem Analizi	72
4.2. Eleştirel Söylem Analizi	74
4.3. Sosyal Medyada Söylem Analizine Yönelik Uygulamalar.....	78
4.4. Analizin Yöntemi	79
4.5. Araştırma Evreni ve Örneklemi : Facebook İletişim Ağı	80
4.5.1. Eleştirel Söylem Analizinin Facebook Ortamına Uyarlanması.....	83
4.6. Heteroseksüelliğin Söylemi.....	87
4.6.1. Heteroseksüelliğin Eleştirel Söylem analizleri	88
4.7. Dişillığın ve Erilliğin Söylemi.....	100

4.7.1. Dişilligin ve Erilligin Eleştirel Söylem Analizleri	102
4.8. Bulguların Değerlendirilmesi.....	137
4.8.1. Facebook Ortamında Bulunan Grup Sayfalarının Sanal Ortam Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi	138
4.8.2. Grup Sayfalarında Heteronormatifliğin ve Kullanıcıların Özne olarak Heteroseksüelliği İnşa etmesine Yönelik Değerlendirmeler	140
4.8.3. Ötekilik Kavramının Cinsel Kimlik Üzerinden Grup Sayfalarındaki İnşasının Değerlendirilmesi	141
4.8.4. Erillik ve Dişillik Cinsel Kimliğinin Grup Sayfalarındaki İnşasına İlişkin Değerlendirilmesi	142
SONUÇ	147
KAYNAKÇA	152
EKLER	

KISALTMA LİSTESİ

AR-GE	Araştırma ve geliştirme
BIT	Bilgi İşlem Teknolojileri
CDA	Eleştirel Söylem Analizi
CD-ROM	Compact Disc Read-Only Memory
DVD	Digital Versatile Disc (Çok Amaçlı Sayısal Disk)
HTML	Hypertext Markup Language
ISDN	Integrated Services Digital Network
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
WWW	World Wide Web
MUD	Multi User Dungeon
NGO	Non governmental organisation
LGBTQ	Lezbiyen Gay Biseksüel Transeksüel Queer

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme diyalektik şeması

Şekil 2. Dünya Kıtalara Göre İnternet Kullanıcıları

Şekil 3. Bir Galaksi Benzetmesiyle İnternet ortamı ve Web Siteleri

Şekil 4: Twitter Mesaj Dağılım Haritası

Şekil 5. Van Dijk'ın Söylem Çözümlemesinin Facebook'a Uyarlanmış Şeması

Şekil 6. Af Örgütü Videodan Bir Görüntü

Şekil 7. Kadın Sayfasının Görseli

Şekil 8. Kadıncanın Sayfa Görseli

Şekil 9. Kadınca'da Ele alınan Gönderinin Görseli

Şekil 10. Erkek Ansiklopedisi Sayfası Görseli

Şekil 11. Erkek Ansiklopedisi Gönderisinin Görseli

Şekil 12. Erkekler Kulübünün Sayfa Görüntüsü

TABLO LİSTESİ

Tablo1. Kullanıcıların Facebookta hesap açma nedenleri.....	81
Tablo 2. Facebook Arama Motoru Üzerinden Aranan Sözcükler.....	86
Tablo 3. Evrim Ağacı Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri.....	88
Tablo 4. Evrim ağacı video bilgi.....	89
Tablo 5. Uluslar arası Af Örgütü Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri.....	95
Tablo 6. Af Örgütü Onur Haftası Video Bilgileri.....	96
Tablo 7. “Kadın” Adlı Grup Sayfası Analiz Bilgileri.....	102
Tablo 8. “Kadınca” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri.....	108
Tablo 9. “Kadınca” Grup Sayfası Analiz Bilgileri.....	115
Tablo 10. “Erkek Ansiklopedisi” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri.....	120
Tablo 11. “Erkek Dediğin” Adlı Açık Grup Sayfası Analiz Bilgileri.....	125
Tablo 12. “Erkekler Kulübü” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgiler.....	132

GİRİŞ

Bu çalışmada sosyal medyanın cinsel kimlik inşasında özneye nasıl bir etkisi olduğu, öznelere bu ortama ne şekilde etki ettiği sosyal medyanın kendine yapısal özellikleri ve toplumsal etkileri bakımından incelenmektedir. Nitel bir çalışma olan bu araştırmada temel amaç, varlığı henüz 90'lı yıllara dayanan, çok yeni bir gelişim olan internetin kullanıcılarına nasıl etki ettiğini anlamaktır. Aynı zamanda geç modern dönemin karmaşıklaşan gündelik hayatı içerisinde bireylerin kimliksel problemlerini ve öznelere olarak bu sanal ortamda nasıl hareket ettiklerini tanımlamak elzemdir.

Aydınlanma sürecinden itibaren tartışılan bir konu olan özne kavramı, bireyin anlamlandırma, algılama, tanımlama süreçlerini derinden etkileyen toplumsal kimlik ekseninde birinci bölümde ele alınmaktadır. Özne hakkında öne çıkan sosyal bilim teorisyenlerinin görüşlerine kısaca yer verilmiştir. Araştırmada özne kavramı ne kurumların etkisinde kalan pasif bir varlık olarak ne de içinde bulunduğu dünyayı tek başına inşa eden olarak ele alınmıştır. Tercih edilen bakış açısı diyalektik bir süreçle birbirlerini etkileyen toplumsal bir döngü içinde olunulduğudur. Kimlik konusu da benzer şekilde bir toplumsal inşa olarak bitmeyen bir süreçle ifade olunmaktadır. Bu konuda gerçekliğin sosyal inşasından söz eden Luckman ve Berger ile yakın dönemde kimlik konusunda önemli çalışmalarda bulunan Kenneth Gergen'in fikirlerine yer verilmiştir. Daha özelden cinsel kimliği anlamak için birinci bölümde feminist teorisyenlerin toplumsal cinsiyet tanımı cinsel kimliğin ne olduğunun anlaşılması açısından açıklanmıştır. Toplumsal cinsiyet tartışmalı bir kavram olsa da Scott'ın deyişiyle faydalı bir tarihsel analiz için gereklidir. Bu nedenle cinsiyet konusuna imtinalı bir şekilde yaklaşılmaya çalışılmış toplumsal cinsiyet eşitliği adına erillik ve dişillikten ele alınarak bu kavramlarla adlandırılan bireylerin toplumsal gruplar olarak ele alınmasına çalışılmıştır. Bunlara ek

olarak cinsiyet parametrelerinden eşcinselliğin erillik ve dişillik ile birbirleriyle bağlantılı tanımları yapılmaktadır. Ötekilik, cinsel kimliğin kurucu nüvelerinden birini oluşturması bakımından araştırmanın cinsel kimlik inşasında dişillik ve erillik ile vücut bulan heteroseksüelliğin bağlantılı olduğu heteronormativite ile beraber ele alınmaktadır.

İkinci bölümde günümüzdeki iletişim biçimini derinden etkileyen sosyal medya ve internet ele alınmıştır. Küreselleşmenin yaşandığı, neo-liberal politikaların etkisiyle oluşan sosyo-ekonomik gelişmelerle birlikte enformasyon toplumunun “çocuğu” olarak adlandırılan internet, etkisini gittikçe arttırmaktadır. Tabi ki şunu söylemek gerekir ki internet ve enformasyon kullanımını tüm Dünya’da farklı oranlarda etkilemektedir. Teknolojik anlamda alt yapıları daha yeterli olan ülkeler ile diğerleri arasında belirgin farkların olduğu söylenebilir yine de Castells’in deyişiyle enformatif olsun olmasın küreselleşme sebebiyle teknolojik gelişmelerden tüm toplumlar etkilenmektedir. Bu açıdan çalışmada merkezi odak olan sosyal medya, enformasyon toplumu olgusu üzerinden bilgi temelinde irdelenmektedir.

Sosyal medya ortamının uçsuz bucaksız veri alanı içinde iletişim ağlarından Facebook ele alınmıştır ve Türkçe sayfalara odaklanılmaktadır. Türkiye’nin konumu enformasyon toplumu bağlamında irdelenerek kendi toplumumuzdaki sosyal medya kullanma davranışları ve bu konu hakkındaki veriler kullanılarak grup sayfaları incelenmektedir. Tüm Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de bireylerin devlet politikalarıyla (e-devlet gibi) internet ile olan bağı fazlalaştığı gibi daha çok teknolojinin ucuzlaması, cep teflonları uygulamaları dahil olmak üzere iletişim biçiminin yeni medyaya uygun şekilde yöndeşmesi ile bireysel kullanımın arttığı söylenebilir. Bir ihtiyaca dönüşen internet kullanımını bilginin kullanılma biçimlerinde önemli değişimlere sebep olmuştur.

Modern anlamda öznelerin internet kullanma isteği, tüketim toplumuna dönüşen bugünün insanının bireyselleşmeyi arttıran ancak öznelleşmeyi eksilten sistem içinde kendi kimliksel bunalımının ortasında vücut bulmuştur. Bu açıdan Debordian anlamda gösteri toplumuna dönüşen toplumda insan varlığı kendisini Baudrillardcı bakışla bir ekrana dönüştürür. Göstermek, görünmek hatta bu çalışmada ele alındığı biçimde Facebook gibi ortamların sunduğu araçlarda “beğenilme”, görünmenin her şeyden üstün olduğu bir kültür yaratmıştır. İletişimin farklı bir biçimini yayan internet, özneyi diğer iletişim araçlarından farklı şekilde etkilemektedir. Bu açıdan araştırmada sosyal medyanın yapısal tanımı büyük rol oynamaktadır. Bu tanımlamalar teknik verilerin yanı sıra sosyal medyada özneler ve sosyal medyada cinsel kimlik inşası gibi başlıklarla sosyal medyanın toplumsallık içinde nasıl değerlendirildiği ile ilgilidir.

Sosyal medya değinildiği zaman ilk akla gelmesi gereken web 2.0 ile “kullanıcı üretimli içerik”in mümkün hale gelmiş olmasıdır. Artık internete her hangi bir araçtan bağlanabilen herkes kamusal alan olarak tartışılmaya başlanan internette görünür halde dünyada internet ağına dahil herkesle iletişime geçebilmektedir. Artık eşik bekçileri gibi kendileri için hazırlanmış bilgileri almanın ötesine geçerek kendi bilgilerini üretme ve paylaşma olanağı bulmuşlardır. Sosyal medyanın asıl gücünü oluşturan bu kullanıcı odaklı bilgi üretimini çok basit, hızlı ve etkin şekilde sağlayabilmesidir.

Bu ortamda sanallık temelinde gerçekleşen iletişim bedenlerin olmadığı biçimlidir. Bu açıdan dilsel performanslar, görsellik; fotoğraf, resim, illüstrasyonlar, ses kayıtları ile gerçekleşen mutli medyatik bir iletişim ön plandadır. Dil üzerinden gerçekleşen yönü bu araştırmada ele alınmıştır ve bu nedenle sosyal medya söylemler üzerinde analizleri olası hale getirmesi bakımından bir avantaj sunmaktadır. Bununla birlikte internet ve özellikle sosyal medyada bireyler belki de gerçek hayatta hiç

karşılaşamayacakları, karşılaşmalar dahi bu kadar açık biçimde iletişime doğrudan geçemeyeceklerdir. Sosyal medya ortamları bu açıdan aynı zamanda dezavantajlıdır. Birbirlerini anlamak konusunda kendi ötekisi ile karşılaştığında daha risksiz bir iletişim gerçekleştirilebilecekken diğer yandan nefret söylemlerine de platform sağlamakta ve hem bu açıdan yeni negatif içerikli örgütlenmelere olanak sağlamakta hem de nefreti körükleyecek derecede görünür kılmaktadır. Bu aracı kimin ne için kullandığı sorusu geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyaya taşınır.

Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi açıklanmaktadır. Araştırmanın problemi sosyal medyanın yarattığı ortamın kullanıcıları ne yönde etkilediği ve bireylerin kendi cinsel kimlik inşalarını bu ortamda nasıl gerçekleştirdiğidir. Araştırmanın veri toplama tekniği söylem analizine uygun olan pusuya yatma (lurker), katılımsız gözlemin bir çeşididir. Bu bölümde operasyonel tanımlar verilerek son olarak internet üzerinden araştırma yapmaya dair araştırmanın sınırlılıklarından ve bu araştırmaya rehberlik eden literatürden bahsedilmektedir.

Dördüncü bölümde ise sosyal medyanın “bir metin gibi ele alındığı” araştırmalardan faydalanılarak Van Dijk’in eleştirel söylem analizi ile Türkçe Facebook grup sayfaları araştırmada sorunsallaştırılan cinsel kimlik parameterelerinden dişillik, erillik, heteroseksüellik bağlamında kullanılmış ve analizler gerçekleştirilmiştir. Van Dijk’in yöntemi Facebook grup sayfalarına uyarlanmıştır. Araştırmanın amaçlarına uygun şekilde Facebook arama motoru kullanılarak etiketli gönderilere ulaşılmıştır. Toplam yüz on sekiz grup sayfası listelenmiş, aralarından en sık kullanılanlar, güncel olanlar ve kullanıcı, paylaşım sayısına göre sekiz sayfa belirlenmiştir.

İnternet sosyal hayatın bir parçasıdır, ne kadar kendisine has da olsa kopuk bir uzam değil gerçeklikle alakalı hatta onun bir uzantısı olarak bir gerçeklik, sanallık üretir. Bu ilişkiler ağında birbiriyle bağlantılı olarak bireylere yönelik öznelğin bilgi süreçlerini anlamak için sonsuz, her an değişen ve gelişen bir veri deposu sunar. Buradaki metinler enformasyon toplumu içinde bilginin işleme süreçlerini gözler önüne serer. Hem sosyal medyanın kendisi hem daha özelde bireylerin bilgi inşa edişleri bu ortamda kristalize olur. Toplumsal süreçlerde meydana gelen ucu açık, sürekli devam eden bir inşa olan kimlik, sosyal medyaya olan yoğun katılım sayesinde süreçleri izlenebilir hale gelir. Dolayısıyla sosyal medyada toplumsal cinsiyete bağlı olarak bakılan cinsel kimliklerin söylemsel yapılarını ortaya çıkarmak bu araştırmanın asıl amacını oluşturmaktadır. Bir sosyal medya ortamı olan ve dünyada internet siteleri arasında en çok kullanılanlar arasında ikinci, sosyal ağ olması bakımından ilk sırada olan ;Facebook grup sayfalarında ötekilik, heteronormativite temelinde dışıl-eril ve heteroseksüel cinsel kimlik söylemlerine odaklanılmıştır. Bu şekilde söylem analizinin bel kemiğini oluşturan - hegemonik erkeklik gibi- tahakküm biçimleri, toplumsal cinsiyetteki hiyerarşik yapılar analiz edilmiştir. Bu kimliklerin inşa edilmesinde heteroseksist egemen ideoloji tarafından desteklenen, sürdürülen dikotomik inşa sorgulanmaktadır. Bu kadınlar üzerinde erkeklerin tahakkümünü devam ettiren aynı zamanda eşcinsellik veya LGBTQ gibi hareketleri yok saymaya varan bir düşünce şekli olmasından kaynaklı olarak araştırmanın sorun ettiği noktaları oluşturmaktadır. Bununla birlikte bu tür heteroseksist denilebilecek düşüncelerden etkilenerken öznelerin kendilerini nasıl inşa ettiğine ve bu yönde sosyal medya ortamlarını nasıl ürettiklerine bakılmaktadır. Bu nedenle çalışmada heteroseksüellik, dışıl-eril parametreler dışında eşcinsellik olgusuna LGBTQ hareketlerine cinsel kimlikleri daha yerinde anlamak adına yer verilmektedir.

Toplumsal değişimin bilgi akışıyla paralel biçimde hız kazandığı zamanlar yaşanmaktadır. Bir çok şekilde tanımlanan –post modern, geç modern, post endüstriyel, tüketim toplumu, gösteri toplumu, gözetleme toplumu, risk toplumu vb.- toplumlarda zaman-mekan ilişkileri değişmeye başlamıştır. Karmaşıklaşan toplum yapısı içinde bilgiye verilen önem artmakta ancak ters şekilde neyin doğru neyin yanlış olduğunun bu kadar “şeffaflık” içinde bile hiç bu kadar örtülü olmadığı zamanlardan geçilmektedir. Bulanıklaşan sınırlar içerisinde kimlikler daha çok krize girmektedir. Bireyler ise kendi öznelliklerinin farkındadırlar ve bu nedenle araştırmada sadece sosyal medyanın bireye etkisini değil, bireyin kullandıkları ortamlar veya araçlar sayesinde kendi kimlik inşalarını nasıl sunduğuna odaklanmaktadır.

I. BÖLÜM ÖZNE VE KİMLİK TARTIŞMALARI

Bireyin toplumsallık içerisinde anlam kazandığı ve değerli görülmeye başladığı dönemlerden itibaren özne konusu tartışılmaya başlanmıştır. Aynı şekilde kimlik konusu kendi haritalarını kendisi çizmek zorunda kaldığından beri tartışmalı bir konudur. Bu sebeple özne ve kimlik konusu çeşitli düşünürlerin görüşleri doğrultusunda tartışma biçiminde verilmektedir. Kimlik son olarak araştırmanın öne sürdüğü biçimde bir toplumsal inşa olarak ele alınmaktadır. Cinsel kimliğin net bir biçimde ortaya konulması içinse toplumsal cinsiyet tartışmalarına yer verilmekle birlikte gerekli bir analiz aracı olarak ele alınmaktadır. Bunu takip eden ara bölümde cinsel kimlik parametreleri toplumsal cinsiyet içerisinde çerçevelendirilerek sunulmuştur.

I. 1. Özne

Özne kavramı insanın birey olarak değer kazanmaya başladığı aydınlanma döneminden itibaren tartışılan bir konudur. Sosyolojik olarak özne, aktör teriminin yerine kullanılsa da sosyologlar veya daha genel anlamda sosyal bilimciler ‘özne’ kavramını kendi bakış açıları doğrultusunda ele alır. Klasik olarak nesnellik ile karşı karşıya konulan kavram gündelik yaşamımız içinde daima karmaşık, politik, toplumsal ve felsefi –yani parçalı- ilgiler/çıkarlarla kavranır. Etimolojik olarak, özne olma ‘alta yerleşmiş (ya da alta itilmiş) olma’ anlamına gelir. İnsan daima bir şeyin öznesi ya da bir şeye göre öznedir (Mansfield,2005:13).

Modern dönemde pozitivist görüşün sosyal dünyaya bakış açısına göre özne, nesne ile karşı karşıya konulur. Ancak modern dönem eleştirileri kapsamında bu yaklaşıma karşı gelinmiştir. Eleştirel modern anlayış çerçevesinde modern özne iktidar ilişkileri etrafında yaratılandır bu sebeple gerçek değildir. Bu anlamda özellikle Foucault’a göre

özne iktidarın bir söylemidir, iktidar ile karşı karşıya değildir fakat iktidarın bir etkisidir; iktidar tarafından baskılanan veya kontrol edilen değil ancak onun şekillendirdiğidir. Lacan'a göre ise özne dildir, ötekinin söylemidir. Özne kendisini tanımlayamaz daha ziyade kendinden başka bir şey yoluyla tanımlanır. Modern dönemin bileşenlerinden kapitalizmin özne üzerine etkisinden söz eden Althusser'e göre kendi isteklerine yeteneklerine ve arzularına göre gelişmez , daha çok ona ihtiyaç duyan sistem için var olan, çağrıya cevap veren öznedir (Mansfield, 2005:55-72).

Giddens özne benliğinin düşünümsel bir proje olduğunu geçmişin ve geleceğin sürekli sorgulanması üzerine kurulu olduğunu söyler (Giddens, 2012:21). Modernizmin eleştirisini yaparak özne kavramını daha geniş bir bakış açısı ile ele alanlardan biri Fransız sosyolog Alan Touraine'dir.

Alan Touraine, 'The Self Production' adlı kitabında amacını, toplum sosyolojisi yerine aktörler sosyolojisi koymak olduğunu söyler. Bununla eylem-yapı, öznel-nesnel ayırımına karşı çıkmış 'eylemcilik' (actionalism) olarak adlandırılan yaklaşımın temsilcisidir. Eylemcilik, toplumsal aktörü, yapısal ve tarihsel fenomenler dahil olmak üzere, kuramsal ilgi merkezi durumuna getirecektir. Ona göre aktörler sadece toplumsal sistemlerin bileşenleri değil bu sistemlerin asli failleridir (Marshall,2005:228). Öteki ile öznenin ilişkisinin de demokrasi çerçevesinde bir gereklilik olduğunu belirtir.

Özne zayıftır; yalnızca iktidar aygıtlarının egemenliğinde olmakla kalmaz, öte yandan da kendisinin, bilinçdışına dönüşmüş olan büyük bir bölümünden yoksundur. Öyle ki ancak kurtuluşu/özgürleşmesi için mücadele ederek ve arzuyla yasanın çelişkili durumda bulunmayacağı bir iç uzamı genişleterek kendini ifade edebilir. Özne demokrasi ve insan

haklarıyla, özgürlük ve hoşgörüyle, yasanın geri çekilmesi ve dürtülerin “öteki” arzusuna dönüşmesiyle kendisini oluşturur (Touraine, 2012:355).

Öte yandan Touraine'nin deyimiyle bugün bedenler, öz kimliğin taşıyıcısı konuma gelmiştir. Benzer şekilde Pierre Bourdieu'ya göre özneler sosyal yaşamın kurumlarının oluşturduğu, belirlediği, sabitlenmiş varlıklar değildir, süreçleri etkileyen unsurları oluşturanlardır aynı zamanda (Bourdieu:2014a). Bu doğrultuda çalışmada özne, kimlik oluşturan olarak aktif aynı zamanda makro süreçlerden etkilenen hatta onun bir parçası olarak girift biçimde ele alınmaktadır. Özne kavramının birey tarafından tasarlanan, düşünümsel olarak nitelendirilebilecek yanı aynı zamanda kimliğin inşasını tamamlayıcı olarak görülmektedir.

I. 2. Kimlik Tartışmaları

Bugün daha çok özcü anlayışa göre tutarlı ve yaşam boyu az çok aynı kalana ters biçimde kurulan, kurgulanan ve inşa edilen anlamda kullanılan kimlik ilk kez psikodinamik ve sosyolojik olarak 20. Yüzyılda ele alınmıştır. Latince “idem” kelimesinden gelir ve kökeni “aynılığı, bir sürekliliği” olan anlamı içermektedir (Marshall,2005:405). Kavram olarak kısaca, bir kişi ya da topluluğun kendi nitelikleri, konumu ve değeri hakkındaki bilinçli algılaması olarak tanımlanabilir (Şimşek,2002:29). Buna göre kimlik bir şekilde ele alınamaz. Disiplinler arası farklı kullanımı yanında kolektif, bireysel olarak da ayrılır ayrıca modern, geleneksel gibi dönem tanımlamalarında kullanılmaktadır.

Sosyal kimlik, milli kimlik, etnik kimlik, kültürel kimlik, toplumsal cinsiyet kimliği, cinsel kimlik gibi birçok farklı türden ele alınmıştır. Tanımlama, tanımlanma, belirlenme işlevleriyle kimlikler çok katmanlı bir yapı sergiler. Bireyin sadece bir kimliği

bulunmaz bir çok kimlik türüne dahil olabilir. Bu nedenle “kimlik” ifadesinin bütüncül biçimde ya da tek biçimli olarak kullanılması mümkün değildir.

Kimlik konusu farklı disiplinlerin doğası gereği farklı ele alınır, buna göre kimlik tanımı spesifikleşir. Psikolojide daha çok Freud ile birlikte psikoseksüel model içinde anılır. Freud’un çocuk gelişimi konusundaki düşüncelerini geliştiren Erickson gelişim evrelerinin ilk yıllarında bebeğin anne ile ilişkisi dış dünyayla ilişkisini temel güven-güvensizlik konuları ile açıklar. Kimlik duygusu gençlik döneminde eskiden çekirdek durumunda var olan kimlik duygusu ile bu dönemde gelişen ve toplumsal anlam yüklenen kimlik duygusu ile bütünleşir (Taşkıntuna,2012:78). Bu açıdan bu disiplin kimlik konusunda daha çok bireysel kimlikle ilgilenir.

Sosyolojik olarak ise kimliğin genel özelliklerinden biri bütüne bağlı kurulması, ait olma durumu, aidiyet duygusu içermesidir. Toplumsal kimlik bireyin ait olduğu toplumun değerlerine, sanatına, diline, inanç yaklaşımına, gelenek-görenekler ve diğer tüm kurumsal yapıları ile bağlantılı bir aidiyet bilincini belirtir. Birey kendi toplumu ile diğer toplumlar arasındaki benzerlikler, karşıtlıklar ve çatışmaları yüklediği anlamlar etrafınca tanır. Bu toplumsal kimlik vasıtasıyla yaşam pratiklerine ve gündelik hayata katılır (Özdemir,2001:2).

Bir Amerikan sosyoloji ekolü olan sembolik etkileşimcilerin önemli temsilcilerinden Mead hem nesnel hem öznel davranışın önemini vurgulamış ve benliği “ben” (I) ve “bana” (me) olarak psikolojik (ben) ve sosyolojik (bana) bir bileşim olarak ifade etmiştir. Bu görüş kimlik oluşumunda bireyin toplumsal olan geniş yapının içselleştirilmesini içerirken bir yandan da kişilerin yalnız diğerleriyle değil kendisi ile de sembolik etkileşime girdiğini ifade eder (Poloma,1993:223).

Dil ve temsil konularında önemli çalışmaları bulunan Saussure'dan etkilenen Foucault söylem ve söylem oluşumları üzerine kimlik konusunda önemli anlayışlar getirmiştir. Söylem belli bir nesne hakkında konuşma, o nesneyi temsil etme ya da bilme yollarını şekillendirmektedir. Kimliğin hammaddesi söylemler içinde oluşmaktadır sonra bireyler tarafından benimsenmekte ve bu süreçte kimlik duygusunu şekillendirmektedir (Marshall,2005:405). Foucault, bireylerin söylemlerle çok katlı kimlikleri içselleştirdiğini söylemektedir. Burada sınıf, etnik köken, ırk, cinsiyet ve cinsellik gibi yapılar söz konusudur ve bunlar ayrık değil birbirleriyle etkileşim halindedir.

Butler'a göre ise kimlik üzerine bir tartışmanın toplumsal cinsiyet kimliği üzerine bir tartışmadan önce gerçekleşmesi gerektiğini düşünmek yanlış olur; çünkü kişiler ancak toplumsal cinsiyetin anlaşılır standartlarına uygun bir şekilde cinsiyetlendiklerinde idrak edilebilir hale gelirler. Butler için bir "taklit" olan toplumsal cinsiyet (Butler, 2007:23) cinsiyet ve cinsellik kimliği güvenceye alır ancak toplumsal cinsiyet normlarına uymayan, toplumsal cinsiyeti süreksiz olanlar için kişi mefhumu şüpheli bir hal alır. Buna göre kimlik deneyimlerin bir sonucu, performatif bir anlık kurulumdur (Butler, 2012: 66). Butler, cinsel öznellik dişil-eril gibi statik kategoriler yerine akışkan kimliklerden hareketle tartışılması gerektiğini savunarak feministlerin verili olan dikatomik cinsiyet kategorisini kabul etmelerini eleştirmiştir (Butler,2005).

Lacan, kimlikler ve anlamlar sistemi insanın kendisinden değil şahsiyetinden türediğini söyler ve bu sisteme simgesel düzen adını verir. Durağan bir toplumsal düzenin akılcı ve liberal işleyişle birleştirdiğimiz bütün kimlikler, sistemler ve öncelikler, simgesel düzenin mantığını kabul eden bir özneyi gerektirir (Mansfield,2005:66). Kimlikler, bireyler üstüne kurulu olsa da ve kendi üstüne düşünen özne bir unsur olarak belirse de kimlikler, tıpkı sürdürülmesi için gerekli olan toplumsal zemindeki gibi bireylerden de bir yandan

bağımsız olarak kurulur. Yani bir yandan birey aktif iken aynı zamanda toplumsal süreçler iş başındadır. Bu ise kimlik olgusunun toplumsal inşasının anlaşılması ile mümkündür.

I. 3. Kimliğin Toplumsal İnşası

Bireyleri kimlik etrafınca düşündüğümüzde atomik olarak birbirlerinden bağımsız olarak değerlendirmek mümkün değildir. Çünkü hiçbir bireyin kimliği kendi başına, kendiliğinden kurulu değildir. Bu anlayış doğrultusunda kimliğin toplumsal olarak inşasında sosyal inşacılık ve kimliğin kurulumunda gerçekliğin gündelik inşasından söz edilmektedir.

Sosyal inşacılık akımının sosyal psikoloji alanındaki en önemli isimlerinden Kenneth J. Gergen, sosyal inşacı yaklaşımı modernist batılı psikolojinin eleştirisini yaparak anlatır. Bu modernist anlayış bireysel bilgi, nesnel olarak verili Dünya anlayışı ve hakikatin taşıyıcısı olarak dil konularından oluşur. Gergen bireysel bilginin merkezileştirildiğini ve zihnin içsel dünyası ile maddenin dışsal dünyası arasında kesin bir ayırım yapıldığından söz eder. Sosyal inşacı eleştiri ise “Bireysel akla duyulan güven modernist dünya görüşünün en derinine yayılırken bireysel rasyonalite kavramını baştan beri problemlili görmektedir.” (Gergen,2004:2). Kimlik politikalarının gelecekteki değişiminde yeni inşacılık çabalarının önemli rol oynayacağını söyler. Gergen, inşacılığı bir taraftan bilgi, neden ve etkinin sosyal üretiminde merkezlenen diyaloglar, bir diğer taraftan muazzam genişlikteki sosyal pratikler aralığının bu söylemler aracılığıyla üretilme ve sürdürülmesinin sunumu düzleminde ele alır. Sosyal inşacılık, içsel gücü inşa eder ve karşıt görüşleri zayıflatmada söylemsel kaynakları sağlarken kimlik politikalarındaki inanışlara dair yaptığı eleştirilerle ağır hasarlara neden olur (Gergen, 1999:4). Kimlik, bireysel benlikten ilişkisel benliğe geçiş olarak tanımlanmaktadır. Bu

ilişkisellikte dilin önemine vurgu yapılır. Dilin özellikle bilim alanındaki kullanımına yönelik eleştiriler sonrası hakikatin taşıyıcısı olarak dil olgusu yerini sosyal inşacıların ele aldığı dil anlayışına bırakır. Buna göre dil, sadece Wittgensteinci anlamda “insanlar arası alışverişin doğasında olan bir yan üründür ve kişiye ait olamaz” . Geçerli olan dil, cemaat kordinasyonuna temelde ilişkisel olana bağımlıdır (Gergen, 2004:16).

Kimliğin inşa edilmesi gündelik olan içinde gerçekliğin kurulumuyla yakından ilişkilidir. Bu konuda Gergen şöyle söylemektedir,

(...) “Gerçeğe” dair varsayımlarımız –insan işleyişi hakkında şeffaf bir biçimde doğru olduğuna inandıklarımız- cemaatin inşa ettiği şeyin zorunlu bir yan ürünüdür. Bu dile dair bir tek bencillik veya indirgemecilik biçimi önermek demek değildir; “dile ait inanışlarımız dışında başka bir şey yoktur” demek de değildir. Dışarıda her ne varsa, dilsel pratiklerimizle ilgisiz şekilde sadece vardır. Ama var olanı bir kere tarif etmeye ve açıklamaya başladığımızda kaçınılmaz bir şekilde, paylaşılan bir anlaşılabilirlik ön yapısı üzerinden ilerlemeye başlarız (Gergen,2004b:10).

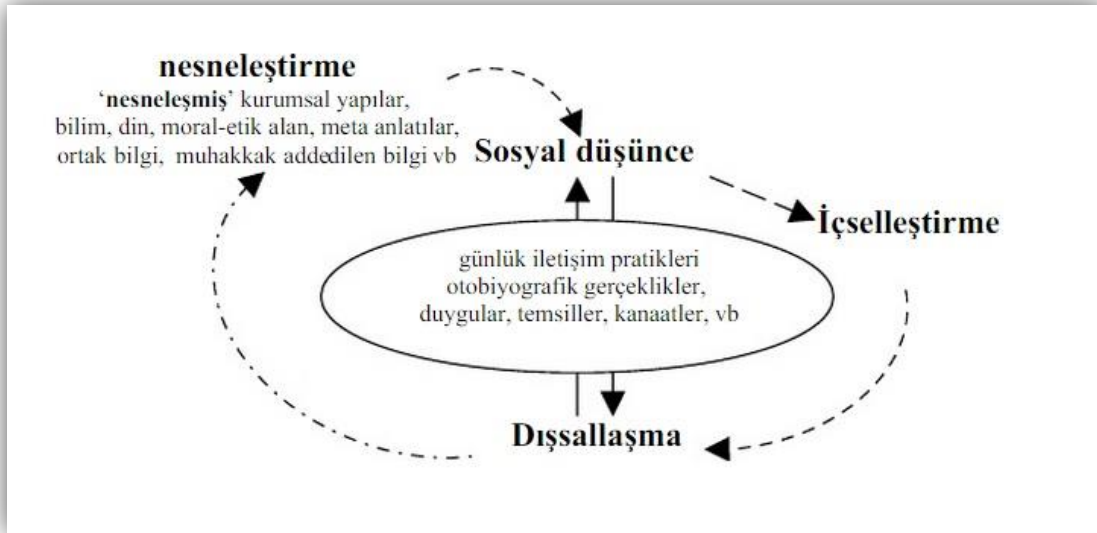
Gerçekliğin dil üzerinden nasıl ilişkisel bir düzlemde olduğunu anlatan bu düşüncelere bağlı olarak sosyal eleştirel teorisyenler, sınıf engelleri, homofobi, cam tavan, pornografinin tecavüz üzerindeki etkisini bir insan olarak bizim yorumlama eğilimlerimizin bağımsız doğası ile açıklarken sosyal inşacılar için bu tür iddialar, sosyal süreçlerin doğal sonuçlarının birer yansıması değildir. Bu tarz tanımlamalar (homofobi cam tavan vs.) tarihsel ve kültürel olarak ve sonsuz alternatifler olarak olanaklı ve güvenilir biçimde her ikisi de öteki toplumsal konumlar baz alınarak konumlandırılmıştır (Gergen,1999:5). Yani ilişkisel biçimdeki tüm kimliksel tanımlamalar diğerleri ile içinde bulunulan cemaatin birer sonucudur.

İlişkilerin gerçekleştiği yer olarak ise gündelik hayat ve bu alanın gerçekliğinin nasıl kurulduğu kimlik konusunda daha açıklayıcı olmaktadır. Daha çok Peter ve Berger ve Thomas Luckmann tarafından sosyoloji içinde akımlaşan sosyal inşacılık bilgi sosyolojisi

içinde ele alınmaktadır. Onlara göre “bilgi sosyolojisi ise bizatihi, gerçekliğin sosyal inşası ile ilgilenmelidir” ve bu bilgi sosyolojisinin merkezi odağı fikirlerden ziyade bilgisi olmalıdır (Berger ve Luckmann,2008:23). Bu ortakduyu insanların kendi gündelik gerçeklik olarak gördükleri, bildikleri ile ilgilenmek durumundadır.

Gündelik hayatın inşasında Berger ve Luckmann inşa sürecinin üç önemli ayağı olduğunu söylerler bunlar: dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme süreçleridir. Söz konusu olan diyalektik biçimde kesintisiz olarak kavranılan bir süreçtir (Berger ve Luckmann, 2008:189). Gerçekliğin bu tarzda inşa edilişi bir döngüsellik arz eder. Dışsallaştırma sürecine bağlı olarak “toplum bireyin ürünü”dür; nesneleşme sürecine bağlı olarak “toplum kendine özgü bir gerçeklik”tir ve içselleştirme sürecine bağlı olarak “birey toplumun ürünü”dür (Paker,2004:17).

Şekil 1: Dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme diyalektik şeması.



Nesnel /Objektif gerçeklik olarak toplum kurumlaşma faaliyetleri üzerinden işler. İnsan olmağın içinde yoğrulduğu spesifik çevre sosyo-kültürel oluşumlar

tarafından belirlenir ve bu oluşumların sayısız varyasyonlarına göre değişir. İnsanın bir doğası olduğuna dair görüşler sosyal inşacılıkta daha çok insanın kendi doğasını inşa ettiği veya daha açık olarak insanın kendi ürettiği bir olgu olarak benimsenir (Berger ve Luckmann,2008:75). İnsan organizmasının çevresiyle girdiği ilişki içinde benliği şekillenir. Berger ve Luckmann benlik için gerekli genetik ön varsayımların doğumda verili olduğunu kabul etseler de şu şekilde devam ederler.

Benlik, nesnel ve öznel olarak ayırt edilebilir bir kimlik şeklinde daha sonra tecrübe edildiği için bu şekilde (doğumda başlayan önvarsayım olarak) verili değildir. Organizmanın tamamlanmasını belirleyen aynı sosyal süreçler, kendine has, yani kültürel anlamda görece bir biçimde benliği üretir. Sosyal bir ürün olarak benliğin yapısı, bireyin kendini kendi olarak (örneğin, bu kimliğin söz konusu kültürde tanımlandığı ve biçimlendiği belirli tarz içinde ‘bir erkek’ olarak) teşhis ettiği tikel bir işlemle sınırlı olmakla kalmaz; benlik, bu tikel işlemlere bir eklenti (örneğin ‘erkekçe’ duygular, davranışlar hatta bedensel tepkiler) olarak katkıda bulunan kapsamlı bir psikolojik donanımla da sınırlıdır (Berger ve Luckmann, 2008:76).

Kimlik konusu bu şekilde ancak sosyal bağlamda biçimlendiği şekliyle anlaşılabilir hale gelir. Bu yer ise kurumsallaşmadaki bilginin oynadığı role işaret eder. Berger ve Luckmann bilginin “kurumlaşmış davranışın motive edici dinamiklerini teşkil ettiğini, kurumlar bağlamında oynanacak rolleri tanımlayıp inşa ettiğini” savlarlar. Bu bilgi, bilgi olarak yani gerçeklik olarak sosyal anlamda doğrular gövdesi olarak nesnelleşmiş bilgidir. Sosyalizasyon sırasında öğrenilen bu gerçeklik bilgisi sosyal dünyanın nesnelleşmiş yapılarının bireysel bilinçte içselleştirilmesine aracılık eden bilgidir ve dil ile dile dayanan bilişsel aygıt aracılığıyla meydana gelir (Berger ve Luckmann, 2008: 98-9).

Sosyal inşacı kuramda kimlik bu açıdan “bir sembolik evren konteksine yerleştirildiğinde nihai olarak meşrulaştırılmış olur” (Berger ve Luckmann,2008:146). Meşrulaştırmanın işlevi kurumlaşmış birinci dereceden nesnelleşmeleri nesnel anlamda

erişilebilir, öznel anlamda da makul hale getirmektir (Berger ve Luckmann,2008:135). Böylece kendi devamını sağlayan, sosyal olarak inşa edilmiş evrenin gerçekliği meşrulaştırma sayesinde muhafaza edilir.

İçselleştirme ise toplumun bir üyesi olarak doğan insanın toplumsal diyalektiğe katıldığı an itibariyle başlayan zamansal ardışıklığının başlangıç noktasını oluşturur. Öteki ile girişilen ilişkide “O’nun” öznel süreci ile “Benim” öznel sürecim anlam arasında bir uygunluk bulunmasa bile, bu iki öznel sürecin uygunluk açısından göstergeleşmeyi ön gerektirir. İçselleştirme, bireyin “kendi hem cinsini anlamasında ve ikinci olarak bu dünyanın anlamlı ve sosyal bir gerçeklik olarak kavranmasında temeldir” (Berger ve Luckmann, 2008: 190). Öteki ile girişilen ilişkide “kendini özdeşleştirme” içselleştirmeyi sağlarken bir yandan da kendini tanımaya ve öznel bakımdan tutarlı ve makul bir kimlik edinir tanınma, kendini tanıma olarak ifade edilen kimlik açısından öznel kimlik ile nesnel kimlik arasında diyalektik bir ilişki vardır (Berger ve Luckmann, 2008: 193). Birey kendisini, toplumun hem içindeki hem dışındaki bir varlık olarak kavrar. Böylece nesnel ve öznel gerçeklik arasındaki ilişkinin asla durağan, bir kere olup bitmiş bir şey olmadığı, daima üretilmesi ve yeniden-üretilmesi gereken bir şey olduğu görülür (Berger ve Luckmann, 2008:196).

Sonuç olarak sosyal inşacı anlayışta kimlik teorileri daima daha geniş bir gerçeklik yorumunun içine gömülüdür; bunlar, sembolik evrenin ve onun teorik meşrulaştırmalarının ‘bir parçası olarak inşa edilirler’ ve bu meşrulaştırmalarının karakterine göre değişiklikler arz ederler (Berger ve Luckmann, 2008: 251). Kimliğin oluşumu sosyal süreçlerin bir etkisidir bu süreçler ise yapının bir etkisi olarak ortaya çıkar. Kimlik az çok somutlaşmaya başladığında yine sosyal ilişkiler tarafından idame ettirilir, değiştirilir ve biçimlendirilir. Aynı zamanda insan diyalektik içinde gerçekliği içinde

bulunduğu toplumdan etkilenip üreterek kendisini de üretmiş olur. Bu süreç bir devamlılık arz eder; kendi kimliğini üretme sonu olmayan ontolojik bir süreçtir.

I. 3.1. Toplumsal Cinsiyet ve Cinsel Kimlik İnşası Parametreleri

Cinsel kimlik egemen kültür kodlarından ciddi sapmalar ifade ettiği durumlarda bile parçası oldukları toplumun genel söylemlerinden etkilenmektedirler (Kandiyoti 2012: 291). Cinsel kimlik basitçe kendi başına var olan bir kategorilendirme aracı olarak ele alınamaz. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde cinsel kimlik, cinsellik, toplumsal cinsiyet kavramları ile birlikte çerçeveslendirilmektedir ve feminist teori bazında toplumsal cinsiyet kavramı ile ilgili tartışmalar, cinsel kimliğin ‘yapılandırılmış’lığına yani toplumsal olanla bağına vurgu yapılmaktadır.

Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet arasındaki ayırım feministlerin ilk dönem kullanımı olarak “biyoloji kaderdir” anlayışına meydan okunması için geliştirilmiş ve bu yönde kadınların biyolojik olarak üreme gibi işlevlerle erkeklerden farklılıkları olduğunu ancak sahip olabileceği fırsatlar ve yapabilecekleri anlamında bir farklılıkları olmadığını ifade edebilmek konusuna hizmet etmiştir (Young,2009:40). Cinsiyet bu açıdan biyolojik cinsiyet ve toplumsal cinsiyet olarak ayrılır. Cinsiyet biyolojik olan ve fiziksel varoluşun göstergesi olarak bedene atıfta bulunurken toplumsal cinsiyet, cinsiyetin toplumsal olarak yapılandırılmasını belirtir.

Cinsiyet (gender), Simone De Beavoir’un yaklaşımına göre cinsellik tarafından yapılandırılan kültürel bir kimliğin karşılığıdır bu şekilde toplumsal cinsiyeti yapılandıran, işaret eden ve gösteren bir kavram oluverir (Taburoğlu,2013:9). J.W. Scott’a göre “Toplumsal cinsiyet erkeklerin ve kadınların öznel kimliklerinin sadece toplumsal kökenlerini belirgin kılmanın bir yoludur. Bu tanımlamada toplumsal cinsiyet, cinsiyeti

olan bir bedene zorla kabul ettirilmiş bir toplumsal kategoridir.” (Scott,2007:28). Cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasında bir fark görmeyen Butler için ise toplumsal cinsiyetin yalnızca verili bir cinsiyetin üzerine kültürün anlam işlemesi olarak anlaşılması gerektiğini aynı zamanda, cinsiyetleri tesis eden üretim mekanizmasının da ta kendisini belirtmesi gerektiğini ifade eder (Butler, 2005:52). Bunun ötesinde cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasında aslında bir ayrım gözetilemez çünkü cinsiyet de toplumsal cinsiyet de kurgudan ibarettir ve iktidarın meşrulaştırma temel araçlarındandır. Cinsiyeti belirleyen bir öz yoktur. Cinsiyeti oluşturan her hangi bir şeyden bahsedilecekse bu edimler ve performanstır. “Toplumsal cinsiyet, önsel bir öznenin ifa etmeyi seçtiği bir temsil değildir; toplumsal cinsiyet, ifade eder görüldüğü özneyi bir etki olarak oluşturması anlamında ifaya ve temsile dayalıdır, yani performatiftir” (Butler,1999: 52,2007: 31-2).

Bu sava benzer biçimde Gülnur Acar-Savran “Beden Emek Tarih” adlı kitabında toplumsal cinsiyet kavramının kendisinden ve feminist teorideki kullanımına ilişkin saptamalarda bulunur. Erkekler ile kadınların doğal farklılıklarının toplumsal cinsiyet ile kategorik farklılıklara dönüştürüldüğünü böylece doğal benzerliklerin bastırılıp kendi içinde bütünlüklü ve dışlayıcı iki karşıt kategori oluşturulduğunu söylemektedir. Biyolojizme karşı tasarlanan cinsiyet-toplumsal cinsiyet ikiliğinin hem toplumsal cinsiyetin dayattığı kimlik ve davranış farklılıklarının hem de üremeye dayalı heteroseksist bir cinsellik anlayışının mutlaklaştırılmaktan öte kolay hale getirildiğini vurgulamıştır (Savran, 2009:235-8). Bu şekilde eleştirilen toplumsal cinsiyet kavramı bir yandan kendi ürettiği kavramlar olmaksızın tartışılmaz hale gelir. Yani toplumsal cinsiyetin belirttiği bir kadın özne yoksa toplumsal bir hareket olarak feminizmin özgül anlamı ortadan kalkar (Young,2009:42). Bunun için toplumsal cinsiyet kavramsallaştırması gereklidir ancak bir yandan Butler’ın da aslında kastettiği üzere ikili kategorikleştirme olarak eril-dişil ayrımı

yapılması ve bu ikili ayrımın normalleştirilip bu kategori dışında kalanların ‘anormal’ olarak yaftalanarak dışlanması (abject) konusunun irdelenmesi gerekmektedir. Bu konu daha detaylı olarak bir sonraki bölümde heteronormativite ile ele alınmaktadır.

Toplumsal cinsiyet ve buna bağlı olarak cinsel kimliğin nasıl yapılandırıldığı ve bu süreçte öznenin etkinliğinin kimliğin inşasında nasıl konumlandığı önemlidir. Toplumsal cinsiyetin inşa edilebilir olduğunu söylemek kolay biçimde yerle bir edilebilir ya da öznenin eylemleri, performansları ile çabucak değişebilir olduğu anlamına gelmez. İnşa sürecinde toplumsal yapılar yani makro ile mikro olan öznenin birbirlerine bağlı bir biçimde kimliği inşa ettiği söylenebilir. Yapılanma süreci ve sürdürülme üzerinde norm etkisine bakılması gerekir.

Norm kültür açısından arzu edilir ve uygun olan davranışları akla getiren ortak davranış beklentisidir, buyurgan olma özellikleri olmakla birlikte normların resmi statüsü yoktur (Marshall,2005:533). Connell’a göre normatif olanın öncelikle yaygın olan ile harmanlamak yerine ayırmak sorunlara yol açar; normatif olanı, normalliğin bir tanımı olarak değil, toplumsal iktidarı elinde tutanların kabul etmeyi arzuladıkları bir şeyin tanımı olarak görmek gerekir (Connell,199:83). İktidar çözümlemesini cinsiyet analizine ekleyen bu görüşlerde normatiflik üzerinde iktidarın etkinliği görülür.

Normlar kurallardan ve yasalardan farklı olarak, toplumsal pratikler içinde normalleştirilmenin örtük standardı olarak işler. Toplumsal cinsiyet düzenlemelerinden bahseden Butler, Foucault’nun bu konudaki iki önemli uyarısını hatırlatır. Bunlardan ilki düzenleyici iktidarın özneye etki etmekte kalmayıp onu şekillendirdiği, diğeri ise bir düzenlenmeye tabi olmanın öznelleştirme anlamına geldiğidir (Butler,2009:74). İktidarın

Psişik Yaşamı'nda Butler, Foucault'dan farklı olarak iktidarın öznenen önce var olduğu iddiasına yönelik olarak ise şöyle söyler, (Butler,2005:20-1).

İktidar yalnızca özne üzerinde faaliyette bulunmakla (act on) kalmaz, geçişli anlamda, öznenin varlığı konusunda hüküm verir (enact). Bir koşul olarak iktidar öznenen önce gelir. Ancak, iktidar, özne tarafından kullanıldığında öncelliğini yitirir(...) İktidar özne oluşumundan önce tam ve eksiz olmadığı için, iktidarın özneye öncel görüntüsü, özne üzerinde eylemde bulunmasıyla görünmez olur ve özne iktidarın ufkundaki bu geçici tersine çevrilme yoluyla devreye girer (ve türetilir). Öznenin failliği olarak iktidar, o anki zamansal boyutu ele geçirir.

İktidarın neden ve nasıl görünmez olduğunu belirten bu düşüncelerinde bir yandan da özne ile iktidarın var olma koşullarını birbirlerine bağlantılı şekilde açıklar. İktidarın düzenleme mekanizması olarak işlemesi norm ile olan bağı üzerinde görülür. Normların, normalleştirici ilke işlevi gördüğü zamanlarda genellikle örtük biçimliliğinden söz eden Butler bu normların okunması için yarattıkları etkilerin incelenmesini söyler. Toplumsal cinsiyetin de bir norm olarak işlev gördüğünden şu şekilde söz eder (Butler,2009:75).

Toplumsal cinsiyetin bir norm olması onun her zaman ve sadece her hangi bir toplumsal fail tarafından bedenlendiğini gösterir(...)Norm anlaşılabilirliğe hükmeder, belli başlı bazı pratiklerin ve eylemlerin ayırt edilip tanımlanabilmesine izin verir. Böylelikle toplumsal olana okunabilir hatlar dayatır ve toplumsal alanda neyin görünür olacağını ve neyin görünmeyeceğinin parametrelerini tanımlar. Norm dışı olmanın ne anlama geldiği de başlı başına bir paradokstur. Erkeksi olmamak ya da kadınsı olmamak, yine yalnızca ve özellikle kişinin “erkeksi” ve “kadınsı” olanla ilişkisi üzerinden anlaşılacaktır.

Normalleştirme aygıtına dönüşen toplumsal cinsiyet ve onun düzenlenme biçimleri, iktidar ile olan ilişkisi bu sebeple önemlidir. Eril olan dışıl olan ayrımının yani toplumsal cinsiyetin normalleştiricilerinin de yapı sökümlü yapılarak bu tür kavramların, dışlayıcı cinsiyet kategorilerini nasıl devre dışı bırakılabileceğini ise toplumsal cinsiyetin bir taklit olarak tekrara dayanması ile drag performans örneği ile gösterir.

Butler'ın söz ettiği toplumsal cinsiyetin fail tarafından bedenlenmesi, kimlik konusunda bireysel olan performansın ve dolayısıyla bireysel kimliği ön plana çıkarırır. Bu konuda ise Moi'nin "yaşanan beden" kavramı daha net bir açılım sağlayabilir. Merkeze özneyi alan bu açıklamada, her insanı farklılıklar ve benzeşimleriyle bir beden olarak ele alan Young'a göre, toplumsal cinsiyet, ırk, etnik köken gibi kategorilerin bireysel kimlikleri oluşturmak için bir araya getirilen genel grup kimlikleri olarak kurumsallaştırılmadıklarını söyler. Onun için, toplumsal yapılar bireyleri emek ve üretim, iktidar ve tabi oluş, arzu ve cinsellik, prestij ve statüyle bağlantılı olarak konumlandırır (Young,2009). Bourdieu'nun habitus kavramının etkisiyle söylendiği anlaşılan bu düşünceler yine bu fikre paralel biçimde kast,sınıf,ırk,yaş,etnik köken ve toplumsal cinsiyetle tanımlanan toplumsal grupların, öznel kimliklerden çok yapısal eşitsizlik eksenlerini adlandırdıklarını söyler. "Yapısal bir açıklama fırsat eşitsizliğini, ezmeyi, tahakkümü anlamının bir yolunu sunar. Bu açıklama bireysel fail aramaz; çoğu eyleyenin eşitsizliğin, ezmenin ve tahakkümün üretimiyle az çok suç ortağı olduğunu düşünür." (Young,2009:49). Sonuç olarak Young feminist odaklı açıklamalarda , yapıların konuya dahil edilmesi gerektiğini ancak öznenin yaşayan beden olgusunun da ele alınması gerektiğini söyler.

Bir norm olarak toplumsal cinsiyet, gündelik hayat içinde gözlemlenebildiği gibi cinsel kimliklerin inşasında göz önünde tutulması gereklidir. Bu düzenlenmelerde iktidar ve daha özelde dil konusunda tarihsel olarak konumlandırılan öznenin kimlik şekillenmesi daha net görülür. Ewald, normun kısıtlamaları bir mekanizmaya dönüştürdüğünden ve Foucaultcu anlamda hukuki iktidarın olumsuz kısıtlamalarını daha olumlu normalleştirmelere dönüştürdüğünden söz eder; böylelikle norm dönüştürücü bir eylemi gerçekler (Butler,2009:83).

Toplumsal cinsiyetin buraya kadar tartışılan ikili kategorikleştirme aracı olarak işlev görmesi, bir norm olarak Young'ın da dediği gibi sonuçlarına bakmayı gerektirir. Heteronormativite tam bu konuda ele alınması gereklidir. Bundan önce ise cinsel kimliklerin inşasında dayanaklar : dil, söylem ve performatiflik ele alınmalıdır.

Buraya kadar bakıldığında cinsel kimliklerin inşası sürecinde heteronormativitenin buna bağlı olarak ötekilik ve ötekileştirmenin nasıl uygulanıma sokulduğunun anlaşılması için dil ve performatiflik ilişkisine bakılmaktadır. Butler' a göre cinsel kimliklerin asli (özcü anlamda) bir dayanaklarının yoktur (Butler,2007). Bu anlamda sadece sonuçlar üzerinde öznenin kendisini tanımlaması yani öznellikleri, kendisi haricindekiler tarafından tanımlanması dilsel bir anlamla ifade olunması söz konusudur. Dil ve söylemde aranabilen, takip edilebilen cinsel kimlikler, cinsellik üzerinden ve arzu üzerinden incelenmelidir.

Lacana göre dil, öznenin zihninin “içindeki” düşünceleri ifade etmek için kullandığı ve kullanma özgürlüğüne sahip olduğu bir araç değil, tersine öznenin kuruluşunda temel bir rol oynayan dışsal bir güçtür. Bu yaklaşıma göre, ailesel ilişkiler ve cinsel konumlar, dünyaya geldiğimiz andan itibaren bize konuşuluyor, adlandırılıyor ve çağrılıyor olmamıza yani doğduğumuz andan itibaren dile maruz kalmamız olgusuna bağlanmalıdır. (Yeğenoğlu ve Mutman,1992:43-57). Lacancılara göre çocuğun simgesel düzene girmesinde rol oynayan dil aracılığıyla öznenin toplumsal cinsiyeti inşa edilir. Fakat, toplumsal etkileşim kurallarının empoze edilişi istikrarlı gibi farzedilen bir toplumsal cinsiyete içkindir ve her zaman fallus merkezlidir. Oysa toplumsal cinsiyet istikrarsızdır, bu nedenle “anlam sistemleri olarak öznel kimlikler, farklılaşma ve ayrışma süreçleridir; tutarlılık ve ortak anlayışı garanti altına almak için belirsizliklerin ve zıt

unsurların bastırılması gerekir” (Scott,2007:27-8). Bu sebeple dildeki cinsel kimlik tanımlamalarında tutarlıklar kadar, çatışmaya giren, zıt unsurlar da değerlendirilmelidir.

I.3.1.1. Öteki Kavramı ve Heteronormativite

Cinsel kimliğin ötekileştirme mekanizmaları, homofobi ve bu olgunun yarattığı sonuçlar ve aynı zamanda heteronormativite içinde eril-dişilin birbirlerine göre kimliksel konumlanmalarının yani cinsiyet hiyerarşisinin bir grup olarak ele alınan kadınlar üzerindeki tahakkümün sorgulanmasını gerektirir. Öteki kavramı, hem heteroseksüelliğin bir dayanak noktası olarak kendine bir orijin belirleyip cinsel kimliklerde dışlamalara yol açmakta hem de belirlediği orijin içinde toplumsal cinsiyetleri asimetric olarak konumlandırmaktadır.

“Öteki”, kimlik kurulumunda temel ilkelere olumsuz ilke olarak geçer. Kristevaya göre “biz”i oluşturan, bir arada tutan “yabancı”yı uzakta tutmaktır. Ancak öteki ile yan yana yaşama veya herhangi bir temas halinde ne olur? Bu durumda Kristeva ötekiyi belirleyen “öteki” olma olasılığını dile getirir. Bunun yarattığı düzlem sadece ötekinin basitçe bir kabulü değil bunun yanı sıra empati kurarak ötekinin yerine kendini koyma ki bu da insanın kendi için kendini tahayyül edip yaratması anlamına gelir. (Morley ve Robins,1997:48). Irwin C. Schick, kimliğin “öteki”nin benliğin onaylanmadığı ve böylece paradoksal biçimde benliği yansıtan niteliklerin cisimleştiği bir anti-tez olarak belirleyici rol oynadığını, bir diyalektik içinde inşa edildiğini ifade eder (Schick, 2000:11).

Kimlikler etkin biçimde toplumsallaşma sürecinde veya oynanan rollerin sağladığı malzemelerle yapıların etkisiyle kurulur bir yandan da öznenin kendisini yaratma süreci devrededir. Cinsellik gibi modern dönemde sorgulanmaya başlanan toplumsal

cinsiyet ayrımı bir bakıma modern dönemdeki özne konusuyla “öteki”yi ele almayı gerektirir.

Özellikle modern dönem içinde kimlik demek belirleme ve sınır çizmenin ilkesi olarak dışarıda mutlaka “kendisinden olmayanı” bırakır. Seyla Benhabib, “öteki”nin romantikleştirilmesini eleştirir ve 16. 17. yüzyıllardan beri modernite projesinin evrensel bir proje olduğunu; bu süreçte tek biçimli ve monolitik “ötekiler”in bulunmadığını dile getirir. Ötekilikle şiddet içermeyen bir ilişkiye duyulan özleminden bahseder (Benhabib, 2008: 135-7). Çünkü öteki ile olan ilişki her zaman şiddet içerir.

Kapitalist üretimin devamı için önemli bir yerde duran ailenin üretimi heteroseksist bir düzenin işaretidir. Bu düzende “öteki” kadın-erkek dışında kalan herkestir. Ancak heteroseksizm ikili kategorileştirmenin ideolojik olanını dilde temsil ederken heteronormativite bu dikatomik bölünmeyi normlara, toplumsal kural ve düzenlemelere bağlı olarak temsil eder.

Bir normatif düzen kurmakta merkezi rol oynayan heteronormativite her zaman doğal olan olarak gösterilir. Doğa-kültür ikileminde bedenin doğasına uygun olarak yapılan kategorileştirmenin özüne inilmesinde bu kavramsallaştırmaların ne zaman kullanılmaya başlandığı sorusu sorulmalıdır. Bunu sorunsallaştıranlardan en önemli isimlerden biri Foucault’dur. Michel Foucault “Cinselliğin Tarihi” kitabında cinsellik, heteroseksüellik, eşcinsellik gibi kavramların kullanımını, cinselliğin 19. Yüzyılda baskılama mekanizmalarıyla 20. Yüzyılda ise baskının hafiflemesiyle ele alır. Önemli noktalardan birisi modern sanayi toplumunun cinsellik açısından artan baskın bir dönem başlattığı varsayımını bir tarafa bırakmaktır. Çünkü ona göre toplumun cinsellik ve beden üzerine uyguladığı iktidar türü önemli olandır ve bu iktidar cinselliği dışlamaz aksine,

tuhaf cinselliklerin çoğaltılması yoluna başvurur, kişileri tikelleştirme kipi olarak bedenlere dahil eder. Cinsel uyumsuzluğu üretir ve sabitler (Foucault,2007:20-44). Cinselliğin kültürün bir parçası olması ise Freud ile birlikte gerçekleşmiştir. Bundan sonraki dönemlerde cinsel farklılığın ve kimliğin alternatif algılama biçimlerinin yolunun açıldığı söylenebilir (Berktaş,2009:65). Sorunsallaştırılan ve gözle görünür hale getirilen cinsellik Freud tarafından da normatif gelişim olarak ele alınmıştır. Burada eşcinselliğin tarihin her döneminde görülen bir kimlik olduğu bilinmesine rağmen neden erkek-kadın ayrımının özellikle iktidar tarafından yapılandırıldığı, ailenin sürekli üretiminin sağlanmaya çalışılmasından ileri geldiğini göstermektedir. Bir dışlama kriteri olarak heteronormativite ötekileştirmeyi kadın-erkek arasında kalanların toplumsal kenara itilmesiyle yurttaşlık haklarına saldırıya varan şiddetlilikle gösterir. Diğer yandan cinsellik noktasında düğümlenen kimlikler arasında dışilin kimliği de heteronormativitenin asimetric yapılanmasıyla kadınları da erkeklerden daha aşağı bir konuma itmektir.

I.3.1.2. Dışillik ve Erillik

Toplumsal cinsiyet tanımlaması roller anlamında bakıldığında kadınlar ve erkekleri birer grup olarak ayırır. En fazla yapılan bölünme işbölümünde ortaya çıkar. Bu konu özel ve kamusal alan ayrımı ve modern sanayi toplumunun tarihsel gelişimiyle tartışılır. Ancak cinsel kimlik inşalarının bu çalışma içindeki bağlamsal anlamı tüm kimlik çeşitlerinin toplumsal cinsiyetin normatif yapısı, iktidar hiyerarşisi aynı zamanda ırk, sınıf gibi olgularla ele alınmaktadır. Bunun nedeni kimliklerin birbirlerinden hiç ilgileri yokmuşçasına ayrılarak kullanılmasının öznenin toplumsal konumunu bulanıklaştırmasıdır.

Dışil ve eril kavramları bugün cinsiyet çalışmalarında kadınlar-erkekler kategorisinden türeyen ancak toplumsal cinsiyet ekseninde düşünülerek anlam bulmuş

ifadelerdir. İçinde kadınsılık (feminenlik), erkeksilik (maskülenlik) gibi bir dizi kavramla ifade olunur.

Dişil ve eril gibi tanımlamalar elbette ki feminist çalışmaların literatüre katkılarıdır. Ancak erkeksiliğin 1970'lere kadar çok da tartışıldığı görülmemiştir. Bu tarihten sonraki dönemde feministlerin ataerkillik probleminin aslında bir erkeklik problemi olduğunu savunması etkili olmuştur (Marshall, 2005:206). "Ataerkil nüvenin birleşimini ve kadınların tümünden tabi kılınmalarını 'onaylayan' ideoloji, erkekler arasında toplumsal cinsiyet tabanlı bir hiyerarşinin yaratılmasını gerektirir." (Connell,1999:154). Bu toplumsal cinsiyet yapılanmasının erkeklerden kaynaklı olarak tek yönü yoktur. Kendilerinden tamamen farklı gördükleri kadınlara yönelik ve eşcinsel erkeklere yönelik olarak en başta iki tür tahakkümden söz edilebilir.

Bunlardan ilki toplumsal cinsiyet eril ve dişil kavramlarının üretildiği ve doğallaştırıldığı mekanizma olmasıdır. Toplumsal cinsiyetin varsaydığı hormonal, kromozomal, ruhsal ve performatif ara formlarla birlikte üretilip normalleştirilir. Eril ve dişil toplumsal olarak bir matris gibi konumlandırılarak kullanıma sokulur (Butler,2009:75). Evrenselleştirilen erkek kategorisinin karşısında tabi olan kadın kategorisi durur. Ancak biyolojik olandan kopuşla ifade olunan toplumsal cinsiyet tanımlaması sorunlar içerir. Butler'ın söylediği gibi cinsiyetin herhangi bir özünün olmaması kimlik inşasında erkeklerin kadınlar, kadınların ise erkekler üzerinden "olmayan" olarak tanımlanmasıyla mümkün hale gelmiştir. Yani toplumsal cinsiyette toplumsal olarak kimliği ifade ettiğimizde dışlayıcı ötekileştirme mekanizması hareket etmektedir.

Kimliğin tanımlanmasında kişisel kimlik, bireyin ne olduğu kadar ne olmadığını da içermektedir. Kız çocukları, mevcut kadın rol modellerini doğrudan modellerken erkek çocukları öncelikle kadın olmamayı öğrenerek kimliği oluşturmaktadır (Göregenli, 2011:357). Bu, erkeklerin sürekli kendilerini olumlayarak ve kendi ötekisini olumsuzlayarak kimliğini oluşturduğunu ve bunu tekrarlardan kurulu olarak gerçekleştirdiği sonucunu doğurur. Kadınlar ve erkeklerin birbirlerinden farklı olduğunu söylemek ise bireylerin birbirlerinden farklı olduğunu söylemek ile aynı şey değildir.

Kadın ve erkek arasındaki farklılık terimi toplumsal ilişkilerde anlam kazanır. “Heteroseksüel bir çiftin üyeleri, yalnızca birbirlerinden farklı olmakla kalmazlar, özel bir biçimde “eşit olmayan”lardır. Heteroseksüel bir kadın, heteroseksüel bir erkekten farklı biçimde bir nesne olarak cinselleştirilir.” Connell, bu durumun basit bir şekilde piyasanın özellikle moda endüstrisinin kadınlar üzerindeki ürünlerine bakılarak görülebileceğini söyler (Connell,1999:158).

İkinci olarak erkekler tarafından kendi kimliklerini olumlama, bu kimliği sürdürme açısından uyguladıkları tahakküm erkeklere yönelik olmalıdır. Bu tahakküm toplumsal cinsiyet düzenlenme hiyerarşisinde üç ögeyi içerir: Hegemonik erkeklik, tutucu erkeklikler ve tabi kılınmış erkeklikler (Connell,1999:154). Hegemonik erkeklik Gramsci'den alıntıyla rızaya dayalı olarak tanımlanabilecek tahakkümü eril kimliği kontrol altına alma, sınırlarını belirleme gibi konularda uygulanır. Sınırlar ise olumsuz bir erkeklik sembolü olarak eşcinsel erkeklerdir.

I.3.1.3. Eşcinsellik

Eşcinsellik daha önceden de belirtildiği gibi 19. Yüzyıl ila 20. Yüzyılda Batı kaynakları olarak tanımlanmaya başlamıştır. Eşcinsellik genel ifadeyle kadın veya erkek olmayan olarak literatürde geçmektedir. Eşcinsel denildiğinde akla daha çok “eşcinsel erkekler”in gelmesi bile dişil olanın görünmezliği ile eleştirilir. Eşcinsel en genel anlamında kendi cinsinden olanı sevme olarak kullanılır. Bu doğrultuda cinsel kimlikler açısından eşcinseller bugün LGBTQ olarak da kısaltılan, lezbiyenler, gayler, biseksüeller, transeksüeller ve queerleri kapsar. Son dönemde interseks ve queer kelimeleri de bu diziye katılmış şekilde daha sonrasında kullanılmaktadır.

Yakın geçmişe kadar hastalıklar arasında anılan ve tedavi edilebilir bir sapkınlık olarak görülen eşcinsellik, 1973 yılında American Psychiatric Association’ın “Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayısal El Kitabı”ndan çıkarılmıştır. Bu olayda eşcinsellerin 1969 yılında türlü aşağılanmalara, şiddete, polis baskılarına dayanamayarak dönemin de etkisiyle harekete geçmeleri ve ilk “Gay Pride” yani onur yürüyüşünü gerçekleştirmiş olmaları ve sonraki dönemlerde bir araya gelerek baskılara karşı direnişe geçmeleri etkilidir (Bayramoğlu, 2011:390). 1980’lere gelindiğinde AIDS’in Dünya çapında saldığı korkular nedeniyle eşcinsellik tekrar olumsuz biçimde tartışılmaya başlanmıştır. 1993 yılında ise Dünya Sağlık Örgütü “Uluslar arası Hastalıklar Sınıflandırması”nda cinsel yönelimin tek başına bir rahatsızlık veya hastalık olarak kabul edilemeyeceğini belirterek resmen maddeleri arasına almıştır (Cochran ve diğerleri,2014) Böylece eşcinsellik resmi olarak tanınmaya başlanmıştır. Toplumsal gündelik hayatta ise eşcinsellere yönelik baskılar ve şiddet devam etmektedir. Cinsel kimliklerini inşa etme sürecinde erkekler, eşcinselleri hedef alır ve baskılarını şiddetin her türüsünü göstererek

uygularlar. Burada feministlere göre de sorulması gereken soru neden eşcinsellerden bu denli nefret edildiğinin sorulması gerektiğidir.

Toplumsal içinde bir tabu olarak görülen eşcinsellik, tarihsel olarak yasa şeklinde yasaklanmıştır. Bunun en bilindik örnekleri eşcinsellerin henüz “sodomist” olarak anıldığı orta çağda Avrupa’da ölüm cezası verilmesidir. Yasaklamalar tarihsel olarak daha çok tek tanrılı dinlerin tabu olarak göstermesiyle bir arada görülür.

Freud’un Oidipal kompleksi üzerine yaptığı açıklamalarda iddia ettiği, ben idealinin Oidipal komplekse bir çözüm niteliğinde olduğudur. Dolayısıyla eril ve dişilin başarılı bir biçimde pekiştirilmesinde işe yarar. Bir dizi izin ve tabudan oluşan “ben ideali” eril ve dişil özdeşleşmeleri belirler ve düzenler. Oidipal kompleksinden görüldüğü üzere ise yasaklama enest üzerinden ve düzenlenen toplumsal cinsiyet üzerindedir (Butler, 2012: 129). Diğer bir deyişle eşcinsellik de bu noktada kontrol altına alınan, bastırılmıştır. Bu tabular ve yasaklamaların kaynağı ise özcü yaklaşımlar olmuştur. Bedenin kendisi bir dayanak noktası olarak ele alınarak cinsiyetlerin kriterine dönüştürülmüştür. Eşcinsellik bu nedenle yıllarca öncelikle doğaya aykırı olan olarak tanımlanmıştır. Doğaya aykırılığı modern dönemde bilimin de bu yasaklamada dayanak oluşturmasına sebep olmuştur. Eşcinseller yıllarca tıp ve psikiyatri tarafından tedavi edilmeye çalışılmıştır.¹

Peki eşcinsellik veya dişil-eril kimlikleri belirlemede kullanılacak ölçütler neler olabilir? Butler’ın toplumsal cinsiyeti alt-üst edişi hiçbir zaman yeterli görülmemiştir. Çünkü toplumsal cinsiyet düzeneği hala işleyen bir mekanizma gibi varlığını korumakla kalmamakta aynı zamanda tüm alt-üst edişler de toplumsal cinsiyeti içermektedir.

¹ Eşcinsellerin “ahlak dışı” olmalarıyla suçlanarak gördükleri şiddet ve bilimsel şiddet örnekleri için bkz. Devletin Eli Beli Sopası: Anlatılmamış Sürgünden “Kabahatlere” Türkiye’de Trans Bedenin Denetimi, Cinsellik Muamması içinde ss:185-220.

II. BÖLÜM YENİ MEDYA BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA

Bu bölüm sosyal medyanın yapısının nasıl olduğuna eğilmekle birlikte toplumsal etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öncelikle bilgi düzeyindeki değişimlerin anlaşılması açısından enformasyon toplumunun tanımı yapılmıştır. Daha sonra Türkiye'nin konumuna değinilerek enformasyon toplumu kavramı açısından değerlendirilmektedir. İnternetin gelişim sürecinden ve bu anlamda kritik dönemsel ilerlemelerden söz edildikten sonra sosyal medyada özneler ve cinsel kimlik inşası ile bölüm sonlandırılmaktadır.

II. 1. Enformasyon Toplumu

Modern dönemde yaşanan toplumsal değişimler sonrası önemli hale gelmeye başlayan 'bilgi Aydınlanmacı görüş temelinde ilerlemenin gerekli araçlarından biri haline gelmiştir. Dünyayı algılama, anlamlandırma gibi işlemler sürecinde insanın kullandığı bilgi türleri özellikle denevciliğin ve akılcılığın etkisiyle değişmeye başlamıştır. Bugün her ne kadar bu bilimsel bilginin güvenliği ve ilerlemeci bakış açısı temeli sorgulanıyor olsa da bilginin kendisi, kendi başına daha çok değer kazanmış bulunmaktadır. Bilgi ve enformasyon arasında bütünlüklü bir ilişki bulunmasına karşın iki kavram birbirlerinden sosyal bilimlerde özellikle ayırım yapılarak kullanılır. Bu bakış açılarının temel özelliği bilgiye enformasyon sayesinde ulaşıldığıdır. Enformasyon terimi, bilgiye oranla daha yaygın bir kullanım alanına işaret eder.

Matematikçiler ve bilim insanlarına göre enformasyon bir iletişim sistemindeki belirsizliğin azaltılması anlamına gelir. Bu açıdan doğadaki herhangi bir madde örüntüsü – ağaçların yaş halkaları, DNA parçacıkları- enformasyon içerir. Ancak bu örüntülerin insan enformasyonuna dönüşmesi, bunları kavrayacak bir insan olması ile mümkündür

(Headrick,2002:13). Burada enformasyonun bir insan ögesi olarak algılanması gerekliliğinden söz edilir. Buna karşılık enformasyon kendiliğinden, kendi başına (per se) bu anlayıştan ayrılır.

Stonier'in söylediği gibi algılanmasına gerek olmayan, kendiliğinden orada duran veya var olandır bilgi. Onu yorumlamak için her hangi bir çabaya gerek yoktur, var olması için de anlaşılması olmasına ihtiyaç yoktur (Törenli, 2004:23). Bu nedenle toplumsal anlamdaki kullanımı iletişim teknolojileri, matematikçiler ve veri mühendislerinkinden farklıdır.

Enformasyon tanımı bugün piyasa değerine göre yapılmaktadır. Bunu ilk kez 1962 yılında dile getiren Fritz Machlup, enformasyonun mal ve ürünlerden farklı olmadığını söylemiş dolayısıyla pazarda alınıp satılabildiğini vurgulamıştır. Bu bakışı tamamen uç noktaya götüren istatistikî başarıyı göz önüne alan ve enformasyonun artışını ölçülebilir hale getirmiş olmasına rağmen içeriğini devre dışı bırakan görüşler, nesne yönelimli bakış açısına sahiptir. Bu bakıştan ziyade konu yönelimli bakış açısı ise telefon hatları veya biyolojik organizmalara kadar açıklamalarda bulunan enformasyon ele alış biçimlerini, bu oluşumlardan çok daha karmaşık olan toplum gibi sistemleri anlamakta bir değerlendirme aracı olarak görülmesini sağlamıştır (Törenli, 2004).

Enformasyon toplumu kavramı ise Daniel Bell tarafından sanayi ötesi toplumu işaret etmek üzere kullanılır. Bell'e göre bilgi ve enformasyon arasında fark vardır. Bu doğrultuda bilgiyi mantıklı bir yargı ya da deneysel sonuç sunan, başkalarına sistemli bir biçimde bir iletişim aracıyla aktarılan olgulara ya da düşüncelere ilişkin örgütlü ifadeler dizisi olarak tanımlar. Bu görüşüne katılan Castells, Machlup'un enformasyonun yalnızca bilginin iletilmesine dayanan görüşlerini geniş kapsamlı bularak enformasyonu

“örgütlenmiş ve iletilmiş veri” olarak ele alır (Castells, 2013). Sanayi sonrası, kapitalizm sonrası, ideoloji sonrası ve Protestanlık sonrası gibi nitelendirmelerle farklı olarak lanse edilse de bu kastedilen dönemde önemli olan, enformasyon olarak nitelendirilen kaynağın uygunluğunun sürekli artıyor olması ve toplumda bu kaynağın giderek tüm süreçlerin temel dayanağı olmasıdır (Hamelink, 1991:12).

Bilginin kaynak rol oynadığı bu noktada ağırlık merkezi teknoloji ve tekniktir. Bugün toplumların karmaşıklaşmasında etkin görevler üstlenen bu olgular paradoksal biçimde kendisini de sürekli bir yenilenme, gelişme tekrarı içine alan bir döngü şeklinde tüm dünyanın birbirleriyle etkileşiminin artmasına Castells’in deyimiyile bir ağ toplumu yaratmasına sebep olmaktadır.

Ağ toplumu Paul Virilio için, ayrıca zamansal mesafelerin ortadan kalkmasıyla mekan imgesinin genişlemesidir ve Ernst Jüngen’in “Sanki bütün gezegeni kaplayan bir patlama olmuş. En küçük gizli köşe bile çığ bir ışık tarafından gölgeden çekilip çıkarılıyor.” ifadelerini kullanır (Virilio, 2003:17). Öte yandan enformasyon sistemleri ya da bilgi teknolojileri enformasyonun toplanması, sınıflandırma, saklanması ve iletilmesiyle ilgili durumları kapsar. (Headrick, 2002:14). Bu süreçleri ise teknoloji derinden etkilemiştir. Teknolojideki devrim niteliğindeki buluşlar ile toplumların iletişim biçimleri geri dönüşü olmayan biçimde değişmiştir. Teknolojik determinizme kaymadan bahsedilebilecek olan toplumların farklı tarihsel dönemlerde stratejik açıdan belirleyici olan teknolojilerde ustalaşma kabiliyetleri ya da kabiliyetsizliklerinin onların kaderini şekillendirir (Castells, 2013:8). Yeni enformasyonel kalkınma biçiminde, üretkenliğin kaynağı, bilgi üretme, bilgi işleme ve sembollerle iletişim teknolojisindedir (Castells, 2013:21). Enformasyonun elde edilmesi ve kullanmak için gereken zaman enformasyonun düzenlenme biçimi ile değer kazanır. ‘Hız’ kavramının tarihin önceki dönemlerine göre

kıyaslamak, tarih boyunca insanların ulaşabilecekleri enformasyon miktarı ve bununla başa çıkabilecekleri için üretilen enformasyon sistemlerindeki artış ile mümkündür (Headrick, 2002:15-16). Tüm bunlarla denilebilir ki, enformasyon toplumu kavramsallaştırması, enformasyonun insanlık tarihi boyunca hep olmuş olmasına rağmen enformasyonun merkeze alındığı toplumdur.

Enformasyon toplumu, küreselleşme ekseninde gitgide darlaşan bir dünya düzeninde zaman-mekan bağdaşıklığının yüksek biçimde çözülmesi sonrası daha önceden hiç olmadığı gibi örgütlenen toplum yapısına işaret eder.

Daniel Bell, sanayi toplumunun gelişini beş boyutla açıklar; mal üretiminden hizmet sektörüne doğru bir değişimin yaşandığı ekonomi boyutu; teknik ve profesyonel sınıfın üstünlüğü lehine değişimin yaşandığı çalışma alanı boyutu; toplum için gerekli yeniliklerin sağlanmasında ve politik kararlar alınmasında kuramsal bilginin merkezi rol oynaması; teknoloji ve teknolojik değerlerin kontrolü; şeylerin yeniden üretilebilir tarzda yapım yolunu belirleyen ve sorun çözümünde sezgisel yargının yerini alabilecek bilimsel bilgiyi içeren entelektüel teknolojinin yaratılması (Poloma, 324-325)

Meta üretim temelli sanayi toplumundan geçilen, enformasyonu üretim temelli enformasyon toplumu, Webster tarafından da teknolojik, ekonomik, mekansal-uzamsal, mesleki-iş ve kültürel olarak beş başlıkla kavramsallaştırılır (Törenli, 2004:27). Bu açıdan enformasyon toplumunun tüm boyutları, etki ve uygulama biçimleri ile bunların sergiledikleri görüntüler bir bir açığa çıkar.

1. Ekonomik anlamda sanayi toplumunun ötesi bir ifadesi olarak ortaya çıkar; bu toplum kapitalist üretim biçimi, piyasalar ve hükümetlerin ya da şirketlerin siyasi-ekonomik politikalarla yapılır. Aynı zamanda sürece üniversiteler, vakıflar ve STK'lar

da dahil olur. Bilgi tabanlı üretim, enformatif uygulamalar, kullanım yaygınlığı gibi özelliklerle nitelenir.²

2. Meslek ve iş örgütlenmesi enformasyon toplumunda sanayi toplumu ile farklarıyla açıklanabilir. Bell'e göre sanayi toplumu birey odaklıyken enformasyon toplumunda topluluk önemlidir, fiziksel sermayenin yerini beşeri sermaye almış, bilgi üretimi, veri bankalarında ve bilgi ağlarına bağlı üretim, sinerjik ekonomi (müşterek üretim ve kullanımda paylaşım) önemli hale gelmiştir (Nair, 2009:323). Bilgi merkezli bir ekonomik örgütlenmeye bağlı olarak genel anlamda bu toplumun mesleki örgütlenmesi bilgi merkezlidir. Sanayi toplumunda sermaye ile işçi arasındaki mücadele, enformasyon toplumunda halk ile "profesyoneller" olarak tanımladığı bilgi uzmanı kişiler arasındaki mücadeleye dönüşmüştür.

3. Teknoloji³ olarak enformasyon toplumu, daha çok bilgisayar teknolojisine dayalı gelişmelerle ele alınır. Aslında ISDN (Integrated services digital network) ile enformasyonun bilgisayar tabanlı çağı başlamıştır (Headrick,2002:13). Bu çağda bilgi işlem teknolojileri enformasyonun biçimini değiştirerek, sayısal hale getirmiştir ve bu

² Manuel Castells enformasyon toplumu ve enformasyonel toplum kavramları arasındaki ayırmadan bahsederken, bütün toplumların kapitalizmden ve enformasyonelizmden etkilendiğini ancak birçok (önde gelen) ülkenin enformasyon üretimini, işlenmesini ve aktarımını üretkenliğin ve gücün temel kaynağı olarak görmesine bağlı olarak enformasyonel toplumlar olduklarını iddia eder. Buna karşılık kendi enformasyon tanımına uygun olarak, tüm toplumlar Orta Çağ Avrupası da dahil enformasyon toplumdur (Castells, 2013. 25).

³ Teknoloji sosyolojide esnek biçimde makineler ve bunların donanımlarını, beraberinde getirdikleri üretim tekniklerini, ya da işin teknik bakımdan düzenlenmesi, mekanizasyonunun dayattığı bir toplumsal ilişki biçimini anlatmak için kullanılır (Marshall, 2005). Teknik bir yöntem, yol olarak genel anlamda belirlenirken teknoloji insanın kullandığı araçların bilgisiyle alakalıdır. Burada bilgi ve tekniğin birleşmesi söz konusudur. Bu sebeple teknoloji, insanlık tarihi boyunca kullanılabilir bir kavram olmasıyla birlikte, insanlık tarihinin gelişimi bilgi üzerinde insanların yani toplumların gelişim ve değişiminde incelenebilir bir araç olarak görülmüştür.

sayısal biçim kazandırdığı hızla birlikte enformasyonun elektronik ortamlarda, sistematik denetim başata olmak üzere çeşitli amaçlara yönelik üretilmesi, saklanması, iletilmesi sürecini başlatmıştır (Törenli,2004:24).

Bilgi işlem teknolojileri (BIT) ise bilgisayarın gelişimine paralel olarak gelişmiştir ağların oluşması internetin, bu teknolojilerin yayılması ise mikroçiplerin gelişimiyle yaygınlık kazanmıştır. Enformasyon toplumu bu nedenle bilgisayarların ve bilgisayar ile ilgili her türlü gelişimle ilgilidir. Bu dönemin en dikkat çekici özellikleri ise teknoloji anlayışının temelleridir.

4. Bir ağ toplumu olarak görülen enformasyon toplumunda mekan ve zaman birbirlerinden geçmişte olduğundan daha fazla kopmuştur. Bilgisayar tabanlı iletişim teknolojilerine daha çok dayanan bu toplumun iletişiminde zaman ve mekandan bağımsızlık hakimdir. Bu toplumda uzam araçlar sebebiyle farklılaşır.

5. Kültürel olarak ise gelenen bu zamanda sınıflı toplum yerini çok merkezli fonksiyonel topluma, parlamenter siyaset katılımcı demokrasiye, işçi hareketleri sivil hareketlere, kitlesel tüketim toplumu yerini kitlesel bilgi toplumuna bırakmıştır. Aynı zamanda maddi değerlerle psikolojik ihtiyaç tatmininden ziyade amaca yönelik başarı tatmini almış, bireysel özgürlük ve hümanizma düşünceleri yerine toplumsal katılım ve küreselleşme düşünceleri gelmiştir (Nair,2009:323).

II. 1. 1.Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye'nin Konumu

Enformasyon toplumu kavramı bir çok yönden kendine has özellikler taşımaktadır. Aynı zamanda bu toplum kavramsallaştırması Daniel Bell tarafından sunulduğunda Bell, "fütüristlik"le eleştirilmiştir. Bugün ise tüm Dünya bazında Batılı toplumlar için çok yeni olmasa da uygulama ve genel kabul olarak yeni olduğu

söylenbilir. Çıkış noktası Batı kaynaklı olduğundan bu bölgeler dışında kalan yerlerin tanım açısından konumları daha farklı olmaktadır. Bu bölümde de bu nedenle daha önceki bölümde bahsedilen enformasyon tanımlarına uygun olarak Türkiye'nin bu anlamdaki konumunu betimlemek amaçlanmaktadır.

Cumhuriyetin ilan edilmesi ile başlayan modernleşme dönemi içerisinde tarım toplumu olan ülkemizde devlet politikaları batı medeniyetlerini kriter alarak hareket etmiş ve ülke kalkınma, sanayileşme aşamasına girmiştir. Geç sanayileşen bir ülke olarak Türkiye, modernizmi de yavaş bir görüntü sunar. Sanayi toplumları göz önüne alındığında Türkiye "Gelişmekte Olan Ülkeler" klasmanında yer alır. Teknolojik, bilimsel durumların iyileştirilmesi ise ekonomik temelli olarak zaman almıştır.

Cumhuriyet sonrası dönemde ekonomik gelişme 1923-46 'kuruluş', 1947-79 yılları arası 'yapılanma' döneminde bilim politikası arz yanlıdır. 1980 'yeniden yapılanma' dönemleri olup teknoloji ve yenilik politikaları birlikte düşünülerek, bilim politikaları üretici kesimlerin bilgi taleplerine yanıt vermesi yönünde şekillenmiştir (Törenli,2004:209). 80'lerden sonrasında küreselleşme ve neo-liberal politikaların etkisiyle Türkiye'de de enformasyon tabanlı gelişmeler artmaya başlamıştır. Özellikle 1990 sonrasında bilgisayarlardaki gelişmelerden etkilenerek internete erişim gibi olanaklar Türkiye'de de görülmeye başlanmıştır. Ancak alt yapının oluşması çoğu özellikle Batı ülkelerin gerisindedir. Sanayileşmenin tamamlanmamış olması Türkiye'yi enformasyon toplumu açısından zayıf konuma sokar.

Temel kriterler olarak Türkiye'nin genel durumuna karşılaştırmalı olarak şöyle bakılabilir.

Bugün OECD verilerine göre 2012 hane halkı internete erişiminde İngiltere %86.8 , Fransa %80.6, ABD %71.7, İtalya %62.6 olarak gösterilmekteyken Türkiye'de % 47.2 dir. Yine 2010 verilerine göre evden bilgisayara erişimde İzlanda %95.5 ile ilk sırada yer alırken, İngiltere %82.57, Fransa %76.45, İtalya %64.8 iken Türkiye % 44.23 ile OECD ülkelerinin son sıralarında yer almakta ve aralarındaki fark çok büyük gözükmektedir. 2011 BIT ürünleri ihracatında Türkiye 2.645.0 dolar ile son sıralarda yer almaktadır (OECD,2012). AR-GE harcamalarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı binde 9,2'dir. 2012 yılı içerisinde AR-GE çalışmaları %45,1 ticari kesim, %43,9'u yükseköğretim kesimi ve %11'i kamu kesimi olarak dağılım göstermektedir (TÜİK,2012). Tam zaman AR-GE insan kaynağına bakıldığında ise personel sayısı yüz beş bin, araştırmacı sayısı ise seksen iki bindir. Kişi başına düşen AR-GE harcamaları ise yüz altmış altı Amerikan doları ile sınırlı kalmıştır ⁴ (TÜBİTAK,2013). Böylelikle tüm verilere bakıldığında Türkiye, OECD ülkelerinin ortalamasının gerisinde kalmaktadır. Bu açıdan enformasyon toplumu olarak görülmekten henüz uzaktadır.

II. 2. Yeni Medya ve İnternet

Medya orijinal olarak 'medium' sözcüğünden gelmektedir. Araçlar anlamında kullanımının yanı sıra 'ortam' anlamında kullanılmaktadır.⁵ Mutlu'ya göre bu anlayış medyanın sadece tekniğinin değil daha kapsamlı olarak işlevleri, bir kurum olarak değeri ile birlikte tüm araçlarını bir araya getirme ve bu şekilde düşünme amacındandır (Mutlu,

⁴ Araştırmada Amerikan doları 1 tl üzerinden hesaplanmıştır.

⁵ Ortam, bilgi ya da düşüncüyü taşıyan araçtır. "Medium" sözcüğünün karşılığı olarak kullanılır çoğulu "media"dır.

2005:14). Medya kendi örüntüleriyle bir kurum olarak insanların gündelik hayatına etki eder. Kültüre olan etkisi bir bakıma medyanın gelişim seyridir. Modern sanayileşme, endüstrileşme sonrası toplumların kültürünü etkileyen değişimler yaşanmıştır. Kentleşme ile kalabalık nüfusların bir araya gelmeye başlamasına teknolojik gelişmelerin eklenmesi sonrası yüksek kültür denilen elitlerin, üst sınıf kültürünü ve aynı zamanda halk kültürünün yerini kitle kültürü almıştır. Temellerinde 19. Yüzyıl Alman romantizminin yattığı kitle kültür endüstrileşmesi standartlaşmış bir beğeni düzeyi sunmaktadır. Bununla birlikte medya, popüler kültürü yayan bir kitle kültürü formundadır (Yaylagül, 2006:16-17). Buradan medya ve kültürün etkileşim halinde olduğu görülür. Medya bir kurum olarak sosyalizasyon sürecinde önemlidir. Etkileme anlamında medyanın yanında bir etkisi olmadığı fakat bunun yanında uzun dönemde etkilerinin çok yoğun olarak bireylere nüfuz ettiği görülmüştür. Bu etki açısından sosyal bilimlerde bir çok kuram ve yaklaşım geliştirmiştir.

John W. Riley ve Mathilda W. Riley tarafından ortaya koyulan yaklaşımda iletişim psikolojik ve bireysel bir süreç olarak değil toplumsal ve kurumsal bir bütün olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşıma göre toplumsal gruplar olarak lanse edilen birincil ve ikincil gruplar iletişim sürecinde etkin ve önemli bir yere sahiptir. Bunun dışında iletişime teknolojik olarak yaklaşan Innis ve McLuhan vb. teorisyenler olduğu gibi Gerbner'in kültürel göstergeler ve ekme kuramı da iletişim sürecinin anlaşılmasında önemli diğer yaklaşımlardır. Kültür ve medya açısından Gerbner, medyanın bir kültürde var olan değer ve tutumları yani egemen değer ve tutumları ektiğini iddia eder (Yaylagül,2006: 55-65).

Medya ve iktidar ilişkileri iletişim çalışmalarının akımlaşmasındaki temel ayırıcı kriterdir. Ana akım medya liberal görüş çevresinde yapılırken buna karşıt olarak Marksist görüş etkisindeki yaklaşımlarda medya üretim aracını elinde tutan sermayedarler

medya aracını da elinde tutan olarak görünüm sunar. Bunun devamında medya patronları aynı zamanda medya araçlarına sahip olmaktadır.

Medyanın tarihsel gelişim süreci radyo, sinema, televizyon, mobil telefon olarak sıralanır. 1980 sonrası ekonomik gelişmelerle birlikte teknolojinin hiç olmadığı kadar atağa kalkmasıyla medya iletişim araçlarının da çeşitlenmesi başlamıştır. Enformasyonun önemli rol oynamaya başlaması ile paralel giden bu süreç tüketim kültürünün de yükselişiyle çok çeşitli boyutlara ulaşmıştır. Umberto Eco'ya göre 60'larda ve 70'lerde söylenenler tekrar gözden geçirilmelidir çünkü bu dönemlerden sonra belli bir otorite tarafından belirlenen, biçimlendirilen ve yönlendirilen kitle iletişim modellerinin kurbanları olmuştur herkes. Bunun yanı sıra tüketimin odağına yerleşen medyatik faaliyetlerde –özellikle reklam üzerinde izlenebilen süreçlerde- farklı, *çoklu* kanallarla etkinlik gösteren iki, üç kitle aracı ile karşı karşıya kalınmakta ve bazı medyalar medyanın medyası olarak artmaktadır (Eco, 1991:110).

Tüketimin hızlandığı, kitlesel üretimin devasa boyuta ulaştığı 90'lı yıllar ise internetin yaygınlaşmasıyla birlikte medyanın çeşitlenmesinde yeni bir dönem başlatmıştır. Ağ (network) olarak birbirlerine bağlanabilen bilgisayarların gelişimi, mikroçipler, enformasyon açısından tüm iletişim sürecini derinden değiştirecek bir döneme girilmesine neden olmuştur.

İnternetin ve sosyal medyanın işleyiş süreçleri ile küreselleşmenin işleyiş süreçleri arasında önemli benzerlikler bulunmaktadır (Çakır, 2013:18). Bunlar merkezisizlik, akışkanlık, süreklilik, çeşitlilik gibi nitelikler bakımındandır. Kişisel bilgisayarların kullanımının yaygınlaşmasıyla dev sanal ağları, sanal kitleleri, sanal cemaat örüntüleri ortaya çıkartarak kendi kültürünü yaratmış olan internet, zaman ve mekan

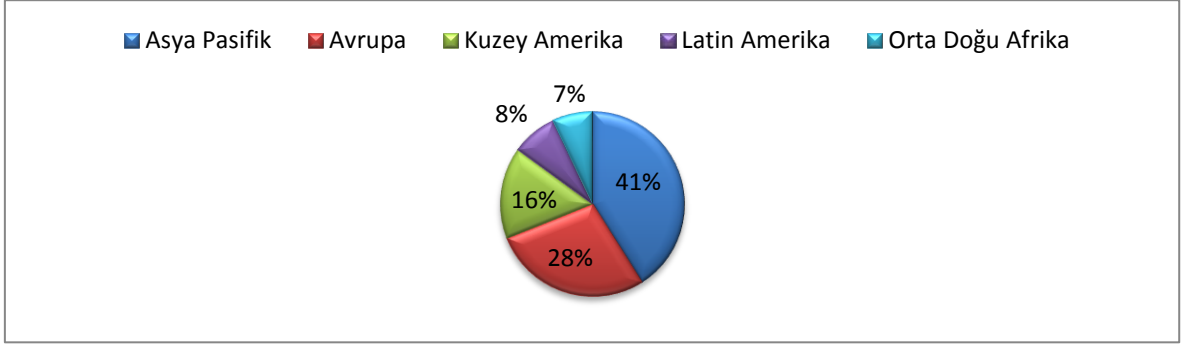
sıkışması, sıkıştırılması olarak da algılanabilen küreselleşmenin en güçlü destekçisi olarak görünmektedir (Arık, 2013:119). Bu konuma gelene dek ise internetin gelişim süreci direkt olarak bilgisayarların gelişim süreci ile bağlantılıdır.

İlk bilgisayarın 1946'da Philadelphia'da doğduğu söylenebilir. Daha sonra ise elektronik sanayinde hızlı ilerlemelerle mikroçipler bilgisayarlara uygulanmaya başlandı. Ağlar oluşturma becerisi ise 1970'lerde telekomünikasyon ve bağlantı teknolojilerinin gelişiminde dijital anahtarların mümkün hale gelmesi sonrası gerçekleşti (Castells, 2013: 54-57). İnternet bu yolla bilgisayarların ağ oluşturma becerisine telekomünikasyon gelişimlerinin eklenmesi ile ortaya çıkmıştır.

İlk internet bağlantıları, ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma projeleri Kurumu (Advanced Research .Projects Agency- ARPA) tarafından nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarlaması fikrinden doğdu ve bu tasarı ARPANET olarak 1 Eylül 1969'da ağın ilk dört bağlantısının üniversitelerle bağlantıya girmesiyle oluşturuldu (Castells, 2013:59). Bu aşamadan sonra devlet ve savunmanın kontrolünde olan internet özleşmeler içinde yer alarak özel internet bağlantıları oluşturulmaya başlamıştır.

1990'lı yıllarda internet bağlantıları artarak hızla tüm dünyaya yayılmıştır. Tabi bu yayılma süreci enformasyon veya bilgi uçurumu denilen yani ülkelerin teknolojik gelişimlerine paralel olarak gerçekleşmiştir. Bugün Dünya üzerindeki internet kullanıcılarının dağılımı şu şekildedir (Gönenli ve Hürmeriç,2012:220).

Şekil 2. Dünya Kıtalara Göre İnternet Kullanıcıları



Teknolojik ilerlemelere bağlı olarak teknolojik ürünlerin ucuzlaması internetin hem ağ oluşturma anlamında kablo sistemleri, uydu sistemlerinin artmasına hem de bununla birlikte internet kullanıcılarının artmasını sağlamıştır. Yaygın kullanımıyla iletişim süreçlerini temellerinden etkilemiştir ve gerçek olmayan sanal bir kültürün dijital kodlu mekanı olarak var olmaya devam etmektedir.

Günümüzde internet kültürü medya içinde yeni medya olarak anılan ortamlara dahildir. Yeni medyanın kapsamı, tanımı ve yapısı internetin de özellikleridir bir bakıma.

II. 2. 1. Yeni Medyanın Yapısal Özellikleri

1991 yılında ‘world wide web’'in (www) kullanılmaya başlanmasıyla medyayı önemli ölçüde etkileyecek kapı da aralanmış oldu. Bu aşamadan sonra bu değişimi tanımlama amaçlı olarak yeni medya tanımlanması yapılmaya başlandı. Buna göre yeni medya, CD-ROM, HTML, akan ortam, sayısal video düzenleme, ağ uygulamaları, DVD video uygulamaları gibi ortamlar anlamına gelmeye başladı (Gönenli ve Hürmeriç, 2012:213). Yeni medya tanımlamaları daha amaca uygun olarak ise geleneksel medya ile arasındaki farklılıklarının belirtilmesiyle yapılır. Bu doğrultuda Lister ve diğerlerine göre, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özellikleri genel olarak altı kategoriye indirgemek mümkündür. Bu altı özellik,

(1) Zevk, eğlence ve medya tüketim kalıpları için yeni medya metinleri içermesi anlamında yeni metinsel deneyimler,

(2) Üç boyutlu sanal ortamlar gibi ekran tabanlı interaktif multimedya sunması açısından dünyayı temsil etmenin yeni yollarını içermesi,

(3) Medya teknolojilerinin anlamlandırılmasındaki değişiklikler ve gündelik yaşam kullanımına olan sirayet etkisi çerçevesinde oluşan kullanıcı-tüketici özneler,

(4) Simgeleştirme, kimlik ve toplum arasındaki yeni deneyimler,

(5) Biyolojik bedenin yeni ilişki biçimlerinden etkilenmesi,

(6) Yeni üretim ve organizasyon modelleri olarak belirtilmektedir ve böylece geleneksel medyadan ayrıştırılmaktadır (Altunay, 2012:15).

Bunun yanı sıra Van Dijk, yeni medyayı dijital kodlama sistemiyle temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları olarak ifade eder. Kavramsallaştırma yeni enformasyon çalışmaları ve siber uzamı adlandırmak için kullanılır (Binark, 2007:5-6).

Geleneksel medyanın elindeki araçlardan farklılıklar üzerine kurulu yeni medya: Etkileşimli, hızlı, sınır tanımayan, coğrafi uzaklıkları bir engel olmaktan çıkaran, iletişimi güçlendiren, hızlandıran, yöndeşen bir anlamda yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim araçlarının bir pota eritilmesi suretiyle bir araya getirildiğidir (Gönenli ve Hürmeriç, 2012:214). Yöndeşim (convergence) yeni medyada yeni teknolojilerin en önemli özelliklerindedir. Enformasyon toplumlarında bilgi teknolojilerinin birbirlerini geliştirme,

dönüştürme kapasitesi bilgisayar-yazılımlarında birebir olarak görülebilir. Yöndeşim ile medyaların boyutları katlanmıştır ve bu süreç internetten, mobil telefonlara kadar bütün iletişim araçlarında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu kendine has teknik destekli özellikleri temelinde yeni medya yapısı itibariyle kendinden önceki medyaların bir toplamı gibidir.

Yeni medyanın yapısal özellikleri hipermetinsellik, multimedya biçimselliği, etkilişimsellik (Binark, 2007:24). Multimedya biçimselliği göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta bir araya gelmesidir. Hipermetinsellik, ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleşmesidir. Sanal sayfa olarak adlandırılan arayüz içine gömülü kodların birbiriyle bağlantısını ifade eden hipermetinlerin birbirlerine bağlanma biçimi düz olmaktan ziyade köprülerle tanımlanır. Bunlar sadece kelime kodlarından oluşmaz resimler, imajları da kapsar. Hipermetin, world wide web'in yapısını tanımlayan temel kavramdır. Etkilişimsellik ise iletişimin eş zamanlı olmasını ifade eder ve bu özellik yeni medyanın iletişim uzamında karşılıklık veya çokkatmanlı iletişim olanağı kazandırarak iletişim sürecini derinden etkilemiştir (Binark: 2007:21).

Richard Roger ise genel olarak yeni medyayı üç ana özelliğe ayırır (akt. Aydoğan ve Kırık: 2012:60) ,

1. Etkileşim (Interaction): İletişim sürecinde etkileşimin varlığına gerek duyulmaktadır. Bu sayede hem alıcı hem de verici birbirinden etkilenmektedir.

2.Kitlesizleştirme (Demassification): Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar

kitlesizleştirici olabilmektedir. Bu sayede herkese farklı mesajlar gönderilebilmektedir.

3.Eşzamansızlık (Asekron): Yeni iletişim teknolojileri bireye istediği zamanda mesaj gönderme veya alma imkanını sağlamaktadır. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırır.

Eşzamansızlık sanal ortamlarda saklanan bilgilerin sonsuzluk gibi bir zaman ile var olan ortamda yer almasına işaret eder. Bunun yanı sıra bazen verilerin de silindiğini görmek mümkündür. Bu noktada aslında veriler hep orada kalmaktadır. Ancak kullanıcılar bunlara erişememektedir. Bugün sanal ortamlar arasında ,en popüler olanlar da dahil olmak üzere, bilginin kullanıcıya erişiminin engellenebildiği öte yandan onu kontrol edenler tarafından her zaman ulaşılabilir olduğu bilinen bir gerçektir. Bu açıdan yeni medya ortamlarının özellikleri aynı zamanda internetin kimlerin denetimi altında olduğuyla da ilgilidir. Bunun yanı sıra “hack” ve “hacker” kültürleri de bu konuda karşı atak olarak görülmektedir. Böylece yeni medya ortamlarının denetleme mekanizmalarının işlerlik kazandığı aynı zamanda buna karşıt kültür ve eylemliliklerin yer aldığı bir mecra olarak karşımıza çıkar.

Yeni medyanın etkileşim özelliğine bakıldığında kimin kimle etkileşim halinde olduğu kullanılan ortamın çeşidine göre değişmektedir. Birçok blogta tekilin çoğula yönelmesi şeklinde görülebileceği gibi, kullanıcı içerikli blog tipinde çoğulun çoğul ile etkileşimi görülür, bu durum tekilin tekil ile etkileşimini de içine alır. Kısaca yeni medya ortamları çok katmanlı bir etkileşimlilik sergiler. Bu etkileşim türü eşzamansızlık ile ele alındığında yeni medyayı diğer tüm medya ortamlarından ayırır. Çünkü etkileşimin

istendiği zaman yapılması olanağı da mümkündür. Bu şekilde bireysel iletişimi her şekilde güçlendiren bir özellik sergiler.

Kullanıcı ile sanal kişilikler arasında yahut daha ziyade sanal kişiliklerle kullanıcılar arasında meydana gelen tasvirler de etkileşim özelliği içinde yer alır (Binark ve Bayraktutan, 2013:19).

Bilgi akışının zamansızlığı, bilgi depolanması açısından da benzersiz bir nitelik kazandırırken bilginin görüntüsü ve imajların değişimi de yeni medyanın önemli bir özelliğidir. Eksik bilgiler hızla güncellenebildiği gibi yanlış bilgiler de hemen düzeltilebilir veya değiştirilebilir.

II. 2. 2. Yeni Medyalar

Yeni medya sanal uzam içinde kendince bir mekan olarak da algılanan ortamları kapsar. Bu ortamların alan büyüklüğü bilgi teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak bilgi depolanması kapasitesi temelinde belirlenir. World wide web'e (WWW) yani internete bağlanan biri sanal ortamlarda rahatça birkaç hesap sahibi olabilecek düzeyde geniş bir veri tabanı ile karşı karşıyadır. Bu geniş veri sahası içinde ise çok sayıda farklı özellikte siteler mevcuttur. Bunlar başta 1990'lı yıllarda Batı'da görölmeye başlanan bloglar, çeşitli sözlükler, kullanıcı hesaplarına sahip facebook, twitter, linkedin gibi ortak alan mecraları, kişisel web siteleri, organizasyonlara ve kuruluşlara ait web siteleri, e-kütüphaneler, "dungeon" denilen sanal oyun dünyaları, youtube, dailmotion gibi video paylaşım siteleri, e-mail, e-gazeteler gibi bir çok ortamdan oluşmaktadır. Bir kısmı tek yönlü iletişime imkan tanırken artık bu çeşit siteler çok kalmamıştır çünkü Web 2.0 ile gelişen karşılıklı etkileşim odaklı iletişim çok daha cazip gelmektedir. Web 2.0 temelli

ortamlar, sosyal medyanın tarihçesi içinde yer almakla birlikte yeni medyanın diğer bir kısmını da oluşturan bloglar, arama motorları ve e-gazeteler üzerinde durulacaktır.

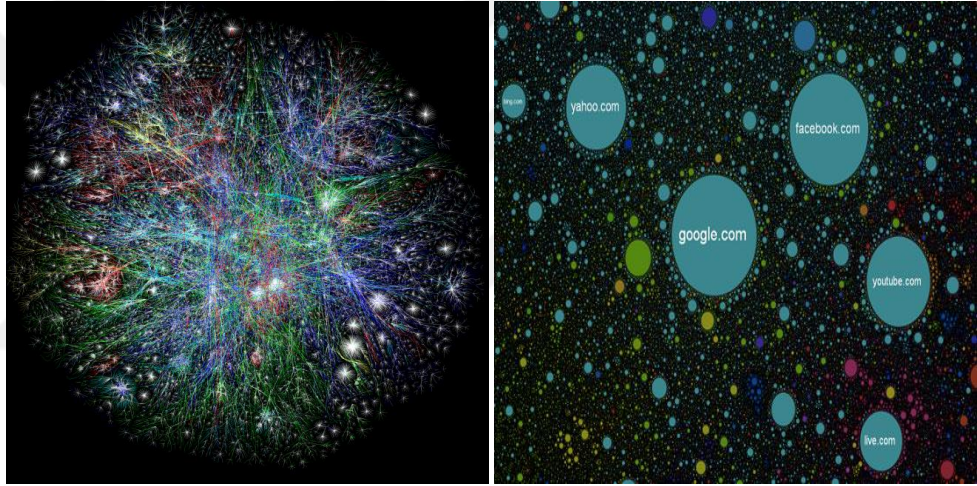
Bloglar: Blog 1993 yılında doğduğunda bugünkü blog kavramı henüz yoktu. 1997’de John Barge isimli bir editör tarafından, web ve blog sözcüklerinin bileşimi olan ‘weblog’dan söz edilmeye başlandı. Bu kavram Peter Merhloz’un sözcüğü ‘we blog’ (blogluyoruz) şeklinde bölmesiyle blog kavramı da ortaya çıkmış oldu (Atikkan ve Tunç, 2011:24). Bloglar, kullanıcı içeriklerinin üretildiği ilk sanal ortamlardandır. Her konuda oluşturulan bloglar bugün blogger gibi artık mesleklerden arasında yer alan alanların da kapısını aralamıştır. Özellikle siyasi bloglar gazetecilik anlayışını temellerinden sarsmıştır. Geleneksel medyanın tek taraflı bakış açısından sıkılan bireyler siyasi yazıların ve haberlerin yer aldığı bloglara yönelir olmuşlardır.

Arama Motorları : Hipermetin özelliklerin belki de en çok işe yaradığı araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir ara yüz olarak her hangi bir ortam sağlamalarına karşılık arama motorları internet üzerinde aradığını bulma anlamında en çok ziyaret edilen araçtır. İnternet üzerindeki tüm verilerin metin özelliklerindeki içerik üreticisinin ve servis sağlayıcının kriterlerine uygun olarak anahtar kelimelerle taranabildiği yerlerdir. Bir çok şirket ve firmanın tüketiciler üzerinde Pazar araştırması yapmasına olanak veren verilerin istatistik olarak en sık görülebildiği, her hangi bir makalenin alıntılanma, bakılma sayısına ulaşılabilme olanağı tanımaktadırlar.

Amerika Birleşik Devletleri temelli Google Search arama motoru Dünya’nın en çok kullanılan arama motoru olarak lanse edilebilir. Bazı Uzak Doğu ülkeleri hariç genellikle ülkelerin internet kullanımı istatistiklerinde en ön sırayı almaktadır ve 1998 yılından beri faaliyet göstermektedirler.

E-gazeteler: Basılı yayının yerini alan e-gazetelerin ilki ‘‘Zaman Gazetesi’’dir. Kendi yazılı yayınlarını net ortamına yansıtmakla birlikte çoğu gazete web 2.0 uygulaması sonrası okuyucularına yorum yapma olanağı tanımıştır. Bununla gazetecilik anlayışında yeni bir döneme girilmiş olup gazeteler gündelik yazı politikalarını belirleyebilmekte, gün boyunca veri üreterek yayın yapmaktadırlar.

Şekil 3: Bir Galaksi Benzetmesiyle İnternet ortamı ve Web Siteleri



Soldaki sanal ortamların en genel ağ görüntüsü. Sağdaki ise bir galaksi benzetmesiyle tanımlanmış ortamlara yaklaşıldığında sanal olarak kapladığı alan ile orantılı ebatlarda yer alan sitelerdir. Global ve Birleşik Devlet sıralamasında ilk sırada %49,550 kullanıcı ziyaretiyle **Google** adlı arama motoru onu hemen takiben **Facebook** gelmektedir (<http://internet-map.net/#3-150.29217862865283-103.3178269034605>).

II. 3. Sosyal Medya

Kullanıcı aktörlerin her hangi bir yeni medya aracı ile giriş yaparak fikir, düşünce, imaj izleri taşıyan her türlü imgesel, simgesel göstergenin bizzat aktör tarafından aktarıldığı ortamların (medium) bütünü sosyal medya olarak adlandırılmaktadır. İnternet kullanımına uygun olarak bir sunucu vasıtasıyla her aktör kendi içeriklerini

üretebilmektedir. Bu açıdan sosyal medya kullanıcı üretilmiş içerik (user generated contents) üzerine kuruludur. Bunu sağlayan ise Web 2.0 1990'lı yıllarda uygulanmasını sağlayan teknolojik altyapının sağlanması ve hızla neredeyse tüm dünyaya yayılmasıdır. İnternetin maliyet düşüklüğü, etkileşimselliğinin yüksek, riskin bir anlamda az olması telekomünikasyon konusunda bir devrimin yaşanmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte kullanıcı içerikli veya kişisel yayın (self-broadcast) olarak adlandırılan siteler sonrası görselliğin karakterinin değiştiğini gözlemlemek mümkündür (Nalçaoğlu, 2007: 45). Çok kısa bir tarihi olmasına karşılık sosyal medyanın yayılması ve etkisi göz önüne alındığında gelişimine bakmak önemlidir.

Sosyal Medya öncelikle bilgisayarların birbirlerine bağlanmaları ile oluşan bir ağ, Castells'in deyişiyle bir *network*ten (ağ) faydalanır. Bu "ağ" internetin gelişimine ve dolayısıyla bilgisayarların gelişimiyle ilgilidir.

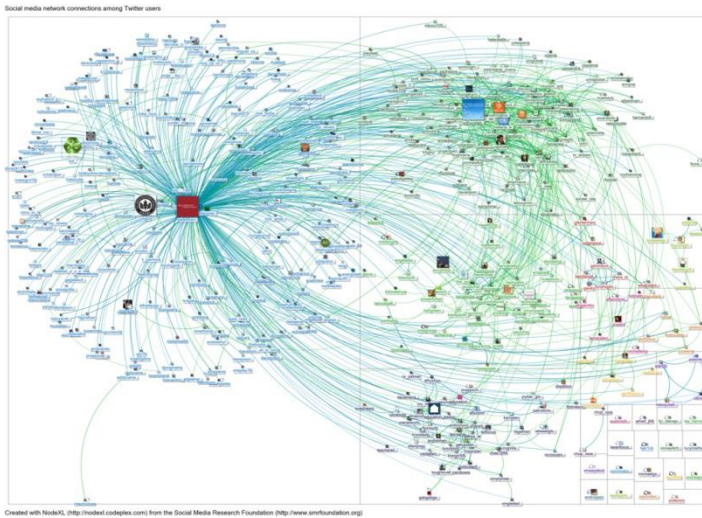
2.3.1.Sosyal Medyanın Yapısı

Sosyal Medya, yeni medyanın tüm yapısal özelliklerini gösterir. Bunun dışında sosyal medyanın içinde neler yer aldığı ve kullanıcı tabanlı oluşundan ötürü içindeki kullanıcıların özellikleri bir bakıma sosyal medyanın ta kendisidir. Bu ortamın en önemli özelliği daha önceden de belirtildiği üzere geleneksel medyadan en açık arayla farklılaştıran iki yönlü iletişimi sağlamasıdır. Bu ise Web 2.0 uygulamasının bilgisayarlara entegre olması sonrası gelişmiş böylece internetin kullanıcı içeriği üretimi başlamıştır. Bu noktadan sonra bilgisayarı ve interneti olan herkes internet üzerinde tüm dünya internet ağının birbirine bağlandığı ağlara dahil olmaya bu ortamlarda kendi ürettikleri veya aktardıkları bilgilerle dahil olmaya başlamıştır. Sürecin kendisi içinde gerçek kimlikler yerini sanal kimliklere bırakmış, farklı örüntüler meydana gelmeye başlamıştır. Dünya'nın her hangi bir yerindeki her hangi bir olay ana haber bültenlerinde gördüğü ilgiyle

karşılaşılabilir olmuştur. Başka türlü bir iletişim daha önceden görülmemiş şekilde kalabalıkları dijital bir sayıya dönüştürerek yani kodlar aracılığıyla da olsa bir araya getirmeye başlamıştır. Dijital aktivizm, sanal cemaatler, sanal aktivite, çıkar ve ortaklıklar üzerinden dijital kamusal bir alan yaratılmaya başlanmıştır. Tüm bu gelişmelerin yanında tabi ki internet her türlü değerle örülüdür. Bu yüzden sosyal medyanın ne kadar sosyal bir ortam olduğundan hangi toplumsal sonuçları yarattığı özellikle buradaki öznelerin görüntüsü ve kimliklerin niteliklerini açıklamak gereklidir.

Sosyal medya yapısı denildiğinde teknik olanakları üzerine inşa edilmiş ortamların içinde yer alan her şey anlaşılır. Bunu takip ederek sosyal medyanın gösteri üzerine kurulu, imaj kültürünün ön planda olduğu, tüketimin odağında yer alan yapısı olduğunu söylemek mümkündür ve bilgi sosyal medya aracılığıyla kontrol edilemez biçimde yayılır.

Şekil 4. Twitter mesaj dağılım haritası



Şekil 4'de sosyologlar tarafından çıkarılan twitter internet haritasında bir mesajın yayılımı görülmektedir (<http://geekwire.com>).

İmaj oluşturmaya dayalı gösterinin hızı mesajın yayılım hızıyla eşittir. Bu nedenle sosyal medya imajların yığınla dolduğu ve her tür bilginin birbirine karıştığı bir

mecradır. Bu nedenle farklı web sitelerine karşı bireylerin farklı tutumları gelişmiştir. Bilgi elemesine bakılan siteye, site hak sahibine, kuruluşu bakılarak da karar verilebilir. Böylece sanal kişiliklerin ve blogger gibi internet figürlerinin ortaya çıktığı artık günümüzde görülen bir durumdur. Bu başlıklar altında sosyal medya ve yapısı incelenecek ve kapsamı belirlenecektir.

Sosyal medyanın yapısal özelliği enformasyon üzerine kurulu olmasıyla başlar. Bilgi depolanması anlamında bugüne kadar hiçbir dönemin ulaşamadığı enformasyon çok sayıdaki web siteleri aracılığıyla internet üzerinde dolaşır. Bunun yanı sıra Mayfield'e göre, sosyal medya katılımcılık, açıklık, sohbeti bağlantılık, işbirliği gibi konularda toplumu bir araya getirir, hızlı ve etkili iletişim kurmasına olanak veren çevrimiçi medya hizmeti olarak işlev görür (Gönenli ve Hürmeniç, 2012: 215). Zaten internet sosyal bir ortamdır. Toplumda üretilmiş bilgiyi objektifleştirir, o bilgiyi toplumsal sistemlerde kullanır ve açıklar. Sabit ve sosyal yapılarca nesnelleştirilmiştir. Birey interneti yalnız da kullansa, toplumsal bir ortama girer. Kendi bireysel varlığı dışına çıkar (Çakır, 2013:20). Her şekilde toplumsal bir eylemlilik içinde araçlarla ortamlar üzerinde birleşen sosyal medya kullanıcıları hiçbir zaman toplumdan bağımsız değildir. Sosyalleşme anlamında ise bireyin hangi anlamda sosyalleştiği araştırmacılar arasında önemli bir sorun olmuştur.

Baudrillard, yeni iletişim teknolojilerinin bir cemaat bilinci inşa etmediğini, aksine toplumsal yaşamdan kopartarak, bireyleri kendi ruhlarına hapsedtiğini ve onları yalnızlaştırarak bireyciliği revize ettiğini öne sürmektedir (Baban, 2012:63). Bu anlamda sosyal medya kullanım açısından sosyalleştirmenin yanı sıra yalnızlaştırma, bireyselleştirmeyi arttırıcı işlevlere sahiptir.

II. 3 .2. Sosyal Medyada Özneler

Öznelerin sosyal medyadaki durumları iki yönde incelenmektedir. Birisi kullanıcı olarak ürettikleri bilginin yapısı etrafınca diğeri ise ürettikleri bilginin kimlik ile bağlantı noktasında niteliği ve yönü açısından. Web 2.0 uygulamaları içerisinde yer alan milyonlarca site ile özneler metinler üretebilir; video,müzik,ses üretme ve paylaşımında bulunurlar; resim, fotoğraf gibi görsel nitelikli oluştururlar; alışveriş yapıp, satın alma işlemleri gerçekleştirirler.

Kendi ekranını yaratma ile söylemde ortaya çıkan öznel-benlik merkezli dünya tasarımı sloganlarına sahip sosyal medyada üretilen bilgilerin her biri kullanıcının kendi üretimi değildir (Nalçaoğlu, 2007:46) Bu açıdan sosyal medya belirli araçlarla ifade edilen, belirli bir formu olandır. Kullanıcılar server olarak adlandırılan (google,facebook, twitter gibi) servis sağlayıcıları kanalıyla tüm bu sanal ortama katılırlar. Öznenin varlığı 0-1 veya evet-hayır mantığı olarak bilinen bir tür veri işleme şeklindeki sanal bir varlığa dönüşür. Bu şekilde sanal hareket kabiliyetine sahiplerdir. Bu sanal ortama katılımda ise çeşitli motivasyonlar devrededir. Bunlar en başta ekonomik getiri beklentisi, iletişim kurma, bilgi paylaşımı, en güncel bilgilerden hızlı biçimde haberdar olma, boş zaman faaliyeti olarak eğlenmektir.

OECD'nin "Katılımcı Web: Kullanıcı Üretimli İçerik" adlı (2007) raporda öznelerin ürettikleri içeriklerin ekonomik ve sosyal sonuçlarından bahsedilmektedir. Bu rapora göre kullanıcılar ekonomik faaliyetlerin geleneksel medya kolundan sanal olana kayışına sebep olmasında özellikle reklamların yayılması, üretilmesinde etkili olmaktadır. Sosyal olarak ise kültürel çeşitliliği destekler nitelikte olan özellikleri yanı

sıra aynı zamanda dijital bölünme, mahremiyet sorunları, kişi hak ihlalleri, gözetim gibi riskler de taşımaktadır (OECD,2007) .

Bunun dışında sayısal eşitsizlik önemli bir sorundur. Bu eşitsizlik internet erişimi, kullanımının gerçek hayatta kaç kişinin ya da hangi kişilerce sağlandığı sorundur. Yeni yapılanmalar, internet olanaklarının geliştirilmesi ile birlikte durumun değiştiği söylene de daha çok orta sınıf bir kullanıcı profili ile karşılaşmaktadır (Binark,2007:26). Sayısal uçurum olarak da nitelendirilen bu durum Dünya üzerindeki kullanıcıların bölgesel farklılıklara sahip olduğu bu sebeple bilgi tabanlı toplum özelliklerini de etkilemektedir. Ayrıca internete kimlerin daha çok bağlandığı öznelerin sanal ortam görüntüleri açısından kritik önemdedir.

Özneler milyonlarca web sitesinden meydana gelen sosyal medya içinde birden fazla hesaba (account) sahip olabilirler. Buna göre tutarlı bir kimlik sergileyebildikleri gibi farklı kimlikler de sergileyebilirler. Aynı zamanda sosyal medyanın sunumu ve kullanıcı profili de önem taşır.

Waskul ve Douglas'a göre insanlar siber uzamda fiziksel bir gerçekliğe gereksinim duymadan yeni mekanlar, yeni roller ve yeni kimlikler yaratabilmektedirler ⁶ (Soyseçkin, 2007:252). Kullanıcı içerikli bilgi üretimi ile ifade edilen sosyal medya siber uzamda mekanlar, kimlikler ve ilişkiler kurmasına öznenin etkinliği ile olanak tanır.

Öznenin internet kullanma isteği, neoliberal politikalar eşliğinde tüketime dayanır. Yeni orta sınıfın tüketme arzusu modern dönemin içinde bir türlü giderilemez o yüzden Binark, bu tüketme arzusunun ontolojik bir eksiklik üzerine kurulu olduğunu söyler (Binark,2007:155). Baudrillard'ın tüketimin maddi gereksinimleri karşılamak kadar

⁶ Siber uzam kavramı Rheingold tarafından kelimelerin, insan ilişkilerinin, verilerinin zenginliğin ve gücün insanlar tarafından bilgisayar dolayımı iletişim teknolojileri kullanılarak bildirilen kavramsal uzam olarak tanımlanmıştır.

duygusal arzularını da doyurmaya çalıştıkları tezi ve gittikçe arzulara dayanan bir olgu olduğu iddiası (Bocock,2005) sosyal medyadaki çoğu öznenin, tüketerek veya tüketme ihtimalinin her an her hangi bir siteden belirmesi olasılığını yaşamak üzere sürekli tüketme mantığına bürünmüş vaziyette sanal ortamlarda neden dolaştıklarını açıklar. Modern dönemin tüketim odaklı bireyleri siber uzamda emtia oluşturan bir sunum içindedir. Çünkü sosyal medyanın kendisi bu tüketim ağları ile örülüdür. Sosyal medya ve siber uzam veya sanal ortamlar imaj üzerine kurulu doğası ile tüketim ve imajı da griftleştirir. Bu konumda özne ancak sosyal medyanın yapısınca başrolüdür.

İmaj üretimi özneler açısından sosyal medya ortamları içindeki bir diğer önemli konudur. Dilimizde resim, görüntü, görünüş, fikir kavram olarak daha çok imge ile karşılanan imaj bir kişi veya nesnenin görüntüsel benzeridir. İmajların zihinsel, sözel, algısal, optik ve grafik türlerinden söz edilir (Robins,2013:22). Yaratılan imajlar, imajın kendi gücünden doğan çekicilik ve iticilik, arzu ve korku duygularının çelişmesini temsil eder. Bu imajların yönelimi ideal olan, mükemmel olana doğrudur. Lasch'a göre mükemmelme özlem narsistik birleşim arzusuna dayanır ve bedeninin hapishanesinden kurtulmayı amaçlarken yitirilmiş çocuksu cenneti arar (Robins, 2013:96). Bu anlamda sosyal medya öznesi benlik oluşturma faaliyeti içindeyken bu tür mükemmel görüntü çizme gayesinde olan imajlar üretir. Üretilen imajlar bir gösterme pratiği olan sosyal medya ekranlarında gösteri amacını da kendiliğinden üstlenir gibidir.

Guy De Bord, gösteri toplumu olarak adlandırdığı modern dönem içinde gösterinin bir imajlar toplamı olmadığını, kişiler arasında var olan ve imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişki olduğunu söyler. Bunun yanı sıra gösteri doğal bir gelişme olarak teknik gelişmenin zorunlu bir ürünü değil tam tersine kendi teknik içeriğini seçen birimdir. Bu doğrultuda kitle iletişim araçları için Guy De Bord şöyle devam eder,

En ezici yüzeysel tezahürleri olan “kitle iletişim araçları”nın sınırlı görünümü altında ele alınan gösteri basit bir aletler toplamı olarak toplumu istila ediyormuş gibi görünse bile bu aletler aslında hiç de yansız değildir, aksine bizzat gösterinin bütüncül öz devinimine elverişli olan araçlardır...İzleyicinin (kendi bilinçsiz etkinliğinin sonucu olan) seyredilen nesneye yabancılaşması şöyle ifade edilir: İzleyici ne kadar çok seyredirse o kadar az yaşar; kendisini egemen ihtiyaç imajlarında bulmayı ne kadar kabul ederse kendi var oluşunu ve kendi arzularını o kadar az anlar. Gösterinin etkin insan karşısındaki dışsallığı, kendi davranışlarının artık bu insana değil, bu davranışları ona sunan bir başkasına ait olması gerçeğinde ortaya çıkar. İşte bu yüzden izleyici hiçbir yerde kendini evinde hissetmez, çünkü gösteri her yerdedir (Debord, 2012:52).

Gösterinin yükselişe geçtiği ve göstermeye aynı zamanda izlemeye dayalı imajlar üreten öznelere için siber uzam özellikle sosyal medya bir üst noktadır. Debordian anlamda gösteri, modern toplumun içine sızılmaktan öte onu ele geçirmiş gibidir ve kendi iletişim araçlarını da aslında bu yönde kendisi oluşturmuştur yani araç gösteri fikrinin toplumlara yerleşmesinden sonra gelmektedir. Aynı zamanda zaman ve mekanın sıkışması ve birbirlerine bağlanıp ağ oluşturması açısından Debord’un söylediği gösterinin her yerde olduğu gerçeği sosyal medya ile daha da çarpıcı bir hal almıştır.

Sosyal medyanın temel araçsal özelliklerinden yüz yüze olmayan iletişim, verinin sonsuz olarak depolanabilmesi, geçicilik üzerinden değişkenliği öğeleri de dikkate alınmalıdır. Geçicilik ve yüksek değişirlik buradaki öznelere parçalı ve akışkan görünmesine sebep olur. Bu sebeple gösterinin içindeki imajlar da parçalıdır.

Castells ağ toplumlarında bireylerin yaşamı anlamlandırma haritalarının ne yaptıkları tarafından değil ne oldukları ya da olduklarına inandıkları etrafında yapılandırıldığını belirtir. Ayrıca bireyler ve gruplar arasındaki ilişkiler bir taraftan araçsallaşır diğer taraftan ise bölündüğünü söyler (Binark, 2007:156). Kendi ötekisi olarak gördükleri ile karşılaşılabilen öznelere ortak bir alan yaratan sosyal medyada yabancılarla

kurulan ilişkileri tehdit haline de dönüşebilir. Tehdit söylem düzeyinde nefret üretimi olarak görünmektedir.

Bir etik sorun olan nefret söylemleri, birbirlerini tanımayan bireyler, grupların her an karşılaşma olanağı bulduğu yeni medya ortamlarında gündelik hayattakinden daha fazla karşılaşılan bir sorundur. Çünkü bu ortamlarda fiziksel yakınlık yerini soğuk iletişime bırakmıştır ve çoğu zaman gerçek kimlikler üzerinden iletişimler gerçekleştirilmemektedir. Bunun bilinçli bilinçsizliğiyle bireyler gündelik hayatta kendi değerlerine bağlı olarak geliştirdikleri önyargılar, kalıp yargılarla hareket ederek karşılarındaki kişilerle temas etmektedir. Nefret söylemleri sanal ortamlarda daha çok kristalleşen bir durumdur.

Nefret söylemleri siyasal, kadınlara yönelik, yabancı ve göçmenlere yönelik, cinsel kimlik temelli, inanç ve mezhep temelli, engelli ve çeşitli hastalıklara yönelik olarak altı kategoriye ayrılabilir. Yaygınlaştırılmasında ise dilsel pratiklerin kullanımı önem taşır (Binark ve Bayraktutan, 2013:86-87). İnternet birçok nefret söylemi üzerine kurulu web sitesi, blogu içinde barındırmaktadır. Video yükleme sitelerinden kullanıcı profil oluşturulan facebook içinde bolca görülebilen nefret gruplarıyla karşılaşmak olasıdır. Bu gerçek hayat ile sanal ortam arasında bağlantılar olduğunu açığa çıkarmakla birlikte sanal ortamlarda söylem biçimleri internetin kendi özellikleri kullanılarak çok farklı boyutlara varmaktadır. Twitter geleneğinde etiketleme üzerinden bir anda milyonlarca kullanıcının nefret söylemi üretimine katılması gibi. Bunun yanında kendi görsel tasarımlarını oluşturan web siteleri karikatür tarzı görsellerle de nefreti resimleştirerek mizahla birleşik olarak ötekisine duvar örmektedir. Bir kamusal alan oluşturan internet ortamlarında fiziksel görüntüler yer almadığından dilsel olarak abartmalar da söz konusudur.

Bir diğerk önemli konu ise sanal ortamda dijital gözetim sorunudur. Enformasyon toplumu bilginin toplanması, sınıflandırılması, depolanması ve saklanması ile ilgili yeni bir çağı simgeler. Depolanan ve saklanan bilgiler ise üretkenlik, verimlilik adı altında bireylerin kişisel bilgilerini de içermektedir. Hayatı gittikçe kolaylaştırma eğilimi ve bu sloganla hareket eden bilgi teknolojileri ve diğerk yeni teknolojiler bir taraftan birey üstündeki denetimlerin de kolaylaşmasını sağlar. Bilgisayar teknolojileri, yazılımlar, uygulamalar ve özellikle internet bireyin bedel ödeyerek kullandığı kolaylıklar arasında yer alır. Bilgi özgürleşmesi veya daha özgür bir toplumun mu yoksa daha denetimli daha sıkı bir toplumsal yapılanmanın eşiğinde -ve bazı yerlerde içinde – olunup olunmadığı enformasyon alanında çalışan araştırmacıların en fazla uğraştığı sorunların başında gelmektedir. Özgürlük üzerine genel anlayış, internet ve bilgisayarın toplum üzerindeki denetimlerine bağlı olarak yön alacağı şeklindedir.

Gündelik hayatın giderek teknolojiye bağımlı olmasının ardında şüphesiz biçimde öncelikle devletlerin ve ekonomik anlamda şirketlerin internet ve bilgisayar teknolojilerini daha sık kullanması yatmaktadır. Yurttaş olarak bazı işlemlerin e-devlet üzerinden yapılması, kimlik numaraları, sağlık alanındaki parmak izi uygulamaları kişisel verilerin bilgisayar tabanlı ortamlarda saklanmasını beraberinde getirmiştir.

Bilgisayar ortamında toplanan verilerin eşleştirilmesi ilk kez 1970'lerin sonunda Amerika'da görülmüştür. Uygulamalı olarak ise ilk kez 1977 yılında Sağlık,Eğitim ve Sosyal Yardım Bakanlığı tarafından yolsuzlukları ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. Ancak en çarpıcı örnek “Farrels's İce Cream Parlour” adlı firmanın doğum günlerini kanıtlayanlara bedava dondurma promosyonuyla başlamıştır. Şirket isim listesini bir pazarlama şirketine satmış, doğum günlerini ilan edenler kısa süre sonra ise posta kutularında askerlik yoklama çağrılarını görmüşlerdir çünkü pazarlama şirketi bilgileri

Savunma Bakanlığına satmıştır (Lyon, 1997:24). Bu örnekten de görüldüğü gibi toplanan verilerin ne amaçla kullanıldığı önem taşımaktadır. Dahası temel ihtiyaçlar ile ilgili süreçlerin internet üzerine aktarılması bireylere başka seçeneklerin bırakılmaması da sorun teşkil etmektedir.

İnternet ortamında dijital gzetimlerin nedenleri; askeri-istihbarat amaçlı, devlet yönetimi ve nüfus kontrol amaçlı, iş gözetimi ve denetimi amaçlı, tketicim ve tketicim yapılandırması amaçlı olmak üzere belirtilir (Binark ve Bayraktutan,2013:76). Tüm bu amaçlar içinde gizli olarak her bireyin potansiyel suç işleme eğiliminde olduğu gibi bir tavır saklıdır. Bu bireyin kendi denetim mekanizmalarının oluşmasını da panoptikon denetim türüne benzer biçimde sağlar. Lyon, bunu elektronik bir göz olarak tanımlar. Elektronik, sanal ortamların gözetimi panoptikon göz anlayışına benzer.

18. yüzyılda Bentham'nın panoptikon mimari tasarımından etkilenen Foucault, gözetlemenin iktidar ve hegemonya bağlantısını aslında toplumsal ve politik bir yapılanma işareti olan panoptikondaki gözetleme anlayışı üzerine kurar. Hegemonya mücadelesinde iktidar için bilgi önemli bir araçtır, Foucault, iktidarın bilgiye, bilginin de iktidar sürekli eklemlendiğini ve iktidar işleyişinin bilgi nesnelere yarattığını, enformasyon biriktirdiğini ve kullandığını ileri sürer (Özarlan, 2008:139). Dijital gözetimler bu modele uygun olarak sürekli izlendiğini düşünen ve bu yüzden davranışlarını şekillendiren öznelerin üretimini kolaylaştırır.

Bu gözetim düşünceleriyle izlendiğini düşünen özneler şefflaşmış bir mahremiyetin izlerini de taşır. Ev ortamları veya genel olarak özel alan olarak görülen yerlerden bir kamusal alan gibi algılanan internet ortamlarına giriş, kamusal-özel alan arasındaki ayrımın giderek azaldığını göstermektedir. Artık mahrem olan da sorgulanmaya

başlanmıştır ve rızaya dayalı içerik üretimiyle özellikle sosyal medyada mahremiyet gösteri etrafınca tartışılan bir hal almıştır. Denetim mekanizmaları kişisel bilgileri sunulduğu şekliyle ele alarak gayri resmiden resmiye doğru bir gözetim eğilimi de göstermektedir. Yine de her ne kadar gözetimden rahatsız olursa da çoğu kişinin içerik üretimine, paylaşımına dahil olarak gün geçtikçe sanal ortamlarda görünürlüklerini daha da arttırdıkları gözlemlenmektedir. İnternet ve sağladığı olanaklar uğruna bireylerin denetim ve gözetim mekanizmalarına razı oldukları bilinmektedir. Bu nedenle internet üzerinde kimin denetim sahibi olduğu sorusu her zaman önemli olmuştur. Çünkü gözetimin niteliği bu sorunun cevabında yatmaktadır.

Sonuçta özneler sosyal medya içinde gerçekleştirdiği pratiklerle gerçek yaşamın kültürel örüntülerinden etkilenir ve aynı zamanda sanal gerçeklikte yeni örüntüler yaratırlar. Dil ve söylem aracılığıyla kimlik ve bir tür sanal “ben” oluşturan özneler gerçek yaşamdakine model olarak benzeyen fakat kendine has başka bir tür sosyalleşme içindedirler. Buradaki sosyalleşme süreçleri sanal ortamın iletişim sınırlarıyla çerçevelenir. Sanal ortamlarda özgürce dolaştığını düşünen özneler bir yandan elektronik göz aracılığıyla dijital olarak gözetlenmektedir. Bu, iktidarın sosyal medya gibi görürlüğün yüksek olduğu ortamlar sayesinde özneyi istediği an denetleyebilmesine olanak sağlayacak düzeydedir. Anlık olarak varlıklarını saniyeler içinde sanalda belirtebilen kullanıcı öznelerin konumlarını saptamak ışık hızıyla eş değerdedir. Kaldı ki zaten varlıklarını belli etmeleri genel anlamda bir tür gösteri biçimindedir.

II. 3. 3. Sosyal Medyada Cinsel Kimlik İnşası

Cinsel kimlik parçası olduğu toplumun gölgesi altında şekillenir. Davranışlar, edimler ve dil aracılığıyla aktarılır. Sosyal medya içinde öznelerin farklı bir kimlik inşa ettiği görülür. Ancak gerçek hayattakinden ne kadar bağımsız olduğu tartışmalıdır. Cinsel

kimliklerin bu ortam içinde heteroseksüellik, eril-dişil olarak kurgulandığı görülmektedir. Cinsiyetin kurucu normlarından ikili cinsiyet anlayışının yanı sıra bu ortam heteronormativitenin dışladığı cinsel kimliklerin de ifade özgürlüğü dolayısıyla özgür bir ortam olarak varlıkları daha gözle görünür hale gelir.

Sosyal medya üzerinde cinsel kimliklerin kurgusu üzerinde bu anlayışlarla birkaç düşünce boyutu vardır. Birincisi kimliğin parçalı ve akışkan olması üzerine istikrarsız bir ortam olduğu diğeri ise gerçek hayattaki normların sürdürüldüğü bir ortam olarak ele alınmaktadır (Soyseçkin,2007:53, Kara 2014:53). Sosyal medyanın söylemler eril-dişil olarak incelendiği araştırmalarda eril olanın hakimiyeti ve dişil olanın daha gizli, bastırılmış bir görünüşü vardır. Argo ve küfür kullanımı, yapılan konuşmalarda baskın olan ve konuşma yönünü değiştirenin eril olan olması, özür dileme, nazik olma gibi özellikler ise dişilin söylemlerinde göze çarpmaktadır (Soyseçkin,2007:63-66). Bu referans noktaları akılsallık-duygusallık gibi ikili karşıtlıklarla kadın-erkek dikotomisine uygun olarak bu ortam için de kuramsal olarak sürdürülmektedir. Bunun yanı sıra MUD olarak anılan bilgisayar oyunlarında yoğun biçimde tartışılan heteroseksüellerin çaprazlama olarak sanal kimlikleri kullanışı yani bir erkeğin kadın oyuncu olarak ya da tam tersi olarak gerçekte kadın olan birisinin erkek olarak sanal ortama katılımı ve bir rol sürdürmesi, oynaması açısından transgender kavramıdır.

Transgender, Sandy Stone için tek bir bedende pek çok kişilik (çoklu kişilik); tek bir bedenin dışında çok sayıda kişilik(çeşit çeşit biçimleriyle siberuzamdaki personalar ve onlara eşlik eden iletişim teknolojileri); pek çok bedenin içinde/dışında tek bir kişi (kurumsal toplumsal davranış) olarak söylemsel sınırlar oluşturmazdır (Kara,2014:45). Ancak internete “kimlik fabrikaları” yaftalarının yapıştırılması bu tarz düşüncelerin öne sürülmesinden çok geçmiş olmasına rağmen halen kabul gören bir düşünce değildir.

Bundan öte, Springer ve Basett gibi araştırmacıların daha yakın tarihte yapmış oldukları araştırmalara göre transgender kimlik performansları değil, daha çok hipermaskülen ve hiperfeminen performanslarla karşılaşmışlardır (Kara,2014:47).

Donna Haraway'in 1985 yılında yazmış olduğu "Siborg Manifestosu" adlı kitabında siborg yani bir sibernetik organizma; makine ile organizmanın oluşturduğu bir melez olarak cinselliği, bir ölçüde, heteroseksizmi önleyici hoş, organik örneklerden olandır. Haraway, siborgun toplumsal ve bedensel gerçekliğimizin bir haritasını çıkaran bir kurgu olduğunu söyler (Haraway, 2006:3). Fütüristik olarak asla siborg tasavvurunun çok ciddiye alınmamasından dahası tehlikelerinden bahseder. Siborg ona göre cinsel kimlikler açısından verili olanı sorgulamak için bir düzlem sunmaktadır. Çünkü bedenlerimiz kendimiz; bedenler, iktidar ve kimlik haritalarıdır (Haraway, 2006:71). Sosyal medyaların da içinde girdiği sanal ortamların kimlik anlamında da bu tür özgürleştirici, benliği dönüştürücü olarak öven yanı bulunmaktadır.

Bu tasavvurdan daha önemli olarak neredeyse tüm negatif veya pozitif algılı sanal ortam çalışmalarının ortak özelliklerinden bir tanesi benliği veya kimliği tasarlamının araçları olarak görülmeleridir. Goffman terminolojisine uygun olarak bir performans yeri olan bu ortamların gerçek zamanlı olmaması, öz-temsili dijital görsel materyallerin üretimin ve düzenlenmesinin kolaylığı yanında resim paylaşım siteleri ve sunduğu uygulama olanaklarının pratiğe dönüşme noktalarında kullanıcıların kendi benlik sunumlarında düşünömselliklerinin devrede olduğunu ve verdikleri izlenimler konusunda yüksek derecede kontrol sahibi olduklarını görmek mümkündür (Kara, 2014:51). Haraway içinde iletişim teknolojileri (ve biyo-teknolojiler) bedenleri tasarlamının önemli araçlarıdır (Haraway,2006:34-35).

Sanal ortamlarda fiziksel bir bedene ihtiyaç duyulmadığından cinsel kimlik daha çok dil ve söylemde takip edilebilir hale gelir. Vicent Miller erken internet çalışmaları ile günümüzdekileri kıyaslayarak kimlik deneyimleri ile ilgili olarak şöyle bir listeleme yapmıştır:

Erken İnternet Çalışmaları,

-Öz temsil neredeyse tamamen metin bazlıydı.

-Online toplumsal çevreler büyük oranda anonimdi veya öyle tanımlanıyorlardı.

-Online ve offline alanlar arasında çok az bir bütünleşme olduğu düşünülüyordu ve bu yüzden bedensel kimik söylemlerinden özgür oldu görüşü içeriyordu.

Günümüzde ise,

-Online ortamlara kişilerin kendileri hakkında metinsel tasvirlerden ziyade resimler ve özellikle fotoğraflar olmak üzere (örneğin sosyal ağ sitelerinde) resim tabanlı öz temsiller hakimdir.

- Ana akım online toplumsal ortamlar daha fazla nonimus hale gelmiş ve özellikle toplumsal ağlardaki profiller offline benlikleri temsil eden ve destekleyen araçlara dönüşmüşlerdir.

-Sonuç olarak online ve offline çerçeveler veya yaşam dünyalarının bir bütünleşmesi gerçekleşmiştir ki bu, kimliklerle oynamaya veya merkezsiz kimliklere çok az alan bırakacak şekilde olmuştur. Bunun yerine online benlik bedensel, offline benliğin yörüngesine oturmuştur (Kara, 2014:50).

Bu nedenle özneler sanal ortamda daha rahat davranabilmekteyken bile bağlı oldukları kimliğin yansımasıdır. Bu görsel malzemelerle, video ve ses kayıtları ile de desteklenmiş bir örgüdür. Öteki ile etkileşimi ise gündelik hayattakinden daha yoğundur. Heteroseksüeller kendi ötekileri olarak eşcinselleri karşlarına almakta sosyal medyanın

kamusal alanı sayılan herkese açık konuşmalarda kendi kimliklerini belirlerken söylemlerinde ne olmadıkları üzerinden - yani eşcinselleri karşılarına alarak tanımlamalarda bulunmakta- ne olduklarını tanımlamaktadırlar.

Castells'in belirttiği ağ toplumunda bireyler ve gruplar arası ilişkilerde bir yandan araçsallaşma yaşanması bir yandan bölünmesi söz konusuysen yabancı bir tehdit olması durumu (Binark ve Bayraktutan,2007:156) sosyal medyada eşcinseller üzerinden nefret söylemleri üretilmesine neden olmaktadır. Heteroseksüeller kurdukları topluluk adlı sanal grupları üzerinden eşcinselleri söylemde baskı altına almaya çalışmaktadırlar. Bunda ise offline kimliklerin sosyal medyada sürdürülmesinde karşılaşılan kimliği yüceltme, abartarak vurgulamanın da etkisinden söz edilebilir. Gerçek kimliğin izinin sürülebildiği avatar adlı sanal profiller bir taraftan etiketleme, kolay yargılanmaya doğru her an bir yol açabilmektedir. Çünkü bu ortamın sanallığı gözetim , mahremiyet sınırlarında tamamen gerçek olarak da yanlış bir biçimde algılanabilmektedir. Öte yandan sosyal medya 'ötekilerin' direniş sergiledikleri bir ortam, kendilerini ifade edebildikleri bir mecradır.

Bu bilgiler doğrultusunda sosyal medyanın ve sanal yaşamın gerçek yaşam ile bağlantısı çok açıktır. Cinsel kimliklerin de benzer biçimde kurgulandığı ancak yine de ayrılma noktalarının sanal uzam özellikleri bakımından incelenmesi gerekmektedir.

III. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde araştırmanın konu, amaç ve önemine değinilerek problematiğinden ve genel olarak çerçevesinden söz edilmektedir. Araştırma soruları ortaya konularak araştırmanın hedefleri belirlenmektedir. İnternetin henüz 90'lı yıllardan bu yana var olduğu düşünüldüğünde yöntem konusunda diğer alanlara kıyasla daha sıkıntılı olduğunu söylemek mümkündür. Ancak yine de bu alanda yapılmış azımsanmayacak sayıda araştırma incelenmiş ve sınırlılıklarından söz edilerek araştırma amacına en uygun yöntem belirlenmiştir.

III. 1. Araştırmanın Konusu

Katmanlı bir görünüm sergileyen kimlik olgusu günümüzdeki toplumsal dünyayı anlamada kullanılan kilit kavramlardan biri haline gelmiştir. Öznenin kimliği, toplumsal etkileşim ağı içinde oluşan ve anlam kazanan bir inşadır. Kimlikler sürekli bir değişimi ifade etseler de modern ve onun faklılaşmış yapısallığına denk gelen enformasyon toplumu içinde temel etkenlerce şekillenmektedir. Aynı zamanda bu şekillenmede öznelerin kendi etkilikleri bakımından sosyal medya ele alınmıştır. Kimliksel görünümler sosyal medyada bilgi üretim, yayma, paylaşma sürecine öznelerin bizzat katılımıyla etkileşimin yükselişe geçtiği bir yoğunluk kazanmıştır. Daha önceden medyayı izleyenler artık medyatik bilgi üretim süreçlerinin belirgin birer aktörü konumuna geçmişlerdir. Ancak ekonomik sistemlerin belirli özelliklerine ve piyasa koşullarına bağlı olan sosyal medya sadece katılımcı öznelerin bilgi ürettiği bir etkileşim alanı değildir. Bir ortam olarak anılan, bu aracılı deneyimi başka boyutta olanaklı hale getiren sanal uzam ondan faydalanan çıkar gruplarının, şirketlerin de hizmetindedir.

Çalışma bir toplumsal mücadele alanı olan sosyal medya ortamını, mücadelenin dilsel ve metinsel olarak belirginleştiği bir küresel ağ olarak bu ortamdaki cinsel kimlik inşasını konu edinmiştir. Modernizm kurgusuna bağlı olarak heteroseksüellik, heteronormativite ve ötekilik , toplumsal cinsiyet eleştirisi dikkate alınarak erkek-kadın dikotomisine bağlı bir yaklaşımdan ziyade erillik ve dişillik olgularının söylemsel yapısı konuyu oluşturmaktadır. Tüm bunlar doğrultusunda araştırma sosyal medya ortamlarından etkileşim ve paylaşım ağının yüksek olduğu Facebook ortamındaki cinsel kimlik inşalarına odaklanmaktadır. Bu açıdan çalışmanın evreni sosyal medya örneklemini ise Facebook üzerinde yer alan grup sayfaları oluşturmaktadır.

III. 2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı cinsel kimliklerin sosyal medya üzerinden toplumsal cinsiyet parametreleri ekseninde nasıl inşa edildiğini anlamaktır. İnşa sürecinde sosyal medya ortamının cinsel kimliklerin inşasına nasıl ve ne yönde etkisi olduğu önem taşımaktadır. Cinsel kimliğin kurulma aşamasında dikkat çeken heteroseksüellik, toplumsal norm bazında heteronormativitenin eril-dişil-eşcinsellik parametrelerine ötekilik temelinde inceleyerek bu konuda öznelerin enformasyonelizmin bir etkisi olarak sosyal medyayı ne şekilde kullandığını anlamak, sosyal medyanın özelliklerinin analizi doğrultusunda öznelerin sanal/dijital ortamdaki kimlik kavrayışını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Cinsel kimliğin açıklanmasında toplumsal cinsiyet analizinin gerekliliğine paralel biçimde sosyal medyadaki kimlik kurgularının da toplumsal cinsiyet analizi temelinde açıklanması hedeflenmektedir. Sürekli bir değişim, akışkan bir yapı sergileyen, öznelerin ifade özgürlüğünün geniş olduğu ve ötekisi ile her an karşılaşabilinen ortak kullanım alanları içeren sosyal medyayı inceleyebilmek için ise enformasyon toplumu, bir

anlayış olarak enformasyonelizmin toplumlara nüfuz eden sosyo-ekonomik, kültürel ve tarihsel eksenleri bazında açıklanması da diğer bir hedefi oluşturmaktadır.

III. 3. Araştırmanın Yöntemi

III. 3. 1. Araştırmanın Problemi

Sosyal medya ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında sosyal medyanın gündelik hayata entegre olmuş, birçok kullanıcıya sahip olan, kendi kültürüne sahip bir ortam olduğu tespit edilmiştir. Bu ortamlar içinde gerçekleşen faaliyetler edimsel özellikler taşımaktadır, bunlar içinde dilsel faaliyet bir yapı kazanarak metin parçaları oluşturmaktadır ve bu metinlerde kimlik izleklerine rastlanmaktadır. Bu noktadan hareketle sosyal medyanın bir aracı olarak yarattığı ortamın kullanıcıları ne yönde etkilediği sorunu ortaya çıkmıştır. Kimlik konusu daraltılarak cinsel kimlik ele alınmış ve sosyal medyada web 2.0'ın bir avantajı olarak kendi bilgi içeriklerini üreten, bir araya getiren kullanıcıların kendi cinsel kimliğini sosyal medya üzerinden nasıl inşa ettiği sorunsallaştırılmıştır.

III. 3. 2. Araştırmanın Operasyonel Kavramları

Sosyal Medya: Araştırma içinde yer alan kavramsal çerçeveye dahil olmuş temel kavramlardan ilk olan sosyal medya, yeni medya içerisinde yer almaktadır. En genel özelliği kullanıcıların bilgi üretimini sağlayacak bir ortam(medium) olmasıdır. Bu açıdan etkileşimin tıpkı gerçek hayattakine benzer biçimde boy gösterdiği bir mecra olarak adlandırılır. Bu etkileşimselliğin temelinde metinleri görünür biçimde birbiriyle bağlantılandıran hipermetinsellik bulunmaktadır. Çalışmada sosyal medya bu açıdan toplumsal içerisinde sosyalliğin deneyimlendiği bir sanal uzam olarak yer alır ve kendine ait kültürel, ekonomik, politik ve siyasi bir ağ oluşturur. Bu nedenle enformasyon

toplumuna çalışmada sosyal medyanın temel argümanlarına kaynaklık eden toplumsal zemin olarak yer verilmiştir.

Özne: Modern dönem içindeki kullanımıyla kullanılan özne kavramı birey merkezli dünya görüşlerinin bir yansımasıdır. Etimolojik olarak alta yerleşmiş olan anlamına gelirken çalışmada bilen, bilinçli, iradeyle ifade olan ve aynı zamanda eylemliliği sağlayan, etkin olandır. Bununla birlikte özne sosyal medyanın kendi yapısından etkilenen ve aynı zamanda kendi cinsel kimliğinin söylemsel düzleminde kimliğin inşasına sürekli etki eden olarak değerlendirilmiştir. Sosyal medyayı da inşacı anlamda biçimlendiren bir konumu vardır.

Kimlik: Çalışmada kimlik, süreklilik halinde bir inşa olarak çerçevelendirilmiştir. En genel tanımıyla kim olduğumuz konusu içinde değerlendiren kimlik, olup bitmiş bir zaman ile sınırlandırılmaz. Bununla birlikte sosyolojik olarak buradaki kullanımı cinsel kimliğin de parçası olduğu toplum bazında ele alınmıştır. Bu nedenle kimliğin bileşenleri cinsel kimlik merkezde olmak koşulu ile etrafında ırk, etnisite, milliyetçilik gibi olgulardır. Toplumsal olarak sürdürülme, toplumsal olarak kendini ifade edilme vurguları öne çıkmaktadır. Aynı zamanda burada dil düzeyinde ortaya çıkan biçimliliğe sahiptir.

Cinsel kimlikte kadın-erkek olarak özellikle dikotomik bir kimlik ayrımı gidilmemiş ancak benzer sosyalizasyon sürecinden geçme anlamında toplumsal grup olarak kadın-erkek kavramsallaştırması kullanılmıştır. Ayrıca söylem düzeyinde karşılanabilme potansiyeli daha yüksek olması bakımından dişil-eril parametreleri kullanılmıştır.

Erillik: Toplumsal cinsiyet açısından merkezinde üretilen olan kavram çalışmada nihayetinde toplumsalın ürettiği ve toplumsal uzamda konumlandığı olarak geçmektedir. Bir dizi anlam yüklü olarak her ne kadar “erkek” olan ile yapışkan biçimde düşünülürse de bu durum feminist çerçevede toplumsal olanın biyolojik olan içine yerleştirilip bedenlerden kaynaklanan bir gerçeklik gibi sunulmasından ötürü eleştirilir. Sosyal medya çalışması olan araştırmada bu sanal ortamda zaten bedenlerin ancak sanal olarak algılanabilecek olması nedeniyle çalışmada erillik dilsel söylemde ortaya çıkan nitelikleri ile ele alınmaktadır. En başta baskın olan , tahakküm kuran; sert, konuşmayı başlatan ve genelde son sözü söyleyen, yöneten toplumsal konumlara sahip görülür. Eril olan toplumsal olarak gücün odaklandığı alanı daha çok kapsadığı farz edildiğinden dilde az söz söyleyerek çok anlam ve kesin hüküm gibi etkileri de sahiplenir.

Dişillik: Üretkenliğin, doğanın asıl sembolüdür. Doğum, yaratım gibi dilsel alanlar dişiyeye aittir. Bunu takiben güzellik, ferahlık anlamlarında biraz da doğanın vurgusu sebebiyle mistik olanı çağırır. Ancak medeniyet düzleminde tam bu sebeplerden çelişkili olarak yer aldığı görülür. En baştan beri cinsiyet ideolojileri tarafından erillik ile karşı karşıya konulduğundan, tahakküm edilen, elde edilen ve itaat eden olarak nitelendirilmiştir. Bu nedenlerle çalışmada dişilin modern toplumda kazandığı gücünden dolayı dildeki karşılıkları mücadele eden, örtük davranan, güzelliği temsil eden, üretken, fedakar olarak alınmaktadır.

Heteroseksüellik: Cinsiyet düzenini kadın-erkek olarak temelde ikiye ayıran ve cinsiyeti daha çok biyolojik açıdan temellendiren görüş. Heteroseksizm bu görüşün daha ideolojik bir forma kavuşmuş halidir ve toplumsal olarak heteroseksizm daha baskın olandır. Bu açıdan heteroseksüelliğin çalışmada cinsel kimlik ile bağlantılı bir rolü vardır.

Heteronormativite: Heteroseksüelliğin normatif olarak toplumsal alandaki görünümüdür. Bunun daha açıklayıcı yanı normun anlamında gizlidir. Norm buyurgan olma, kurallarla belirlenme, düzenlemenin ifadesidir. Bu açıdan heteronormativite cinsiyetin normatif olarak düzenlenmesini içerirken aynı zamanda yaygın olan, “normal” olan anlamlarını da içerdiğini varsayar.

Öteki-Ötekilik: Kimlik oluşum sürecinde karşılaşılan temel kurulum nosyonu olarak görülür. Özellikle özneyi bir varolma biçimi olarak gören psikanalist ekol içinde sayılan Lacan için anlam ötekinin olduğu yerde kurulur. Kavram ben/öznenin kendisi dışındakine işaret eder. Cinsiyet üzerinden çalışmada ötekilik norm sayılan heteroseksüelliğin ötekisi olarak eşcinseller, lgbtliler olarak ele alınmaktadır. Bu durum ötekiliğin kurulumunda Hegel’de görülen efendi-köleye dayalı ötekilik anlamındakine benzer biçimde baskın olan ve kendisini norm olarak gösteren heteroseksüellikte iktidar ilişkilerine gönderme yapar.

Araştırma bu açılardan feminist yöntembilimin cinsel kimliğe çok katmanlı bakışı ile toplumsal olarak öznenin dişil ve eril kimlik inşasına toplumsal rollerden daha derin olarak toplumsal cinsiyet gözüyle bakılmasını sağlamaktadır. Teorik altyapıyı ise interdisipliner biçimliliğine paralel olarak feminist teori ve toplumsal inşacılık oluşturmaktadır.

III. 3. 3. Araştırma Soruları

1. Modern dönemin cinsel kimlik inşasında rol oynayan heteroseksüellik sosyal medyada özne tarafından nasıl inşa edilmektedir?
2. Heteronormativitenin sosyal medyada özneler tarafından söylemde yansımaları ne şekildedir?

3. Dışlayıcı bir kimlik olarak ötekilik cinsel kimlik üzerinden sosyal medyada nasıl inşa edilmektedir?

4. Toplumsal cinsiyet açısından eril- dişil kurgusu sosyal medyada dikotomik biçimde mi oluşturmaktadır?

III. 3. 4. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi içerik analizi tekniğinin alt başlığı olarak görülür. Çünkü içerik analizi söylemlere uygulanan bir takım metodolojik araçlar tekniklerin bütünüdür ve tündengeline dayalı bir sınırlandırılmış okuma çabası olarak görülür (Bilgin, 2006:2). Ancak söylem analizi sadece kodlama mantığına dayalı olarak içeriklerin incelenmesinin ötesine kendi özellikleri ile geçer.

III. 4. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Dijital ortam denetlenmenin çok düşük olduğu ve her gün yeni bir web sitesi ile karşılaşılabilen bir alandır. Bu sebeple araştırma sosyal medya üzerinde sosyal ağlar ve üye olunabilen genelde gerçek kimliklerin bir uzantısı olan ve hatta birleşik hesap (account) içeren bir internet web sitesi olan facebooku hedef almaktadır.

2. Sosyal medya içinde bireylerin veri üretimi sonsuzdur her alan ile ilgili sayısız gönderi bulunmaktadır. Bu açıdan özellikle ortak alanlarda düşüncelerin ve söylemlerin yoğunlaştığı topluluklar olarak adlandırılan dijital ortamlara odaklanılmıştır.

3. Sanal ortamlarda bireyler gözetilen ve göz önünde olan olarak idealize edilmiş biçimde davranabilirler ancak aynı zamanda ifade özgürlüğünün gündelik hayatta

görülebileceğinden daha sık karşılaşılan bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır bu açıdan kimlik konusunda bu dijital ortamlar kendilerine özgü bir gerçeklik olarak ele alınacaktır.

4. Facebook üzerinde yer alan sayfa yöneticileri kendi gönderileri üzerinde değişiklik yapma olanağına sahiptir, bazı yorumlar hiç yayımlanmayabileceği gibi daha önceki yorumlara müdahale bazen söz konusudur. Bununla birlikte bireyler de kendi yorumlarını silme ve daha sonra istedikleri zaman içerikleri üzerinde oynama yeteneğine sahiptirler. Sanal aracın sağladığı bu olanak araştırma yapılırken odaklanılan zaman içinde değerlendirilmesi kısıtlılığını getirmektedir.

III. 5. Literatür Taraması

Araştırma konusu sosyal medya, cinsel kimlik, özne üzerine temellenmektedir. Bu konularla ilgili olarak literatürde her konuyu ayrı ayrı kapsayan çalışmalardan söz edilebilir. Bunlardan ilki sosyal medyayı kapsayan yeni medya çalışmaları olarak bir başlıkta toparlanabilir.

Yeni medya çalışmalarında sosyal medyayı direkt konu edinmiş çalışmalar içinde öncelikle yöntem açısından benzerlikler taşıyan araştırmaları da kapsayan Mutlu Binark'ın derlediği "Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri" adlı kitaptır. Dört bölüm olarak ayrılan kitapta yeni medyanın yeni bir alan olarak karşılaştığı yöntem sorunlarını aşmaya dair yaklaşımlar ve örnek araştırmalar derlenmiştir. Yine Mutlu Binark'ın derlediği "Yeni Medya Çalışmaları" ve etik olarak yeni medyayı ele alan ve Günseli Bayraktutan ile yazmış olduğu "Aynı Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik" adlı yapıtlar yeni medyaya dair taranmış kitaplardır. Sosyal medya ile ilgili olarak Türkiye çalışmaları içeren kitaplar arasında editörlüğünü Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kınık'ın yapmış olduğu "Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları 1" ve editörlüğünü Tolga

Kara ve Ebru Özgen'nin yapmış olduğu “Sosyal Medya Akademi” adlı kitaplar bulunmaktadır. Enformasyon toplumu kavramı ile ilgili olarak Manuel Castells'in “Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür” adlı çalışması enformasyon toplumu özelliklerini, kimliklerin bu süreçteki görünüşleri ve internetin ekonomi politiğini anlamada başvurulan bir kaynaktır. Bununla birlikte “Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi” enformasyon ile ilgili öne sürülenler için eleştirel okumalar sunan derleme kitaptır. Yine bu alanda önemli yapıtlar Virilio'nun “Enformasyon Bombası”, Lyon'nun “Elektronik Göz Gözetim Toplumunun Yükselişi”, Guy Debord'un “Gösteri Toplumu” adlı eserleri enformasyon toplumu, internet kültürü, bilginin kullanım, yayılmasıyla ilgili önemli bilgiler sunmaktadır.

Cinsel kimlik konusunda ise son dönem çalışmalar içerisinde özellikle Judith Butler'ın çalışmaları öne çıkmaktadır. “Cinsiyet Belası” adlı yapıtı ile toplumsal cinsiyetlere dair farklı eleştirel bir bakış açısı getirmiştir. Aynı zamanda özne konusunda “İktidarın Psişik Yaşamı” adlı çalışması önemlidir. Toplumsal cinsiyetin taklit ve performanslara dair anlatımı kısa bir makalesinin basımı olan “Taklit ve Toplumsal Cinsiyete Karşı Durma” kitabıdır. Bunun dışında cinsel kimlikler ve toplumsal cinsiyete dair birçok yazının bulunabileceği Cogito'nun “Queer Kuram” ve “Feminizm” sayısındır.

Kimliklerin bu çalışmada ele alındığı biçimde birer inşa olduğuna dair teorinin ana gövdesini oluşturan yapıt ise Berger ve Luckmann'nın “Gerçeğin Sosyal İnşası” adlı çalışmaları ile Kenneth Gergen'nin sosyal psikolojik temelli “Social Construction and the Transformation of Identity Politics” ve “Narrative, Moral Identity and Historical Consciousness:a Social Constructionist Account” adlı makaleleridir.

IV. BÖLÜM SOSYAL MEDYADA CİNSEL KİMLİK SÖYLEMİNİN

ANALİZİ ve BULGULAR: FACEBOOK ÖRNEKLEMİ

IV. 1. Söylem ve Söylem Analizi

Söylem analizi, dili kelimelerin, cümlelerin ve dilsel özelliklerin ötesinde ele alan; dikkatleri, dilin kullanma biçimine, ne için kullanıldığına ve dilin içinde kullanıldığı sosyal bağlama çeken bir yaklaşımdır (Punch,2005:114). Söylem kelimesi ilk defa 1952 yılında bir dilbilimci olan Zelling Harris tarafından kullanılmıştır. O tarihten bu yana söylem terimi farklı disiplinler tarafından birçok farklı anlamda kullanılmıştır. Ancak bugün birçok araştırmacı söylem analizini dilbilim çalışma alanları ile sınırlandırmamaktadır. Açıkça söylem analizinin manifestosu sayılabilecek kapsamı disiplinler arası alanlar, edebi çalışmalar, felsefi incelemeler ve dilbilimsel analizlerle örtüşen ve sınırları olan bir diyagramı olduğudur (Yang ve Sun, 2010).

Söylem çözümlemesi ve burada daha çok üstünde durulacak olan eleştirel söylem analizi 1970'lerden sonra özellikle Avrupa akademik çevrelerinde yaygınlaşan bir yaklaşım olarak, iletişim alanına yeni bir yöntembilimsel konum sunmuştur. Bunu nesnel bilgi anlayışından öznel bilgi anlayışına doğru bir gidişe işaret ettiği ölçüde, pozitivist olmayan bir konum olarak nitelendirmek mümkündür (Kaya,2011:232). Çünkü, modernizmin savunucusu olduğu nesnellik günümüz dünyasının karmaşıklığını, belirsizliğini, ikilemelerini, vb. olguları açıklayabilecek güce sahip değildir. Nedensel modeller bu karmaşıklıkla örtüşmemektedir. İçinde bulunulan dünya söylemin önemine vurgu yapan bir dünyadır (Çelik ve Ekşi,2008:100).

Söylem çözümlemesi her ne kadar farklı disiplinlerde çalışma alanı bulsa da ortak ilkelere sahiptir. Gee ve diğerlerine göre (1992) söylem çözümlemesinin üç temel ilkesi vardır.

(1) Söylem kurallıdır, kurallarla yönetilir ve içsel olarak yapılandırılmıştır; (2) kaçınılmaz olarak sosyal ve tarihsel matris içinde konumlandırılmış, kültürel, siyasal, ekonomik, sosyal ve kişisel gerçekliklerin söylemin belirlediği konuşmacılar tarafından üretilir; (3) söylemin kendisi bu sosyal ve tarihsel matrisin önemli yönlerini kurar veya biçimlendirir. Diğer bir ifadeyle söylem, insan deneyimlerini yansıtır ve aynı zamanda da bu deneyimlerin önemli kısımlarını kurar. Bu nedenle söylem çözümlemesi, söylemin etkilediği veya söylem tarafından kurulan insani deneyimin herhangi bir parçasıyla ilgili olabilir (Akt. Punch, 2005).

Bu nedenle söylem, Sözen'nin belirttiği üzere bir meta-eylemdir ve ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreç/lerdir. Söylem sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik alanlar gibi sosyal hayatın tüm yönleri ile ilişkilidir (Çelik ve Ekşi,2008:100). Bunun yanı sıra söylem Punch'ın Worrall'dan aktardığı gibi bir iletinin tüm boyutlarını –sadece iletinin içeriğini değil, onu dile getireni (kim söylüyor?), otoritesini (neye dayanarak?), dinleyiciyi (kime söyleniyor?) ve hedefini (neye ulaşmak için söyleniyor?)- kapsar. Söylem, sohbet konuşma da dahil olmak üzere tüm iletişim biçimlerini kuşatır (Punch,2005:215). Daha belirgin olması açısından denilebilir ki bireyler söylem yaratmaz, kendileri sosyal düzlemde mevcuttur. Söylem anlamı inşa eder ve böylelikle toplumlar mevcut semboller ve anlamlar arasında bağ kurar. Bu yolla toplumlar konular, olaylar ve olgular üzerinde nasıl düşünecekleri ya da iletişim kuracaklarını söylemler üzerinden kazanırlar (Çelik ve Ekşi, 2008:99).

Söylem analizinin sınıflandırması ise belirsiz ve çelişkilidir. Potter, söylem analiz versiyonlarını ilk üçü dilbilimsel ve psikoloji ile çakışan şekilde, dördüncüsü klasik Foucaultcu söylem analizi olarak ve sonuncusunu Potter ve Wetherell'e ait olan model olmak üzere ayırır. Bu doğrultuda yine Potter'a göre söylem analiz tipi anlamında ise üçe ayrılır. İngiliz&Amerikan okulu, Foucault okulu ve Eleştirel Söylem Analizi (Yang ve Sun,2010). Söylem analizi temel olarak konuşma veya metni sınır alan bir çözümlemeden ziyade daha karmaşık bir yapı sergiler. Özellikle eleştirel söylem analizi söylemin toplumsal boyutuna vurgu yapar.

Çalışmada kullanılan eleştirel söylem çözümlemesi ise dördüncü Bölümde ele alınmaktadır.

Bu çalışmada araştırma evrenini sosyal medya oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise etkileşimi yüksek olması ve kullanıcı sayısının çok olması bakımından Facebook iletişim ağı oluşturmaktadır. Bir kamusal alan olarak görülen Facebookta yer alan grup sayfaları, cinsel kimlik parametrelerine uygun olarak bu sanal ortamın bir olanağı olan kendi arama motoruna anahtar kelimelerin girilmesiyle seçilmiştir. Araştırmanın konusuna ve amacına uygun sayfalar ve paylaşımlar arasından seçimler gerçekleştirilmiştir. Seçilen grup sayfaları ve gönderiler üzerinde birinci bölümde daha önceden bahsedilen Van Dijk'ın söylem analiz metodu uygulanmıştır.

IV. 2. Eleştirel Söylem Analizi

Eleştirel söylem analizi ise (Critical Discourse Analysis-CDA) söylem çözümleme araştırmalarının bir türüdür. Öncelikli olarak sosyal gücün kötüye kullanımı, tahakküm, meşrulaştırılan eşitsizliği , bunların yeniden üretimini ve sosyal ve politik metin ve konuşma konteksti aracılığıyla meydana gelen direnci çalışma alanı olarak

belirler. Bu tarz eleştirel araştırmalarla eleştirel söylem analistleri, kesin bir duruş sergiler ve böylece sosyal eşitsizliği anlamaya çalışıp, açığa çıkarmayı, sonuç olarak bu duruma karşı direnmeyi arzular (Dijk,1991:352). Elliot için söylem çözümlemesinin merkezinde eleştiri vardır ve söylem analizi bu eleştirisini genelde sosyal grupların veya bireylerin gücü elde etmek ve ideolojik görüşlerini yaymak için dili nasıl kullandığı üzerine çevirir (elik ve Ekşi,2008:113). Foucault'a göre tüm insan fikri ve bilgi alanlarının belli bir bilgi kodunun yasaları tarafından etkilenmesi sebebiyle hiçbir öznenin özgür olamayacağını ve bu düzen tarafından belirlenmemiş hiçbir sözcenin olamadığını ortaya koymaktadır (Kaya ,2011:232). Bu nedenle ona göre insanlar sadece söylem sınırlamaları içinde düşünebilirler (elik ve Ekşi,2008:115). İktidar simgesel olarak öznelere ideolojik ve söylem düzeyinde etkileme özelliği ile söylem çözümlemelerinde odak noktalardan biridir. Söylem özümlemesi genel olarak, toplumsal iktidarın boyutlarının analizleriyle işe başlayan özümlemecinin, iktidar yapılarının hangi söylemler ya da söylemsel özellikler yoluyla dışa vurulduğunu, harekete geçirildiğini ya da meşrulaştırıldığını incelediği süreçtir (Kaya, 2011:232). Eleştirel söylem analizleri bu nedenle özellikle iktidar, bilgi ve güç konularında incelemede bulunurlar.

Söylem özümlemesi, konuşma ve yazı dilinin nasıl kullanıldığı , açıklama ve betimlemelerin nasıl inşa edildiği konusundan hassastır. Daha kapsamlı olarak, açıklamalar ile hiyerarşi ve iktidar ile ideoloji arasında karşılıklı ilişkilere vurgu yapar. Bu düzeyde, iktidar ve ideoloji ile bağlantılarını göstermek için, inşa edilmiş açıklamaları parçalara ayırma anlamında yapıbozumuna benzer (Punch,2005:217).

Van Dijk'ın belirttiği eleştirel söylem analizinin amaçları şunlardır,

1. Eleştirel söylem analizi diğer bütün marjinal araştırma yöntemleri tarafından kabul görmek için vaka analizlerinde diğer marjinal araştırmalardan daha iyi olmalıdır.

2. Eleştirel söylem analizi var olan paradigmlar ve üsluplar yerine genellikle sosyal problemler ve politik sorunlara odaklanır.

3. Sosyal problemlerin deneysel yeterliliğinin eleştirel analizi, genellikle çok disiplinlidir.

4. Eleştirel söylem analizi sadece söylem yapılarını tanımlamak ve ona açıklık getirmek yerine, söylem yapılarını özellikle sosyal yapıya ve sosyal etkileşimdeki başarıya dayalı olarak açıklamaya çalışır.

5. Eleştirel söylem analizi daha çok toplumdaki güç ve hakimiyet ilişkilerinin yasallaştırılması, onaylanması, meşrulaştırılması, dönüştürülmesi, yeniden yapılandırılması ya da bunlara meydan okunması üzerine odaklanır.

Fairclough ile Wodak eleştirel söylem analizinin ana ilkelerini ise şu şekilde açıklamıştır.

1. Söylem sosyal problemlere işaret eder.
2. Güç ilişkileri tutarsız ilişkililerdir.
3. Söylem toplum ve kültürü meydana getirir.
4. Söylem ideolojik bir işittir.
5. Söylem tarihidir.
6. Söylem, metin ile toplum arasındaki aracıdır.
7. Söylem analizi, yorumlamacı ve açıklayıcıdır

8. Söylem, sosyal eylemlerin bir formudur (akt.Dijk, 1991: 353).

Bu ilke ve amaçlar doğrultusunda söylem analizini içeren araştırmalar cinsiyet eşitsizliği, medya söylemleri, politik söylemler, etnosantrizm, ırkçılık, milliyetçilik gibi konular hakkındadır. Cinsiyet, cinsel kimlik ve cinsiyet eşitsizliği konusunda bir inceleme araştırması için söylem analizine başvurmak cinsiyetin kimlik inşasında söylemlerin etkisini dolayısıyla dilin etkisini, temsil alanını incelemektir.

Kress ve Hodge, güç kontrolü ve iletişim için bir araç olarak dilin işlevlerini dikkatle inceler. Dil ,insanların düşünce ve hareketlerini manipüle etmek için hizmet eder; insanları, olayları, bunun yanı sıra maddi varlıkları türlere ve derecelere ayırır, belirli bir sistemin ve bazı kimliklerin devamlılığını, sürekliliğini sağlama girişimidir (Yang ve Sun, 2010:132). Dil ve kimlik inşası arasında dolayısıyla söylem arasında bağlantı olduğunu söylemek mümkündür. Kimliğin yanı sıra medya söylem analizinin bir diğer önemli çalışma alanını oluşturur.

Medyaların ilgili yaklaşımlar açısından önemi, “hegemonik aygıtlar” -yani, rıza üretiminin ana etkenleri- olarak tarif edilmelerinden kaynaklanmaktadır. Medya metinleri, hegemonik bir savaşımın sürdüğü alanlar olarak çözümlenmeye muhtaçtır (Kaya 2011: ,234). Geleneksel olarak daha çok eleştirel medya çalışmalarında analitik içerik yaklaşımları, metinlerde, illüstrasyonlarda ve fotoğraflarda ön yargısal ve kalıp yargısal cinsiyetçilik ya da ırkçılık imajlarını açığa çıkarmıştır. Erken medya dil çalışmaları basitçe gözlemlenebilen yapılara, örnek olarak “Biz ve Onların (ve Bizim/onların eylemleri ve karakterleri) “ betimlemelerine yüzeysel olarak odaklanmıştır (Dijk, 1991:359). Bu sebeplerle eleştirel söylem analiz çalışmaları medya ve medya söylemleri üzerinde diğer alanlara kıyasla daha çok durur. Ayrıca medyanın kurum olarak özneler üzerindeki gittikçe

artan etkisi, Althusserci anlamda medya araçlarının ideolojik aygıtlar olması ve iktidarın söylemlerini dağıtmaları, rıza üretmeleri açısından paralel olarak önemi artmaktadır.

Toplumsal anlamın oluşturulmasında etken rol oynayan medya, enformasyon devrimiyle birlikte, kitle iletişim araçları vasıtasıyla, kent insanının toplumla olan zihinsel bağını şekillendirmede belirleyici olmaya başlamıştır (Kaya 2011:233). Enformasyon devriminin bilgi alma-üretme-dağıtma araçları olarak bireyleri kitle iletişim araçlarına daha bağımlı hale getirmesi medya söylemleri konusunda eleştirel söylem analizine daha önemli bir rol yükler.

Van Dijk , eleştirel söylem çözümlemesini hiyerarşik yapıların, örtük olan ideolojilerin, tahakkümün ortaya çıkarılması amacıyla özellikle haberlere yönelik olarak uygular. Özer'in öncelikle şemalaştırdığı söylem çözümlemesi metodu Aygül'ün çalışmasında Facebook ortamına uyarlanmıştır (Çomu ve Halaiqa,2014:58).

IV. 3. Sosyal Medyada Söylem Analizine Yönelik Uygulamalar

Söylem üzerine yapılan çalışmalar çok kapsamlı olarak nitelendirilebilir. Nuri Bilgin'nin "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnekler" adlı kitabında bu konu hakkındaki bölümde arabesk şarkıların analizinden metinlerde başarı ve bağlanma güdülerine kadar geniş bir yelpaze sayılabilecek örnek analiz yer almaktadır. Bununla birlikte yaygın iletişim aracı olmasından kaynaklı olarak söylem analizleri medyaya yönelik olarak yoğun biçimde günümüzde halen çalışılmaktadır. Sosyal medyayı içeren yeni medya ortamlarına yönelik olarak yapılan çalışmalar henüz sınırlı sayıdadır. Geleneksel medyadaki uygulamaların bir çoğu yeni medyanın yapısal özelliklerine uyarlanarak işlevsel hale getirilmektedir. Bu çalışmada da bu yönde bir uygulanma tercih edilmiştir.

Web içeriklerinin çözümlenmesinde metinlerin ele alındığı önemli çalışmalar bulunmaktadır. Vahit İlhanı'nın 2011 yılında "İnternet Haber Ağlarının Ağına Takılan Erkek(lik)" çalışması Van Dijk'in söylem çözümlemesini kullanarak internet üzerinde cinsiyetçi dil kullanımını incelenmiştir. Diğer bir çalışma Tuğrul Çomu'nun 2012 yılında yapmış olduğu "Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi:Youtube Örneği" adlı çalışmasıdır. Çomu bu çalışmasında Van Dijk'in analiz methodunu videolara uyarlayarak görsel öğeleri ses, etiket gibi youtubea özel tüm özellikleriyel birlikte analiz etmiştir. Ünseli Bayraktutan tarafından gerçekleştirilen "Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde Facebook ve Twitter'ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması" adlı araştırma projesi, diğer önemli araştırmalardan biridir (Binark, 2014).

Tüm bu çalışmaların ortak özellikleri tarihlerinin çok yeni olması ve geleneksel medyadaki analiz yöntemlerinin kendi amaçlarına uygun olarak uyarlanarak kullanılmasıdır. Sosyal medya üzerine yapılan çalışmalar ve sayfalarının linklerinin kaydedilmesi, pdf olarak görüntünün kaydedilmesi, ekran görüntüsünün alınması ile çalışmanın yapıldığı tarihteki metin içeriklerine odaklanmaktadır.

IV. 4. Analizin Yöntemi

Yeni medya araştırmaları sanal ortamın özellikleri göz önüne alınarak araştırmacıların farklı amaçlarına uygun olarak çeşitli seçenekler sunmaktadır. Genel olarak araştırmalar iki yöne ayrılabilir bunlardan ilki interneti uzam olarak ele alan ve buraya ait kullanım şekillerinin, aktörlerinin üzerinden yapılan araştırmalar; ikinci ise sanal uzamın metin olarak ele alındığı araştırma yöntemidir (Binark, 2007: 33). Bununla birlikte internet metin olarak ele alındığında dikkat edilmesi gerekenler sanal ortamın geleneksel

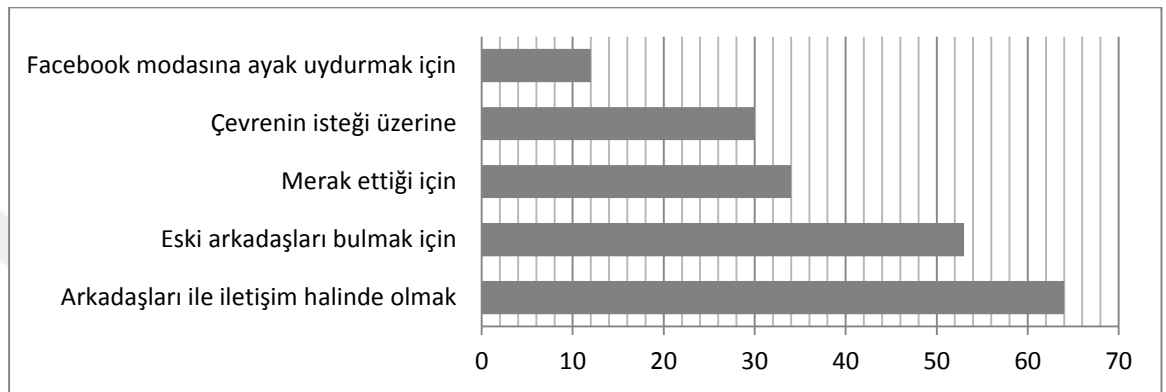
medyadan ayrıldığı daha önceden bahsedilen yapısal özellikleridir. Bu araştırmada sanal uzamın kendisi bir metin olarak ele alınmış olup buna uygun olarak eleştirel söylem analizi yöntemi uygulanmıştır. Veri toplama tekniği Chen'nin internette katılımsız gözlem olarak değindiği “lurk”tur (pusuya yatma). Bu sayede “listenin veya grubun kültürü ve ortak pratikleri” öğrenilebilir (Akt. Binark, 2007:35). Lurk yöntemi gözlemcinin kendi kimliğini açığa çıkarmasına gerek duymadığı ve her hangi bir şekilde ortama müdahale etmediği bir yaklaşımdır. İncelenecek ortamın kamusal alan olarak nitelendirilmesi ise belki de bu yaklaşımdaki en önemli ayrıntıdır. Çünkü internet ortamında mahremiyet konusu ve incelenen kişilerin izninin olmaması diğer özel çalışmalar için etik problemler ortaya çıkarabilmektedir. Ancak kamusal alan gibi nitelenen bu çalışmada söz konusu olan Facebook grup sayfaları gibi sayfalar bu yöntem için kullanılabilir durumdadır.

IV. 5. Araştırma Evreni ve Örneklemi : Facebook İletişim Ağı

Facebook sosyal medyanın özelliklerinden kullanıcı içerikli bilgi üretiminin yüksek seviyede olduğu, kişisel sayfa sahip olma gibi ayrıcalıkları kendisine has biçimde iletişim ağına dönüştüren bir internet sitesidir. 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Facebook “küçük işletme sahiplerinin ağlarını genişletmesine, potansiyel müşteri ve arkadaşlarla iletişim kurmaya, blog gönderileri, resimler ve videolar yoluyla işletme bilgilerini paylaşmaya” imkan sağlayan bir sanal ortamdır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 223). Profesyonel işlevi olan Facebook kendi sayfasında belirttiği üzere “geliştirdiği algoritma yoluyla insanların gerçek dünyadaki sosyal bağlarını, dijital bir harita üzerinden bilgi paylaşımını açık biçimde koordine etmesini” sağlamaktadır (Kara, 2012:120). Basit kullanım içeriğiyle her türlü kullanıcı kendisine çeken bir işleme sistemine sahiptir. İnternete bağlanabilen herkes Facebook'ta bir hesap oluşturabilir ve anında küresel iletişim ağına dahil olabilir.

Facebook kısa bir süre önce kurulmuş olmasına rağmen yarattığı etkiler bakımından araştırmacıların ilgi odağında olan bir sitedir. Kullanım açısından yapılan anketlerden birine göre kullanıcıların facebookta hesap açma nedenleri tabloyla şöyle gösterilmektedir (Kaya,2013).

Tablo1. Kullanıcıların Facebook'ta hesap açma nedenleri



Tablo 1’de görüldüğü üzere %64 ile en çok arkadaşlarla iletişim halinde olmak için Facebook kullanılmaktadır.⁷ Bunun sonucunda Facebook kullananların gerçek hayat ile olan ilişkiselliği görülebilmektedir. Bölüm 3’te gösterildiği gibi Facebook Google’dan sonra Dünya çapında en çok ziyaret edilen ikinci sitedir. Türkiye’de 29 milyon 951 bin dokuz altmış dokuz kullanıcısı bulunmaktadır. Bu da nüfusun %38.50’sinin Facebook kullanıcısı olduğunu göstermektedir (<http://www.socialbakers.com/blog/207-turkey-is-facebook-world-country-no-4>).

Facebook üzerinde topluluk olarak geçen sayfalar arasında en popüler olanları 6 milyon 369 bini aşan üye sayısı ile “Baho” adlı sayfadır. En hızlı büyüyen grup sayfaları arasında “Kadın Kahvesi” bir milyon 626 bin küsur üye sayısı ile ikinci sıradadır

⁷ Bu anket 140 kişi katılmıştır. Katılımcıların %51’i kadın, %49’u erkektir. Katılımcıların %2’si 1 yıldan az, %5’i 1 yıldır, %15’i 2 yıldır, %19’u 3 yıldır, %40’ı 4 yıldır ve %19’u kullanıma açıldığından bu yana Facebook kullanmakta olduğunu belirtmiştir (Kaya,2013:172).

(<http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/1571819183062506-kad-n-kahvesi>). Gönenli ve Hürmeriç'in yaptığı ankette internete her gün bağlananların sayısı %93.86 iken Facebooka her gün bağlananların sayısı %77.91'dir. %31.57'si ikiz yüz kırk bir dakikadan fazla günlük olarak bağlanmaktadır.⁸ Bu verilerden Facebook'un gündelik hayatı ne kadar yer etmiş olduğu ne kadar sık kullanıldığı görülmektedir.

Sitenin yapısal özelliklerine bakıldığında giriş ve kullanım için bir hesap açılmakta ve ağa bu şekilde katılabilir. Sayfa kullanıcıyı profil oluşturması için yönlendirmekte ve arkadaş ağına ulaşmasını sağlamaktadır. Hobiler, spor faaliyetleri, cinsiyet, yaş, okul, eğitim gibi kriterlerle gerçek hayattaki bilgileri kullanılarak profil oluşturulmaktadır. Arama motoru sayesinde ilgiler, beğenilere yönelik grup sayfalarına ulaşılabilir. Grup sayfaları herkes tarafından oluşturulabilen bir tema etrafında üretilebilir. Kendi özellikleri sayesinde resim, fotoğraf, video, ses kaydı yerleştirilebilir.

Facebook toplumsal perspektiften incelendiğinde bir beğenilme kültürü oluşturması çok önemlidir. Youtube'da bulunan "beğenmeme sayısı" veya istatistiği Facebookta görünmez. Bu nedenle bu site beğeni kültürünü yaymaktadır. Facebook, "paylaşıyorum o halde varım" sözünün net biçimde görüldüğü bir dijital gösteri alanıdır. Bunun dışında her ne kadar arkadaş ağları ve sosyalleşme odaklı olsa da sonuçta bireyler burada piyasanın koşullarıyla üretilmiş bir ortamda gezinmektedir. Binark ve Bayraktutan bunu yeni medyada etik sorular içinde "bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması" sorunu olarak gösterir. Aynı zamanda aslında Facebook'ta kullanıcıların sadece tüketici değil reklamları bile yeniden üretenler olarak görmektedirler

⁸ Araştırma 326 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %62.58'i kadın, %37.42'si erkektir./Gönenli ve Hürmeriç,2012:226).

(Binark ve Bayraktutan, 2013:95-6). Burada yer alan reklamlara yönelik olarak kullanıcı “reklamı gösterme” seçeneğini kullanabilmektedir. Bunu yaparken ise neden istemediğine dair bilgiler de toplanabilmektedir. Bu yolla aslında Facebook gibi siteler sayesinde reklamlara yön verilebilmektedir. Web 2.0 ile gelişen neo-liberal Pazar tam da böyle bir pazardır. Politikası kullanıcıya göre olmaktadır.

Yüz yüze olmayan iletişim biçiminin bu kadar kullanıldığı bir alan olarak hızlı bilgi paylaşımının yüksek olmasını garantiler ancak gündelik hayatta bu sitede geçirilen süre gerçek yüz yüze iletişim yerine tercih edilme olanağını çok yüksek oranda arttırmaktadır. Bir yandan da kendini açma davranışını sağlaması sebebiyle toplumsal gündelikte “görünür olmayı” görünür kılmayı başarır (Kaya,2013). Grup sayfalarına bakıldığında bu daha net görülebilmektedir. Bu açıdan Facebook bireylerin, toplulukların kristalize olmasını sağlar.

IV. 5. 1. Eleştirel Söylem Analizinin Facebook Ortamına Uyarlanması

Uygulanan yöntemde kullanılmak üzere facebook üzerinden ulaşılan grup sayfası ve incelenen gönderiler sanal ortamda arayüzü ve gönderiyi konumlandıran linklerin ve ekran görüntüsünün alınması yoluyla kaydedilmiştir.

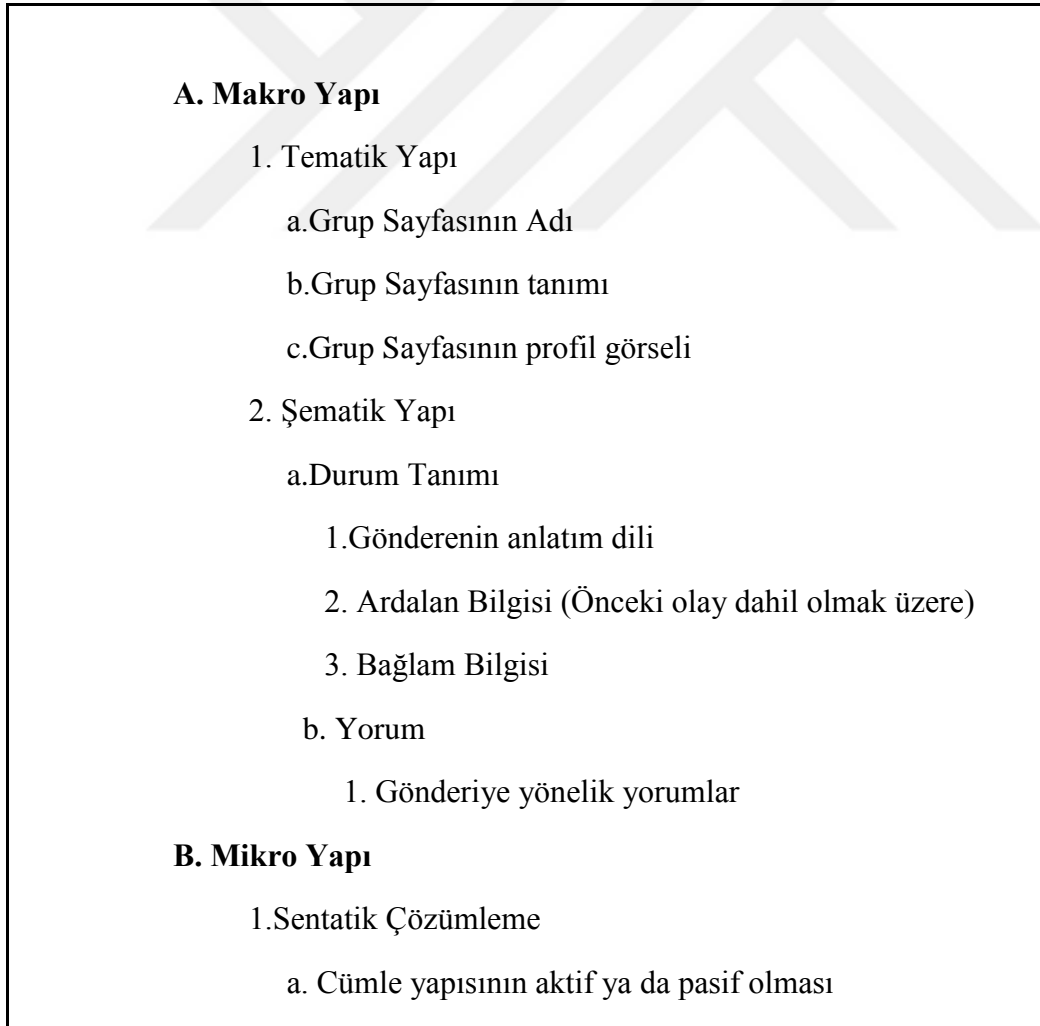
Ekran kaydetme yönteminde “Print Screen” düğmesinden yararlanılmış ve fotoğraflar word içeriğine uygun olarak kaydedilerek arşivlenme gerçekleştirilmiştir.

Facebook son yıllarda tüm sosyal medyada veya sanal ortama dair uygulanmaya başlanılan elektronik ayak izinden faydalanmaktadır. Bu uygulamaya göre bireysel kullanım alanı olarak görülen her hesap bireyin kişisel özelliklerini yansıtmaktadır. Buna yönelik olarak örneği mail hesapları içerisinde kullanılan kelimelerden yola çıkarak diğer bağlantılı sosyal sanal alanlarda reklamlar yönlendirildiği

bilinmektedir. Facebook üzerinde de kullanıldığı düşünölen bu uygulama sonucu bireyin daha önceden baktığı, incelediği sayfalar arama motorunda öncelikli olarak çıkmaktadır. Bu nedenle araştırmanın uygulanmasında facebook geçmişi uzun sayılabilen iki farklı hesap üzerinden ve bunun yanı sıra sadece bu araştırmada kullanılmak üzere bir hesap oluşturulmuştur. Bununla aranan sözcükler üzerinde Facebookun içindeki bu uygulamanın olası yönlendirmelerinden olabildiğince sıyrılmak ve bu sayede bu sanal ortamdaki grup sayfalarına ve gönderilere daha nesnel olarak ulaşılması amaçlanmıştır.

Şema 5. Van Dijk'ın Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Facebooka Uyarlanma

Şeması



- b. Cümle yapısının basit ya da karmaşık olması
- 2. Bölgesel Uyum
 - a. Nedensel İlişki
 - b. İşlevsel ilişki
 - c. Referansal İlişki
- 3. Kelime Seçimleri
(metafor,metonomi, yan anlam, düzdeğişmece vb.)
- 4. Retorik
 - a. Görsel/ler (grup tarafından paylaşılan fotoğraflar)
 - b. İnanırcı bilgiler

Yukarıdaki şema sosyal medya ortamının incelenen nesnesine uygun hale getirilmiştir. Geleneksel medyada başlık, spot gibi makro yapının çözümlenmesiyle çalışmalara başlanılmaktayken Facebook grup sayfalarında grup isimleri, tanımları ve profil görselleri incelemeye alınmaktadır. Böylece ele alınan sayfanın genel olarak bir resmi çizilmektedir.

Şematik yapıda grup sayfasını araştırmanın amacına uygun olarak temsil eden gönderinin nitelikleri ortaya konmaktadır. Arda lan bilgisi gönderinin temel anlamının arka planını eğer varsa daha önceki paylaşımlarla birlikte yorumlanmasıdır. Bağlam bilgisi ise dahagenl olarak ele alınan konunun epistemolojisine yönelik zemini ortaya koymaktadır. Ayrıca bu çalışmada toplumsal etkileşimi göstermesi bakımından yorum kısımları önemli görülmüş ve şematik yapı içerisine dahil edilmiştir.

Mikro yapıda gönderinin tamamen kendisine yönelmektedir. Sentatik çözümlenme ile gönderinin dilbilgisel özelliklerine odaklanılmaktadır. Cümlelerin nasıl kurulduğu söylem analizlerinde önemli detaylardandır. Bölgesel uyum kısmında kurulan

cümlelerin nedensellik bağlarına, kelimelerin işlevselliğine ve nerelere referans gönderdiği ortaya çıkarılmaktadır.

Kelime seçimleri kısmında ise sözcükle bağlantısını yitirmiş metafor ile sözcükle bağlantısı devam eden metanomi kullanımlarına bakılarak anlamın nasıl ve ne şekilde oluşturulduğuna bakılmaktadır. Son olarak retorik bölümünde grup sayfasının kullandığı görsellerin kendi amacı ile gönderinin amacını pekiştirip pekiştirmediği gibi ya da kullanılan bilgilerin inandırıcılığını ortaya koyacak söylemsel ifadelerin haritası çıkarılmaktadır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak Facebook'un kendi arama motorundan faydalanılmıştır. Aşağıdaki tabloda aranılan sözcükler sıralanmaktadır.

Tablo 2. Facebook Arama Motoru Üzerinden Aranılan Sözcükler

Heteroseksüellik İçin	Erillik İçin	Dişillik İçin
Heteroseksüel	Erkek	Kadın
Heteroseksüellik	Eril	Dişil
Cinsiyet	Erillik	Dişillik
Erkek-Kadın	Adam	Bayan
	Erkek Dediğin	Hanım
	Adam Dediğin	Kadın Dediğin

Konu dağılımlarına göre arşivlenen ⁹ grup sayfalarından 64'ü dişillik, 26'sı erillik ve 28'i heteroseksüellik olmak üzere toplam 118 tanedir. Arşivlemenin

⁹ Konu dağılımına göre yapılan liste ektedir.

yapılmasında Tablo 2 ‘de gösterilen kelimelerin taranmasıyla ulaşılan sayfalar arasında bulunan işletmelere ait sayfalar arşive eklenmemiştir. Grup sayfası niteliğindeki her sayfa taranmıştır. Taramada araştırmaya uygun olarak görülen grup sayfalarından etiketleme yoluyla ulaşılan heteroseksüellik konusundan iki, erillik ve dişillik konularından üçer tane olmak üzere toplam sekiz sayfa ve sayfayı temsil eden gönderi analiz edilmiştir.

IV. 6. Heteroseksüelliğin Söylemi

Söylem olarak heteroseksüellik kendisini cinsiyet düzeni içinde baskın olarak konumlandırarak meşru, “normal”, yaygın olan, geçerli olan ifadelerini kapsayacak biçimde gösterme eğilimindedir. Bu nedenle söylem kendisini heteronormativiteye yaslar ve çok kolay biçimde heteroseksist nitelik kazanabilir. Dikotomik olandan beslenmesinin yanı sıra eşcinsellerin mücadelesinin gelişimine paralel biçimde bir sorunsallaştırma üzerinden bu kimliğe sahip olduğunu düşünen kişilerce belirtilme ihtiyacı duyulan olarak görülmeye başlanmıştır. Yani daha önceden tamamen söylenmesine bile gerek duyulmayan “heteroseksüellik” artık belirtilen konumuna gelmeye başlamıştır. Facebook üzerinde bu durum bu kimlik etrafında gruplaşan insanların varlığıyla gözlemlenebilir. Ancak belirtmelidir ki Batı kaynaklı bu tür gruplar daha fazla olmakla birlikte daha çok şiddet içeren biçimde serttirler. Türkiye’de bu durum eşcinselliğin yok sayılmasına paralel biçimde daha az gözlemlenmektedir. Çünkü henüz burada eşcinseller birer toplumsal “aktör” olarak görülmemektedir. Buna rağmen paylaşımların daha rahat gerçekleştiği ve halihazırda düşüncelerin paylaşım mekanı olan sanal ortamda bu durum gerçektekinden farklı olarak daha yüzevidir ve bu sayede daha gözlenebilir durumdadır. Tüm bunlarla birlikte düşünülmesi gereken heteroseksüellik söylemde kendisini her tür durumda gösteren özelliklere sahiptir. Bunların görünmesine yönelik olarak Facebook içinde bu söylemlerin görülmesi için “heteroseksüel” içeriğine sahip gönderiler içerisinde katılımın

en yüksek olduğu ve yorum sayısının yüksek olduğu bir paylaşım seçilmiştir. Heteroseksüellik ile alakalı doğrudan bir grup sayfasına ulaşamadığından ve bu kavram üzerine söylemi sorgulayan, tartışan paylaşımlar seçilmiştir. Bunlardan ilki Facebook üzerinde “Evrım Ağacı” olarak adlandırılan bir gruptur. İncelemede kullanılan gönderi bir videodur. Bununla birlikte içeriğin altında yapılan yorumlar asıl olarak heteroseksüelliğin söylemsel boyutunu yansıtmaktadır. Bu nedenle öncelikle videonun analizi daha sonra ise Van Dijk’in şemasına uygun olarak grup sayfası ve son olarak yorumlar analiz edilmiştir.

IV. 6. 1. Heteroseksüelliğin Eleştirel Söylem analizleri

Analiz 1

Tablo 3. Evrim Ağacı Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın adı	Evrım Ağacı
URL	https://www.facebook.com/evrimagaci/?fref=nf Son Erişim Tarihi: 21.12.2015
Facebookta Kurulma Tarihi	5 Kasım 2010
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	400,390
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	www.evrımagaci.org İlkelerimiz: http://evrimagaci.org/sayfa/ilkelerimiz Bu Yaşam Görüşünde İhtişam Var!
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	http://evrimagaci.org/sayfa/neden-evrim-agaci/
Seçilen Gönderinin İçeriği	Heteroseksüel Olunmaz Doğulur! Video-röportaj

Tablo 4. Evrim Ağacı Video Bilgi

Başlık	Heteroseksüel Olunmaz, Doğulur!
URL	https://www.facebook.com/evrimagaci/videos/976356439089098/ Son erişim tarihi 23.12.2015
Yüklenme Tarihi	22 Kasım 2015 Saat 11.00
Görüntülenme Sayısı	46 Bin
Beğenilme Sayısı	1.008
Yorum Sayısı	41
Paylaşılma Sayısı	344
Süre	3 Dakika 47 Saniye
Video İçerik	Heteroseksüeller Gaylere Sorulan Soruları Cevaplıyor
Erişilme Tarihi	01.12.2015
Bağlantılı İnternet Adresi	www.evrimgaci.org

Bu içerik heteroseksüelliği belirtmenin bir gereklilik olarak görülüp bir grup kurmanın görülmediği bu nedenle Türkçe sayfalar arasında facebook gruplarının olmayışı nedeniyle arama motoruna yeni eklenebilir özellik olan ve “#” işareti ile etiketlenen

konuları bulabilme özelliği sayesinde ulaşılmıştır. Söz konusu video kendisini heteroseksüel olarak tanıtan kişilere yönelik olarak eşcinsellere sorulduğu sıkça söylenen soruların sorulmasıyla oluşturulmuş röportajlardan oluşmuştur. Video heteroseksist bakışı kırmak isteyen bir amaçla hareket etmektedir. Grup sayfası genel olarak bu yönde daha çok bilimsel verilerle hareket eden, paylaşımlarda bulunan bir sayfadır. Diğer yandan burada asıl önemli olan her hangi bir nefret platformuna sahip grup oluşumunun görülmediği bu ortamda çıkan böylesi videoların ortaya çıkışıyla kamusal olarak görülen herkese açık sanal düzlemde yorumlarda kendisini açığa çıkartan nefret söylemi ve kimlik izlekleridir. Bununla birlikte yorumlar içinde filtrelemenin yapılmadığı dikkat çektiğinden bu video analiz için uygun görülmüştür.

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Evrin ağacı facebook üzerinde takip eden sayısı yüksek olanlardan biridir. Genel olarak bilimsel çalışmaların yer aldığı, paylaşımların genetik biliminden, arkeolojik kazılara uzandığı geniş bir yelpazeye sahiptir. Videonun orijinal başlığı spot olarak değerlendirilen video üstü bilgi içinde yer almamaktadır. Bu nedenle enformasyon eksiltiminden söz etmek mümkündür.

2. Şematik Yapı

Videonun Anlatım Dili

Videoda soruları soran ve kendisini eşcinsel olarak tanıtan bireyin kışkırtıcı bir dili olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte cevap verenler daha çok sorular nedeniyle şaşkın ve gülme ile karışık cevap vermektedir. Arka planda çalan müziğin de bu etkiyi arttırdığı söylenebilir. Bununla birlikte video anlatım dili röportaj biçimine uygun

olarak gündelik konuşma dilidir. Soruları soranın daha biçimci bir anlatımı varken cevap verenlerin daha dağınıktır.

Ardalan Bilgisi

Kendilerini heteroseksüel görenler ile eşcinsellerin karşı karşıya geldiği videoda soruların amaçlarına da bakılacak olunursa temelin “norm” üstüne kurulduğu görülebilir. Bu norm olarak görme heteronormativite olarak adlandırılan durumdan kaynaklanır. Toplumsal düzen heteroseksist yönü ağır basandır. Üreme, evlilik, kamusal alanda görünür olma heteroseksüellerin alanları içinde gözükmektedir. Aynı zamanda heteroseksüellerin cinsel ötekisi eşcinseller, lgbtliler olarak belirtilir.

Bağlam Bilgisi

Sorulan sorular arasında yer alan “Heteroseksüel misin?” sorusuna üçüncü katılımcının “Aşırı heteroseksüelim” diye cevap vermesinden söylemin erkekliğin cinsel kimliğinde hipermaskülenliğe denk geldiği ve buradan da bu kimliklerin oluşmasında derecelendirmenin gözlemlenebilir hale gelir. Röportajda açıkça yer alan “biz ve siz” ayrımı hem konuşmacıdan hem de cevap verenlerden kaynaklandığı da görülmektedir. Aslında her iki taraftan bir hapsedme, alan çevirme, ayrımlaştırma görülmektedir. Cinsel kimliğin kurucu unsurlarından ötekilik işbaşındadır. Bununla birlikte diğer sorular içinde aile, evlilik, üreme üzerinden dönen her konuşmada heteroseksüeller kendilerini norma bağlı olarak değerlendirmektedir.

Yorum

Bu video röportajın altında erişim tarihine uygun olarak tam kırk bir yorum bulunmaktadır. Bunlardan bazıları “female” sözcüğünün çevirimi gibi yorumları içerirken

bazıları direkt olarak buradaki analiz temelinde paralel yorumları içermektedir. O yüzden yorum sayısının çokluğundan tüm yorumlar değil bağlantıları koparılmadan sırayla yapılan yorumlar ele alınmıştır.

Heteroseksüelliğin bir “hastalık” olduğunu Dut kavmi örneği üzerinden yorumlayan birey aslında dil alanının mücadelesini doğrudan gerçekleştirmiş olur. Heteroseksist bakış açısının en çok arkasına aldığı ve buradaki diğer bireylerin yorumlarında da görülen dinen ve mitolojik felaketlerle bu cinsel kimliğe karşı koymaya bir karşı koyuş sergilemektedir. İkinci olarak görülen yorumda ise cinsel kimliğin doğuştan olduğu “erkek olarak doğan” birinin “kadınsı duygulara” sahip olabileceğine dair görüş eşcinselliği de genetik olana, biyolojik olana indirger. Bunun dışında olan “erkek olan” ifadesiyle başka bir erkeklik inşasına işaret eden kullanımda görüldüğü üzere sapkınlık olarak nitelendirilmiştir.

Yorumlar içinde bolca “normal”, “anormal” kelimeleri görülmektedir. Aşk üremenin bir bileşeni olarak ifade edilirken aslında videoda da tam da buna karşı gelme çabalarının sebebi görülmektedir. Heteroseksüellik kendisini üremeye dayandırarak biyolojik olanın zemininde kendisini inşa eder. Eğer üreme gerçekleşmeyecekse aşık olmanın ya da birlikteliklerin de bir anlamı olmamaktadır.

Devam eden yorum kısmında eşcinselliğin sonradan edinilen bir şey olduğuna dair yorumlar da heteroseksist olarak nitelendirilebilir. Tedavi edilebilen ve muğlak bir cinsel kimlik yaftası heteroseksistlerin kullandığı damgalamaların özünü belirtir. Bir diğer çekici nokta eşcinselliğin kamusal alanda görünmesine karşıt oluşturmaktır.

Yorumlar birbirlerine cevap şeklinde heteroseksistler, eşcinsel veya lgbtli olduğunu belirtenler, heteroseksüel olduğunu belirtip eşcinsel haklarını savunanlar arasında özellikle dildeki mücadele şeklinde görünür haldedir.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Cümlelerin çoğu aktif yapılıdır. Bir yandan da “sizler, bizler” olarak çekimlenmiş fiiller göze batmaktadır. Kurallı biçimde kurulmuş, karmaşık olmayan düz cümleler ve kısa cevaplar ağırlıktadır. Bazı cümleler yarım kalmıştır bu da suskunluk olarak nitelendirilebilir.

2. Bölgesel Uyum

Soru cevap şeklinde gelişen ve bazı soruları ard arda dizen röportajda soruları soran kişinin sorularının gidişi belirli bir istikamette seyretmektedir. Sorular arasında nedensel ilişki görülebilir. Bu soruların aynı zamanda işlevsel bir nitelik kazanmasını da sağlar. Burada heteroseksüelliğin sorgulanır bir hale getirilmesi ve heteroseksüelliğin hem eşcinsellere yönelik tutumunu ortaya çıkartmak hem de heteroseksist olan bakış açısını ters yüz etmek amaçtır. Konuşmaların referanssal ilişkisi “Ben her zaman heteroseksüeldim”, “Sadece dedim ki bu kızı beğendim”, “Birlikte oldukları kişiden gurur duydukları için”, “Evet, ben bu şekilde programlanmışım” gibi cevapların cevaplayıcıların konuşmaları birleştirildiğinde görünür olmaktadır ve bunlar cinsiyet normun kurulumuna dair göstergeler oluşturmaktadır.

3. Kelime Seçimleri

Çoğunlukla kelimelerin düz anlamıyla kullanıldığı görülmekle birlikte. “Programlanma” bir metafor olarak yer almaktadır. Bununla makine beden göndermesi arasında bağlantı vardır. Sorulardan biri “kalp kırmak” deyimini içermektedir burada da bir metafor vardır. “Üreme” ise daha çok metanomi olarak geçmiştir.

4. Retorik

Bu video röportajın inandırıcı bilgidен ziyade kişilerin kendi düşüncelerine yer verdiği görülür. Evrim Ağacı ise kendi sayfa yapısından kaynaklanan biçimde röportajın olan heteroseksistliğin kırılması ve eşcinsellik gibi heteroseksüellik dışında kalan olarak tanımlanan cinsel kimliklerin ötekileştirilmesine karşı gelmek olan ana amacını destekleyen bilgileri içeren noktaları spot içinde yukarıda vermiştir. “Eşcinsellik ve cinsel yönelimlerin evrimi hakkında bilgi almak için” başlığı altında beş tane farklı link vererek kendisinin ana sayfasında yer alan www.evrimagaci.org sayfasında yer alan açıklayıcı ve bilimsel araştırmalara da dayanan veriler sunmaktadır.¹⁰

¹⁰ Evrim: <http://www.evrimagaci.org/makale/117>

2) Aseksüellik ve Evrim: <http://www.evrimagaci.org/makale/382>

3) Eşcinsellik Neden Bu Kadar Yaygın? Muhtemelen Evrimsel Avantajı Nedeniyle!: <http://www.evrimagaci.org/fotograf/54/7530>

4) Kinsey Skalası: Düzcinsellikten, Eşcinselliğe
Yelpaze:<http://www.evrimagaci.org/fotograf/81/6980>

5) Eşcinsellik Doğaldır! Buna Alışın...:<http://www.evrimagaci.org/fotograf/48/1171>

Analiz 2

Tablo 5. Uluslar arası Af Örgütü Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Uluslar arası Af Örgütü
URL	https://www.facebook.com/uluslararasiaforgututurkiye/?fref=nf en son Erişim 17.12.2015
Facebookta Kurulma Tarihi	Kuruluş kendi kurulma tarihini yani Mart 28 2002 ‘yi belirtmiştir.
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	43.694
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	Uluslararası Af Örgütü resmi sayfası. Kurum Facebook'ta başka bir şekilde varlık göstermemektedir. Official page of Amnesty International Turkey.
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	<p>Uluslararası Af Örgütü Türkiye'nin kuruluşu, 1995 yılında İstanbul'daki Uluslararası Af Örgütü gönüllülerinin başlattığı inisiyatife dayanıyor. Gönüllü gruplar tarafından yürütülen çalışma ve kampanyaların ardından, Uluslararası Af Örgütü Türkiye Şubesi resmi olarak 2002 yılında kurulmuştur. Merkez ofisi İstanbul'dadır. Ayrıca Ankara'da, İnsan Hakları Eğitimi projesinin ve Mülteci Hakları kampanyasının yürütüldüğü bir ofisi vardır.</p> <p>İstanbul, Ankara, İzmir, Eskişehir, Diyarbakır, Batman, Adıyaman, Malatya ve Van'da gönüllü ve üyelerden oluşan yerel grupları bulunmaktadır.</p> <p>Uluslararası Af Örgütü'nün dünyanın dört bir yanında 80'den fazla ülkede ofisleri ve daha fazlasında gönüllü grupları, ayrıca 150'den fazla ülkeden üç milyonu aşkın destekçisi bulunmaktadır. Eğer bize katılmak, destek olmak ya da Uluslararası Af Örgütü'ne gönüllü olarak zamanınızı ayırmak isterseniz lütfen bizimle iletişime geçin. Uluslararası Af Örgütü üyesi ya da destekçisi olarak gerçek bir fark yaratabilirsiniz!</p>

	Her türlü istek ve önerileriniz için: posta@amnesty.org.tr Üyelikle ilgili tüm sorularınız için: uyelik@amnesty.org.tr Yüz Yüze Ekibimiz vasıtasıyla düzenli destekçimiz olduysanız, desteğinizle ilgili her türlü sorunuz için: yuzyuze@amnesty.org.tr
Seçilen Gönderinin İçeriği	Bugün Uluslararası Homofobi ve Transfobi Karşıtı Gün (IDAHOT)! Peki siz heteroseksüel olduğunuzu ne zaman fark ettiniz?
Sayfanın Kullandığı Görsel	Uluslar arası af örgütünün resmi bir mum etrafında teller. Arka plan resmi simsiyah zemin.

Tablo 6. Af Örgütü Onuf Haftası Video Bilgileri

Video Başlık	Onur Haftası 2014
Süresi	3 Dakika 44 Saniye
Beğenilme Sayısı	253
Yorum Sayısı	5
Paylaşılma Sayısı	173
Video İçerik	Heteroseksüel olduğunuzu ne zaman anladınız? Heteroseksüel olduğunuzu kabullenmekte zorluk yaşadınız mı? Heteroseksüel olduğunuzu ailenizle paylaştınız mı? Heteroseksüel olduğunuz için ayrımcılığa maruz kaldınız mı? Heteroseksüelliğin bir hastalık olduğunu düşünüyor musun? Sizce tedavisi mümkün mü?
Bağlantılı İnternet Adresi	Vimeo.com

Bu içerik seçimi heteroseksüelliği belirtmenin bir gereklilik olarak görülüp bir grup kurmanın görülmediği bu nedenle Türkçe sayfalar arasında facebook gruplarının olmayışı nedeniyle arama motoruna yeni eklenebilir özellik olan ve “#” işareti ile etiketlenen konuları bulabilme özelliği sayesinde ulaşılmıştır. Söz konusu video

heteroseksüel olduğunu düşünenlere yönelik olarak yapılan bir röportajdır. İçinde birden çok insanın heteroseksüelliğe bakışı olması sebebiyle seçilmiştir. Bununla birlikte söz konusu video sadece bu sayfada değil birden çok sayfa içinde defalarca paylaşılmıştır. Ancak kaynak bu adrestir.

Şekil 6. Af Örgütü Videodan Bir Görüntü



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Videonun başlığı özel olarak spot denilen üst bölgeye koyulmamıştır. Bu nedenle videoya dair başlık üzerinden değil daha doğrudan açıklama ile bilgi verilmiştir. Videoda herhangi bir enformasyon eksiltimi olmadığı gibi daha fazla açıklayıcı bilgi vardır. Yalnızca kendi başına bir amaç taşıyormuş gibi görünür ve en sonunda tam olarak kastedilen açığa çıkar.

Heteroseksüel etiketine sahip olan videonun spot başlığı “Bugün Uluslararası Homofobi ve Transfobi Karşıtı Gün (IDAHOT)! Peki sizheteroseksüel olduğunuzu ne zaman fark ettiniz?” içindeki her kelime aslında bir arama etiketine sahiptir.

2. Şematik Yapı

Videonun Anlatım Dili

İçinde röportajları yapan muhabirler dahil birden fazla kişi ile görüşülmüştür. Sokak röportajı olduğu gözlenen videonun bu nedenle anlatım dili olarak gündelik konuşma biçimi gösterilebilir.

Ardalan Bilgisi

Heteroseksüellik toplumsal hayat içinde modern toplumun “norm” olarak saydığı ve söylemeye bile gerek görmediği özelliğe sahiptir. Dildeki yansımasından, konuşma alanlarına ve söylemlere kadar her türlü performansta görüldüğü üzere “asıl” olan heteroseksüellik gibi algılanır, konuşulur. Homofobinin anlaşılmasına olanak tanıyan bu durum ile birlikte video üreticilerinin bilinçli olarak yaptıkları bu durumu sorgulanabilir hale getirmekten ibarettir. İçeriği oluşturan sorular eşcinsellere ve lbgtililere yönelik olarak sıklıkla sorulan sorulardır. Bununla” heteroseksüller dışında kalanlar” olarak yaftalanan herkesin yok sayıldığı şiddetin temellerini görmeye olanak sağlamıştır.

Bağlam Bilgisi

Videoda cevap veren bir kişi hariç herkesin ortak paydası endişe, anlamsızlık, şaşırma ve bir savunma olarak gülmedir. İnsanlar daha önceden belki de hiç düşünmedikleri ile yüzleştirildiğinde heteroseksüelliğin belirgin bir anlamı olmaması üzerinden kendilerini ifade etmekte, aile, toplum, ortak değerlerden söz etmektedirler. Bu

hegemonik olan heteroseksüellik söyleminin kendi başına bir söylem olmadığının kanıtı niteliğindedir.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Cümlelerin büyük çoğunluğu aktif yapılıdır. Röportaj kısa sürelerden oluştuğundan cümleler de kısadır. Şaşırma ve cevapsız, suskun kalma ara sıra görülmektedir. Bu nedenle sözcüklerde kopukluk , durma mevcuttur.

2. Bölgesel Uyum

Birden fazla soruya cevapları gösterilen görüşmecilerin cümleleri arasında doğrudan nedensel ilişkiler vardır. Örnek olarak 14 numaralı görüşmeci “Heteroseksüel olduğunuzu kabullenmekte zorluk yaşadınız mı?” sorusuna “Hiç yaşamadım çünkü toplum buna açtı baya da destek aldım bu konuda yani” dedikten sonra “Kesinlikle paylaştım hatta ispat ettim evlendim” diyerek toplumsal olarak açık olanı evlenerek de eylemde nasıl gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Referansal ilişkilere bakıldığında henüz bu tür durumun sadece soruları soruluyorken “normal değil mi bu durum ” diye verilen cevap, “hiç düşünmedim ama heteroseksüelim”, “emin değilim”, “anlamadım” “tecrübeyle anlaşılan şeyler”, “zannetmiyorum”, “düşünmedim” gibi cevaplar heteroseksüelliğin doğal bir durum olduğuna gönderme yapar.

3. Kelime Seçimleri

Kullanılan kelimeler düz anlamıyla kullanılmıştır. “Şey” dikkat çeken bir kelime olarak yer almaktadır. Bu kelime tanımın zor yapıldığı durumlarda genel olarak

başvurulan bir kelime olması bakımından içeriğin kendi tartıştığı durumla çok sık geçen olması bakımından uyum içindedir.

4. Retorik

Videodaki röportajda inandırıcı bilgi olarak öne çıkan bir bilgi yoktur. Bununla birlikte bazı konuşmalarda örnek olarak 14 numaralı görüşmecinin konuşmasında evlilik heteroseksüelliğin dayanağı olarak gösterilmiştir. Başka bir örnek ise 7 numaralı görüşmecinin “ne zaman anladınız” sorusuna “bir erkekten hoşlandığım an” gibi cevapların verilmesi olabilir.

Videonun ifade etmek istediği anlaşılmasız görülen eşcinselliğin karşısında gibi duran heteroseksüelliğin de bir dayanağının olmadığıdır. Bu şekilde nefret söylemlerinin önüne geçilmek, bir bilinç oluşturmak istenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların heteroseksüel söylemlere sahip oldukları görülmekle birlikte bir yandan emin olmadıklarını söyleyenler cinsiyet konusunun karmaşık söylemini de açığa çıkartmış olurlar.

IV. 7. Dişillığın ve Erilliğin Söylemi

Dişil ve eril cinsel kimlik söylemleri içinde kavramsal çerçevede belirtildiği biçimde birbirleri üzerinden tanımlamalar içerir. Dişil ve eril cinsiyet kimlikleri doğrudan kadın ve erkek ile bölümlenir ancak aslında birbirlerini daha çok bütünler şeklinde görünür. Bu sebeple dikotomik kimlik inşaları daha çok göze çarpar. Tarihsel olarak bakıldığında erillik ve dişillik için belirli tanımlamalar mevcuttur.

Pierre Bourdieu “Eril Tahakküm” adlı kitabında bedenlerle vücut bulan cinsiyet inşasının karşıtlıklar doğrultusunda keyfi olarak tanımlanır görünmesine karşın nesnel ve öznel gerekliliğinin türdeş karşıtlıklar sistemi içine nüfus etmesinde bulunduğu

söyler. Buna göre erillik ve dişillik yüksek/alçak, altta/üstte, önde/arkada, sağ/sol, doğru/eğri, kuru/nemli, sert/yumuşak, dışarıda(kamusal)/içeride (özel) gibi üst belirlenimleri sağlayarak oluşturduğunu söyler (Bourdieu, 2014:20). Söylem olarak yansımada ise erilliğin kapalı olduğu kedisini genel-geçer olarak hakim konuma yerleştirdiği söylenebilir. Bourdieu eril düzenin gücünün kendi haklılığını ispat etmeye yeltenmemesinden kaynaklandığını dile getirir (Bourdieu, 2014:22). Bu bakışla dişillik daima açıklama gereği içinde olan, tam bu sebeple daha konuşkan, baştan haksız olarak konumlanır. Ancak belirtmelidir ki dişillığe dair bu tür tanımlamalar çelişkilerle doludur. Çok konuşkan olmasına rağmen dişil konumdakiler konuşmayı başlatan ve bitiren değildirler. Bu nedenle söylemler düzeyinde erillik ve dişillik ancak ele alınan dönemin kendi bağlamında incelenir. Tarihsellik içinde cinsel kimliğin inşası göz önünde tutularak mitler, dini bilgiler, siyasi veriler dikkate alınarak tanımlamalar ortaya koyulur. İçinde bulunulan toplumun özellikleri bu konuda en önemli zemini oluşturur.

Tüm bunlarla birlikte bu çalışmada Türkiye'deki cinsel kimlik olgusuna Facebook ortamının özellikleri nezdinde yaklaşılmaktadır. Etkileşime mekan olan iletişim ağındaki aramalar tablo () de gösterildiği üzere gerçekleştirilmiştir.

Sosyal medyada hesabı olan her bireyin grup sayfası kurması ve yönetmesi olanaklılık dahilindedir. Göz önünde tutulması gereken noktalardan biri ise sanal ortamda faaliyetlerine başlamadan gerçek hayattan bu sanal ortama gelerek kendilerini duyurmak isteyenler olduğu kadar tam tersi olarak sanal ortamda kendisini bir grup sayfası altında oluşturup gerçek hayatta ofis kurma derecesine varan oluşumların olduğunu bilmektir. Bu söylem analizlerine konu olan grup sayfaları piyasa koşulları ile sanal ortamın bağlantısının en çok açığa çıktığı alanlar olarak görülmüştür.

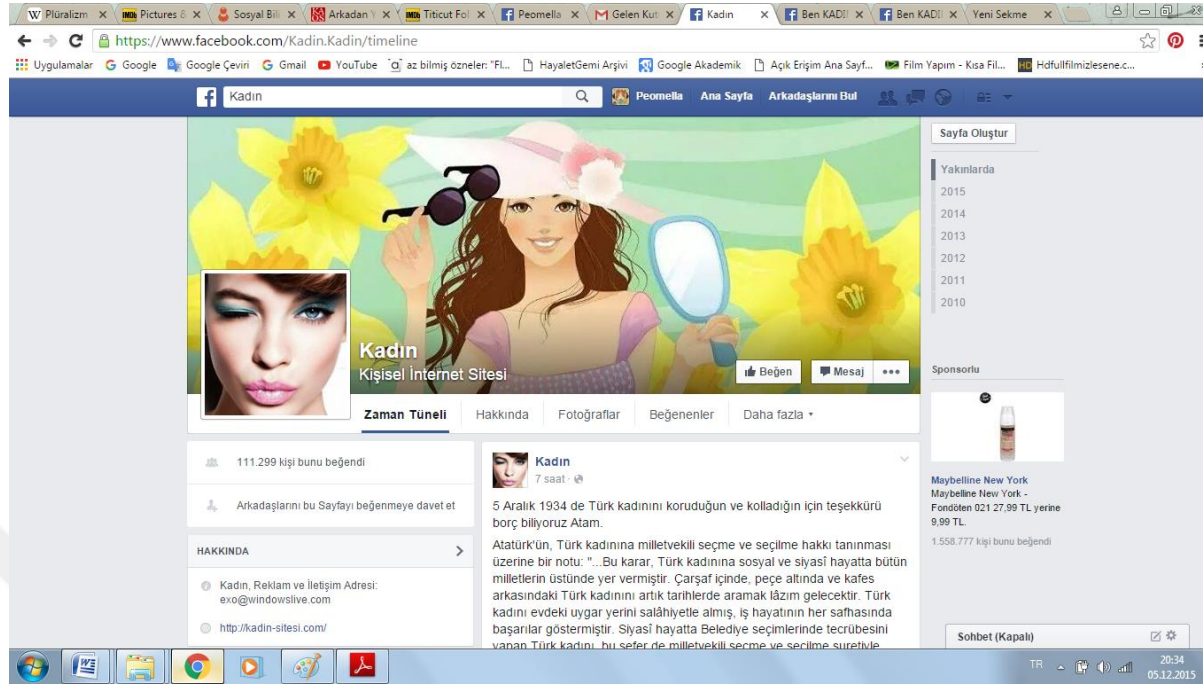
IV. 7. 1. Dişillik ve Erillik Eleştirel Söylem Analizleri

Analiz 3

Tablo 7. “Kadın” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Kadın
URL	https://www.facebook.com/Kadin.Kadin/?ref=br_rs Son Erişilme Tarihi: 03.12.2015'tir
Facebookta Kurulma Tarihi	Belirtilmemiş
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	111.300
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	Kadın, Reklam ve İletişim Adresi: exo@windowlive.com
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	Tüm Kadınlarımızı Sayfamıza Bekleriz.. Sayfamıza Destek olup Kadınlarımızın Sesini Herkese Duyurabilirsiniz.... Sayfada, Ekle Yazmak Direk Bayanlara Yönelik Rahatsız Edici Mesajlar Atmak ve İzinsiz Reklam Amaçlı Link Paylaşımı Yasaktır ve Engellenebilirsiniz...
Seçilen Gönderinin İçeriği	Ben KADINIM; sabır ve sevecenliğin, dişi ve güzelliğin timsali...Şefkati, utangaçlığı,hayalleri olan bir Kadın. 1 Nisan 2012 Saat 01:50'de Sayfa Üzerinden Herkese Açık olacak şekilde gönderilmiştir.
Sayfanın Kullandığı Görsel	Kapak fotoğrafı olarak illüstrasyon şeklinde oluşturulmuş bir kadın figürü vardır. Arka planda kocaman çiçekler yer almaktadır. Renkler çok parlak ve canlı olarak kullanılmıştır. Bakımlı bir kadın görüntüsü çağrıştırmaktadır. Bir elinde ayna, diğer elinde güneş gözlüğü vardır ve gülümsemektedir. Profil fotoğrafı olarak ise gerçek bir kadın fotoğrafı portre olacak biçimde yakın mesafeden kullanılmıştır. kadın göz kırpmaktadır ve o da canlı yeşil ve pembeden oluşan makyaj ile öne çıkmaktadır.

Şekil 7. Kadın Sayfasının Görseli



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Facebook üzerinden ulaşılan “Kadın” sayfasına arama motoruna “kadın” kelimesinin girilmesiyle ulaşılmıştır. Kişisel internet sitesi olarak kendisini kategorilendiren sayfa kadınların bir araya gelerek paylaşımlarda bulunmasını amaçlamaktadır. Kuruluş tarihini vermemelerinin yanı sıra facebookta yer alan gönderi tarihlerinden ilk paylaşımların 2010 dolaylarında yapılmaya başlandığı gözlenmiştir. 2015 itibariyle 110 bini aşan üye sayısı nedeni ve aktif oldukları görülmüştür. Hakkında kısmında kadın ve reklam teması öne çıkmaktadır. Ayrıca hipermetinsel olarak “<http://kadin-sitesi.com>” adlı site ile bağlantılıdır. Sayfa içinde çok sayıda fotoğraf, video ve not paylaşımı görülmektedir. Kadın odaklı olarak üretilmiş içerikler ve paylaşılmış içerikler içinde motivasyon amaçlı görülen kısa fotoğraf üzerine iliştirilmiş yazılardan,

genel olarak kadın-erkek ilişkisini irdeleyen paylaşımlara uzanan çok çeşitli gönderiler bulunmaktadır. Evlilik, çocuk, alışveriş, şiddet, kadın hakları konuları ön plandadır.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Sayfanın temel olarak ele aldığı kadın konusunda seçilen gönderinin içeriği “Ben KADINIM; sabır ve sevecenliğin, dişi ve güzelliğin timsali...Şefkati, utangaçlığı,hayalleri olan bir Kadın.” olarak geçmektedir. Bir kadın fotoğrafı üzerine konulan bu yazı ile oluşturulmuş içerik kadın olmaya dair grubun izlenimlerini içermektedir. “Ben” olarak vurgu iyelik anlamında “KADINIM” olarak büyük harflerle daha da çarpıcı olması için yazılmıştır. Gönderinin anlatım dili şiirselliği çağrıştıracak şekilde düzenlenmiştir. Sabırlı, sevecen, dişi ve güzelliğin temsili, şefkatli, utangaç gibi sıfatlarla tanımlanmış kadına dair naif, hassas, kırılgan bir görüntü sunulmaktadır. Genelleştirme olarak sıfatların hepsi kadınlığa yüklenmiştir.

Ardalan Bilgisi

Kullanılan sıfatlarla tasvir edilen kadın imgesi geleneksel anlamda kadınların dişi olması ile özdeşleştirilen toplumda özellikle erkekler tarafından görülmek istenen olarak betimlenen kadın profili ile uyumaktadır. Özellikle güzellik kadınlar için özellikle “eş seçilme” kriterlerinde gençlik ile iliştilen önemli bir kriterdir. Kullanılan tüm sıfatlar pozitif anlamlarla donatılmıştır.

Bağlam Bilgisi

Ardı ardına gelen sıfatlar gönderide kullanılan görsel ile tamamen uyumaktadır. Kadın olmanın gençlik ve güzellik ile idealize edilmesinin alt metninde evrimsel ve biyolojik olarak kadınların üreme ilişkilendirilmesi yatar. Kadın olmak eril

düzlemde genel olarak negatif görülür. Bu nedenle gönderi bir mücadele bağlamına yayılabilmektedir. Ancak diğer yandan bu kadar genelleştirilmiş özelliklerin kadınlık olarak tasviri ahlaki olarak cinsiyet ideolojisinin de açığa vurur. Kadın dişi yani üremenin sembolü olarak annedir. Grup sayfasındaki yoğunluk paylaşımlar annelik üzerine ve dolayısıyla kutsal olan üzerinedir. Bunun dışında “hayalleri olan” olarak ifade edilmesi kadını modern anlam düzeyinde ileriye dönük olan olarak konumlandırır. Bu kullanılan fotoğrafta kadının yukarıya bakan gözlerinde de pekiştirilir.

Yorum

Bu kısımda gönderi altında yer alan yorumlar incelenmektedir. Toplam sekiz tane yorum görünmektedir. Bu yorumların dört tanesi erkek ismi kullanan kullanıcılardan gelmektedir. “şu anki türk genç kızları ne yazıkki çıkarıcı” ilk yorum olarak yer almaktadır. Yorumda ilk dikkat çeken “Kadınım” ifadesi yer alan gönderiye “kızlar” olarak devam edilmesidir. Genel bir bakış açısı olarak kadın kelimesinin kullanımda yerleşmediğinin en açık belirtisi sayılabilir. Milliyet olarak “türk” göndermesi cinsiyetin milliyet ile yan yanılığının bir ifadesidir. Yorumda bulunan kullanıcı gönderiyi bir geçmiş zaman kadın formatı olarak “şu anki” ile şekilledirir. Aynı zamanda en total yorumu kadınların öyle değil çıkarıcı olduğu yönünde kadına genel erkek bakış açısı olarak negatifliği sürdürmektedir.

Diğer yorumlar “Bizde Erkeğiz Ne oLmuş :)) “ , Bir kadını AKIL hizasında seversen taşıyamazsın! BEL hizasında seversen kaybedersin ancak KALP hizasında seversen elde edebilirsin....” , “ insanoğlu yaratıldığında şeytan zaten vardı..yani ondan birgün önce doğmamızın mümkünatı yok..”, “ insan tertemiz doğuyor kirli şekilde ölüp gidiyor/şerefiyle yaşam sürenleri tenzih ederim asil kadın olmak erdemdir...” ve yazıyı

genel olarak başarılı, güzel bulduğunu söyleyen yorumlardan oluşmaktadır. Buradan kadınların karşıtı olarak erkekler basit görünen bir gönderiye bile cevap vermek için gelmişler gibi görünmektedir. “Biz” kullanımları bir grup olarak erkeklerin herhangi bir başka tanıma ihtiyaç duymadan kullanması erkeklerin zaten bu özelliklerin tümünü kapsadığının bir ifadesidir. Aynı zamanda bu yorumda kullanılan emoji gönderiye sarkastik bir bakış yüklemektedir. Diğer kadınlar ile birlikte olmak için formülasyona giden yorum gönderinin ahlaki olan yönünü doğrular niteliktedir. Ondan sonra yazılan yorum ise cinsiyet ile dinin ilişkisel boyutuna vurgu yapmaktadır. Bu yorumu yapan kadın olarak ifade bulunmaktadır. Cinsiyet tartışmasında kadının negatif yüklülüğüne değinen “şeytandan bir gün önce doğmuş olma” hikayesine gönderme yaparak metinlerarasılık kullanmıştır. Bu yorum kadın olmanın iyi-kötü zemininde erkek ile yapılan söylemsel mücadelesidir. Dünyanın yaratılması gibi bir zamansallık kullanılarak bu mücadelenin ezelden beri olduğu da açığa çıkmış olur. Diğer yorum ise genel anlamda önce bir insanlık ayırımına daha sonra ise birden asil kadın tanımlamasına gitmiştir.

Sonuç olarak yorumlar cinsiyetin hangi bağlamlarla ele alındığına dair açık birer söylemsel şema göstermektedir.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Düzgün sıralı bir cümle olarak yazılan gönderinin ilk cümlesi açıklayıcı bir durum tanımı olarak aktif kurulmuş, üç nokta ile bitirilmiştir. İkinci cümle ise devrik olarak oluşturulmuş, bir zincirleme sıfat tamamlamasıdır. “Şefkat” olarak yazılması gerekirken “şevkat” yazıldığı ve yazımda literatürde yanlış olarak kullanılan büyük harfle

yazma, cümle içinde aniden harfleri büyük yazma vardır. Bu da genel olarak sanal ortamda yazımın bozulmasına örnektir.

2. Bölgesel Uyum

Kullanılan iki cümle arasında herhangi bir nedensellik yoktur. Öte yandan iki cümle arasında işlevsel bir ilişki olduğu söylenebilir. Kadın olmak birinci cümlede bir timsal olarak ifade edilirken ikinci cümle birincinin açılımı gibi konumlandırılmıştır. Referansal ilişki olarak ise kullanılan sıfatlar doğrudan kadının kendisi ile özdeşleştirilmiştir. Buradan bu iyi değerlilik yüklü özelliklerin sahiplenilmesi kadınları ayırım noktasına götürmektedir.

3. Kelime Seçimleri

Herhangi bir metafor, metanomi, düzdeğişmece cümle içinde geçmemektedir. Tüm kelimeler düz anlamları ile kullanılmıştır.

4. Retorik

Grubun paylaştığı fotoğraflar facebookun içinde yer alan sayfanın sol orta kısmında bulunan kısımda özellikli olarak depolanmaktadır. Buradan girilen ara yüzde paylaşılan tüm fotoğrafların seçilen gönderiyi destekleyici, bütünlüklü olduğu görülebilir. Popüler gündemi takip eden aktif bir sayfa olarak tüm önemli günlere ait görseller yer almaktadır. Bununla birlikte kadınlar genel olarak erkekler ile karşı karşıya konularak bir üstünlük mücadelesi izlenimi verilen görseller kullanılmıştır. Baba-Anne karşıtlığı, kadın-erkek karşıtlığı üzerinden birçok paylaşım mevcuttur. Bu da cinsiyetin dikotomik biçimliliğini gözler önüne serer. Kadın veya erkek olmanın biyolojik olana, mitsel olana dayandırılarak açıklamanın ve kurgulamanın birçok örneği ile karşılaşılabilir. Bunun yanı

sıra tüm gönderiler tek biçimli değildir genel bir söylemsel mücadele göze çarpmakla birlikte bazen kendi içinde anneliğin nasıl olması gerektiğine dair söylemsel içerikli görseller de paylaşılmaktadır. Bu da kadın olmanın erkeği karşıya alarak oluşturulmasına ancak aynı zamanda kendi referans noktalarını da evlilik, aile, anne-baba olma gibi toplumsal normlar aracılığıyla inşa edildiğini göstermektedir.

Grubun paylaşımların altına yapılan yorumlar içinde katılanlar çoğunlukta olmakla birlikte daha temkinli yaklaşanlar da görülmektedir. Erkekler ise gönderiler altına adeta kendilerini savunacak durumda yorumlarda bulunmaktadır.

İnandırıcı bilgiler olarak tüm gönderilerin incelenmesi mümkün olmamakla birlikte kadın olmaya dair paylaşılan yazıların bazılarında edebi kişilerden alınan alıntılar mevcuttur. Ancak daha çok annesine şiddet uyguladığı gerekçesiyle çizdiği bir resimde babasının kollarını ve ağzını çizmeyen bir çocuğun bu resminin paylaşımında altında “gerçektir” yazılması gibi bir doğruluk-geçerlilik gösterimi mevcuttur. Sayfada tüm içeriklerin sayfaya mı ait olduğu görülememektedir, diğer yandan bazı içerikler özellikle “Kadın” yazısı ile yani grubun kendi adı ile imzalanmıştır. Bu da bu içeriklerin doğrudan grup tarafından oluşturulduğunun göstergesidir.

Analiz 4

Tablo 8. “Kadınca” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Kadınca
URL	https://www.facebook.com/www.kadin.ca/?fref=ts En son erişim tarihi 04.12.2015
Facebookta Kurulma Tarihi	2010

Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	876.079
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	www.kadinca.com www.kadın.net www.e-tarifler.com www.kadincamoda.com www.kadinlarplatformu.com yonetimkadinca@hotmail.com
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	Yok
Seçilen Gönderinin İçeriği	Senide adam yapar. (Spot Başlık) Bir kadın gülümsüyorsa Korkma! Bir ana, Bir avrat, Yoldaş olmuştur sana. Aş verir, döşek serer. Şeytanı da savar düşmanı da. Kirli yüreğini yıkar. Seni de adam yapar!
Sayfanın Kullandığı Görsel	Profil fotoğrafı illüstrasyon şeklindedir. Siyah zemine pembe olarak eklenen kolları ve yüzü olmayan bir kadın betimlemesidir. Mitolojideki venüsün heykelini anımsatır duruşu ancak başında modern dönemin temsili sayılan geniş bant şapkalardan vardır ve vücudu içinde “K” harfi yerleştirilmiştir. Bu görselin ortası aydınlatılmıştır. Kapak fotoğrafında “Kadınca” yazmaktadır ve bir kadın figürü de burada vardır. illüstrasyon şeklinde oluşturulmuştur ve iki kalp içindeki kadınca yazısına yüzü dönüktür. Giyimi modern sayılabilecek bakımlı bir kadını çağrıştırmakta aynı zamanda sade görünmektedir. Aynı zamanda www.kadınca.com adres linki görsele eklenmiştir.

Şekil 8. Kadınca'nın Sayfa Görşeli



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Bu sayfaya Facebook'un kendi içinde yer alan arama motoruna "Kadın" kelimesinin girilmesiyle ulaşılmıştır. Eğlence merkezi olarak kendisini kategorilendiren sayfa "Biz bize" sloganına sahiptir ve hakkında sekmesinin içinde kilometre taşları bölümünde "En çok bizim bayramımızdır aslında...katılanlar", "Farklı salon tasarımları", "tek kelime ile harika" gibi link özellikli açıklamaya sahiptir. Bu linkler sayfanın kendisine yine ulaştıran yapıya sahiptir. Genel bakış kısmında ise telefon numarası ve açık adres de bulunmaktadır. Sayfanın kendi ana sekmelerinden önemli olanı "instagram feed"tir. Bu yolla hipermetinsel anlamda kendi sitesi dışında başka sitelerle ilgili olduğu görülmektedir. www.kadinca.com, www.kadin.net, www.e-tarifler.com, www.kadincamoda.com www.kadinlarplatformu.com yonetimkadinca@hotmail.com adlı adresler sayfanın bağlı olduğu diğer sanal hesaplar ve sayfalarıdır.

Sayfa bir markalaşma çağrısında bulunur gözükmemektedir. Paylaşımlar kadınlar üzerine odaklı olarak kadın-erkek ilişkileri, evlilik, aile, dekorasyon, tasarım, alışveriş gibi

konulardan oluşmaktadır. Sayfa sahibinin kendisini açıkça belirttiği nadir bir sayfadır. Sayfa sahibi ise kendisini bir erkek ismi ve profil fotoğrafı ile belirtmiştir.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Bir şiir olarak paylaşılmış gönderidir. “Bir kadın gülümsüyorsa Korkma!Bir ana,Bir avrat,Yoldaş olmuştur sana.Aş verir, döşek serer.Şeytanı da savar düşmanı da.Kirli yüreğini yıkar.Seni de adam yapar!” Bir yaşlı kadın görseli üzerine iliştilmiştir. Görseldeki kadın tülbent denilen eşarpla başını sarmış, yaşlı biridir ve fotoğrafta öne çıkan kadının yıpranmış elleridir. Kadın şiiri destekleyen biçimde içten denilebilecek türde gülümsemektedir. Noktalama işaretleri şiirin dikkat çekici yanındır. Son vurgu ünlem ile belirtilen “adam yapar” üzerindedir ki gönderinin spotu denilebilecek kısımda da aynı vurgu vardır. Buna ek olarak gönderide kadıncaya ait markalaştırma etiket görseli ve yine internet adresi köşede iliştilmiş biçimde yer almaktadır. Gönderi 1.557 kişi tarafından beğenilmiş, 416 paylaşımda bulunulmuştur.

Ardalan Bilgisi

Gülümsemeyle özdeşleştirilen taraf kadının rahat olmasına yönelik eril veya erkeklik korkusunun bir gösterenidir. Gizlenmemiş biçimde anne ve eş olmaya gönderme yapılmıştır. Kadınlar toplumsal konumlarında negatif olan tek başlılığını evlenme ile ama en çok anne olarak yükselişe geçer. Bununla birlikte kadınlar toplumsal ana öğeden ziyade destekleyici olarak görülürler.

Bağlam Bilgisi

Kullanılan görselle düşünülmesi gereken bu metinde yaşlı kadın emek vermiş, yıllarca bu şekilde yani şiirde belirtildiği üzere emek harcamış biri görüntüsü verir. Kadınların mücadelecisi yönü “Şeytanı da savar, düşmanı da” kısmında doruğa çıkmış olmakla birlikte tüm şiir boyunca da bu durum geçerlidir. Ancak kadınlar üreme ile eşdeğer tutulmuş ve ev içi rollerle tekrar donatılmış gözükür. Bu durumda koruma ve kötülüğü savma ev temellidir. Bunun dışında “adam” yapar ifadesi bu analizin temel unsurudur. Doğumu gerçekleştiren kadın çocuğun tüm eğitiminden sorumlu olduğu gibi aynı zamanda anne ve aş yapan konumlarının vurgusundan ötürü evlilik ile ancak bunu elde edebilir gösterilmiştir. Burada daha önemli olan ise tam bu noktanın heteroseksüellik ile olan bağlantısıdır. Kadın-erkek ancak evlilik ve üreme ile bağlantılı olarak ifade bulmuştur.

Yorum

Burada gönderi altındaki yorumlara bakılmaktadır. “Offf yok olmuyolar adam,ne yaparsan yap olmuyoooo. , Anaaaa demek aş ekmek demek, Heee sonra tepene yine e....!, anadır o ana, Aynen öyle vallaha, Hiç görmedik olanı ama.., Gün görmeden ömrü bitmiştir kaç yazar, Dogru” yorumları olmakla birlikte en sonda ifadeler simgeleyen ve bir erkek tarafından kullanılan bir emoji kullanılmıştır. Emojinin gözlerinde iki kalp vardır yani hayranlık belirtilmiştir. 16 yorum görünmesine rağmen filtresizde de kontrol edilen yorum sayısı aslında 9 dur.

Yorumda bulunanlar kullanılan görselin de etkisindedir. Yaşlı kadının yıpranmış elleri ile “gün görmeden ömrü bitmiştir kaç yazar” ifadesinde açığa çıkmaktadır. Bununla birlikte kadın yorumcular “adam olmama” üzerinden yorumda bulunurken

erkekler ise çizilen tabloya ana ve hayranlık ifadeleriyle katılmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere kadınlar erkeklerin istedikleri gibi olmamasından yakınırken ve genel anlamda gönderinin içeriği sorgularken çizilen kadın betimlemesinin erkeklerin işine yaradığı ve bu nedenle olumladıkları görülmektedir. Bu söylemin tahakküm kuranın tarafında oluşunun bir örneğini oluşturur. Bununla birlikte kadınlar örtük olarak rollerin kendisine karşı çıkmamaktadırlar sorgulanan modern zamanın içindeki bir yıpranma ve daha genel anlamda fedakarlığın olumsuzlanması üstünedir. “Ne yaparsan yap” olmuyor ifadesi ise tüm sorumluluğun yine kadınlarda olduğunu onaylar.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Şiir şeklinde bir gönderidir, vurgular ünlem işaretleri ile oluşturulmuştur. Noktalama işaretleri düzgün biçimde kullanılmıştır. Şiirin sonunda şairin ismi daha soluk biçimde olarak el yazısı olarak yer almaktadır.

2. Bölgesel Uyum

Şiir olduğundan tüm cümleler birbirleri ile bütünlüklüdür. İlk önce bir durum üstünden (gülümseme) giriş yapılmıştır. Nedensel ilişki kadından neden korkulmaması gerektiğine ilişkindir. “Korkmamalısın çünkü kadınlar anadır, avrattır, yoldaştır” bağı kurulmaktadır. Daha sonraki cümlelerde kadına ilişkin genel hatta evrenselleştirici bir takım özelliklerin dinsel, mit olarak sunulmuşdur. Referanssal ilişki “Yoldaş olmuştur sana” cümlesindeki “sana” adam olmayı bekleyen ya da direkt erkeklere yönelik olarak bir çağrıdır.

3. Kelime Seçimleri

Genel olarak bazı kelimeler düz anlamında kullanılmıştır. Ancak “şeytan”, “kirli yürek” gibi kullanımlar kötülüğün metaforudur. Burada “kirli” olan bir adamı ancak bir kadın ile olan i/olması gereken ilişkisi kurtarabilir.

4. Retorik

Sayfa içerisinde seçilen gönderiye benzer biçimde birçok paylaşım yer almaktadır. Sayfadan ulaşılabilen fotoğraflar ve içerikler arasında aile, çocuklar, alışveriş, moda, tasarım, dekorasyon bulunmaktadır. Gündemi ancak dolaşan içeriklerle takip ettiği söylenebilir. Bunun dışında özel günlere ait bir paylaşım bulunmamaktadır. Bu da sayfayı daha çok gündem dışı ancak kimliksel söylem açısından daha başka bir boyutta içerik sunan bir düzleme taşır. Sayfanın kendi beğendikleri arasında bir moda, yemek ve kendi marka logosuna benzer biçimde kadınca.tv diye sayfalar bulunmaktadır. Bu açıdan sayfanın kendisinin piyasa koşulları ile olan bağı görünebilir. Sayfa bütünü heteroseksüelliğin önemli gördüğü tüm kodlara sahiptir.

Tüm paylaşımlar sadece bu yönde farklı varyasyonlar sunmaktadır. Kadınların ne olması gerektiğine dair içerikler mevcut olmakla birlikte ikili cinsiyet dışında herhangi bir paylaşım gözükmez. Kadın sayfası olduğu için bu sonuca varılır gibi görünse de aslında neyin olmadığı kadın-erkek ilişkisinin evrenselleştirici, kurucu norm olarak sunulduğunda yatar. Sayfa içindeki diğer gönderilerde “Tüm kadınlar, tüm erkekler” gibi söylemlerle karşılaşılır. Seçilen gönderideki “Sana” ifadesi çağrılan özneyi tekrarlar bununla birlikte yorumlarda bulunan erkeklerin de bu çağrıya cevap verdiği görülür.

Analiz 5

Tablo 9. Kadınca Grup Sayfası Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Kadınca
URL	https://www.facebook.com/www.kadinca/?fref=ts En son erişim tarihi 04.12.2015
Facebookta Kurulma Tarihi	2010
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	876.079
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	www.kadinca.com www.kadin.net www.e-tarifler.com www.kadincamoda.com www.kadınlarplatformu.com yonetimkadinca@hotmail.com
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	Yok
Seçilen Gönderinin İçeriği	Kadın... Doğumuyla , Babasına cennet kapılarını açan Evliliğiyle, Eşine imanın diğer yarısını sunan Anneliğiyle de Cenneti ayakları altına alan KADIN...
Sayfanın Kullandığı Görsel	Profil fotoğrafı illüstrasyon şeklindedir. Siyah zemine pembe olarak eklenen kolları ve yüzü olmayan bir kadın betimlemesidir. Mitolojideki venüsün heykelini anımsatır duruşu ancak başında modern dönemin temsili sayılan geniş bant şapkalardan vardır ve vücudu içinde "K" harfi yerleştirilmiştir. Bu görselin ortası aydınlatılmıştır. Kapak fotoğrafında "Kadınca" yazmaktadır ve bir kadın figürü de burada vardır. illüstrasyon şeklinde oluşturulmuştur ve iki kalp içindeki kadınca yazısına yüzü dönüktür. Giyimi modern

	sayılabilecek bakımlı bir kadını çağrıştırmakta aynı zamanda sade görünmektedir. Aynı zamanda www.kadinca.com adres linki görsele eklenmiştir.
--	---

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Bu sayfaya Facebook'un kendi içinde yer alan arama motoruna "Kadın" kelimesinin girilmesiyle ulaşılmıştır. Eğlence merkezi olarak kendisini kategorilendiren sayfa "Biz bize" sloganına sahiptir ve hakkında sekmesinin içinde kilometre taşları bölümünde "En çok bizim bayramımızdır aslında...katılanlar", "Farklı salon tasarımları", "tek kelime ile harika" gibi link özellikli açıklamaya sahiptir. Bu linkler sayfanın kendisine yine ulaştıran yapıya sahiptir. Genel bakış kısmında ise telefon numarası ve açık adres de bulunmaktadır. Sayfanın kendi ana sekmelerinden önemli olanı "instagram feed"tir. Bu yolla hipermetinsel anlamda kendi sitesi dışında başka sitelerle ilgili olduğu görülmektedir.

www.kadinca.com

www.kadin.net,

www.e-tarifler.com

www.kadincamoda.com

www.kadinlarplatformu.com yonetimkadinca@hotmail.com adlı adresler sayfanın bağlı olduğu diğer sanal hesaplar ve sayfalarıdır.

Sayfa bir markalaşma çağrısında bulunur gözükmemektedir. Paylaşımlar kadınlar üzerine odaklı olarak kadın-erkek ilişkileri, evlilik, aile, dekorasyon, tasarım, alışveriş gibi konulardan oluşmaktadır. Sayfa sahibinin kendisini açıkça belirttiği nadir bir sayfadır. Sayfa sahibi ise kendisini bir erkek ismi ve profil fotoğrafı ile belirtmiştir.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Gönderi şiirsel bir şekilde dizilmiş ve alt alta yerleştirilmiş cümlelerden oluşmaktadır. “Kadın...” olarak başlayan anlatı aynı şekilde bitirilmiştir. Sosyal medyada sık karşılaşılan üç nokta kullanımı burada görülmektedir. Bir tanımlama özelliğinde çokça kullanılan bu noktalama işareti dramatik etkinin arttırılmasına yönelik olarak yer verilir. Gönderi de aynı şekilde dramatik etkili bir dile sahiptir. Gönderinin içinde dini, ulvi, kutsallık vurgusu vardır. Paylaşım pencere kenarında duran ve karanlık bir odayı aydınlatan ışığın önünde bembeyaz gelinliği ile duran ve tesettürlü gelinlik modeli seçmiş bir fotoğraf üstüne yerleştirilmiştir.

Ardalan Bilgisi

Buradaki kadın temsili doğumu, evliliği, anneliği ile bağlantılı olarak her defasında kutsal olanla özdeşleştirilmiştir. Kadın olmak kutsaldır ve bu bağlantısallık baba, eş ve anne olmakla eşittir. Aslında kız çocuklarının doğumu babaya toplumsal bir pozitiflik kazandırmaz inancı kadınların soyun devamında sadece evlendikleri kişiye olan yararı üzerinden düşünülse de bu gönderide de bunun tam tersi yani bu fikirle dilde mücadele etme görülür. Ancak yine de kadın tanımlaması anne, eş üzerinden yapılmaktadır. Kadınların sosyal statüsü evlendiklerinde ve hatta sadece anne olduklarında bu kadar değerli olabilir. Bununla birlikte norm olan kadınların toplumsal rolleri açısından anne, eş olarak sabitlenmesi yönündedir. Bütün oluşturma anlamında kadın ve erkek Adem ile Havva’dan itibaren her zaman bir elmanın yarısı olarak tasvir edilir.

Bağlam Bilgisi

Gönderinin görseli ile düşünüldüğünde kadın kendi özü itibariyle değerli varlık olarak görülmektedir. Doğumu ile kastedilen bu durumdur. Burada dikkati çeken tanımlamanın sıralamasıdır; doğum, evlilik, annelik. Evlendiği takdirde kocası ile bir bütün olabileceklerine dair alt metin ise heteroseksüelliğin norm olarak sayılmasından ötürüdür. Bir bütün oluşturma burada imanın yarısı üzerinden okunmaktadır. Şüphesiz burada tamamen kutsal bir atmosfer içindedir tüm tasvirler. Görselin kendisi de bu mesajın en doğrudan biçimi olarak görülmektedir.

Yorum

Dört bin üç yüz otuz dokuz kişinin beğendiği, bin yüz doksan sekiz kişinin de paylaştığı gönderiye ait tek bir yorum bulunmaktadır. “tanrının bu kadar yüce kıldığı kadına el kaldıranlar düşünsün neticesiniiii” diyen yorumda bulunan bir kadın profiline sahiptir. Gönderinin anlamını doğrudan kabul ettiği cümlesinde kadına şiddetten ve ilahi şekilde cezalandırma ile yaratılan bir kapalı uyarı vardır. Sonuç olarak gönderinin kendi mesajı bu yorumda görüldüğü üzere kadınları kutsal olanla bir tutmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Şiir biçiminde yazılmış gönderide noktalama işaretleri doğru biçimde sadece noktaların kullanımındır. Büyüklü küçüklü yazmanın kullanıldığı görülmektedir. Büyük yazılan kısımlar en sondaki “KADIN.” Olup arada geçen doğumuyla, evliliğiyle ve anneliğiyle kısımları hem ayrı bir satır olarak yer almaktadır hem de geri kalan cümlelerden bariz şekilde büyüklük ve renk açısından farklıdır.

2. Bölgesel Uyum

Spotta yer alan “Kadın...” yazısının üç nokta ile ifade edilenin dramatik bir vurgu olması yanında aşağıda yer alan tüm cümleler bu üç noktanın devamını oluşturur. Sıralama şeklinde kendince bir gidişi olan cümleler nedensel olarak birbirlerine bağlıdır ve sonda kadın başlığında birleşirler.

Bu tanım cümlelerin işlevselliği bu şekilde sıralanması ve tanımın içeriğini doldurmalarından kaynaklanır. Referansal ilişkiyi oluşturan doğum ile babasına, evliliği ile eşine ve anneliği ise toplumsal olarak kabul görmeleridir. Kadının iyiliği temsil ettiği aynı zamanda bu toplumsal yollardan geçer.

3. Kelime Seçimleri

Kullanılan her kelime kendi anlamıyla geçmektedir. Cennet iyi, güzel ve doğru olanın dildeki ifadesini çağrıştıracak şekilde metafor olarak kullanılmıştır. Cennetin kapısı, imanın yarısı aynı zamanda ilahi inancın örtük kullanımlarıdır.

4. Retorik

İnandırıcı bilgi olarak her hangi bir bilgi geçmemektedir. Daha çok kişisel bir düşünce toplumsal bir düşünce ile sunulmaktadır. Kutsal olan ve ilahi olan doğal olan yani sosyolojik anlamda norm olarak ifade edilmektedir. Genelleştirme bu anlamı içermektedir.

Gönderinin oluşturduğu söylem kadın-erkek dikotomisini yanılmakla beraber kadın kimliğinin genelleştirici evrenselliğini de göstermektedir. Kadınlar “düzgün, iyi” olandır ve kimliksel anlamda yine anne, eş gibi toplumsal konumlarla bağdaştığı ölçüde bu geçerlidir. Kullanılan görsel bu kadın imajını daha inandırıcı kılmak amacıyla seçilmiştir.

Şekil 9. Kadınca'da Ele Alınan Gönderinin Görseli



Analiz 6

Tablo 10. “Erkek Ansiklopedisi” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Erkek Ansiklopedisi
URL	https://www.facebook.com/Erkekansiklopedisi/?ref=br_rs en son erişim 25.12.2015
Facebookta Kurulma Tarihi	Belirtilmemiş
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	1.761
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	Sadece 5 dakikada tüm stresini atabileceğin iyi içerikli sayfa
Sayfa Bilgileri	Belirtilmemiş

Uzun Açıklama	
Seçilen Gönderinin İçeriği	BİR ERKEĞİ ÇIPLAK DEĞİLDE GELİNLİKLE HAYAL EDİYORSAN ADAMSIN
Sayfanın Kullandığı Görsel	Arka planda siyah takım elbiseli ve kırmızı kravatlı bir beden imajının illüstrasyon biçiminde oluşturulmuş hali vardır. Profil fotoğrafı yerinde ise baş, omuz ve göğüs detayı denilen bir erkek figürün benzer takım elbiseli ve kırmızı kravatlı bir illüstrasyonu vardır. Saçları son dönem erkek modasına uygun biçimde özenli bir imaj çizmektedir.

Şekil 10. Erkek Ansiklopedisi Sayfası Görseli



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Arama motoruna “erkek” kelimesinin girilmesiyle ulaşılan bir sayfadır. Aramada ilk üç içerisinde yer almaktadır. Erkek adıyla açılmış sayfa sayılarının azlığı bu sayfanın beğenen ve takip eden sayısının düşük olmasına rağmen ilk üçe girmesinde görünmektedir. Sayfa kendisini eğlence sitesi olarak ifade etmektedir. Erkeklerin bir araya geldiği onlara seslenme içerikli paylaşımların olduğu bir sayfa yapısı vardır. Kurulma tarihi belirtilmemiş olmasına rağmen yan tarafta 2015’e kadar giden bilgi olmasından

dolayı yeni bir sayfa olduğu anlaşılmaktadır. İlişkiler, gündelik hayattaki erkek davranışları, gazeteden alınarak oluşturulmuş haberler, kadınlarla ilgili detaylar (örnek olarak bir ruj standı) sunan içerikler mevcuttur. Kadınlara yönelik olumsuz denilebilecek içerikleri görmek mümkündür. Buradaki kadınlara yönelik ifadeler “alışveriş delileri, aşırı makyaj” yapan gibi konulardır. Bu anlamda paylaşımlardan birisi iki kadının makyajlı ve makyajsız fotoğraflarının karşılaştırılmasına yönelik olarak üstte “Beyler evleneceğiniz kadını evinizin bahçesinde mutlaka hortumla yıkayın” gibi ibarelerdir.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Sıralı bir cümle olarak birbirine bağlantılı iki cümleden oluşan gönderi bir tanım cümlesidir. Buradaki dil “adamsın” gibi erkekler tarafından sıkça kullanılan bir tanımlama kullanımı içermektedir.

Ardalan Bilgisi

Şaka ve espri mayetli olarak oluşturulan gönderide gelinlik giymiş bir erkek fotoğrafı vardır. Erkeklerin kadınlara yönelik olarak evlenecekleri kadınlar hakkında söylediklerini çağrıştıran bir kullanıma ve aynı zamanda eşcinselliği olumsuzlayan etkiye sahiptir. Erkekler ve kadınlar arasında evlenme üzerinden dönen tartışmalarda genel olarak “evlenilecek-eğlenilecek” kategorisi kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra “gelinlik ile hayal etmek” heteroseksüeller arasında sıklıkla özellikle bu tür sayfalar içerisinde kullanılmaktadır.

Çıplaklık ise direkt olarak cinselliği çağrıştıran biçimde kullanılır. Bu nedenle evlilik öncesi cinsel ilişkinin negatif görüldüğü heteroseksüel normun bir ifadesidir. Heteroseksüellik üreme tabanlıdır ve kutsanmış aile bu kurumun yegane sürdürülmesi

gerekilen kurumudur. Bu nedenle toplumsal, tam belirtilmemiş tabulardandır. “Adamsın” ifadesinde ortaya çıkan hegemonik erkeklik ise bir toplumsal inşa olan erkeklik kimliği üzerinden oluşturulan baskıyı ifade eder.

Bağlam Bilgisi

Sayfanın geneli ile birlikte düşünüldüğünde eğlence amaçlı olan gönderilerin kadın-erkek karşıtlığı üzerinden oluşturulduğu ve bunlar dışında bir cinsel kimlikten de sadece olumsuzlanması şeklinde bahsedildiği görülmektedir. “Herkes erkek olur ama adam olamaz” temalı gönderilerle ilişkili olarak bu paylaşımın erkeklik inşasının dışlama yoluyla oluşturulmasını gösterir. Hegemonik erkekliğin bu tanımda oluşturulduğu görülmektedir.

Yorum

Gönderiyle ilgili her hangi bir yorum bulunmamaktadır. Sadece beğeniler söz konusudur.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Düzenli bir sıralı cümle olarak oluşturulmuştur. Tüm harfler büyük yazılmış aynı zamanda bağlaç olan ve ayrı yazılması gereken “de” bitişik yazılmıştır.

2. Bölgesel Uyum

İki cümle arasında doğrudan bir nedensellik söz konusudur. Koşullu olarak kurulmuş bir tanım cümlesidir. Çıplak olarak düşünmemek yani eşcinsellikle kurulabilecek her hangi bir dışlanması yoluyla erkeklik inşası söz konusu olabilir. Bunun dışında cümleler arasında işlevsel ilişki bulunmamaktadır. Ancak tek başına “Adamsın”

kelimesi seslenme işlevine sahiptir. Referanssal olarak ise “çıplaklık” cinselliğe, “erkek çıplaklığı” eşcinselliğe gönderme yapmaktadır. Diğer cümle içinde geçen gelinlikle düşünmek ilk başta pek de mantıklı bir bileşenmiş gibi durmamaktadır. Gönderinin fotoğraf üzerine bir kurmaca olduğu görenler tarafından bilinmektedir.

3. Kelime Seçimleri

Herhangi bir metafor veya metanomi kullanımı yoktur. Tüm kelimeler temel anlamıyla oluşturulmuştur.”Adamsın” kelimesi bir seslenme işlevi olarak aynı zamanda “erkek” olana sesleniştir. Olumlanan bir şekilde kullanılmıştır.

4. Retorik

Kişisel bir düşüncenin aktarılması şeklinde oluşturulmuş bir gönderidir. Bu nedenle herhangi bir inandırıcı bilgi içermemektedir. Sadece zihinde ne denilmek istendiği canlandırılmak istendiğinden gerçek bir fotoğraf yer almaktadır. Fotoğrafta yer alan kişi gülmektedir. Bu da eğlence sitesi olarak geçen sayfanın temasına ve gönderinin kendisine uygun bir duruştur. Sayfanın geri kalanındaki gönderilerin aynı şekilde oluşturulduğu söylenebilir. Genellikle gerçek bir fotoğraf veya her hangi çağrışımda bulunabilecek temsillerden oluşturulmuş görseller kullanılarak yeni anlamlar, yorum içeren cümlelerle ifade edilmektedir.

Tüm gönderiler erkek cinsiyet alanı içinde oluşturulmuştur ve erkeklere yöneliktir. Kadın-erkek ilişkileri odak noktadadır. Buradan tamamen heteroseksist olmasa da heteroseksüellik üzerinden gelişmiş bir sayfa olduğu söylenebilir. Kadınlara yönelik olarak ise nefret söylemi içeren gönderiler bulunmaktadır. Bu durum eril olanın dişil olan üstündeki tahakkümünün açığa çıktığı bir yöntemdir. Kadınlar sürekli olumsuzlanarak erkeklik sürekli olumlanmaktadır. Sadece süper modeller gibi ideal bedenli kadınlara

yönelik olarak bir olumlama söz konusudur. Çirkin olduklarını belirttikleri kadın temsillerinden oluşturulan gönderiler ise negatifiğin en uç noktasında yer almaktadır.

Erkeklik ansiklopedisi erkeklik inşasına dair önemli ipuçları kurmakla birlikte bir yandan ataerkil normların devam etmesini yeniden üreterek sağlamaktadır.

Şekil 11. Erkek Ansiklopedisi Gönderisinin Görseli



Analiz 7

Tablo 11. “Erkek Dediğin” Adlı Açık Grup Sayfası Analiz Bilgileri

Sayfa Adı	Erkek dediğin..
URL	https://www.facebook.com/groups/19740432244/?ref=ts&fref=ts En son erişim tarihi 17.12.2015
Facebookta kurulma tarihi	Belirtilmemiş
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	208 Üye
Sayfa Bilgileri Kısa	Yok

Açıklama	
<p>Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama</p>	<p>"Erkek dediğin yakışıklı olacak. Öyle karşıdan yürüyüp gelirken endamına hayran kalacaksın, ruhun rüzgarına kayacak. omuzlarına,bacaklarına,düz karnına, o sert hatlı çene kemiğinin, hokka gibi burnun seyrine doyamayacaksın. bakımlı olacak erkek dediğin. saçları temiz, çorapları temiz, kıyafetleri düzgün olacak. bu kalıbın içinde tam bir beyefendi barındıracak. kaşı, gözü güzel olacak, dişleri temiz ve beyaz; ama bunlardan önce özü sözü doğru, sözünün eri bir delikanlı olacak. eline kağıt kalem alsa delikanlılığın kitabını yazacak. komple olacak yakışıklılığı. korkmayacaksın gecenin bir vakti uyanıp da yanında gördüğünde onu. yakışıklı olacak ama aklını sende tutacak kadar da akıllı. seni elinin tersiyle değil avucunun içiyle kavrayacak. bileceksin ki emin ellerdeyim, başkası tutamaz elimi böyle. rahat olacaksın yanında, çok konuşmayacak, beynini didiklemecek. ince olacak; seni senin kadar düşünecek. sen onu merak ettiğinde kendisine hesap soruluyor havalara girmeyecek. senin inceliğine karşı umursamaz sözler sarf etmeyecek. adamın sinirini bozmayacak, cinlerini tepesine çıkarmayacak, sanki sen onun için varmışsın her ne zaman istese emrine amadeymişsin, o ne yaparsa yapsın her istediğinde yanında, elinin altında olacakmışsın triplerine girmeyecek sen ona sevgini gösterdiğinde, ona kayıtsız şartsız aşıkmışsın gibi havalara girmeyecek. erkek dediğin ilgi gördüğünde ilgiyle, sevgi gördüğünde sevgiyle karşılık verecek. Erkek dediğin, sen onun için kendine baktığında, sırf ona daha güzel görünmek için giyinip kuşandığında hiçbir şey olmamış gibi davranmayacak. ruhunu okşamasını bilecek. romantik olacak, kimi gün habersizce</p>

kucağında çiçeklerle çıkıp gelecek.
 özel günleri unutmayı marifet sanmayacak.
 "kazma" olmayacak senin bütün zarafetine karşı.
 gerçekten seven bir kadın sevgi ve ilgi bekler,
 erkeğine verdiği aşkın karşılığında
 küçük bir tatlı söz, kısa bir mesaj,
 bir çağrı bile onu mutlu edebilir.
 Erkek dediğin bütün bunları cebinden para
 harcıyormuş gibi cimrilikle yapmayacak.
 ben aranmayı, çok aramayı sevmem demeyecek.
 herşey kendi istediği gibi olsun istemeyecek.
 sadece kendi canının istemesine bağlamayacak
 herşeyi.
 Erkek dediğinin,
 hissettiğiyle yaptığı şey arasında uçurum olmayacak.
 cesur olacak cesur.
 seni seviyorum derken korkmayacak,
 başka şeylerin arkasına gizlenmeyecek.
 seviyorum deyip bir sonraki perdede kaçmayacak,
 özlüyorum diyorsa gelecek,
 kaybetmek istemiyorum diyorsa kaybetmeyecek.
 Erkek dediğin aşkına sahip çıkacak.
 korkak olmaz erkek dediğin.
 bir baba şefkatiyle seni alnından
 öptüğünde bileceksin ki sevgisi geçici ve
 zayıf değildir.
 ve sevgiyle öptüğünde dudaklarından,
 bileceksin ki öpüşün tek sebebi şehvet
 değildir.
 Erkek dediğin aldatmayacak.
 aldatmak basitliktir.
 seviyorum diyorsa aldatmaz erkek dediğin.
 aldatıyorsa sevmiyor demektir.
 Erkek dediğin yakışıklı olacak, çekici olacak
 ama bundan çok daha öte bir sey.
 zeki olacak.
 kadının küçük yalanlara, bahanelere inanmayacağını,
 kendisini kendi gibi tanıdığını bilecek.
 kadının zekasını küçümsemeyecek kadar zeki olacak.
 zeki olacak, seni bir hamur gibi karmasını bilecek,
 o hamura kendisini katmasını da.
 değerlerini bir anlık hevesler uğruna satmayacak.
 yan gözle hatun kesmeyecek,
 üstüne sevgili edinmeyecek.
 Erkek dediğin önce kendini sevecek.
 kendini sevmeyen erkekten kimseye hayır gelmez.
 bir bakarsın ki yıllar sonra
 bu adamla ne yatağa sığıyorsun, ne toprağa.

	<p>koluna girip gezmesini bileceksin gururla, babalığını da bilecek, ana-babaya hürmet etmeyi, kadir kıymet bilmeyi, vefakarlığı, fedakarlığı</p> <p>Erkek dediğin seni koruyacak, kuşatacak. o nerede olursa olsun seni koruyacağını bileceksin. pısrık olmayacak erkek dediğin. Erkek dediğin erkek olacak güzelim. seni sadece sen olduğun için sevecek. parayla, pulla, kariyerle, güçle, kimin ne dediğiyle hareket etmeyecek. hem sevgilin, hem arkadaşın, hem dostun, hem baban, hem çocuğun olacak, huzurla bağrına basacaksın. bileceksin ki evde o erkeği beklemenin zevkini, huzurunu başka hiçbir şey yaşatamaz sana...</p>
Seçilen Gönderinin İçeriği	<p>"ERKEK" olarak doğmak yazgıdır elbette, ama "adam" olabilmektir asıl marifet !Her erkek adam değildir, fakat her adam da sadece erkek değildir. Tıpkı her kadının ana olamadığı gibi...</p> <p>Çünkü adam olmak,aslında "İNSAN"olmaktır. Bu yüzdendir,adam gibi adama da adam gibi "KADIN" gerekir !</p>
Sayfanın Kullandığı Görsel	Yok

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

“Erkek” kelimesi aranarak ulaşılan açık grup sayfası direkt olarak “Erkek dediğin..” temasına sahiptir. Herkese açık olan grup lurker biçimde gözlem yapılmasına en açık sayfalardandır. Facebook üzerinden ne zaman kurulduğuna dair herhangi bir açık bilgi içermemesine rağmen sayfanın en sonuna gidildiğinde ilk gönderinin 5 Haziran 2008 tarihinde oluşturulduğu görülmüştür. Kişilerin birebir olarak paylaşımında bulunduğu sayfa bariz bir admin tarafından oluşturulmayarak daha katılımcı bir duruş sergilemektedirler. Bununla birlikte aynı gönderinin birden fazla kişi tarafından farklı zamanlarda paylaşıldığı görülmüştür. Odak nokta erkek üzerinedir.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Seçilen gönderinin içeriği “ ‘ERKEK’ olarak doğmak yazgıdır elbette, ama ‘adam’ olabilmektir asıl marifet !Her erkek adam değildir, fakat her adam da sadece erkek değildir. Tıpkı her kadının ana olamadığı gibi... Çünkü adam olmak, aslında ‘İNSAN’ olmaktır. Bu yüzdendir, adam gibi adama da adam gibi ‘KADIN’ gerekir ! “ cümlelerinden oluşturulmuştur. Herhangi bir görsel kullanılmamıştır. Anlatım bol şekilde bağlaçlardan faydalanmıştır. İç içe cümleler düzenli mantıksal bir anlatım diline sahipmiş gibi dursa da karmaşık bir dile sahiptir. “Erkek olarak doğmak yazgıdır elbette” noktasından başlatılan cümle erkek ile adamlık, adamlık ile insanlık arasındaki vurgunun karmaşıklığı noktasında “kadın” a kaydırılmıştır. Anlatım karşılaştırma içerir.

Ardalan Bilgisi

Biyolojik olarak doğumla elde edilen cinsiyet vurgusu toplumsal cinsiyetin ilk eleştirdiği şeydir. Aynı zamanda erkek üzerinden başlayan “adam olmak” durumunun dilde eril ve erkek olanın tabanını oluşturduğu biçimde evrensel görülmesi noktasına “adam gibi kadın” sözcükleriyle ulaşır. Dilde “insanoğlu” yerine “ademoğulları” İngilizce de “mankind” kullanılmasının ve gündelik dilde hala geçerli bir durumdur. Lacan’ın “kadının adı yok” diye belirttiği bu durum tüm toplumsal uzamın eril olduğunun uzantısıdır.

Bağlam Bilgisi

Bu gönderide kadının annelik vasfına değinmesine rağmen yine de dilde kadının yok sayılma durumunun cinsiyet düzeneğini kurup tekrar işletmektedir. Erkek kimliği kendisini biyolojik olana ve hep olmuş-hep olacak olan toplumsal düzendeki söz sahibi olarak konumlandırılarak kurulmuştur. Kadınlar için “adam” tanımı metnin altında yatan, kimliğin yekpareleştirilerek tek başınaymış gibi sunulmasıdır. Erkek olan böylece hem doğallaştırılır hem kimliğin özümüştü gibi belirtilir. Bunun dışında kadın “adam” olarak yer alması aynı zamanda “ana” olmasına bağlanır. “ Her erkek adam değildir, fakat her adam da sadece erkek değildir. Tıpkı her kadının ana olamadığı gibi... “ cümlesinden sonra “adam gibi adama da adam gibi KADIN gerekir” denilmesi olumlanan kadınlığın analıktan geçtiğinin ifadesidir.

Yorum

“harika bi yorum aynen katılıyorum ve tebrik ederim, bende katılıyorum sonuna kadar., buna katılmayacak Kadın tanımıyorum:-), eyvallah, ERKEKLER bile katıldığına göre kadınlar hayli hayli katılır smile ifade simgesi, doğru sözün ,doğru söylemin erkeği bayanı olmaz zübeyde hanım, :-))))) illaki onu kast etmedim zaten:-), tamam saygılar..., 22 yasında ve Kadın Ruhunu anlıyor vayy beee diyesim geldi :-)) anlamak yetmez bilmen gerekir hehe “ gönderinin altındaki tüm yorumlar bunlardır. Karşılıklı konuşma olarak çoğunluğun geçtiği bu konuşmalar içinde dikkat çekici olanlardan ilki “ ERKEKLER bile katıldığına göre kadınlar hayli hayli katılır (smiley ifadesi) “ yorumudur. Bu yorum gönderinin saklı anlamı olan erkek merkezli dünya algısı ve kadının ona bağlı olan mutlak konumuna dair destekleyici niteliğindedir. Kullanıcı diğer

yorumlarında da çoğunlukla emoji ifadesi kullanmıştır. Cümleyi naif ve hoş gösterme çabası ile sanal uzamdaki konuşmalarda kendini daha iyi ifade etme aracı olarak sunulan emojiler bu sanal ortamın da eğlenceli yerler olarak görülmesinde rol oynar. Bununla birlikte erkek-kadın dikotomisinin baş gösterdiği gönderi ve bu yorumda pekiştirilmiştir. Bir yandan da bu yoruma cevaben erkek profil fotoğrafı ile cevap veren kişinin tepkisi gözükmektedir. “doğru sözün ,doğru söylemin erkeği bayanı olmaz zübeyde hanım” lafı bu kişi tarafından söylenmiştir. Bu yorumda ilk önemli durum kadın kelimesi yerine “bayan” kelimesinin ikame edilmesidir. Devam eden konuşmalarda kadın profilli kullanıcının bu tepkiler karşısında yine emojili cümlelerle kabulü söz konusudur. En sonda ise “tamam” ile başlayan son sözü erkek kullanıcı söylemektedir.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Düzgün, birleşik cümlelerden oluşturulmuş gönderi dramatik vurgunun arttırılması için üç nokta ve ünlem işaretleri gibi noktalamalar kullanmıştır. “Erkek”, “kadın” ve “insan” kelimeleri tırnak işareti içine alınarak cümle kurma kurallarına uyulmuş ve vurgu arttırılmıştır. Cümleye bakan birisi anlam açısından karmaşa hissi veren bu cümleden basitçe erkek-kadın-insan sıralamasına görebilir bu sayede. Kelimeler büyük harflerle de yazılarak özellikle cümleyi okuyanlar açısından daha da derdinin ne üstünde odaklandığını göstermektedir. Bunların yanı sıra tanım cümlelerinden oluşan gönderi aktif ve pasif cümlelerden oluşmuştur.

2. Bölgesel Uyum

Cümleler arasında nedensel ilişki vardır. “Ama” ve “fakat” bağlaçları ile birbirleri ardına açıklayıcılığı arttırılan cümleler sonuç olarak “tıpkı” benzetim

kullanımıyla diğer bir duruma odaklanır. Bu sayede erkekten kadın ifadesine geçiş mümkün olur. Nedenselliğin en bariz şekilde görüldüğü yer ise “çünkü” ile başlayan cümledir. “İnsan olmak” bu sayede “adam olmak” ile nedensel ilişki içine girer.

3. Kelime Seçimleri

Herhangi bir metafor, metanomi, düzdeğişmece cümle içinde geçmemektedir. Tüm kelimeler düz anlamları ile kullanılmıştır.

4. Retorik

İnandırıcı herhangi bir bilgi içermeyen gönderide görsele dair herhangi bir bilgi de yoktur. Grup sayfanın tanımına uygun olarak “Erkek dediğin..” nedire odaklıdır. Bu daha çok söylem düzeyinde kullanıcıların tanımlamalarına olanak veren bir sayfa yapısını göstermektedir. Gönderide söz konusu olan adam olmanın cinsiyeti ortadan kalkmış bir olumluluk olarak sunulmasıdır. İnsan ile özdeşleştirilen bu tutum evrenselleştirme çabasının bir ürünüdür. Yorumlarda bulunan kullanıcıların söylenen cümleye katılmak dışında bir çabası yoktur. İlginç olan diyalog haline giren kişilerden erkek kullanıcı olarak gözükene birinin “söylem” in kadın-erkek diye ayrıştırılmayacağını bir kadın kullanıcıya söylemesidir. Sonuç olarak ise erkek kimliğinin kurulumu kendi ötekisi olarak gördüğü kadını eril düzen içine hapsederek yapmaktadır. Dikotomik kimlik kurulumunun da bir örneğini oluştururlar.

Analiz 8

Tablo 12. “Erkekler Kulübü” Adlı Grup Sayfasının Analiz Bilgileri

Sayfanın Adı	Erkekler Kulübü
URL	https://www.facebook.com/ErkeklerKulubuTR/?ref=ts&fref=ts

Facebookta Kurulma Tarihi	Nisan 2012
Sayfayı Takip Eden/Beğenen Sayısı	10.959
Sayfa Bilgileri Kısa Açıklama	Erkekler Kulübü: İçinde stil tüyoları, teknoloji, spor ve daha birçok konu barındıran 'kararını kendi veren' erkeklerin buluşma noktası.
Sayfa Bilgileri Uzun Açıklama	Yaşamına, tarzına önem veren şehirli erkeğin buluşma noktası.
Seçilen Gönderinin İçeriği	Aşk Acısı En Çok Erkekleri Vuruyor 18-23 yaş arasındaki bin kişi ile yapılan araştırmaya göre bir ilişki sona erdiğinde kadınlar arkadaşları ile konuşup içini dökerek rahatlıyor. 'Çevreye karşı güçlü görünmek isteyen' erkekler ise dertlerini içine atıyor. Bu durum da hem fiziksel hem de ruhsal açıdan sağlıklarının bozulmasına yol açıyor.
Sayfanın Kullandığı Görsel	Sayfanın arka planında 1930-1940'lara ait gökdelenlerde çalışan işçilerin çelik konstrüksiyon iskelet üstünde yan yana dizilmiş on-on bir tane erkek bulunmaktadır. Bu işçiler zamana uygun kasketleri ile fotoğrafta yer almışlardır ve fotoğraf siyah beyazdır. Bu fotoğrafın arka plan görüntüsü gökdelenlerden oluşan bir şehre yukarıdan, hakim pozisyonda bakmaktadır. Profil resmi yerinde de yine siyah beyaz, fötr şapkasına elini götürmüş gülümseyen genç bir erkek vardır. fotoğrafın bir kısmı photoshop tekniği ile kırmızı yapılmıştır. Burada yer alan ve porte şeklinde görülen erkek bakımlı, takım elbiselidir.

Şekil 12. Erkekler Kulübünün Sayfa Görüntüsü



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Sayfaya “erkek” kelimesinin facebook arama motoruna girilmesi yoluyla ulaşılmıştır. Takipçi sayısı on binin üstünde olduğundan ve erkeklik inşasına yer veren paylaşımları sebebiyle incelenmek üzere seçilmiştir. Sayfanın açıklama kısmında yer alan “şehirli erkek” tanımlamasına uygun biçimde paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Daha çok fotoğraflara iliştilirilmiş bir stilizasyon çalışmasını andırmaktadır. Sayfada kadınlar “haftanın güzeli” başlığında süper modellerin fotoğraflarıyla sunulmaktadır. Bu fotoğraflar erkek dergileri içeriklerine uygun hatta bazen Pirelli takvimi gibi direkt oradan alıntıdır. Bunun dışında kadınlara ilişkiler boyutunda sevgili, eş olarak ya da popüler isimlerin başarılarıyla kısmi olarak yer verilmiştir. Geri kalan paylaşımlar kıyafet, lüks otomobiller, tekneler, motorsikletler, teknoloji, futbol gibi konu başlıkları altında toplanabilir. Erkek ikonlarına doğrudan “ikon” etiketiyle yer verilmektedir. Bu açıdan tema tamamen erkek yaşam tarzı üzerine inşalardan oluşmaktadır.

2. Şematik Yapı

Gönderinin Anlatım Dili

Gönderi sayısal ifadeler ile başlamaktadır, bilimsel bir araştırmaya dayanan gönderinin anlatım dili bu nedenle açıklayıcı biçimde kurulmuştur. Düzgün cümlelerden oluşan üç cümle bir de hazırlayıcı olarak bir genel başlıktan oluşmaktadır. Cümlelerin kadın-erkek karşılaştırmasını okuyana verecek sıralanmıştır.

Ardalan Bilgisi

Dikotomik biçimde kurulmuş anlatıda “kadınlar arkadaşları ile konuşup rahatlıyor” ancak “güçlü görünmek isteyen erkekler” içlerine atarak ruh sağlıklarını bozdukları iddia ediliyor. Erkeklik inşasının değişen yönünü bu haber gönderide bulmak mümkündür. Modern hayat tarzıyla birlikte toplumsal hayattaki değişim cinsiyet ilişkilerini değiştirdiği gibi erkeklik inşalarının da değiştiği görülmektedir. Ancak hemen belirtilmelidir ki bu değişim Lynne Segal’in belirttiği gibi (1992) çok ağır bir biçimde gerçekleşmektedir. Bununla birlikte kadınlar erkeklere göre her zaman daha “konuşkan” olarak addedilirken erkekler az söz ile yetinen buna rağmen son sözü söyleyendir geleneksel inşada.

Bağlam Bilgisi

Bin kişilik bir araştırmayı arkasına alarak bilgilendirmede bulunan bir gönderi olarak eril olanın tahakküm kurucu olarak bilgiye hükmetme özelliği gönderide karşımıza çıkandır. Kişisel bir görüşten ziyade bilimsel verileri kullanmak gerçekliğin arttırılmasını sağlamaktadır. Ancak gönderinin altında yatan anlamlardan bir tanesi yukarıda bahsedilen “kadınların konuşkan” olduğuna dair inanıştır. Erkeklik inşasının dile gelme biçiminde değişimi gözükmeyle birlikte aynı zamanda kadınların bu özelliği tekrarlanır. Güçlü erkek imajının bir gösteri şeklini aldığı da gönderinin alt metninde yer alır.

Yorum

On dokuz kişinin beğendiği ve paylaşımları yapılan bir gönderi olarak altta aslında on iki yorum görünmesine rağmen hiçbir yoruma ulaşılamamıştır. Bu yorumların sayfanın yöneticisi olarak adlandırılan “admin” tarafından silindiğine bir işaretidir.

B. Mikro Yapı

1. Sentatik Çözümleme

Cümleler aktif yapılı görünmekte ancak aktarım yapısına sahiptir. Düzgün sıralı, bileşik cümlelerden oluşan gönderi tamamen şimdiki zaman ile çekimlenmiştir. Kurallı cümlelerden oluşmaktadır ve yazım ve noktalama işaretlerinin hepsi düzgün kullanılmıştır.

2. Bölgesel Uyum

Açıklama anlatımına uygun şekilde cümleler arasında nedensel ilişki vardır. Dikkat çekici olarak önce “Aşk Acısı En Çok Erkekleri Vuruyor” cümlesini diğer tüm cümleler nedeni şeklindedir. Bu nedenle işlevsel ilişki cümleler arasında kurulmaktadır. Ardı ardına gelen her cümle erkeklerin kadınlardan daha çok acı çekmesini doğrular. İşlevsellik bu doğrulamadır. Cümlelerin kendi içindeki nedensel ilişkiye bakıldığında ikinci cümle “‘Çevreye karşı güçlü görünmek isteyen’ erkekler ise dertlerini içine atıyor.” İfadesidir. Bu ifade erkeklerin neden dertlerini içine attıkları konusunda nedensel ilişkiyi oluşturmaktadır.

3. Kelime Seçimleri

“Aşk acısı” olarak nitelendirilen “acı” metafor kullanımınıdır. “Çevre” kelimesi ise doğal çevreden tamamen kopmamış “toplumsal çevre”yi eş dost, akraba öbeğini ifade etmesi bakımından metanomi kullanımınıdır. “En çok” gibi ifadeyi güçlendirici kullanımlar mevcuttur.

4.Retorik

Analiz edilen paylaşım bilimsel bir araştırmaya dayanmaktadır. İnandırıcı bilginin üst düzeyinde olan bilimsel bilgi kullanımını değişen erkeklik tanımlarına uygun bir içeriğe sahiptir. Erkekler kulübü sayfasının genel olarak çizdiği profile bakıldığında kendilerini tanıtan “şehirli erkek” kimliğine uygun olduğu görölmektedir. Burada araştırma verileriyle sunulan erkek kimliği söylemini karşılarına kadın kimliğinin koyulması yoluyla elde edilmiştir. Söylem erkeklerin aşk konusunda diğer konularda olan “erkekler çok konuşmaz” söylemini kadınların konuşma, içlerini dökme anlamında erkeklerden daha rahat olmaları ile kıyaslayarak sunmaktadır. Söylemin örtük olarak içerdii ikircikli olan kimlik konusunda kadın-erkek arasındaki mücadeledir. Kadınlar bir bakıma aşk konusunda “çabuk atlatan” olarak konumlandırılarak olumsuzlanmaktadır. Sayfanın geri kalanındaki paylaşımlarda göze çarpan örnek olarak “en iyi tatil erkek erkeğe olan tatildir” gibi paylaşımlar ve daha genel olarak kadınları metalaştıran “haftanın güzeli” gibi paylaşımlar bu durumu desteklemektedir.

IV. 8. Bulguların Değerlendirilmesi

Bu araştırma Van Dijk’ın eleştirel söylem analizini Facebook ortamına uyarlayarak cinsel kimliğin parametrelerine göre sosyal medyada cinsel kimliklerin nasıl inşa edildiğini anlamak amacıyla gerçekteştirilmiştir. Cinsiyet düzeninin sosyal medyada güç ve hiyerarşi temelinde yapılanması tüm bulgularda tahakküm ilişkilerine dikkat çekmektedir. Bu eleştirel söylem analizinin bu tarz ilişkileri açığa çıkarma hedefinin gerçekteştiğini göstermektedir.

Değerlendirmelerde öncelik Facebook iletişim ağında bulunan Türkçe sayfaların sosyal medya ve sanal ortam özelliklerine yöneliktir. Daha sonra

heteroseksüellik ve heteronormativite bir başlık altında ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise ötekiliğin bu sayfalar içerisindeki inşası ve son olarak dördüncü bölümde erillik ve dişillik kurgusunun değerlendirilmesi yer almaktadır.

IV. 8. 1. Facebook Ortamında Bulunan Grup Sayfalarının Sanal Ortam Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Facebook grup sayfaları kullanıcı içerikleriyle bezeli bir görüntü sergilerler. Gönderiler ve paylaşımlar genel olarak anlamı tamamlayıcı görsellerle birlikte sunulmaktadır. İncelenen sayfaların kendi açıklamalarında yer alan ve sayfanın tüm gönderilerine bağlı şekilde cinsel kimlikler üzerindeki norm, değerlerin yarattığı söylemsel düzlemde kadınları, erkekleri, heteroseksüelleri, eşcinselleri konumlandırmaktadır.

Bununla birlikte sosyal medyada Facebook gibi birileri tarafından yönetilen grup sayfalarındaki paylaşımların cinsel kimliği şekillendirecek ve söylemleri kullanarak takipçiler/üyelere yönelik beğeni kültürüyle bezeli görselliğin dikkat çektiği paylaşımlarda buldukları görülmüştür. Toplumsal beğeniye hedef alan bu tür paylaşımların birçoğunun cinsel kimliklerle ilgili basmakalıp fikirleri tekrarladıkları bu nedenle yeniden üreterek sıklığını arttırdıkları görülmektedir. Stereotiplerin yoğun olmasına karşın paylaşımları sorgulayan kitlenin mevcut olduğu ancak yine de sayıca bu tekrarlamaların daha yoğun olduğu göze çarpmıştır. Bunun sonucunda sosyal medyanın grup sayfaları kendi imajını oluştururken toplumsal norm ve değerlerin kendi deneyimlerine en uyumlu olanının seçilmesiyle bu tür sanal ortamlarda ideal olanın kurulması, kendini daha mükemmel gösterme ile etkin bir şekilde birbirlerine bağlıdır.

Bu grup sayfalarında üretilmek istenen imajların bize gösterdiği beğeni kültürünün, gösteri kültürü ile birleşerek söylemsel olarak cinsel kimliklerde ortalama

olan eğilimi bu ortamların gerçek hayatın yansıtıldığı yerler olarak konumlandırılabilceğini göstermektedir.

Facebook ortamlarının neo-liberal politikalara uygun olan yapısı içerisinde yer alan kullanıcıların içine girdikleri grup sayfaları az da olsa aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Sayfaların kendi tanımlamalarına uymayan yorum, paylaşımlar bulunduğu diğer kullanıcılar ve adminlerin müdahalelerinde bu aidiyet kendisini göstermektedir. Bu nedenle gerçek hayattakinden farklı olarak grup içine girme ve çıkmanın bir katılım onayı almasından geçtiği bu ortamlarda da gruplaşmaların yer aldığını söylemek mümkündür. Aktivitelerini gerçek hayatta da gösteren grup sayfalarının etkisi şüphesiz sadece sanal olarak kalan grup sayfalarının etkisinden farklıdır. Örnek olarak kadınlar kulübü, kadınca gibi grup sayfaları gerçek hayatta etkinler düzenlemektedirler. Bunlar dışında ise unutulmaması gereken grubun neye yönelik olduğu, ticari olup olmadığı ya da dernek ise neye katkıda bulunduğu, devlet desteğinin olup olmadığıdır (NGO). Genel olarak incelenen sayfaların piyasaya yönelik olduğu görülmektedir. Doğrudan bir para kazanma içine girmeseler bile reklam ve tıklanma sayısına bağlı olarak para kazandıran internet sitelerine insanları çekmek için Facebook gibi herkesin bulunduğu yoğun kullanılan sanal ortamlarda kendilerini tanıttıkları, takipçi topladıkları bilinmektedir. Bu tip sayfalar dışında kalan Erkekler Ansiklopedisi gibi grup sayfalarının ise sosyal medyanın zevk ve eğlence kalıpları içerisinde paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür.

Tüm grup sayfalarında görülen sosyal medyanın yapısal özelliklerinden temsil etmenin yeni yollarını, yeni deneyimlerini içerdiği görülmüştür. Bu sayfaların bedenselliğin olmadığı farklı bir tür etkileşimselliği sağladıkları, yeni tip bir simgeleştirme kodladıkları, sunma ve beğenme kültürünü yaygınlaştırdıkları ve şekillendirdiği görülmüştür.

IV. 8. 2. Grup Sayfalarında Heteronormatifiğin ve Kullanıcıların Özne olarak Heteroseksüelliği İnşa etmesine Yönelik Değerlendirmeler

Cinsel kimliğin inşasında rol oynayan temel etkenlerden heteroseksüelliğin sosyal medyada kurgulanmasında ilk dikkat çekici unsur cinsel kimlikler içinde bu kimliğin merkezde konumlandırılmasıdır. Yani meşrulaştırmayı sağlayan heteroseksüellerin kendilerini ayrı bir kimlik olarak görmemeleri bu kimliğin söylenmesine bile gerek duyulmayan biçimliliğine uygun şekilde hareket etmeleridir. Evrimağacı adlı grup sayfasının analizinde (analiz 1) hipermaskülenlik öğeleri göze çarpmaktadır. Bu açıdan sanal ortamda yer alan, daha gayri resmi olarak yapılan konuşmalar içerisinde bireylerin bu cinsel kimlik hakkındaki konuşmalarının daha rahat biçimde, tam da sanal ortamın onlara sunduğu fayda paralelinde gerçekleştiği görülmektedir. Söylemler düzeyinde en çok erkek konuşmacılar bu video içerisinde ayrılaşmaya yönelik olarak heteroseksüellik kurgusuna katkıda bulunmaktadır.

Bir baskı unsuruna dönüşen heteroseksist konuşma ise nefret söylemleri halinde paylaşımların altındaki yorum kısımlarında açık olarak, paylaşımlarda ise daha üstü kapalı biçimde bulunmaktadır. Bu kimlikler gündelik hayatta karşılaşılan biçimde zeminlerini bilimsel olarak daha çok psikolojik bilgilere ayrıca Kadınca adlı grup sayfasında olduğu gibi dini bilgi ve mitlere, genel olarak ise toplumsal onaylanma üstüne kurmaktadır. Bu onaylanma üzerinden sosyal medyada doğrudan iletişime geçen bireyler arası sosyal problemlerin cinsel kimlikteki yansıması gücün ve hakimiyetin “öteki”ni baskı altına alan söylemleri kullanarak oluşturulmak istendiğini göstermektedir. Sosyal medya ortamında bu hakimiyet yapıları görünürdür ama diğer yandan bireylerin meydan okuduğu çok fazla platforma sahiptir. Sosyal medyada bu sebeple öznellik gündelik hayattakinden çok daha farklı boyutlara ulaşmaktadır.

Heteronormativitenin nasıl işlediğine bakıldığında bu olgunun sadece kendilerini heteroseksüel olarak tanımlayanların eşcinselleri baskı altına almakla kalmadığı heteroseksüelleri kendi içinde kadın ve erkek olarak hiyerarşik konumlandığı görülmüştür. Erillik ile ilgili incelenen tüm analizler ikili cinsiyet düzenine aitta bulunarak kadınları baskı altına yöneliktir. Erkek Dediğin adlı sayfada “erkeklik” ve “adamlık” konusundaki söylemlerde aynı zamanda kadınların anneliğine yönelik unsurların devreye sokulması aynı zamanda “adamlık” vasfının kadınlara da aktarılması hegemonik erkekliğin bir göstergesi olarak işlemektedir. Bu açıdan heteronormativite erkeklik kurgusunun bilindik yörüngesinde oluşturulurken aynı zamanda “adam olma” gibi söylence ile erilliğin içerisi doldurulmaktadır. Erkekler Kulübü adlı grup sayfasının metin analizinde de benzer şekilde kadınlar dair kalıp bilgilerin devreye sokularak erkeklere dair çıkarımların yapıldığı görülmektedir. Bu karşısında bir öteki olarak kendi kimliği hakkında konuşmanın en bariz örneğini oluşturur. Tüm bunlarla görülmektedir ki heteroseksüellik ve heteronormative cinsiyetlerin gündelik tekrarında kendi kendini hatırlama olarak kimlik inşasında rol oynar.

IV. 8. 3. Ötekilik Kavramının Cinsel Kimlik Üzerinden Grup Sayfalarındaki İnşasının Değerlendirilmesi

Cinsiyet anlamında normatiflik bu açıdan kendi içinde erilliğin üstün tutulduğu, kadınların erillğe göre tanımlandığı bir düzlem oluşturmaktadır. Bu açıdan sosyal medyada heteronormativitenin yansıması erillik ve dişillik başlığı altındakilerde cinsel kimliğin ikircikli yapısı açığa çıkartan biçimliliktedir. Bu kimlikler kendi “öteki”lerini karşılıklarına alarak, bir kıyaslama yoluyla kendi kimliklerini oluşturmaktadırlar. Bu anlamda ötekiliğin inşasının dikotomik olan ile paralel olduğu söylenebilir.

Bazı gönderilerin olumluysen bazıları ise olumsuz olması özellikle “ötekilik” konusundaki kimlik temsilleri ve sunma biçimlerinde görünmektedir. Kadın sayfalarına nazaran erkekler için açılan sayfalarda bu durum daha belirgindir. Kimlik kurulumunda olumsuz ilke olarak yer alan ötekilik daha çok erillik ile ilgili “ne olunması gerektiğine dair” bilgiler içeren paylaşımlarda göz çarpmıştır. Çelişkili olan ötekilik konusunda hakkında konuşulan öznenin tanınma olarak yer alması ancak kabulünün nadir olarak gerçekleşmesidir. Cinsel kimliklerin düzenini oluşturan zıtlıklar kullanıcıların birbirlerini tanımlama, algılama ve anlamlandırma pratiklerini göstererek toplumsal etkileşim temelinde nasıl bir normatif düzene sahip olduğunun haritasını çıkarmaktadır. Tüm kimlik biçimlerinde olduğu gibi cinsel kimliklerin inşasında bireylerin özdeşleşme deneyimlerinde bir mübadele şeklinde hatta bazen tamamen mücadele şeklinde kimliklerini konumlandırmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu durum sanal ortamda bireylerin rahatça birbirleriyle iletişime geçilmesinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ötekisi ile karşılaşılabilen ve iyi-kötü etkileşime geçilebilen bir yer olarak değerlendirilmiştir.

IV. 8. 4. Erillik ve Dişillik Cinsel Kimliğinin Grup Sayfalarındaki İnşasına İlişkin Değerlendirilmesi

Dikotomik biçimde görülen heteroseksüellik her zaman heteroseksist gibi direkt eşcinselliği hedef almamakla birlikte erkeklik paylaşımlarında görülmüştür ki kadınları negatif olarak göstererek bu cinsiyet düzenine ait söylemleri yeniden üretmektedirler. Bununla birlikte “Erkekler kulübü” sayfasında olduğu gibi erkekliğin kendisini tüketimin çeşitli biçimleriyle kuran “şehir erkeği” kimliğini arkasına alarak bu kimliğin dönüşümünü, değişiminin altını çizerek. Söylem çözümlemesinin odaklandığı toplumsal iktidar, cinsel kimlikler düzeyinde erilliğin hakim olarak konumlandığını, kendisini söylemler aracılığıyla meşrulaştırdığını ve konuşma kapsamında bu yönde hareket ettiğini göstermektedir. “Adamlık” gibi konuşma dilinde olumlanan özelliklerin

güldürü malzemesi olarak sunulduğu “Erkekler Ansiklopedisi” sayfasının gönderisinde üstü kapalı şekilde baskı altına alınan eşcinselliktir. Sosyal medyanın yarattığı kültürün boş vakit geçirme ve eğlenme sayfalarında güldürü üzerine kurulmakta bu alan içindeki kullanıcılar, erkeklik ve kadınlık konularını sıklıkla malzeme olarak kullanmaktadırlar. Cinsel kimlikler bu grup sayfaları içinde yoğun biçimde konuşulan durumundadır.

Bu doğrultuda erkek grup sayfalarının azlığı buna karşılık “kadın” kelimesi veya buna bağlı varyasyonlarının grup sayfası olarak çok büyük farkta sayıya sahip olması bu cinsel kimliğin üzerinde daha çok konuşulduğu, daha çok yorumda bulunulduğunu dolayısıyla daha “ayrıştırıcı” bir kimlik olarak görünmesine sebep olmaktadır. Tabii ki belirtmelidir ki bazı grup sayfalarının sahipleri kendilerini göstermektedir ve “Kadınca” sayfasında olduğu gibi sayfanın sahibi aslında bir erkektir. Bu da kadınlara yönelik bu sayfaların Facebook ortamında bir piyasa oluşturduğunu gösterir. Aynı zamanda “kadın” veya “dişil” tanımlamalarının hegemonik erkek söyleminin bu cinsel kimliğe ait tanımlamalar üzerinde de egemenlik kurduğunun işaretidir. Söylem analizin bel kemiğini oluşturan sorulardan “Kim söylüyor?” sorusu burada önemini arttırmaktadır. Bu tür paylaşımlarda kadınlar dişil parametrelerinde belirtilene benzer şekilde “uysal, naif, sevecen” güzelliğiyle ön planda, anne, eş olarak olumlanmaktadır. Bir erkeğin gözünden oluşturulan bu içerikler üyeler tarafından yüksek oranda beğenilmektedir.

Bunun dışında diğer paylaşımların bir kısmında “mücadeleci, cesur” kadın kimliğine odaklanmaktadır. Çalışan kadınlara yönelik paylaşımlar olduğu gibi genele bakıldığında yemek tarifleri, örgü modelleri, ev dekorasyonu, bahçe düzenlemesi, kendin yap tarifleri, çocuk bakımı gibi paylaşımların çok daha yoğun olduğu görülmüştür. Ancak bu tür sayfalarda heteroseksüel bakış hakimdir ve kadın-erkek arasındaki güç mücadelesi gözükmemektedir. İncelemelerin genel kısmında “annelik” konusunda kullanıcıların yoğun

biçimde tartıştığı buna karşılık erkeklerin her hangi bir konuda bu şekilde tartışıldığına rastlanmamıştır. Bu durum kimliksel olarak erilliğin konumundan kaynaklı olarak söz birliği edercesine bütünlüklü olarak hareket etmesinden kaynaklanmaktadır. Erilliğin kendisine dair olumsuzlama incelenen sayfalar arasında bulunmamaktadır.

Genel Değerlendirme olarak söylenebilir ki araştırmanın problemleştirdiği cinsel kimlik söylemlerinin nasıl inşa edildiği konusunda dildeki mücadele her sayfada görülmektedir. Kadınların veya erkeklerin ne olduğu dikotomik biçimde inşa edilmektedir. Bununla birlikte heteroseksist cinsiyet düzenini tersyüz etmek amacıyla yapılan paylaşımlar ve buna karşı olanlar arasındaki mücadele bu sayfalar aracılığıyla görünür olmaktadır. Bu açıdan sosyal medya ortamlarını olumlu olarak değerlendirmek mümkündür. Her ne olursa olsun “öteki” ile iletişim olanağının en yüksek olduğu mekandır. Dış dünyadaki deneyimlerin bu konuda Türkiye’de ne kadar kısıtlı olduğu düşünülürse sosyal medya toplumun farklı kesimlerinin iletişimde olmasını sağlamaktadır. Bu durum sosyal medyanın coğrafi uzaklıkları bir engel olmaktan çıkardığı ve iletişimi güçlendirdiği her halükarda etkileşimi arttırdığını gösterir.

SONUÇ

Öznelerin sosyal medyadaki cinsel kimlik inşalarını inceleyen bu çalışmada Facebook adlı iletişim ağında bulunan güncel Türkçe grup sayfaları yüz on sekizi arasından sekizi seçilerek incelenmiştir. Pusuya yatma (lurker) araştırma yöntemi ile bu grup sayfalarının bütünü araştırma konusu dahilinde analiz edilmiş, burada yer alan gönderilerden sayfayı temsil eden, araştırma amaçlarına uygun olanları analizlerin nesnesi olarak daha detaylı olarak incelenmiştir.

Sosyal medyanın cinsel kimliklere inşasındaki etkilerini ortaya koymak araştırmanın ana amacı olmuştur. Bu nedenle incelenen grup sayfalarına ilk olarak sosyal medyanın bileşenleri daha sonra Facebook iletişim ağının kendisine has özellikleri ve sayfaların kendilerine ait unsurlar dikkate alınarak sosyal medyanın yapısal tanımları rehberliğinde bakılmıştır.

Gerçek hayattan farklı bir zaman, mekan yaratan sanal ortamların gerçek ile olan bağlantısının çok açık olduğu görülmüştür. Sanal ortamların gerçek hayatın bir başka boyutunu oluşturduğu farklı bir kültüre sahip olsa da kopuk bir gerçeklikten ziyade bir uzantı gibi görülmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Buna paralel biçimde bulunulan toplumsal ortam ile bireyi oluşturan yapının özellikleri dolayında bir süreç olarak ele alınan kimlik inşasını, bireylerin kendi varlığını gerçek gündelik hayatın toplumsallığı içinde nasıl algıyorsa aynı şekilde algılayarak gerçekleşmektedir. Facebook gibi hali hazırda kendi iletişim ağlarının benzerinden hareket eden internet sitelerinde bireylerin davranışları, edimleri, söylenceleri kendi kimliklerinden beslenmektedir. Bu özellik Facebook gibi bireyin kendi çevresi ile iletişim için daha çok kullandığı iletişim ortamları

için daha geçerli olmaktadır. Bu açıdan kimlik inşalarının bu mekan içerisinde gerçek kimliğinden beslendiği fakat eşzamansızlık, yüz yüze olmayan iletişim biçimi özellikleri sebebiyle daha dolaysız, risksiz, daha kendi özel denilebilecek şekilde kendilerini ifade etmektedirler.

Grup sayfalarına bakıldığında tahakküm altında olanların ya da dezavantajlı grupların toplumsal özneler olarak bu ortamlarda daha görünür oldukları ve alternatif seslerin bu mekandan seslerini duyurabildikleri görülmüştür. Bu sanal ortamların özneye, modern döneminin en önemli kriteri olan “özgür olma, direnme” gibi kimliğini inşa ettiğine dair izler taşıyan pratikler sağladığı ve bu öznelerin kendilerini bu ortamda daha net, daha dolaysız şekilde ifade ettikleri görülmüştür. Yüz yüze olmayan iletişim modelinin faydalarından olan bu durum dezavantajlı gruplar için cinsel kimlik başlığında toplanabilecek gönderilerde, öznel konularda daha belirgindir.

Eşcinsellerin kendi kimliklerini toplumda bu konuda ön yargıları olan, her hangi bir bilgiden yoksun olanlar karşısında bir mücadeleye girerek oluşturmaya çalışmaları belki gündelik hayatlarında asla karşılaşmayacak öznelerin birbirlerini anlamaları açısından sosyal medyanın sunduğu fırsatlardandır. Bununla birlikte analizlerin yorum kısmında yaşanan tartışmalar Türkçe sayfalar içinde ve dolayısıyla Türkiye’de eşcinsellik hakkında heteronormativiteyi tartışılacak bir platform yaratmaktadır. Aynı zamanda Batı kökenli grup sayfalarında görüldüğü gibi Türkçe sayfalar içinde eşcinsellere karşı nefret söylemi üreten bir grup sayfasıyla karşılaşılmamıştır. Bu durum daha önceden belirtildiği gibi eşcinselleri hiçbir şekilde “aktör” olarak görülmediğinin buna karşın aslında eşcinsellik veya lgbtq ile ilgili sayfaların çokluğu göz önüne alınırsa bu dezavantajlı grupların bu coğrafyada kendi kimliği için nasıl mücadele ettiğini göstermektedir.

Kimlik inşasına bakıldığında heteroseksüellik ile ilgili sayfalar arasında dişillikle ilgili olanlarında eşcinsellere karşı bariz bir tutum görülmezken erillik ile ilgili sayfalarda kimlik inşasından söz edilebilecek noktalarda bir “öteki” olarak eşcinselliği karşılarına almaktadırlar. Bu ötelik kavramının kimlik inşasında olumsuz ilke olarak yer aldığını kanıtlamaktadır. Ayrıca erilliğin hegemonik olma motivasyonu ile kimlik kurulumunda karşılaşılan eşcinselleri tahakküm altında aldıkları söylenebilir. Bununla birlikte dişillik ve erillik ile ilgili olarak yapılan analizlerde gerçek hayata benzer şekilde kimlik inşalarıyla karşılaşıldığı gibi bunun ötesinde söylemlerin içinde var olan hipermaskülen ve hiperfeminen kimlik inşalarıyla karşılaşılmıştır. Bu durum toplumsal norm düzeninin cinsiyetlere etkisini göstermektedir. Bireyler kendi cinsel kimliklerini gündelik olarak tekrarlarla kendilerine hatırlatmakta ve dış dünyaya bu yönde imajlar sergilemektedirler. Bu noktada gündelik bir alışkanlığa dönüşen internet ve internetin gösteri kültürünün devamlılığını, sürekliliğini sağlayan yapısı önemli roller oynamaktadır.

Heteroseksüellik ile ilgili grup sayfalarında cinsel kimlikler dikotomik biçimliliktedir ve bu cinsiyetlerin ikircikli yapısını gözler önüne sermektedir. Kadın grup sayfaları sosyal medyada konuşma ve düşüncenin ön plana çıkma yapısı nedeniyle kimlikleri daha çok vurgulama, abartmanın çeşitli yollarını uygulamaktadırlar. Çoğunlukla oluşturulmuş sayfalar dişil kimliğin parametrik özelliklerini yansıtmaktadır. Özne olarak direnen kadın temsilleri ve daha çok toplumsal cinsiyet rollerinin geleneksel rolleri abartılarak sunulmaktadır. Bununla birlikte bazı sayfaların erkek olarak görünen profillerin yönetiminde olduğu unutulmamalıdır. Bu durum daha farklı bir analizle erkeklerin kadınlar üzerinde sosyal medya üzerinden başka bir şekilde tahakküm altına alma çabasına işaret eder. Bir piyasa yaratma anlamında hedef çoğunlukla kadınlardır.

Erilliğe dair bakılan sayfalarda ise “erkek olma”ya dair bilgilerin yoğunluklu olarak işlendiği görülmüştür. Herkese açık olarak kurulan grup sayfalarında direkt olarak “erkek dediğin” temalı sayfalar olduğu gibi, “erkek hakları savunucuları” türünde sayfalarla karşılaşmıştır. Erkekliğin örgütlenmeye bir eğilimi olduğu görülmektedir. Bunu yeni medya üzerinden görüyor olmak toplumsal gruplaşmaların eğilimlerini erken bir şekilde görebilmeyi sağlamakta aynı zamanda dilsel olarak kurulan bu yapıda gerçek hayatta açıkça söylenmeyenlerin daha net şekilde görünmesini sağlamaktadır. Bunun dışında “erkeklik kulübü” gibi orijinali “kadınlar kulübü” olup yeni medyada büyük bir ağa sahip olan internet sitesinin başarısından pay alma ve toplumsal açıdan bakıldığında bu da dildeki bir başka mücadeleyi, erkek-kadın mücadelesini göstermektedir. Aynı zamanda bu sayfa değişen erkekliğin modern temelde özelliklerini yansıtmaktadır. Tüketim kalıplarının farklılaştığı ve yoğunlaştığı sanal ortamlarda bu durum internetin hem bir beğeni şekli sunduğu hem de kullanıcılarının tüketim eğilimlerini bir araya getirerek tam da neo-liberal dönemin “kişiyeye özel” anlayışını kullanarak yeni tüketim davranışlarını desteklediği söylenebilir.

Sosyal medya tüm iletişim araçları gibi kullanıcıya bağlı şekilde faydalı veya zararlı olabilmektedir. İncelenen grup sayfalarına bakıldığında cinsel kimliklerin tanınma, onaylanma, tutarlılık kazanma anlamında sürekli olarak bir mücadele içinde olduğu görülmektedir. Kullanıcının tam bir merkez oluşturduğu böylesi bir yapı içinde öznel kendilerini bir bakıma üreten kendilerinden bağımsız olan nesnel yapılar ile ilişkilerinde nasıl bir etkinlikte bulduklarını; kendilerinin kimliklerini nasıl inşa ettiklerini ve diğer yandan bu tür ortamları nasıl yeniden ürettiklerini, ortamın bizzat kendisini nasıl şekillendirdiklerini göstermiş olmaktadır. Türkiye tam olarak bir enformasyon toplumu olarak nitelendirilemese bile küresel Dünya’dan etkilenen bir ülke olarak internetin de

gelişiminden en az enformasyon toplumları kadar etkilenmektedir. Bu durum daha detaylı bir analizle diğer ülkelerle karşılaştırmalı olarak yapılacak bir analiz ile daha net biçimde ortaya konulabilir. Bu çalışmada Türkiye küreselleşmeye bağlı olarak gelişmelerden diğer ülkeler kadar etkilenen olarak görülmüştür. Facebook kullanımına bakıldığında Türkiye'nin nicelik istatistiği olarak bir farklılığı bulunmamaktadır. Ancak incelenen grup sayfalarının sayısı ve tartışma kısımlarında daha çok enformasyon sınırında takınıldığı enformasyonun bilgiye dönüşme sürecinde sıkıntılar yaşandığını söylemek mümkündür.

Son olarak internetin bilgi alışverişini, paylaşımını ve dağıtımını değiştirdiği bu sebeple öznelerin kendilerini ve dış dünyalarını algılama, yorumlama ve anlamlandırma biçimlerinin buna paralel şekilde değişiklikler gösterdiğini söylemek mümkündür. Sadece dış dünyadan sanal ortama aktarılan bir yönde olmadığı gibi sanal ortamın bilgi biçimlendirmelerinin dış dünyayı etkilediği söylenebilir. Bu nedenle sosyal dünya ve birey etkisi ile inşa edilen kimliklerin bu durumlardan etkilenmesi söz konusudur. Cinsel kimlikler açısından bakıldığında bu durum tüm cinsel kimlikler arasındaki tahakküm ilişkilerinin tıpkı gerçek dünyadaki gibi varlığını sürdürdüğü aynı zamanda sosyal medyanın cinsel kimliklerin görünür olmasını sağladığı görülmektedir. Elde edilen tüm veriler ışığında söylenebilir ki her ne olursa olsun sosyal medya ortamları gibi gerçek kimlikten beslenen sanal düzlemler, insanların bir araya gelmesini sağlayan, sürekli diyalog halinde bireyleri birbirlerini anlama anlamında tek bir çatı altında toplayabilmektedir. Bu açıdan bu sanal ortam olumlu olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Altunay, A. (2012). Yeni medya ve...Deniz Yengin (Ed.). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Arık, E. (2013). *Sosyal medyada mahremiyet görünimleri. "sosyalleşen birey" sosyal medya araştırmaları 1* içinde (ss. 103-132). Konya: Çizgi Kitapevi.
- Aslan, Ö. (2005). Enformasyon ve iletişim teknolojileri (ıct) gerçekten verimli mi? Verimlilik paradoksu üzerine bir değerlendirme. *C.Ü İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 6, 2
- Atikkan Z. Ve Tunç A. (2011). *Blogdan al haberi, haber blogları, demokrasi ve gazeteciliğin geleceği üzerine*. İstanbul: Yky
- Aydoğan, F. A. Murat Kırık (2012). Alternatif medya olarak yeni medya, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 58-70
- Baban, E. (2012). Mc Luhan ve Budrillard'ın penceresinden sosyal medyanın etkisi:ifaden esareti, gözetlenen toplum ve kayıp kimlik sendromu. Sosyal medya akademi içinde (ss.57-83). İstanbul:Beta
- Baran, A. G. (1992). Sanayi sonrası enformasyon toplumu üzerine tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 9, 53-69
- Bayramoğlu, Y. (2011). Stonewall onur yürüyüşü'ne. *Cogito*, 65-66, 387-395
- Benhabib, S. , Butler, J. , Cornell D. ve Fraser N. (2008) *Çatışan Feminizmler*. (Çev. Feride Enver Sezen). İstanbul: Metis Yayınevi

- Berger P. ve Luckmann T. (2008). Gerçekliğin sosyal inşası. (Çev.Vefa Saygın Öğütle).
İstanbul:Paradigma
- Berktaş, F. (2009). Feminist teorinin önemli bir alanı: cinsellik. *Cogito*,58,57-73
- Bilgin, N. (2006).*Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*.
Ankara:Siyasal Kitabevi
- Binark M. (2007). Yeni medya çalışmaları. Mutlu Binark (Der.). Ankara:Dipnot
- Binark M. ve Bayraktutan G. (2013). Ayın karanlık yüzü : Yeni medya ve etik. İstanbul:
Kalkedon
- Bocock, R. (2005). *Tüketim*. (Çev. İrem Kutluk) . Ankara: Dost
- Bourdieu P. (2014a). *Seçilmiş metinler* (Çev.Levent Ünsaldı). Ankara: Heretik
- Bourdieu, P. (2014). Eril tahakküm. (Bediz Yılmaz). İstanbul:Bağlam
- Butler, J. (2007). Taklit ve toplumsal cinsiyete karşı durma. (Çev:Osman Akınhay). İstanbul:
Agora Kitaplığı
- Butler, J. (2005). İktidarın psişik yaşamı: tabiyet üzerine teoriler.(Çev.Fatma Tütüncü).
İstanbul: Ayrıntı
- Butler, J. (2012). Cinsiyet belası: feminizm ve kimliğin altüst edilmesi. (Çev. Başak Ertür)
İstanbul: Metis Yayınevi
- Castells, M. (2013). Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür cilt 1. (Çev.Ebru Kılıç).
İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Cochran S., Drescher J., Kismödi E., Giami A., Moreno C. G., Atalla E.,Marais A. ..., Reedi
M (2014). Proposed declassification of disease categories related to sexual

orientation in the International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems (ICD-11), 20 Ocak 2015 tarihinde WHO, Dünya Örgütü internet sitesine ait <http://www.who.int/bulletin/volumes/92/9/14-135541.pdf> adresinden alınmıştır.

Connell, B. (1999). Toplumsal cinsiyet ve iktidar : toplum kişi ve cinsel politika.(Çev. Cem Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Çakır, M. (2013). Sosyal medya ve gösteri. “sosyalleşen birey” sosyal medya araştırmaları 1 içinde (ss.11-68). Konya: Çizgi Kitapevi

Çelik, H. & Ekşi, H.(2008). Söylem analizi. Çelik, H. & Ekşi, H. (2008). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27, 99-117

Çelik, M. (2004). *Bilgi ve hikmet toplumu, enformasyon toplumunun belleği*. İstanbul: Kaktüs Yayınları

Çomu, T.ve Halaiqa, İ.(2014).Web içeriklerinin metin temelli çözümlemesi.yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri içinde (ss.26-88). (Mutlu Binark Der.). İstanbul:Ayrıntı

Debord, G. (2012). *Gösteri Toplumu* (4. Baskı). (Çev.Ayşen Emekçi ve Okşan Taşkent. İstanbul:Ayrıntı.

Dijk, V. T. A. (1991). 18 Critical Discourse Analysis. 14 Mart 2015 tarihinde <http://www.discourses.org/OldArticles/Critical%20discourse%20analysis.pdf> adresinden alınmıştır.

- Eco, U. (1991). Kitle İletişim Araçlarının Arttırılması. Enformasyon devrimi içinde (ss.107-113). İstanbul:Rey
- Foucault M. (2007). *Cinselliğin tarihi*. (Çev. Hülya Uğuru Tanrıöver).İstanbul:Ayrıntı
- Frolov, İ. (1997). Felsefe sözlüğü. (Çev.Aziz Çalışlar). İstanbul:Cem Yayınevi
- Gergen, K. J. (1999). Social Construction and the Transformation of Identity Politics. 21 Mart 2015 tarihinde <https://www.swarthmore.edu/.../Social%20Cons> adresinden alınmıştır.
- Gergen,K. J. (2004). Narrative, Moral Identity and Historical Consciousness:a Social Constructionist Account. 21 Mart 2015 tarihinde [https://www.swarthmore.edu/.../Narrative Mor..](https://www.swarthmore.edu/.../Narrative_Mor..) internet adresinden alınmıştır.
- Giddens, A.(2012). Modernliğin sonuçları. (Çev. Ersin Kuşdil). İstanbul:Ayrıntı
- Göregenli, M. (2011). Heteroseksizm, homofobi ve nefret suçları: Sosyal psikolojik yaklaşım. *Cogito*, 65-66, 353-366
- Güven, S. K. (2008). Yeni dünya düzeni içinde enformasyon teknolojilerinin vaatleri ve tehditleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34
- Gönenli G. Ve Hürmeriç P. (2012). Sosyal medya: bir alan çalışması olarak facebook kullanımı. *Sosyal medya akademi* içinde (ss. 213-243). (Tolga Kara ve Ebru Özgen Ed.). Beta:İstanbul
- Hamelink, C. J. (1991). Enformasyon devriminden sonra yaşam sürececek mi? *Enformasyon devrimi efsanesi: modernleşme kuram ve uygulamalarının eleştirisi* içinde (ss. 11-32). (Çev.Yusuf Kaplan) . İstanbul: Rey Yayınları

- Haraway, H. (2006). Siborg manifestosu. (Çev. Osman Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı
- Headrick, D. (2002). Enformasyon çağı akıl ve devrim çağında bilgi teknolojileri 1700-1850. (Çev. Zülal Kılıç) . İstanbul: Kitapyayınevi
- Kandiyoti D. (2012). Pembe kimlik sancıları cinsiyetin yol ayrımında sorun ve. *Kültür Fragmanları* içinde (ss. 278-293). (Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber Ed.). İstanbul: Metis Yayıncılık
- Kara, T.(2012). Sosyal medya kob i'ler için bir fırsat mı? Facebook ve linkedin üzerinden bir inceleme. *Sosyal Medya Akademi* içinde (ss. 70-96). (Ed.Tolga Kara ve Ebru Özgen. İstanbul:Beta
- Kaya, B. E. (2011). Doğu-batı ikilemi bağlamında el cezire. Ankara:Vadi
- Lyon D. (1997). Elektronik göz gözetim toplumunun yükselişi. (Çev.Dilek Hattatoğlu). İstanbul:Sarmal
- Mansfield, N. (2006). Öznellik. (Çev.H. Çetinkaya-R: Durmaz) İzmir:ARA-lık Yayınları
- Marshall, G. (2005). Sosyoloji sözlüğü. Osman Akınhay (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat
- Morley D. ve Robins K. (1997). Kimlik mekanları. (Çev.Emrehan Zeybekoğlu). İstanbul:Ayrıntı
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya
- Nair, G. (2009). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna, Homo economicus'tan Homo technologicus'a. VI. Sosyoloji Kongresi, Ekim 2009, Toplumsal dönüşümler ve sosyolojik yaklaşımlar, Adnan Menderes Üniversitesi

- Nalçaoğlu, H. (2007). İnternet ve Görselin İmhası: İnternet İçeriğini Analiz Etmek İçin Kuramsal Model Arayışları. *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (ss. 45-67). Ankara: Dipnot Yayınları
- OECD, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Ögütü (Nisan 2007). Working Party on the Information Economy PARTICIPATIVE WEB: USER-CREATED CONTENT, 22 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf> adresinden alınmıştır.
- Özarlan, Z. (2008). Gözün iktidarı:elektronik gözetim sistemleri. *Panoptikon gözün iktidarı* içinde (ss.139-154). İstanbul: Su.
- Özdemir C. (2001). Kimlik ve Söylem. *Osman gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2.Erişim Tarihi: Ocak 7, 2014, Ulakbim Veritabanı.
- Paker, K. O. (2004), Batı dışı toplumlarda sosyal psikolojiyi yeniden düşünmek: inşacı yaklaşımın imkânları üzerine bir deneme, “*Doğunun ve Batının Yerelliği*” içinde (ss. 203-248). , S. Arkonaç (haz.). İstanbul: Alfa Yayınları
- Poloma, M.M. (1993). *Çağdaş sosyoloji kuramları* (Çev.Hayriye Erbaş). Ankara:Gündoğdu Yayınları
- Punch, K. (2005). Sosyal Araştırmalara Giriş. (Çev. DursunBayrak, H. Bader Arslan, Zeynep Akyüz) Ankara : Siyasal Kitapevi
- Robins, K (2013). *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası* (2. Baskı). (Çev.Nurçay Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı.
- Savran, G. A. (2009). *Beden emek tarih diyalektik bir feminizm için*.İstanbul:Kanat

- Schick, İ. C. (2000). *Batının Cinsel Kıyısı: Başkalıkçı Söylemde Cinsellik ve Mekansallık*. (Çev. Savaş Kılıç ve Gamze Sarı) . İstanbul : Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Scott,J.W. (2007). *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi*.(Çev.Aykut Tunç Kılıç). İstanbul : Agora Kitaplığı
- Şimşek, S. (2002). Günümüzün Kimlik Sorunu ve Bu sorunun Yaşandığı Temel Çatışma Eksenleri. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*,3, 29-30
- Soyseçkin İ.(2007). Sanal uzamda ve mudlarda eril-dişil kimliklerin yeniden inşası. Yeni medya çalışmaları içinde (ss.251-281). (Mutlu Binark Ed.). Ankara: Dipnot
- Taşkıntuna, N. (2012). Kavramsal Çerçeve. *Cogito*,72, 77-81
- Touraine A. (2012). Modernliğin eleştirisi (Çev. Hülya Uğur Tanrıöver). İstanbul:YKY
- Törenli, N. (2004). Enformasyon toplumu ve küreselleşme sürecinde Türkiye.Ankara: Bilim ve Sanat
- Tözüm, H. (2002). Küreselleşme ve ekonomi. Dünya neyi tartışıyor? 1 *Küreselleşme,Doğu Batı Yayınları* içinde (ss.147-168) sayı:18
- Virilio, P. (2003). Enformasyon bombası. (Çev. Kaya Şahin). İstanbul: Metis
- Yang, W. ve Sun, Y. (2010). Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis 14 Mart tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Wenxing_Yang/publication/267369234_Interpretation_of_'Discourse'_from_Different_Perspectives_A_Tentative_Reclassification_and_Exploration_of_Discourse_Analysis/links/54be06970cf27c8f2814da22.pdf adresinden alınmıştır.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları egemen eleştiri ve yaklaşımlar*. Ankara:Dipnot

Yeğenoğlu M. ve Mutman M. (1992). Bilimlerde ve Toplumlarda Postmodernizm. *Birikim*, 33,43-57

Young, I. M. (2009). Yaşanan bedene karşı toplumsal cinsiyet: toplumsal yapı ve öznelük üzerine düşünceler, *Cogito*, 58,39-57

Taburoğlu, Ö.(2013). Quer kuramı: yapılaşmamış kimlikler, keyfi cinsiyetler. *Doğu-Batı*,64,9-2



EKLER

Dişil grup sayfaları listesi

1. https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-Moda-211265765561696/?ref=br_rs

Adı: Kadın, Moda

2. https://www.facebook.com/KADINVEEVLLIK/?ref=br_rs

Adı: KADIN ve EVLİLİK

3. https://www.facebook.com/kadinbahcesi/?ref=br_rs

Adı: Kadın Bahçesi

4. https://www.facebook.com/kadinvekadin/?ref=br_rs

Adı: Kadın ve Kadın

5. https://www.facebook.com/kadincinayetlerininidurduracagiz/?ref=br_rs

Adı: Kadın Cinayetlerini Durdurucağız

6. https://www.facebook.com/Kadin.Moda.ve.Guzellik.Trendleri/?ref=br_rs

Adı: Kadın Moda ve Güzellik

7. https://www.facebook.com/kadincafesicom/?ref=br_rs

Adı: Kadın Cafesi

8. https://www.facebook.com/kadincafesicom/info/?tab=page_info

Adı: Üniversiteli Kadın Kolektifi

9. https://www.facebook.com/Kiskanankadin.NH/?ref=br_rs

Adı: Kıskanan Kadın

10. https://www.facebook.com/pages/Kad%C4%B1n/105718512796404?ref=br_rs#

Adı: Kadın

11. https://www.facebook.com/rujum/?ref=br_rs

Adı: Kadın ve Güzellik

12. https://www.facebook.com/KADIN-Davalar%C4%B1-580258678656247/?ref=br_rs

Adı: Kadın Davaları

13. https://www.facebook.com/Kadin.Kadin/?ref=br_rs

Adı: Kadın

14. https://www.facebook.com/kdnhkli/?ref=br_rs

Adı: Kadın H'aklı

15. https://www.facebook.com/kadin3com/?ref=br_rs

Adı: Kadın3

16. https://www.facebook.com/KadinKulubucom/?ref=br_rs

Adı: Kadın Kulübü

17. https://www.facebook.com/kadinkadina.org/?ref=br_rs

Adı: Kadın Kadına

18. https://www.facebook.com/kadinsagligimerkezi/?ref=br_rs

Adı: Kadın Sağlığı

19. https://www.facebook.com/pages/Kad%C4%B1n-v%C3%BCcut-geli%C5%9Firme/199608390238167?ref=br_rs

Adı: Kadın vücut geliştirme

20. https://www.facebook.com/kadinfutbolu/?ref=br_rs

Adı: Kadın Futbolu

21. https://www.facebook.com/KadinDernegi/?ref=br_rs

Adı: Kadın Çalışmaları Derneği

22. https://www.facebook.com/pages/Kad%C4%B1n-haklar%C4%B1/125818044132251?ref=br_rs&rf=108056799215300

Adı: Kadın Hakları

23. https://www.facebook.com/kadinkahvesi/?ref=br_rs

Adı: Kadın Kahvesi

24. https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-Giri%C5%9Fimciler-415822021789243/?ref=br_rs

Adı: Kadın Girişimciler

25. https://www.facebook.com/kadinbilisimci/?ref=br_rs

Adı: Kadın Bilişimci

26. <https://www.facebook.com/kadinkolektifi/timeline>

Adı: Üniversiteli Kadın Kolektifi

27. <https://www.facebook.com/kadintlardunyasi.com.tr/?ref=ts&fref=ts>

Adı: Kadınlar Dünyası

28- https://www.facebook.com/BayanYani/?ref=br_rs

Adı: Bayan Yani

29- https://www.facebook.com/TesetturBayan/?ref=br_rs

Adı: Tesettürlü Bayan

30- https://www.facebook.com/Bayanlar-kahvesi-635773236504992/?ref=br_rs

Adı: Bayanlar Kahvesi

31- https://www.facebook.com/bayana-%C3%B6zel-310589772293741/?ref=br_rs

Adı: bayana özel

32- https://www.facebook.com/Bayanlar%C4%B1n-D%C3%BCnyas%C4%B1-875028259201261/?ref=br_rs

Adı: Bayanların dünyası

33- https://www.facebook.com/Bayan-polisler-118284998305911/?ref=br_rs

Adı: bayan polisler

34- https://www.facebook.com/bayanassubay/?ref=br_rs

Adı: Bayan astsubay

35- https://www.facebook.com/kadınlardünyası.com.tr/?ref=all_category_pym

Adı: kadınlardünyası.com

36- https://www.facebook.com/Hanımlar/?ref=br_rs

Adı: Hanımlar Sitesi

37- https://www.facebook.com/hanımefendilerdiyari/?ref=br_rs

Adı: Hanımefendiler Diyarı

38- https://www.facebook.com/pages/Ev-han%C4%B1m%C4%B1/262715830561199?ref=br_rs

Adı: Ev Hanımlığı

39- https://www.facebook.com/TiniMiniHanımlar/?ref=br_rs

Adı: TiniMini Hanımlar

40- https://www.facebook.com/MARIFETLIHANIM/?ref=br_rs

Adı: Marifetli Hanımlar

41- https://www.facebook.com/HanimSahabiler/?ref=br_rs

Adı: Hanım Sahabeler

42- https://www.facebook.com/hanimevinden/?ref=br_rs

Adı: Hanım Evinden

43- https://www.facebook.com/Di%C5%9Fi-Bilgeli%C4%9Fe-Yolculuk-1417266358585156/?ref=br_rs

Adı: Dişi Bilgeliğe Yolculuk

44- https://www.facebook.com/hepbilirdisi/?ref=br_rs

Adı: Bilir Dişi

45- https://www.facebook.com/Besiktas.Kartaliceleri/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kartallar

46- https://www.facebook.com/DisiGucumuzuDonus/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kartal

47- https://www.facebook.com/SinceDisiKartal/?ref=br_rs

Adı: Dişi Gücümüze Dönüş

48- https://www.facebook.com/DisiKanaryalarTR/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kanaryalar

49- https://www.facebook.com/Disi.Kartallar.Sayfasi/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kartallar

50- https://www.facebook.com/DisiBursasporlular/?ref=br_rs

Adı: Dişi Bursasporlular

51- https://www.facebook.com/Di%C5%9Fi-Kanaryalar-239618356164284/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kanaryalar

52- https://www.facebook.com/BesiktasDisiKartallar/?ref=br_rs

Adı: Dişi Kartallar

53- https://www.facebook.com/disi.cotanaklar/?ref=br_rs

Adı: Dişi Çotanaklar

54- https://www.facebook.com/disisozluk35/?ref=br_rs

Adı: Dişi Sözlük

55- https://www.facebook.com/Di%C5%9Fi-Elmaslar-1483131931965457/?ref=br_rs

Adı: Dişi Elmaslar

56- https://www.facebook.com/disiaslanfanpage/?ref=br_rs

Adı: Dişi Aslanlar

57- <https://www.facebook.com/disiselgelisim/?fref=ts>

Adı: Dişisel Gelişim

58- <https://www.facebook.com/igrenckadin/?ref=ts&fref=ts>

Adı: iğrenç kadın

59- <https://www.facebook.com/groups/1548575795416453/?ref=ts&fref=ts>

Adı: kadına dair ne varsa burada

60- <https://www.facebook.com/groups/789367424495165/?ref=ts&fref=ts>

Adı:kadına dair ne varsa (bayanlara özel)

61- <https://www.facebook.com/groups/1688623861364525/?ref=ts&fref=ts>

Adı:kadınlar ne ister

62- <https://www.facebook.com/kadincamagazin/?ref=ts&fref=ts>

Adı:kadınca

63- https://www.facebook.com/kadinlarsitesi/?ref=br_rs

Adı:kadınlar sitesi

64- https://www.facebook.com/kadinlarblogu/?ref=br_rs

Kadınlar blogu



Eril konusunda ulaşılan grup sayfaları listesi

1- erkeklerin iç sesi, 4852 üye

https://www.facebook.com/Erkeklerin-i%C3%A7-sesi-195399360796757/?ref=br_rs

2- erkek saç modelleri,15627

https://www.facebook.com/tungalersinipek25/?ref=br_rs

3- erkekler kulübü 10985

https://www.facebook.com/ErkeklerKulubuTR/?ref=br_rs

4- erkek terimleri 458

https://www.facebook.com/erkekterimleri/?ref=br_rs

5- erkek sepeti 1669

https://www.facebook.com/ErkekSepeti/?ref=br_rs

6-erkek terimleri(2) 2864

https://www.facebook.com/erkekterimleri/?ref=br_rs

7- erkek moda stil 5702

https://www.facebook.com/ErkekModaStil/?ref=br_rs

8-erkek giyim 5329

https://www.facebook.com/Erkekgiyimci/?ref=br_rs

9- erkeklerin iç sesi 2562

https://www.facebook.com/erkeklerinicsesi/?ref=br_rs

10- erkek tarzı 3144

https://www.facebook.com/erkektarzi.com/?ref=br_rs

11-erkek modası 5333

https://www.facebook.com/ErkekModasI01/?ref=br_rs

12-erkeklerin günlüğü 2867

https://www.facebook.com/bilmeniisterdimnecoksevildigini/?ref=br_rs

13-erkek anaları cemiyeti 688

<https://www.facebook.com/ERKEK-Analari-Cemiyeti-575127569168194/?ref=ts&fref=ts>

14-erkek ansiklopedisi 1772

<https://www.facebook.com/Erkekansiklopedisi/?ref=ts&fref=ts>

15-erkek anneleri cemiyeti (2) 1688

<https://www.facebook.com/groups/erkekannelericemiyeti/?ref=ts&fref=ts>

16- erkek hakları koruma derneği 383

<https://www.facebook.com/groups/135115756612571/?ref=ts&fref=ts>

17- amanizm erkek hakları savunucuları 124

<https://www.facebook.com/groups/193600577451777/?ref=ts&fref=ts>

18- erkek dediğin 208

<https://www.facebook.com/groups/19740432244/?ref=ts&fref=ts>

19- adam dediğin benim gibi olur 661

<https://www.facebook.com/groups/1657994807786308/?ref=ts&fref=ts>

20-adam gibi 688

<https://www.facebook.com/adamgibi2014/?ref=ts&fref=ts>

21-adamlar yapıyor 10601

<https://www.facebook.com/adamlaryapiyor/?ref=ts&fref=ts>

22- keyifli adamlar 8678

https://www.facebook.com/keyifliadamlar/?ref=br_rs

23-bilge adamlar dergisi 6429

https://www.facebook.com/BilgeAdamlarDergisi/?ref=br_rs

24- aylak adamlar 894

https://www.facebook.com/quiscustodietipsoscustodes.alfa/?ref=br_rs

25- adamlar yapmış 4884

https://www.facebook.com/adamlarypms/?ref=br_rs

26- eril cambaz official

https://www.facebook.com/erilcambazofficial/?ref=br_rs

Heteroseksüel Kelimesi Analiz Evrim Ağacı video çözümlemesi

Konuşmacı 1- Selam ben Dewey Wavey bugün Riyadh'la buradayım.

Konuşmacı 2- Eşcinsel insanlar olarak bize çok salakça sorular soruluyor.

Konuşmacı 1-Bugün onları çevirip soracağız.

SS. Yani heteroseksüelsin?

1. Kişi –Evet

SS. Heteroseksüel misin?

2. Kişi- Evet

SS. Heteroseksüel misin?

3. Kişi-Aşırı heteroseksüelim

SS. Bu kadınlara ilgi duyduğun anlamına geliyor.

3. Kişi- Evet

1. Kişi Evet

SS. Sana sormak istediğim soru şu hangi erkek kalbini bu kadar kırdı ki böyle olmaya karar verdin?

2.....

1. Bir dakika! Ben kadınlara ilgi duyuyorum

3. Ben güzel kadınlara ilgi duyuyorum.Bir erkek kalbimi kırdı diye değil.

2. Hangi erkek kalbimi incitti de heteroseksüel olmaya karar verdim?

SS. Annen hayatında olmadığı için mi kadınlara ilgi duyuyorsun?

1. (Gülme)

3. Hayır annem hayatımdaydı.

SS. Annenle alakalı değil mi yani?

1. Hayır

SS. Kadın sevgililerle annenin yerini doldurmaya çalışmıyor musun?

3. Hayır.

SS. Gayler olarak merak ediyoruz alınmayacağınız hitap şekli nedir? Yani size hetero mu diyelim? Düz cinsel mi? Sıkıcı mı?

1. (Gülme) Bekle bizi ifade eden...

SS. Söylenince alınmayacağınız hitap şekli

1.

2.....

3.....

SS. Üreyici?

3. Üreyici?

1. O ne oluyor? Bunu ifade etmenin normal şekli falan mı?

3. Üreyici de ne oluyor ya?

SS. Çoğalıyorsunuz ya

2. Ben etiketlere karşıyım herkes insandır

SS. Ne zaman hetero olmaya karar verdin? Ne zaman oldu?

1. Ben her zaman heteroseksüeldim

2. Sanırım ilk kez porno izlediğim zaman. Ben bunu istiyorum dedim.

SS. Heteroseksüel olarak ailine açılmandan bahset nasıldı?

1. Sadece dedim ki bu kızı beğendim

3. Çoktan biliyorlardı heteroseksüel olduğumu biliyorlardı

2. Onlara söyledim de...

SS. Onlara açılmadın mı?

2. Hayır, biliyorlar. Bir kız arkadaşım var, onlar da kızlardan hoşlandığımı biliyorlar.

SS. Bu hayatın konuşulmamış bir gerçekliği yani?

Bana şunu açıklayabilir misin? Neden heterolar ne zaman dışarıda görsem ele ele tutuşup birbirlerini öpüyorlar? Neden cinsel yönelimlerini bu şekilde övünerek gösteriyorlar?

2. Sadece birbirlerini önemsediklerini birbirlerine gösteriyorlar.

1. Birlikte oldukları kişiden gurur duydukları için

3. Aşklarını bu şekilde ifade ediyorlar

SS. Bunları görmeye zorladığın insanları hiç düşündün mü? Mesela köpeğim ve ben yürüyüşe çıkmış olabiliriz.

1. Çiftlerin el ele tutuşması o kadar da kötü değil ki.

SS. Böyle Şeyler zel yerlerde yapılmamalı mı?

3. Sanmıyorum

SS. Daha önce bir erkekle birlikte olmadıysan heteroseksüel olduğundan nasıl bu kadar eminsin?

1. Erkekleri hiç o Şekilde düŐünmüyorum “bro” olarak düŐünüyorum

2. Evet, ben bu Şekilde programlanmışım

SS. Heteroseksüel evliliğinizin toplumun birlikteliğini bozduğunu söylediğiniz gaylere ne demek istersiniz?

1. Heteroseksüel gay evliliği mi bozuyormuŐ?

SS. Senin heteroseksüel evliliğin gayleri nasıl etkiler?

3. Sanıyorum etkilemez, değil mi?

2. Sizi etkileyeceğini pek sanmıyorum. Siz kendi iŐinizdesiniz, ben kendi iŐimde

1. Kişi mutlu olmalı en önemlisi bu

2. Kim olursanız olun herkesin sevdiği kiŐiyi arzulamaya hakkı vardır.

3. Evlenin

Heteroseksüellik ile ilgili grup sayfaları listesi

1- Kızlar erkeklere soruyor

https://www.facebook.com/K.ErkeklereSoruyor/?ref=br_rs

2- heteroseksüellik

<https://www.facebook.com/pages/Heteroseks%C3%BCellik/215527208639848?ref=ts&fref=ts>

3- <https://www.facebook.com/groups/ErkekKadindayanismasiyuksekoa/?ref=ts&fref=ts>

Adı:erkek kadın dayanışması

4- <https://www.facebook.com/kadinVerkekPortali/?ref=ts&fref=ts>

Adı:Kadın&Erkek

5- <https://www.facebook.com/Erkek-Kad%C4%B1n-Olsayd%C4%B1-1639652896280843/?ref=ts&fref=ts>

Adı:erkek kadın olsaydı

6- <https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-Erkek-Meselesi-1391806681120756/?ref=ts&fref=ts>

Adı:kadın erkek meselesi

7- https://www.facebook.com/kadinerkektarzi/?ref=br_rs

Adı:Kadın erkek tarzı

8- https://www.facebook.com/erkekxkadın/?ref=br_rs

Adı: Erkek x kadın

9- https://www.facebook.com/KADIN-ERKEK-ELELE-785565391463520/?ref=br_rs

Adı:kadın erkek el ele

10- https://www.facebook.com/Erkek-Kadın-Giyim-Modası-770252746321911/?ref=br_rs

Adı:Erkek &kadın giyim modası

11- https://www.facebook.com/Kad%C4%B1nErkek-adaletsizli%C4%9Fe-boyun-e%C4%9Fme-139030706154836/?ref=br_rs

Adı: Kadın=erkek (adaletsizliğe boyun eğme)

12- https://www.facebook.com/kebsed/?ref=br_rs

Adı:kebsed kadın erkek birlikte sosyal eşitlik derneği

13- https://www.facebook.com/kadindilierkek dili/?ref=br_rs

Adı:kadın dili erkek dili

14- https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-ve-Erkek-259368327555689/?ref=br_rs

Adı:kadın ve erkek

15- https://www.facebook.com/erkek kadın/?ref=br_rs

Adı:erkek kadın.com

16- https://www.facebook.com/kadınveerkek/?ref=br_rs

Adı:kadın&erkek

17- https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-Erkek-At%C4%B1%C5%9Fma-Platformu-220960064583727/?ref=br_rs

Adı:kadın-erkek atışma platformu

18- https://www.facebook.com/KADIN-ERKEK-STRATEJ%C4%B0K-%C3%87%C3%96Z%C3%9CMLER-122437571106597/?ref=br_rs

Adı:kadın &erkek stratejik çözümler

19- https://www.facebook.com/Erkek kad%C4%B1n-745671448816233/?ref=br_rs

Adı:erkek & kadın

20- https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-KalbiErkek-Kalbi--110982338926236/?ref=br_rs

Adı:kadın kalbi erkek kalbi

21- https://www.facebook.com/bahaddinreyiz/?ref=br_rs

Adı: 1 erkek 1 kadın

22- https://www.facebook.com/bir-erkek-klasi%C4%9Fi-kad%C4%B1n--165183023539513/?ref=br_rs

Adı:bir erkek klasiği “kadın”

23- https://www.facebook.com/Islamda-kad%C4%B1n-ve-erkek-haklar%C4%B1-152254628137899/?ref=br_rs

Adı:islamda kadın ve erkek hakları

24- https://www.facebook.com/Hakl%C4%B1-Kad%C4%B1n-Hakl%C4%B1-Erkek-Platformu-303147363068907/?ref=br_rs

Adı:haklı kadın &haklı erkek platformu

25- https://www.facebook.com/ErkekLeR.KadinLaR/?ref=br_rs

Adı:erkekler&kadınlar

26- https://www.facebook.com/Kad%C4%B1n-Erkek-%C4%B0li%C5%9Fkileri-438795579560170/?ref=br_rs

Adı:kadın erkek ilişkileri

Heteroseksüel Etiketle alakalı ulaşılan sayfalar

27- <https://www.facebook.com/evrimagaci/?fref=ts>

Evrin ağacı

28- <https://www.facebook.com/aforgutu?fref=ts>

Uluslar arası Af örgütü