



## SOSYAL MEDYADA YENİDEN ÜRETİLEN KADIN ROLLERİ: 'YENİ GELİN EVLERİ' TOPLULUĞU ÖRNEĞİYLE

### WOMAN ROLES WHICH ARE REPRODUCED ON SOCIAL MEDIA: THE SAMPLE OF 'THE HOUSES OF NEW BRIDE' SOCIETY

Savaş KESKİN\*  
Sünbül POLAT\*\*  
İmran UZUN\*\*\*

#### Öz

Toplumsal açıdan tanımlı/verili kimlik türlerinin sergilendiği, genişlediği ya da daraldığı temsili bir vitrin olan sosyal medya, aykırı temsil ve rol paylaşımlarına da ev sahipliği yapmasına karşın çoğu zaman var olan toplumsal ilişkilerin pekiştirildiği ve sürekli olarak yeniden üretildiği örgütlenme pratikleri içermektedir. Facebook başta olmak üzere çeşitli sosyal medya uzamlarında kurulan 'Yeni Gelin Evleri' toplulukları da egemen tanınmanın ve güç rejiminin yeniden üretildiği sosyal süreçler meydana getirmektedir. Bu topluluklara dahil olan kadın kullanıcılar, erkek egemen toplumsal yapının kendilerine yakıştırdığı/ilıştırdığı 'ev kadınlığı' ve 'annelik' rollerini sergilemekte ve bu rol performanslarına yönelik bir benlik doyumu sağlamaktadır. Bu çalışmada, sosyal medyada kurulan 'Yeni Gelin Evleri' topluluklarındaki bireysel ve kolektif performanslarla beslenen toplumsallığın, var olan kadın kimliği ve rollerinin yeniden üretilmesine, pekiştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına olan katkılarının açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmada yöntem olarak netnografik çözümleme faydalanılmıştır. Topluluğa dahil olan araştırmacı, geleneksel kadın rollerinin dijital moda nasıl yeniden üretildiği ve paylaşıldığını, ilişkisellik ağı içerisinde değerlendirmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Facebook, Kadın, Toplumsal Cinsiyet, 'Yeni Gelin Evleri'.

#### Abstract

Female identity which produces in sociality that includes male dominant, determines the position and roles of woman in social life. All daily performances of woman is maintained on roles clamp that is offered to her. Social media which processes as a compensation and reproduction mechanism for disadvantageous groups, homes the marginal identity an sharing. But most of the time, social media includes organization practices that is consolidated and reproduced of current social relationships. 'Yeni Gelin Evleri (The Houses of New Bride)' that is established various social media spaces, especially Facebook, produces social processes that is reproduces of dominant definition. Female users which attended to this sociality, performances the roles of 'Motherhood' and 'housewife' that ascribe by male-dominated society and provides a self-satisfaction from this performances. The aim of this study, to expose the contributions of sociality that is fed individual and collective performances of society of 'Yeni Gelin Evleri' that come together on social media, to reproduces, consolidate and disseminate of current identity an roles. It has benefited from netnographic analysis as method in the research. Researcher who involved to community evaluated in relational network that social women roles how is produced and shared.

**Keywords:** Social Media, Facebook, Female, Gender, 'The Houses of New Bride'.

#### 1. Giriş

Sosyal medya günümüz toplumsal süreçlerinde, bireyin içinde bulunduğu geleneksel koşulları ve bu koşullara bağlı olarak ortaya çıkan kurumsal pratiklerini dönüşüme uğratan temel yeniliklerden biridir. Özellikle yeni iletişim teknolojileri etrafında kurgulanan ağ toplumlarında gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası olan sosyal medya, bireysel ve kolektif paylaşımların sayısal ilişki temsilleriyle sürdürüldüğü yeni bir uzam yaratmaktadır. Bu uzamdaki dijital yerleşimciler, organik bedenlerini gerçeklik uzamında bırakarak 'sanal bedene' bürünürken, toplumsal vasıflarını, kimlik özelliklerini ve rollerini ise sanal bir uyarılmanın kıvraklığı içerisinde az ya da çok beraberinde taşımaktadır. Sosyal medya, karşıt fikirlerin, tanımların, inanç sistemlerinin ve kapsamlı ideolojik yapıların çarpıştığı, mücadele ettiği ve gelenekselin karşıt yansımalarının üretildiği derinlikli toplumsal formlara sahne olurken, korumacı/muhafaza edici ve yıkıcı eylemlerin birlikte sergilendiği temas anlarını da potansiyel olarak barındırmaktadır.

Toplumsal kimliklerin sanal bir dolayım bandında yeniden tanımlanması kimi zaman kişinin kontrolündeki bir başkalaşıma neden olurken, kimi zaman oluşan şeyin bir replika nitelikleri arz ettiği ve gelenekselin belli belirsiz bir kopyası olduğu görülmektedir. Sanal temsilin bireyin kimlik algılarının

\* Öğr. Gör., Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, savaskeskin@bayburt.edu.tr

\*\* Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri ABD Y. Lisans Öğrencisi, snbl2444@gmail.com

\*\*\* Öğr. Gör., Bayburt Üniversitesi, Teknik Bilimler MYO, imranuzun@gmail.com



denetimine sunduğu katkı, ekseriyetle inorganik bileşenlerin eklemendiği geleneksel performansların sürdürülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Postmodern çağda kurumların silikleşmesi ve yapılarındaki soyutlaşma ile birlikte topluluk hislerinin üretildiği sanal topluluk ağlarına kayan birey ilgisi, duygulanım odaklarının sanal ilişkileri referans aldığı ve tüm ilişkilerin yeniden anlamlandırma sürecine tabi tutulduğu bir dayanışma ruhuna yönelmektedir. Burada olup bitenlerin sayısal temsille gerçekleştiriliyor olması muhafazakarlık yaklaşımında bir kırılmaya yol açsa da geleneksel birikimlerin büyük oranda korunduğu sinerjik bir süreç yaşanmaktadır. Buna karşın, sosyal medyaya aktarılan birçok ilişkinin, katılım kültürü ve yakınsayıcı ilişkiler bağlamında protezler ürettiği ve kısmi kayıp ve eklemelerle birlikte dönüşüme uğradığı da kaçınılmaz bir gerçektir.

Sanal topluluklar, toplumu oluşturan birey ya da grupların çeşitlenmesi nedeniyle farklı anlamlar ifade etmektedir. Bu noktadan hareketle, kadın kimliğine yönelik tahakküme dair direniş mücadelesinin sanal topluluklar aracılığıyla sürdürülmesi ya da var olan ilişkilerin gerekliliğini savunan ve ispat arayışında olan hareketlerin varlığı olası durumlara işaret etmektedir. Feminist yaklaşımlı kullanıcılar sanal topluluklar aracılığıyla topluma alternatif ve zıt bir kadın kimliğini inşa etme amacıyla bir araya gelip yeni kadın rollerini kamusallaştırırken, birçok kadın kullanıcı ise var olan toplumsal tanımlar ve sınırlandırmaları kapsayan, pekiştiren ve yeniden üreten bir toplumsallık dinamiği oluşturmaktadır. Bu tarz topluluklarda kadının konumu, aile içi rolleri ve toplumsal alan performansları egemen tanımlara uygun şekilde tasarlanmaktadır. 'Yeni Gelin Evleri' adıyla kurulan topluluk sayfası, toplumda hâkim olan edilgen kadın kimliğini yansıtan, annelik ve ev kadınlığı rollerine odaklanmakta ve bu rollerin çok sayıda kullanıcı tarafından farklı şekillerdeki performanslara dönüştürülmesine ön ayak olmaktadır. Bu sayfa aracılığıyla, ev kadını rolleri ve kadının toplumsal iş bölümü karşısındaki kırılabilirliği ile birlikte aile ve evlilik kurumları yeniden üretilmektedir. Topluluğa üye olan kadın kullanıcılar, kadınlıkları ile birlikte diğer tüm toplumsal niteliklerini, ev kadınlığı tabanında ifadeleştirmekte ve diğer tanımlayıcı özellikleri mevcut paylaşım ağı tarafından söğürülmektedir.

Araştırma bu bağlamda, sosyal medyadaki topluluk ilişkileri, topluluk içi paylaşım ve sosyal etkileşim olanaklarının, var olan toplumsal cinsiyet tanımlamalarına olan etkilerini konu edinmektedir. Bu nedenle araştırmada sosyal medya üzerinde örgütlenen 'Yeni Gelin Evleri' topluluğu içerisinde ne tür ilişki pratikleri geliştiği ve sürdürüldüğü, kullanıcıların topluluk içi paylaşımlara katılım ve etkileşim düzeylerinin ne oranda olduğu, topluluk içinde gerçekleşen sosyal etkinin toplumsal kadınlık rollerinin pekiştirilmesi ve yaygınlaşmasına ne oranda katkı sağladığı sorularına cevap aranmıştır. 'Yeni Gelin Evleri' topluluğunun araştırma evreni olarak seçilmesinin nedeni, topluluğun varoluş gerekçeleri, toplumsal gerçekliğe olan etkisi, popülerliği ve yarattığı yüksek sosyal etkidir.

Araştırmada sosyal medyadaki 'Yeni Gelin Evleri' topluluğunda geliştirilen sanal ilişki pratikleri ve paylaşımların, toplumsal cinsiyet rollerinin kazanılması, pekiştirilmesi, yeniden üretilmesi ve yaygınlaşmasına olan katkılarının anlaşılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı ise; postmodern ev kadını ve annelik rollerinden hareketle, kadın kimliği ile mülkiyet ve aile kurumu arasındaki ilişkiyi gün yüzüne çıkarmaktır.

Araştırma sosyal medyadaki sanal topluluk ilişkileri ve dinamiğini, bu topluluklarda ortaya çıkan sosyal etkinin yaygın tanımları nasıl beslediğini görünür kılmaya açısından önemlidir. Araştırmayı önemli kılan bir diğer nokta ise; tamamen kadınlardan oluşan bir toplumsallık içinde dahi, erkek egemen tanımların nasıl işlerlik kazandığına ve kadınlar tarafından nasıl yeniden üretildiğine dikkat çekmesidir.

Sosyal medya ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişki, son zamanlarda sosyal bilimcilerin dikkatini çekmeye başlamıştır. Yabancı literatürde çalışmalar yapılsa da yerli literatürde konuya ilişkin çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Çalışır ve Çakıcı (2015) tarafından yapılan bir araştırma, bu araştırmanın konusuyla kısmen örtüşmektedir. Yazarlar çalışmalarında, sosyal medyanın toplumsal cinsiyetin üretilmesi ve benlik sunumlarına olan katkılarını, erkek ve kadın kullanıcıların bireysel performanslarına odaklanarak açıklamıştır. Ancak bu araştırmada konu topluluk ilişkileri özelinde incelenecek ve bireysel benlik performansları kadar topluluğun yarattığı kolektif dinamiklerin etkileri üzerinde de durulacaktır. Çalışma bu yönüyle, henüz irdelenmemiş bir konuyu problem edinmesi açısından önem taşımakta ve literatüre katkı sunmaktadır.

## 2. Toplumsal Cinsiyet Kıskaçında Kadın Kimliği

Cinsiyet yalnızca biyolojik göstergelere bakılarak tanımlanacak kadar basit bir olgu değildir. Çünkü cinsiyet, bireye özgü bir tanımlayıcı olmaktan öte topluma özgü bir tanımlayıcıdır. Bu nedenle toplumdaki cinsiyet tanımları, belirli bir cinsiyetin diğeri üzerindeki tahakkümünü içerecek kapsayıcılığa sahiptir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet, kadınların toplumsal hayat içerisindeki konumunu, paydaşlığını, işbölümü,



mülkiyet ve üretim hakkını düzenleyen ve varoluşunu belirli yapılarla ilişkisine tabii kılan bir akıl ve pratik ilişkiselliğinden beslenmektedir. Erkek egemen formasyonlarda toplumu meydana getiren kadın ve erkek eyleyiciler topyekun olarak, toplumsal cinsiyeti öze taşıyan ilişki ağını inşa ederken, kadın kimliği zaman zaman bu ağınlı edilgen ilmeği olarak konumlandırılmaktadır.

Kadının ve erkeğin toplumsal düzlemdeki konumunu inşa eden en belirgin göstergelerden biri, sahip olduğu biyolojik yapısıdır. Bu noktadan hareketle; kadını tarif eden anahtar kelimelerin başında biyolojik yapının geldiğini söylemek mümkündür. Ancak bu biyolojik yapı, saltık bir cinsiyet kapsamının ötesine geçerek, toplumsal ilişkiler vasıtasıyla üretilmektedir. Toplumsal bir nitelik taşıyan kadın ve erkeklerin sosyal varoluşları, onların eril ve dişil varlıklar olarak bedenleriyle doğrudan bir bağlantısı bulunmamaktadır. Biyolojik varlık, toplumsal eşitsizlik ve hiyerarşik yapının bir aracı olmanın ötesinde toplumsal bir anlam ifade etmektedir (Savran, 2009, 281). Karmaşıklaşan modern sonrası toplumlarda, üretim ve paylaşım kademelerindeki bölünme, çoğu zaman toplumsal cinsiyeti de içine alan bölünmeler ve ayrışmalar zincirini tetiklemektedir. Bedensel farklılığın kimlik düzlemindeki projeksiyonu, farklardan doğan bir hiyerarşiye dönüştürüldüğü anlarda, eşitsiz ve ideolojik yaklaşımlı tanınma sorunları gün yüzüne çıkmaktadır. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet kavramı, toplumda var olan kültürel ve ideolojik yapıların inşa ettiği, kapsamlı bir işbölümünün görüntüsü olarak ortaya çıkmaktadır (Ostergaard, 1992, 102). Toplumsal cinsiyeti belirleyen geleneksel donanım ve kültür faktörü, kalıtsal yapıdaki değişkenlikler göz önünde bulundurularak toplumları farklı düşünmek gerekmektedir. Toplumdan bağımsız düşünemeyen cinsiyete dayalı kimlik, toplumun kolektif kültürel kimliği ile eş bir zeminde anlaşılmalıdır.

Kadın kimliği, toplumsal yapı içerisinde önceden tanımlanmış bazı rollerin sergilenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu roller, kadının toplumsal yaşam alanını sınırlamakla birlikte, onun toplumsal süreçlere olan paydaşlığını da tayin etmektedir. Dolayısıyla, kadının kendini ifade etme tarzı, belirgin kalıplar içerisinde şekillenmekte ve ancak bu kalıplar içerisinde sunulan ifade tarzları toplumsal bir nitelik kazanmaktadır. Kadınların çeşitli kalıpların dışına çıkması, toplumsal refleksleri harekete geçirmekte ve bir özdenetim mekanizması tarafından enformel nitelikli müşahede altına alınmaktadır. Bu nedenle kadınlar, toplumsallaşma sürecinde özdenetim sağlayacak sosyal nitelikleri de toplumdan almaktadır. Nitekim olumsal kadın olmanın yolları, toplum tarafından isnat edilen kimliğin, doğal ve ideal bir kadınlık profili içerdiği fikrini meşru bir gerçeklik olarak kabul etmekten geçmektedir.

Kadının sosyal işbölümü içerisindeki konumu da sahip olduğu toplumsal cinsiyet ile ilişkilidir. Çünkü toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyete dayalı işbölümü ve biyolojik cinsiyetler arasındaki sosyal ilişkileri vurgulamakla birlikte sadece kadının değil erkeğin de sahip olacağı sosyal konuma işaret etmektedir (Savcı, 1999, 130). Bu noktada, kadının mevcut varlığı erkeğin konumundan anlaşılırken, erkeğe dikilen rollerin de kadının toplumsal hareketleri üzerinde belirleyiciliği vardır. Kadın rolleri erkeğin rolleri ile tamamlanmakta ve toplumsal kompozisyon bu yolla işlemektedir. Cinsiyete dayalı iş bölümlendirmesi, kadın ve erkekler arasındaki işbölümünün hem cinsiyete dayalı hem de sosyokültürel yapısına atıfta bulunmaktadır (Taborga ve Leach, 2000, 114). Kapitalist düzene göre yeniden biçimlendirilen ve bir geleneğe dönüştürülen mevcut kadınlık ve erkeklik rolleri, genel hatlarıyla birikim rejiminin iş gücünü paylaşım biçimi ile orantılı bir rota izlemektedir. Sözü edilen işbölümü genel olarak kadına, hane içi çoğalma ile ilişkili, erkeğe ise kamusal alan ya da maddi üretim ile ilişkili sorumluluklar yüklemektedir (Özçatal, 2014, 34).

Kadına verilen annelik ve ev kadınlığı gibi roller, kadının hane içine yönelmesine ve kendini ev işleri üzerinden ifade etmesine neden olmaktadır. Örneğin toplumsal cinsiyet ve klişelerine göre erkeğin en önemli rolü ailenin geçimini sağlamak iken, kadının en önemli görevi çocuklarını büyütmek ve aile yaşamının devamlılığını sağlamaktır (Moya v.d., 2000, 825). Kadının yaşam alanı olan evi, kendini tanımlama ve ifade etme pratiklerinin önemli unsurlarından biri haline gelmektedir. Bu nedenle kadın, ev mülkiyeti ve düzeni ile kadınlığını kanıtlaya ve daha iyi bir kadın olma eğilimi gösterebilmektedir.

### 3. Sosyal Medyada Toplumsallık Pratikleri: Sanal Topluluklar

Toplumsal süreçlerin dijitalleşmesi ile birlikte okunması gereken sosyal medya, fiziki dünyada tecrübe edilen deneysel ilişkilerin temsil edildiği ve müdahaleye açık organizasyonlarla sürdürüldüğü bir alandır. Bu nedenle sosyal medyayı toplumsallaşma ve topluluk ağları kurma gibi sosyolojik bir yapı olarak düşünmek gerekmektedir. Çeşitli gerekçelerle ortaya çıkan sanal topluluk pratikleri, bireylerin sosyal ihtiyaçları açısından hisler üretmesi, meşruluk arayışlarına yanıt bulmaları ve yeni deneyimleri keşfetmeleri bakımından önemlidir. Bu çalışmada, sanal topluluk pratiklerinin, kadın kimliğinin fraksiyonlarından biri özelinde tartışılmasının nedeni, mevcut ilişkilere sosyal medyanın konumundan bakmak ve bir harita çıkarmaktır.



Jones'a göre (1997, 3) sanal topluluklar en salt haliyle, birden fazla etkileşimcinin, sanal kamusal alanlarda tanışarak etkileşim yaşadığı ve bu etkileşimi sürekli hale getirdikleri sosyal oluşumlardır. Sanal topluluklar, var olan yakınlık bağlarının yeniden üretiminde işlevsellik sergilediği gibi, uzak mesafelerden, birbirilerini tanımayan bireyleri de bir araya getirebilir. Sanal toplulukların temelinde, çok sayıda kullanıcının bir ekran üzerinde etkileşime geçmesi ve empati geliştirmesi gerçekliği yatmaktadır. Bu nedenle ekranda somutlaşan ilişkiler, bireylerin kendilerini, çevrelerini ve tecrübelerini temsil eden sanal değiş tokuşlardır. Yeni Gelin Evleri'nin üyeleri, topluluk içinde kendilerini doğrudan temsil etmek yerine, mülkiyet ifadesi olan evleri ile temsil edilmekte ve rol kazanmaktadır.

Yeni Gelin Evleri üyelerinin topluluğa katılma amaçları, bir arzu ve duygulanım stratejisine bağlı olabildiği gibi önceden tanımlanmış ya da topluluk içinde anlam kazanan birçok ihtiyacın varlığıyla ilişkilendirilebilir. Rheingold (2005, 3), sanal topluluklarda üyelerin bir ekran üzerinde argümanlarını, hoşlandıklarını, entelektüel ilgi ve meraklarını, ürün pazarlamalarını ve bilgilerini değiş tokuş ettiklerini; duygularını, planlarını, beyin fırtınalarını, muzipliklerini, aş acılarını paylaştıklarını; arkadaş bulup kaybettiklerini, oyun oynadıklarını, flört ettiklerini ve spesifik sohbet alanları yarattıklarını ifade etmektedir. Bu nedenle kadın kullanıcıların topluluk içi performanslarını ve katılım motivasyonlarını belirleyen uğraşlar farklı merkezlerde toplanmakta, topluluğun kurulum amaçlarına bağlı olarak çok sayıda bireysel amaç tedavüle girmektedir. Üyelerin topluluk bağlarını kullanma ve katılım amaçları, kolektif çıkarlara hizmet etmenin yanı sıra, bireysel sunumların onaya alındığı tikel faydalar da yaratmaktadır. Çünkü sanal toplulukların hangi türü olursa olsun, etkileşim ve paylaşımı besleyen en önemli ayrıntı, katılım motivasyonu ve kullanıcının temel ilgileridir (Li v.d., 2015, 2). Topluluğun 'ev görselleri paylaşma' olarak tanımlanabilecek müşterek ilgileri, topluluktan sağlanan doyum, beklenti, kimliklenme, sosyal sermaye biriktirme, rol öğrenme ve paylaşma gibi motivasyonlarını yönetmektedir. Kullanım motivasyonlarının, topluluğun çıktlarıyla özelleşen faydaları ve genel faydalarıyla da nispi bağıntıları vardır. Çünkü topluluktan alınan paylaşım bazlı sosyal çıktılarının yanında sanal toplulukların daha fazla esneklik, kolay bağ kurma, topluluk hissi geliştirme, sınırsızlık ve seçim özgürlüğü (Somani, 2012, 21) gibi faydaları, gelenekselin baskısından bunalan ya da yeni bir arayış içerisinde olan kullanıcılara cazip fırsatlar vermektedir. Geleneksel kodlardan sterilize edilmese de sanal topluluklardaki esneklik ve çoğulluk, bunalımların sönmüldüğü faydalara da aracılık etmektedir.

Akkinen (2005, 20), içerik bazlı ve fayda bazlı olarak sınıflandırdığı sanal topluluklarda, üye tiplerinden söz etmektedir. Üyelerin fiziki dünyada taşıdıkları demografik profiller dışında, sanal topluluklar içerisindeki fonksiyonlarını belirleyen üye sınıflandırmasında; gizli meraklılar, kullanıcılar, aktif kullanıcılar ve lider kullanıcılar yer almaktadır. Toplulukların üye olunmadan da takip ediliyor olması, farklı bir paydaş görüntüsü ortaya çıkarsa da takipçiler arasındaki ayrımın çeşitlenmesi, üyelerin konumlarını anlamaya yardımcı olmaktadır. Yeni Gelin Evleri topluluğu da içinde, gözlem aşamasındaki gizli meraklıları, topluluğa giren ancak paylaşımda bulunmayan kullanıcıları, içerik paylaşarak benliklerini sunuma açan aktif kullanıcıları ve paylaşımları ile toplumsallığın seyrini yönlendiren lider kullanıcıları barındırmaktadır. Bu kullanıcı/üye tipleri, içeriğe katkıları oranında etkileşim halkaları yaratmakta ve aidiyet ilişkisini kontrol etmektedir.

Toplumsal cinsiyet ve diğer bireysel kimlik olgularının temelinde yatan 'beden' mevzusu, sanal topluluklardaki kimlik performanslarının açıklanmasına yeni bir perspektif sunmaktadır. Donath'a göre (1998, 1), fiziksel dünyada kişinin benliğini tanımlayan ve toparlayan algısal faktörler, bedenin sağladığı yardımla anlaşılma, birleştirilme ve kimliği tanımlamaktadır. Bu normatif yaklaşım, bir kimlik=beden formülasyonu ile ifade edilmektedir. Kimliğin cisimleştirilmesinde anahtar konumda olan bedeni kimlikle eşanlamlıdır. Satre'ın 'Ben olduğum ölçüde; ben, vücudumdur' sözü net dünyasında geçerliğini yitirmektedir. Çünkü sanal dünyaya adım atan bireyler, dijital temsile gönüllü maruz kalarak bedenlerini ekranın dışında bırakmakta ve sayısal bir kodla tanımlanmaktadır. Bu esneklik beden üzerinden sürdürülen kimlik mücadelelerinde dezavantajlı kimliklere esneklik ve rahatlama alanları açmaktadır. Kullanıcıların bedensizliği tecrübe etmekteki istekli tavırları (McDonald, 2006, 511), geleneksel baskıya karşı esnek bir manevra olarak da değerlendirilebilir. Kadın kullanıcılar bedensizliği tecrübe ederken, varlıklarının somut delillerini evlerinden görseller paylaşarak oluşturmaktadır.

Vivian ve Sudweeks (2003, 1431), sanal toplulukların fiziki topluluklardan farklı olarak uluslar üstü sosyal alanlarda kurulduğunu belirtmektedir. Bu alanlardaki topluluk biçimleri, kalıtsal özelliklerde çözülme ve değişime karşı aleni açıklık ile sonuçlanmaktadır. Grup ilişkisi, kilit üyeler, aidiyet, kimliklenme, sosyal yapı ve sosyal sermaye kavramları, sanal sosyal alanlardaki paylaşım ve temaslarla yeniden üretilmektedir. Farklı kültürlerin kaynaştığı alanlarda, iletim ve erim özellikleri çerçevesinde kapsamlı ya da daha az kapsamlı dönüşümler meydana gelmektedir. Yeni Gelin Evleri adı altında geleneksel rolleri



sergileyen ve kısmen tahvil eden kadın kullanıcılar, taşımakta oldukları kimliğe yeni bir şeyler eklemektedir. Yeni bir geleneksel mantığının işletilmesi, gerçeklik ile sanal arasındaki ilişkide baskın olan tarafın ağırlığına bağlı bir denge oturtmaktadır. Neticede sanal toplulukların sınırları net değildir. Temel mantık ise onların varlığını sanal biçimde düşünmektir (Proulx ve Latzko-Toth, 2005, 49). Bu düşünce, bir geçişkenlik, saydamlık ya da iki taraflı etkileme olarak belirmektedir. Kalıtsal roller, sanal topluluk ilişkilerine biçim verirken, sanal kazanımlar da kalıtsal özellikleri 'yenilemektedir'. Gelenekselin güncellendiği topluluk vitrininde evlerinden görseller paylaşan kadınlar, ev kadını olma hallerini çeşitli olay ve durum ilişkilerinde göstermektedir. Sanal gösterim, gelenekselin konumlanmasında ve pekiştirilmesinde rol oynadığı gibi, değişmesinde de etkili olmaktadır.

#### 4. Araştırmanın Metodolojik Tasarımı

Araştırmada, gerçeklik bağlamına alternatif bir toplumsallaşma pratiği sunan sosyal medyada örgütlenen sanal topluluklarda geliştirilen paylaşım ilişkileri ve bu toplulukların yarattığı etkileşime dayalı sosyal etki konularına odaklanılmıştır. Nitekim gerçekliğe paralel olarak tesis edilen bu toplumsallık içinde ortaya çıkan sanal paylaşım ilişkilerinin zamanla gerçekliğe sirayet etmesi, konuyu açığa kavuşturulması gereken sosyal bir probleme dönüştürmektedir. Bu noktadan hareketle araştırmada, sanal topluluk ilişkilerine bağlı olarak gelişen paylaşım pratikleri ve toplumsal cinsiyet rollerinin; 'Yeni Gelin Evleri' topluluğunda tesis edilen paylaşım ilişkileri ve bu ilişkiler aracılığıyla yeniden üretilen kadın rolleri özelinde açığa kavuşturulması amaçlanmaktadır. Araştırmanın alt amacı ise; postmodern çağın gereklerine uygun bir 'ev kadını' profilinin hangi değişkenler odağında şekillendiğini anlaşılır kılmaktır.

Sanal topluluk araştırmalarının teorik çerçevesini çizen ve yaklaşımlar odağında sınıflandıran Li (2004, 2709), dört temel kategori saptamıştır: daraltılmış, yaygın, etki odaklı ve teknoloji odaklı. Daraltılmış çalışmalar spesifik grup özellikleri üzerinden tümevarım prensibiyle sanal toplulukları anlamayı amaçlarken, doğrudan tanımlayıcı yaygın araştırmalarda kuramsallaştırma çabası gösterilmiştir. Araştırmaların önemli bir kısmı ise sosyal etki ve teknolojik boyut sınıfında yer almıştır. Bu çalışmada daraltılmış bir örnek vaka tartışması yapılırken, Blanchard'ın sınıflandırmasından yola çıkılmıştır. Blanchard (2004, 3), sanal topluluk araştırmalarında, üyelik, sınırlar, aidiyet, grup sembolleri, etki, norm değişimleri, duyguların paylaşımı, üyeler arası paylaşım sınıfı gibi odak alanları belirlemiştir. Kadın kimliği ve roller özelinde konuya yaklaşan bu çalışmada, sözü edilen sosyal kodlar çözümlenmiştir.

Araştırma amaçlarına bağlı olarak bazı araştırma soruları belirlenmiştir. Bu sorular, topluluk içi paylaşım etkinliği, katılım ve sosyal etki düzeylerini anlamlandırmaya yöneliktir. Araştırma soruları şöyledir:

- 'Yeni Gelin Evleri' topluluğunun demografik yapısı nasıldır? Kadın kimliği nasıl bir ilişki ağı içinde sunulmaktadır? Benlik sunumları nasıl ve hangi tarzlarda gerçekleşmektedir?
- Topluluğa hakim olan değerler nasıl üretilmektedir? Erkek kimliği topluluk içinde nasıl temsil edilmektedir?

'Yeni Gelin Evleri' Topluluğu, yüksek takipçi sayısı ve toplumsal bağlamda yüksek ölçüde karşılık bulan 'ev kadını kimliği', 'Aile' ve 'Evlilik' konularına odaklanmış olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Gerçek uzamlarda bir araya gelmesi ve benlik sunumunda bulunması mümkün olmayan kullanıcıların buluşup kendini ifade edebileceği ortak bir platform sunan topluluk sayfası aynı zamanda, kendini 'yeni evlenmiş ev kadını' olarak tanımlayan kişilerin algı ve tutumları üzerinde de etkili olarak egemen kadın rollerinin yaygınlaşmasında kilit rol üstlenmektedir. Araştırma, ağ toplumları açısından önem taşıyan sanal topluluklarda geliştirilen ilişki pratikleri ve cinsiyet rollerini, 'Yeni Gelin Evleri' gibi popüler ve etkili bir sanal topluluk üzerinden açığa kavuşturması sebebiyle önem taşımaktadır.

Araştırma, 'Yeni Gelin Evleri' adı verilen sanal topluluklardaki bireysel ve kolektif paylaşım ve toplumsal cinsiyet ilişkilerini kapsamaktadır. Beğeni sayıları milyona çeşitli büyüklükteki sayfalarda ortak tabanlı bir paylaşım ilişkisi mevcuttur. Araştırma kapsamında ise 1 milyon 267 bin takipçisi olan "Yeni Gelin Evleri" sayfası (<https://www.facebook.com/yenigelinevleri/>) seçilmiştir. Araştırma kapsamının 'Yeni Gelin Evleri' topluluğu ile sınırlı tutulmasının nedeni, çok sayıda benzer nitelikte sanal topluluk bulunan sosyal medyada, 'Yeni Gelin Evleri' sayfasının türdeşlerine oranla en popüler ve yoğun ilişkiler geliştirilen platform olmasıdır. Topluluk sayfası toplumun her kesiminden kadın kullanıcıların 'yeni evlenmiş ev kadınlığı' ortak paydasında buluşup, meşru ilişkiler geliştirdiği bir platform olarak, kapsayıcı bir sanal topluluk profili oluşturmaktadır.

Araştırma alanı, topluluğun Facebook sayfasıyla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın sosyal ağ sitesi Facebook'la sınırlandırılmasının temel sebeplerinden biri, Facebook'un en yaygın sanal sosyalleşme platformu olmasıdır. Ayrıca platformda sunulan ilişki pratikleri sayesinde birey, gündelik sosyal



ihtiyaçlarının tamamına yakını Facebook üzerinden sürdürmekte ve sanal aidiyet tatmini artmaktadır. Ayrıca, yüz milyonlarca kullanıcı sayısı ile büyük bir toplumsallığı içinde barındıran Facebook, sanal topluluk ilişkilerinin irdelenmesi ve ortaya konulması açısından oldukça geçerli doneler sunmaktadır.

Araştırmadaki bir diğer sınırlandırma konusu ise, zaman ile ilgilidir. Araştırma güncel ve rutin veriler elde etmek amacıyla 1-30 Eylül 2018 tarihleri ile sınırlandırılmıştır. Çünkü olağandışı bir gündem maddesinin olmayışı, süreç içindeki olağan toplumsallığı yansıtacaktır.

Araştırmanın veri yapılandırma sistematğinde yöntem olarak netnografi kullanılmıştır. Kozinets (2010) tarafından ilgili alana kazandırılan netnografi, sosyal ağ etnografisi olarak tanımlanmakta ve toplulukların paylaşım ilişkilerinden yola çıkarak kültürel işlevleri ve içgörülerini açığa çıkarılmaktadır. Topluluklardaki semboller, fotoğraflar, videolar, yorumlar, dil, iletişimci özellikleri ve etkileşim göstergeleri birer kod olarak değerlendirilmekte ve çözümlenmektedir. Netnografide veri yapılandırma süreci beş temel aşamaya yayılmaktadır.

**Giriş ve Planlama Aşaması:** Araştırma tasarımında öncelikle, sayfanın genel yapısı, rutin içerikler, topluluk pratikleri ve etkileşim düzeyleri hakkında ön izleme gerçekleştirilmiş ve çeşitli varsayımlar geliştirilmiştir. Araştırmada, topluluğun geleneksel kadınlık rollerini tatbik ettiği ve erkek egemen yapıyı koruduğu varsayılmıştır. Araştırma öncesinde, hangi konular üzerinde yoğunlaşılacağı, hangi durumların kapsam dışında tutulacağı belirlenmiş, çözümlenecek kategorileri planlanmıştır.

**Verilerin Toplanması:** Araştırmacı bu süreçte kendi profiliyle ve kimliğini gizlemeden topluluğa dahil olmuş ve etkileşim pratiklerini takip etmiştir. Araştırma için belirlenen süreç içerisinde sayfa içi etkinlik düzeyleri gözlenmiştir. Sürecin önemli kısımları ayrıntılı şekilde ve anlık olarak kayıt altına alınmış, araştırma amaçları ile örtüşen gözlem verileri araştırmaya dahil edilmiştir.

**Verilerin Analizi ve Yorumlanması:** Betimsel analizin uygulandığı araştırma kapsamında elde edilen veriler, çeşitli ortak kavramlar üzerinden kategorileştirilerek yorumlanmıştır. Analiz sürecinde topluluk dinamiklerine sadık kalınmıştır.

**Araştırma Etiğinin Sağlanması ve Üye Kontrolleri:** Araştırmacı kimliğini açık tutmuş ve hiçbir kullanıcının kimliği araştırma kapsamında açıkça belirtilmeden, gizlilikle korunmuştur. Görüşlerine başvurulması planlanan kullanıcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş ve gizli bir izleme süreci işlememiştir.

## 5. Bulgular ve Yorum

### 5.1. Topluluk Demografisi: Kadının Egemenliği (!)

Yeni Gelin Evleri sayfasının genel demografik yapısı incelendiğinde 1.267.000 kullanıcının\*\*\*\* sayfaı beğendiği görülmektedir. Facebook'un sunduğu imkan gereği, sayfaı beğenmeden de takip edebilme özelliği de demografik yapıya eklendiğinde, ortaya çok daha büyük bir kullanıcı sayısı çıkmaktadır. Ancak önemli olan nokta; sayının büyüklüğü kadar cinsiyet bağlamındaki kapsayıcılığıdır. Çünkü sayfaı beğenen kullanıcıların tamamına yakını, kadın kullanıcılardan oluşmaktadır. Bu durum, neredeyse tamamen kadınlardan oluşan bir toplumsal alanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu alanın en dikkat çekici özelliği, kadınlık rollerinin, ataerkil yapının başat aktörü olan 'erkek' olmadan sergilenmesine olanak sağlamasıdır.

Demografik yapıyı oluşturan kadınları bazı kriterlere göre ayırmak mümkündür. Nitekim sayfaı oluşturan popülasyonun büyüklüğü düşünüldüğünde, paylaşım yapan kullanıcı sayısının oldukça az olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum, sayfanın sunduğu toplumsal alana doğrudan paylaşım yoluyla katılmak yerine, yorum ve beğeni yoluyla katılan ya da katılım sağlamaksızın sadece izleyici pozisyonunda bulunan kullanıcıların ağırlıkta olduğunu göstermektedir. Demografik yapıyı bölen bir diğer kriter ise, yaş aralığıdır. Kimi zaman orta yaş ve üstündeki kullanıcıların paylaşım yaptığı görülse de sayfanın genel profili genç kullanıcılardan oluşmaktadır. Sayfanın ismindeki 'Yeni Gelin' ifadesi de bu durumu özetler niteliktedir. Demografik yapı içindeki farklılıklar evli olan ve evli olmayan şeklinde de kendini göstermektedir. Sayfaı beğenen kullanıcıların çoğu, evli olduklarına dair paylaşımlarda bulunsa da evli olduğu belli olmayan ve evli olmadığını ifade eden kullanıcılar da bulunmaktadır. Bu farklılık, sayfadaki toplumsal süreçlerin tamamen evlilik tabanlı olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak birçok kullanıcının evlilik adaylığı olduğu da göz ardı edilemez bir ayrıntıdır.

Sayfanın genel olarak ev kadınlığı odağında paylaşımlar yapılan bir alan olması nedeniyle demografik yapının çoğunluğu, herhangi bir işte çalışmayan kadınlardan oluşmaktadır. Bu durum, paylaşımlar ve paylaşımlara yapılan yorumlarda sıklıkla vurgulanmaktadır. Ancak demografik yapı

\*\*\*\* Kullanıcı sayısı, 26.09.2018 tarihinde kayıt altına alınmıştır.



içerisinde sayıları belirgin bir şekilde göze çarpan, ‘çalışan ev kadınları’ da bulunmaktadır. Modern toplumlardaki toplumsal düzen mekanizmaları gereği kadının iş yaşamına dahil olması, onun üzerindeki ev kadınlığı rolünün baskısını azaltmak yerine, üzerine bir de iş yaşamının baskını eklemiştir. Örneğin; çalışan bir kullanıcı paylaşımını; “İşten çıkınca kendimi hemen güzel evime atıyorum. İşin stresi dışarıda kalıyor. Evim evim güzel evim” ifadesi ile paylaşmıştır. Bu tarz paylaşımlar, ev kadınlığının, toplumsal işbölümüne dahil olan kadınlar açısından da aktif olarak sürdürülen sosyal bir görev olduğunu ortaya koymaktadır.

Demografik yapı içindeki farklılıklar arasında en çok göze çarpanı ise; sayfanın genel yapısına karşı muhalif bir duruş sergileyen kullanıcılarıdır. Sayfanın genel çoğunluğu genel toplumsal yapıya paralel bir kadın kimliği ve rolleri üzerinde mutabık kalsa da az sayıda muhalif kullanıcı, sayfa içi toplumsal alanda gerilime neden olmaktadır. Örneğin muhalif bir kullanıcı, yapılan paylaşımın altına, “Tüm hayat bundan mı ibaret sanıyorsunuz. Artık sıyrılın şu ev hanımı kafasından” yorumunu yapmış ve diğer kullanıcılar tarafından dışlama yaptırımlarına maruz kalmıştır.

Demografik yapı analizinin belki de en çok dikkat çeken tarafı, erkek kimliğinin temsil edilmediği toplumsal formdur. Birçok kez, erkekler tarafından üretildiği düşünülen ataerkil yapı içerisinde edilgenleştirilen kadının sahip olduğu ev kadınlığı rolleri, sayfa içerisinde, hiçbir erkek olmadan yalnızca kadınlar tarafından üretilmekte ve sosyal paylaşım ilişkileri ile yaygınlaşmaktadır. Bu noktada, kullanıcıların gerçek toplumsal bağlamdaki kimlik ve rollerini, sanal ortama taşıdıkları tartışılmaz bir gerçekliktir. Ancak, sayfanın kendi iç dinamiği de egemen algıya göre şekillenmekte ve erkeğe ihtiyaç duyulmaksızın, ev kadınlığı rolleri sergilenmektedir. Bu noktada, bir kadının sahip olduğu kimlik profili ve rolleri, gerçekliğe paralel bir sanal ortamda bile, gerçekliğin göstergelerinden ve yaptırım araçlarından bağımsız bir şekilde üretebildiği fikri gerçeklik kazanmaktadır. Çünkü, sayfada hiçbir erkek ya da erkek egemenliğini somut şekilde gösteren hiçbir sosyal mekanizma olmamasına rağmen, kadınların erkek egemen bir toplumsal yapıyı topyekun inşa ettiği görülmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, toplumsal bir güç mekanizmasının, o mekanizma olmadan da üretilebileceği ve yaygınlaştırılabileceğini söylemek mümkündür. Sayfa içindeki demografik yapıdaki kadın çoğunluğu, kadınların egemen olduğu bir toplumsal yapı yerine erkeklerin egemen olduğu bir toplumsal yapı kurgusu meydana getirmektedir.

## 5.2. Toplanmanın Motivasyonu: “Ev Kadınlığı”

Topluluk genel olarak, evli kadınların bir araya gelerek görüş alışverişinde bulunduğu, ev görselleri paylaşarak ya da paylaşılan görselleri takip ederek farklı dekorasyonları görebildiği bir sayfa görünümü sergilemektedir. Nitekim sayfa hakkında tanıtıcı bilgi veren yazıda, “Sayfamıza hoş geldiniz. Sevgi dolu yuvanızın, çizimlerinizin resimlerini, mesaj bölümünden bize gönderebilirsiniz. Tescilli Markadır, Taklit Edilemez” ([https://www.facebook.com/pg/yenigelinevleri/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/yenigelinevleri/about/?ref=page_internal)) ifadesi yer almaktadır. Bu ifade, sayfanın varoluş gerekçelerinin bir kısmını açıklamakla birlikte, asıl nedene değinmemektedir. Çünkü Yeni Gelin Evleri adıyla kurulan sayfalar, ifade edildiği gibi, yalnızca salt bir görüş alışverişinin yapıldığı ya da dekoratif bilgilerin aktarıldığı paylaşım mekanizmaları sunan alanlar değildir. Aksine bu paylaşım ilişkilerinin ardında görünmeyen ve kullanıcıların sahip oldukları toplumsal kimlikle maskeledikleri sosyal bir güç bulunmaktadır. Bu güç, sayfa içindeki kullanıcıları toplu halde bir davranış ve paylaşım pratiğine sevk etmektedir. Tüm kullanıcılar, içinde buldukları ilişki ağı vasıtasıyla yönlendirici mekanizmaları yeniden üretmekte ve meşrulaştırmaktadır.

Topluluk içerisindeki sosyal ilişkiler dikkatle incelendiğinde, bu ilişkilerin etrafında şekillendiği bazı temel odak noktaları göze çarpmaktadır. Bu noktalar, kadın ve kadının benliğinin bir uzantısı olarak onaya sunduğu ev-konut görselleridir. Nitekim, kadına sunulan ev kadınlığı rolü, kadını eve içkin bir varlık haline getirmekle birlikte, evi, kadın için bir yaşam alanı ve kendini ifade edebildiği bir araca dönüştürmektedir. Kadın kimliğinin “ev” ile bütünleşmesi, onun aidiyet mekanizmaları ve sosyal varlığına ilişkin tanımlamalarını da bu bütünsellik içine dahil etmektedir. Bu sebeple ev, kadın için yalnızca içinde barındığı bir konut olmaktan öteye geçerek, onun kimliğini kazandığı ve rollerini sergilediği bir sosyal araca dönüşmektedir.

Sayfanın sunduğu paylaşım olanağı, kadınların “ev kadınlığı” rolünü sergileme biçimlerini ve kimlik performanslarını açığa çıkarmaktadır. Çünkü kadınlar kimliklerini ve sosyal sermayelerini, sahip oldukları insani değerler, nitelikler ya da iş kariyeri üzerinden değil, yalnızca ev üzerinden kazanmaktadır. Ev ve kadın arasında kurulan bu ilişki, kadının aslında kendisi ve kendisi gibi olanlarla kurduğu ilişkiyi de belirlemektedir. Çünkü sayfa üzerinde bir araya gelen kadınların, söz konusu ‘ev’ mülkiyetine sahip olmadan, ilişki ağına katılması mümkün değildir. Dolayısı ile sayfa, eve sahip olmayan kadınları, kimlikleri ve nitelikleri ne olursa olsun sosyal alanın dışında tutmaktadır. Bu durum, ev kadınlığı fikrinin sayfa içinde sürekli paylaşılmasına ve kadınların sosyal benliklerinin bir sonucu olarak kazanılmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle, Yeni Gelin Evleri sayfalarının asıl varoluş gerekçelerini, ev kadınlığı fikrinin ve



rollerinin üretilmesi ve yaygınlaşmasıyla ilişkilendirmek gerekmektedir. Aksi takdirde, sayfalardaki görünen pratiğin ardındaki mekanizma doğru şekilde anlaşılacaktır.

### 5.3. Topluluk Görünümü: Yeni Gelinin 'Sanal' Evi

Sosyal medya bireylere, zamansız ve sınırları belli olmayan sonsuz bir mekan sunmaktadır. Bu sanal mekan, tıpkı gerçek mekanlar gibi, içerisinde gelişen sosyal ilişkileri yönlendirmekte ve kendisiyle uyumlu hale getirmektedir. Sosyal medyadaki sanal mekanların sınırları her ne kadar belirlenemese de belirli göstergeler ile bir mekan sınırlandırması sağlanmaktadır. Topluluk sayfasının arayüzü, sayfayı beğenen kullanıcılar açısından belirgin bir mekan özelliği taşımaktadır.

Yeni Gelin Evleri sayfası, adıyla uyumlu şekilde, kullanıcıları açısından kapsayıcı bir barınak vazifesi görmektedir. Çünkü kullanıcıların aktif olduğu zamanlar kadar aktif olmadıkları zamanlarda bile, kişisel profilleri sayfada yer almakta ve korunmaktadır. Sayfada yer alan her profil, sayfa içinde gelişen sosyal dinamiğin göreceli bir parçası olmakta ve sayfa içinde aktif olduğu süre boyunca, aidiyet bağları kurduğu bir sanal mekan ile iç içe geçmektedir. Bu sanal mekan, içinde barındırdığı profillerin kurgulanmasına kimi zaman doğrudan, kimi zaman ise dolaylı olarak bir katkı sunmaktadır.

Sayfa adıyla birlikte yer alan ve sayfanın içeriğini ifade eden yazıda 'ev/dekorasyon' tanımı bulunmaktadır. Sayfa yöneticileri sayfayı salt bir düzlemde tanımlamıştır. Ancak bu ifade, sayfa içinde geliştirilen ilişkileri kapsama noktasında yetersiz kalmaktadır. Çünkü sosyal medyada gerçek anlamda ev ve dekorasyon odaklı açılan çok sayıda sayfa vardır. Yeni Gelin Evleri sayfası, ev dekorasyon sayfası olmaktan öte, kadınların ortak bir ilgi alanında toplanıp, kimliklerini ve rollerini sergiledikleri, sosyal benliklerini onaya sundukları bir alandır.

Sayfa içinde yer alan uygulamalar, kullanımı kolaylaştırmakla birlikte, kullanıcının sayfa ile aidiyet ilişkisini güçlendirmektedir. Sayfa incelendiğinde, kullanılan tek uygulamanın mobil telefonlar için seçilen bir uygulama olduğu görülmektedir. Bu uygulama ile, kullanıcılar mobil telefonlarından sayfa içeriklerine ulaşabilmektedir. Böylece mobilize bir katılım sağlanmaktadır.

### 5.4. Toplumsal Düzenleyiciler

Her toplulukta olduğu gibi Yeni Gelin Evleri sayfası üzerinde bir araya gelen toplulukta da, ilişkileri düzenleyen sosyal düzen mekanizmaları bulunmaktadır. Genellikle enformel düzeyde kalan bu mekanizmalar, gerçek toplumların aksine yazılı bir form halinde değil, topluluk üyelerince paylaşılan ön kabul, görüş ve kanaatler yoluyla işletilmektedir. Topluluk sayfası incelendiğinde, topluluk içi kuralları ifade eden hiçbir yazılı kaynağın olmadığı görülmektedir. Ancak buna rağmen sistematik, düzenli ve birbiriyle ilişkili bir paylaşım örüntüsü bulunmaktadır. Bu durum, topluluk içi paylaşım düzeninin, süreç içerisindeki ilişkilere bağlı olarak kendiliğinden geliştiğini ve kullanıcıların vakıf bir kültüre dönüştüğünü göstermektedir.

Sayfayı kullanan biri, topluluğun genel yönelimleri ve alışkanlıklarının dışına çıkamamaktadır. Herhangi bir sapma durumu ortaya çıktığında, yani sayfa içi dinamiklere aykırı paylaşımlar ya da yorumlar yapıldığında admin başta olmak üzere, topluluk üyelerinin ortaklaşa bir baskı, dışlama ve cezalandırma mekanizmasını harekete geçirdiği görülmektedir. Adminin topluluk içindeki rolü, toplumsal nasıl kurulduğu ve işlediğini ortaya koymaktadır. Admin, tıpkı toplumsal süreçler içinde ortaya çıkan ve toplum üstü mekanizmalar olarak toplulukları yönlendiren yapılar ve kurumlar gibi, bireyleri yönlendiren, belirli bir davranışa sevk eden, kural koyan ve gerekli gördüğü takdirde kuralları kaldıran, bireyleri toplumsal alandan aforoz etme yetkisi olan bir gücü ifade etmektedir. Dolayısıyla bireyler topluluk içinde birbirleriyle, topluluk geneliyle ve adminle kurdukları ilişkiyi düzenlemektedir. Ancak hiç kuşkusuz admin, bu ilişki düzeninde görünmeyen ve kimliği bilinmeyen kolektif bir mekanizma olarak, işleyişin sağlanmasından sorumludur.

Belirli bir paylaşım kültürünün yanı sıra, kullanıcıların davranışlarını düzenleyen bir mekanizma da bulunmaktadır. Bu mekanizma gereği, kullanıcılar arasında gerçekleşen diyaloglar, belirli bir sosyal nizam ile çerçevelenmektedir. Geneli kadınlardan oluşan bir yapı gereği, toplumsal düzen kadınsal bakış açısı ile dizayn edilmektedir. Gerçeklik düzlemindeki toplumsal edinim ve davranışlar, topluluk içerisinde benzer şekilde sürdürülmektedir.

### 5.5. Dilsel Pratikler: 'Tiz' Bir Ses

Topluluktaki etkileşim ve kullanıcılar arasındaki bağlılıkların zayıf olması nedeniyle ortak bir dilsel pratik göze çarpmamaktadır. Sayfa içinde, sayfaya özgü bir jargon ortaya çıkmamıştır. Ancak sayfa içinde popülasyonun kadınlardan oluşması nedeniyle, argo ve kötü söz kullanımına çok düşük düzeylerde rastlanılmaktadır. Bununla birlikte kadınların gündelik hayatta kullandığı dilsel pratikler, paylaşımların içeriğine sirayet etmiştir.





Dilsel pratiklerde karakteristik bir farklılık görülmemekle birlikte, gündelik hayattaki, aile, kadın ve anne söylemlerinin sıklıkla telaffuz edildiği dikkat çekmektedir. Kadınların sayfa içinde kullandıkları söylemler, ev ve dekorasyon yorumlarından öte, kadının kimliği ve ev kadınlığını yeniden üretmek için dizayn edilmiştir. Bu dizayn, her kullanıcıyı ayrı ayrı kapsamakla birlikte, genel dilsel kullanımları da içermektedir.

### 5.6. Topluluk İlişkileri ve Kadınlık Rollerini

Topluluktaki ilişkiler, admin aracılığıyla gerçekleşmektedir. Admin mesaj yoluyla gönderilen ev görselleri ve açıklayıcı bilgi, sayfada paylaşmakta ve etkileşim sağlanmaktadır. Admin bu süreçte bir editör görevi de üstlenmekte ve paylaşımların yapılıp yapılmayacağına karar vermektedir.

Paylaşımları çeşitli kategorilerde toplamak mümkündür. Doğrudan ev görselleri ile birlikte, ev dışı görseller ve reklamlar bulunmaktadır. Çoğu paylaşım ev görselleri içerirken, bazı paylaşımlarda yemek, örgü işi, boya, tatlı yiyecek, annelik, çocuk v.b. gibi ev kadınlarını ilgilendiren konularda paylaşım yapılmaktadır. Aslında sayfa içindeki ev dışı paylaşımlarda bile, ev kadınlığının yeniden üretildiği görülmektedir. Çünkü kadınların ilgi alanı olarak belirlenen ve paylaşılan içerikler, tamamen ev kadınlığı rolünü yaygınlaştırmaya ön ayak olmaktadır. Paylaşımların önemli bir bölümünü de reklamlar oluşturmaktadır. Sayfa adminleri tarafından paylaşılan reklamların genel özelliği, tıpkı ev dışı görseller gibi, ev kadınlarına özgü konular ve ürünleri içermesidir. Bu tarz reklamlar üzerinden ev kadınlarına hitap edilmekle birlikte, bir ev kadını kitlesi yaratma amacı da güdülmektedir.

Paylaşımları gönderen kullanıcılar, evlerini benliklerinin bir parçası olarak onaya sunmaktadır. Çoğu paylaşım, diğer kullanıcılardan yorum isteme üzerine kuruludur. Burada bir benlik sunumu ve tatmin arayışından söz etmek mümkündür. Ancak tek amaç benlik sunumu değildir. Çünkü paylaşımların çoğunda kullanıcılar, kimliklerinin gizli tutulmasını istemektedir. Admin, paylaştığı görselin kime ait olduğunu istisnai durumlarda veya özel istek gelirse paylaşmaktadır. Bu kimlik gizleme durumu, geleneksel bir aile yapısı ve kullanıcının bireysel çekincelerine bağlı olabilmektedir. Ancak benlik sunumu, açık bir kimlik tarifi gerektirmektedir. Kimliğin gizli tutulduğu bir ortamda, benliğin kime ait olduğu bilinmediğinden dolayı, amaçlanan tarzda bir benlik sunumundan söz edilmesi imkansızdır. Burada, kadınların tıpkı gerçeklik bağlamındaki gibi toplumsal cinsiyet rollerini sergilemesi söz konusudur. Çünkü bu noktada kullanıcıyı tatmin eden şey genellikle benlik sunumu ile birlikte, rol performansı ve toplumun kendine sunduğu ödevi tamamlamanı verdiği tatmin duygusudur.

Aslında ev görsellerin paylaşılması, bir erkeğin arabasıyla birlikte çektiği fotoğrafları paylaşmasıyla benzer niteliktedir. Ancak arada tek bir fark vardır. O fark, arabasıyla fotoğraf çekilen erkeğin, fotoğraftaki arabaya sahip olmasıdır. Ancak çoğu ev kadını 'benim/bana ait!' imasıyla paylaştığı evin mülkiyetine sahip değildir. Başkasına (kira ya da eşe aitlik) ait bir mülkiyeti kendine aitmiş gibi sunmaktadır.

Gönderilen görsellerde genelde salon, mutfak ve misafir odası bulunmaktadır. Sayfa içinde mahrem alanın belirli oranda teşhiri söz konusu olsa bile, bu teşhir sınırlı kalmaktadır. Yatak odası, banyo ve tuvalet görselleri sayfa içinde çok fazla yer almamaktadır. Bu durumda, kadının evinde sorumlu olduğu alanların kurgusu da mevcuttur. Çünkü ev kadınlığı genellikle mutfak ve salonla ilişkilendirilmektedir.

Topluluktaki ilişkileri, sanal toplulukların çerçevesine dahil edilen dijital pazarlama ilişkileri kapsamına almak mümkündür. Çünkü topluluk içi paylaşımların önemli bir bölümünde reklam içeriklerine yer verilmekte ve sosyal ağlar kurulmaktadır. Bu ağlar, topluluk ilişkilerine tecimsel nitelikler katmaktadır.

### 6. Sonuç

Sosyal medya bireysel ve kolektif ifade tarzlarını dönüşüme uğratmıştır. Mekan ve zamanın sınırlarını aşan bir dünya sunan sosyal medya, dünyanın her yerinden kullanıcılarının gündelik aktivitelerini bir araya gelerek ve benzer ilgi alanları doğrultusunda sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum, gündelik hayatın sosyal medyada paralel ya da alternatif bir şekilde temsiline olanak sağlamaktadır. Nitekim bu temsil çoğunlukla gerçek gündelik ilişkileri belirleyecek konuma gelmiştir.

Kadınlık rolleri, toplumların kurgusal yapısını yansıtmaktadır. Çünkü kurumlar aracılığıyla kurgulanan toplumsal yapı içerisindeki aktiviteler, doğal bir gerçeklik olarak kabul edilmektedir. Tarihsel ve kültürel bir kurgudan ibaret olan sosyal gerçeklik, güncel koşulların değişimine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Günümüz küresel dünyasında değişen koşullar, birçok toplumdaki sosyal gerçekliği değiştirmiştir. Özellikle sosyal medya, toplumsal yapı içindeki tanımlar ve rollerin dışında bir toplumsallık kurgusu içermekte ve bu toplumsallık içinde belirli bir sosyal gerçekliği ortaya çıkarmaktadır.

Kadınların sahip olduğu toplumsal cinsiyet ve roller, geleneksel bir toplumsal kurgunun sonucu olarak sosyal gerçekliğe dönüşmektedir. Sosyal gerçekliğin içinde yaşayan ve tüm pratikleri ile bu gerçekliği tecrübe eden kadınlar genellikle, alternatif rolleri gerçek dışı ve tahammül edilemez görmektedir.



Sosyal medya çoğu zaman alternatiflik ya da telafi boyutuyla tartışılmaktadır. Ancak bu çalışmada gerçeğin tekrar edildiği bir temsil ortamı olarak ele alınmıştır. Çalışma boyunca sürdürülen tartışmalar, Yeni Gelin Evleri konseptinin var olan kadınlık rolleri ve ev kadınlığı fikri üzerine kurulduğunu göstermektedir. Kadın kullanıcılar gönüllü olarak bu kurguya katılmakta ve rollerini sergilerken aynı zamanda yeni roller kazanmaktadır.

Kadın kimliği üzerindeki geleneksel ve modern tanımlar farklı şekillerde görünür olabilmektedir. Ancak genel olarak; sosyal medyanın, modern bir araç sıfatıyla dönüştürmek yerine, geleneksel kadın kimliğini aslına sadık kalarak modern formlar içinde yeniden tanımladığı sonucuna varmak mümkündür.

#### KAYNAKÇA

- Akkinen, Miia (2005). Conceptual Foundations of Online Communities. *Information System Science*, Helsinki: Helsinki School of Economic Working Press.
- Blanchard, Anita. (2004). Blogs as Virtual Communities: Identifying a Sense of Community in the Julie/Julia Project. University of Minnesota, Retrieved from the University of Minnesota Digital Conservancy, <http://hdl.handle.net/11299/172837>.
- Çalışır, Gülsüm ve Çakıcı, Fatma Okur (2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medya: Kurulan Benlik İnşasının Temsili. *Turkish Studies*, Vol.: 10(10). Ss.: 267-290.
- Donath, Judith (1998). Identity and Deception in the Virtual Community. *Communities in Cyberspace*, (in) Kollock P. And Smith M. (ed.). London: Routledge. 1-26.
- Jones, Quentin (1997). Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline. *Journal of Computer-Mediated Communication*, S. 3(3), <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00075.x>. adresinden ulaşıldı (Erişim tarihi: 01.12.2018).
- Kozinets, Robert, V. (2010). *Netnografi: Pazarlamacının Gizli Silahı*, <http://kozinets.net/wp-content/uploads/2012/01/netnography-turkish.pdf> adresinden ulaşıldı. (Erişim Tarihi: 22.09.2018).
- Li, Honglei (2004). Virtual Community Studies: A Literature Review, Synthesis and Research Agenda. *Proceeding of the Americas Conference on Information Systems*, New York. S. 2708-2715.
- Li, Yuelin, He, Xiaofeng and Hu, Die (2003). Information Seeking and Sharing in Virtual Communities: A Case Study of Chinese IT Professionals. *ASIST*, November. S. 1-10.
- McDonald, Michael (2006). Empire and Communication: The Media Wars of Marshall McLuhan. *Media, Culture and Society*, London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications.
- Moya, Miguel, Expósito, Francisca ve Ruiz, Josefa (2000). Close Relationships, Gender, and Career Salience. *Sex Roles*. S. 42. Ss: 825-846.
- Ostergaard, Lise (1992). Gender, Gender and Development. *A Practical Guide* (in), Lise Ostergaard (ed), London and New York: Routledge. Ss: 1-10.
- Özçatal, Elif, Özlem (2014). Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, J16. Ss: 21-39.
- Proulx, Serge and Latzko-Toth, Guillaume (2005). Mapping the Virtual in Social Sciences: On the Category of 'Virtual Community'. *The Journal of Communication Informations*, S. 2 (2). S. 42-52.
- Rheingold, Howard (2005). *The Virtual Community: Table of Contents*. [http://www.caracci.net/dispense\\_enna/The%20Virtual%20Community%20by%20Howard%20Rheingold\\_%20Table%20of%20Content%20s.pdf](http://www.caracci.net/dispense_enna/The%20Virtual%20Community%20by%20Howard%20Rheingold_%20Table%20of%20Content%20s.pdf) adresinden ulaşıldı (Erişim tarihi: 01.12.2018).
- Savcı, İlkay (1999). Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji, *A.Ü. SBF Dergisi*, Cilt: 54, Sayı:1. Ss. 123-142.
- Somani, Chirag (2012). Virtual Community: The New Hope for E-Commerce. *IJCSE*, S. 3 (1). ss. 20-23.
- Taborga, Carolline ve Leach, Beryl (2000). *Cins Bakışı Sözlüğü*. Çev. Ertuğrul Kürkcü ve Nadire Mater) İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Vivian, Nathan and Sudweeks, Fay (2003). Social Network in Transnational and Virtual Community. *Informing Science*, June, ss. 1431-1437.