



GELENEK VE MODERNİTE ARASINDA MUHAFAZAKÂR GENÇLİK: İNSTAGRAM ÖRNEĞİ CONSERVATIVE YOUTH BETWEEN TRADITION AND MODERNITY: INSTAGRAM SAMPLE

H. Sümeyye TORPİL*

Öz

Bu araştırma gelenek ve modernite ikilemi arasında muhafazakâr gençlerin nasıl bir kimlik oluşturduklarına yönelik bir kültürel analizdir. Bu kapsamda gençlerin instagram üzerinden gündelik hayatlarını; *moda*, *toplumsal cinsiyet* ve *boş zaman* kavramları çerçevesinde geleneksel ve modern motifleri eklemeyerek nasıl oluşturdukları incelenecektir. Amaca göre belirlenen instagram kullanıcılarından ikisi kadın ikisi erkek dört kullanıcının paylaşımları (fotoğraf, yazı) ve takipçilerin yorumları araştırmanın metnini oluşturmaktadır. Örneklem; muhafazakâr öge taşıyan, yirmi ila otuz yaş arası, elli bin üzeri takipçisi olan instagram kullanıcılarından oluşmaktadır. Yöntem olarak tamamlayıcı olması amacıyla göstergebilim ve sosyal göstergebilim analizleri kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Moda, Toplumsal Cinsiyet, Boş Zaman, Göstergebilim.

Abstract

This paper aims to examine how conservative youth construct their identities through the dichotomy between tradition and modernity. In this context, how youth create their daily life, within the conceptual framework of *fashion*, *gender* and *free time*, as connecting traditional and modern motifs will be analyzed. The text is constituted by the sharing of four instagram users (two women and two men) and their followers' comments. The sample is formed by the conservative users aged twenty to thirty and followed by over fifty thousand instagram users. As method, semiotic and social semiotic analyses, to complement each other, are used.

Keywords: Instagram, Fashion, Gender, Free Time, Semiology.

1.Giriş

Kültür nosyonu, geçirdiği tarihi süreç, farklı paradigma ve disiplinler tarafından kullanılması ve bu sebepten ötürü farklı anlamlar yüklenilmesinden dolayı en karmaşık kavramlar arasında yer almaktadır. Bu çalışmada kavramı Robert Bocock'un ifade ettiği anlamda yani "farklı grup, millet ve sınıfların belli bir zamanda sahip olduğu ortak olan değerler, anlamlar ve hayat tarzları" bağlamında ancak kültürün sembolik boyutunu vurgulayan ve ne olduğundan ziyade ne yaptığıyla ilgilenen yönüyle ele alacağız (1992, 232-233). Araştırmada uygulanacak kültür analizi yöntemiyle sosyal medyadaki paylaşımları üzerinden muhafazakâr gençlerin Türkiye'nin değişen koşullarında kimliklerini nasıl kurduklarını ve paylaşımlarında nasıl sembol ve anlamlar ürettiklerini ve tükettikleri gelenek ve modern ikilemi bağlamında incelenecektir.

Siyasi ortamın değişmesi (AKP süreci), yeni orta sınıf muhafazakârların ortaya çıkışı ve genişlemesi ve eğitim alanında muhafazakâr kesimi etkileyen engellerin ortadan kalkması (imam hatip liselerinin katsayı problemi ve başörtüsü yasağı) gibi etkilerle birlikte muhafazakâr/dindar diyebileceğimiz kesimin (Bourdieu'nun kavramlarını ödünç alırsak) ekonomik, kültürel ve sosyal sermayelerinin artmasına ve dolayısıyla yeni habitusların ortaya çıkmasına yol açtı. Oluşan yeni habituslar; "algı, beğeni ve eylemler" de geçmişten gelen geleneksel köklerde -bir kısmı muhafaza edilmekle beraber- değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimlere ilaveten küreselleşme ve teknolojinin ilerleyip yayılmasıyla birlikte sosyal medyada görünürlükleri artan muhafazakâr gençlerin paylaşımlarında bu süreci takip etme imkânı da doğmuştur. Geleneksel ve modern; dindar ve seküler ikilemleri arasında eklenen yeni kimlikleriyle -ve bu eklenme sonucu olduğunu ekleyebileceğimiz mahremiyet olgusunun sınırlarının da genişlemesiyle- gençlerin bu alanda gündelik yaşantıdan kareleri gözlemleme olanağı oluştu. Bu araştırmanın amacı muhafazakâr¹ gençlerin instagram üzerinden gündelik hayatlarını; *moda*, *toplumsal cinsiyet* ve *boş zaman* kavramları çerçevesinde geleneksel ve modern motifleri eklemeyerek nasıl oluşturduklarını incelemektir. Bu bağlamda;

- Gençlerin moda algısı, gelenek ve modern ikileminde onu nasıl ürettikleri ve bu ürünlerin takipçiler tarafından nasıl tepkiler aldığı,
- Toplumsal cinsiyet algıları, paylaşımlarında bu algının nasıl yansıtıldığı ve alınan tepkiler,

*İstanbul Ticaret Üniversitesi, Uygulamalı Sosyoloji Bölümü

¹Bu kavram dini öğeleri (başörtülü fotoğrafı, eşinin örtülü olması, namazı kılması gibi) taşıyanları nitelikleme amacıyla pratik bir gereksinimle kullanılmaktadır.



• Gelenek ve modern ikileminde boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri sorularına yanıt aranacaktır.

2.Yöntem

Kültürel çalışmaların disiplinlerarası niteliğinden dolayı kendine özgü bir metodu bulunmamaktadır. Çalışılan alan veya alanlara göre vurgu farklılıkları içerdiğini göz önünde bulundurarak metodolojisinde etnografik, sosyolojik, semiyotik (göstergebilimsel), psikanalitik ve eleştirel metin yöntemlerinden unsurlar barındırmaktadır (Lister ve Wells, 2001, 63). Çalışmada bu yöntemlerden göstergebilimsel ve sosyal göstergebilimsel analizler araştırmanın niteliğine uygun olduğu düşünüldüğünden tercih edilmiştir.

2.1.Görsel Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmalar, “kültürel eylem ve biçimler”, bunların “sosyal gruplarla ilişkisi” ve kültürel biçimlerin şekillendirdiği gruplar arası güç ilişkisini incelemeye odaklanır (Lister ve Wells, 2001, 61). Burada geçen kültür kavramı sanat veya yüksek kültür tanımlamalarının ötesine geçer ve günlük hayatta meydana gelen “simgesel ve anlatımsal” ve “metinsel eylemler”i kapsar. Simgesel ve anlatımsal eylemler hayatın akışında bir şeyler üretme niyetiyle olmayan eylemleri kapsarken (alışveriş yapmak, televizyon izlemek, yürüyüş yapmak gibi), metinsel eylemler ise yazılı, sözlü, görüntülü materyallerin üretildiği eylemleri kapsamaktadır (Lister ve Wells, 2001, 61).

Görüntüleme teknolojileri, internet ve sosyal medyanın hızla gelişmesiyle günlük hayatımıza egemen olan görsellik kültürel çalışmaların da bu alana özgü incelemeler yapması gerekliliğini doğurmuştur. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak görsel bilgi, anlam, haz ve tüketimle ilgilenen ve günlük tecrübe ve anlam üretiminde görselliği merkeze yerleştiren görsel kültürel çalışmalar ortaya çıkmıştır (Lister ve Wells, 2001, 62-63).

2.1.1.Göstergebilim (Semiyoloji)

Kökleri yirminci yüzyılın başlarına kadar giden göstergebilim “insanın gösterge oluşturma, göstergelerle sistem kurma ve bunlar kanalıyla iletişimde bulunmasını” incelemektedir. Göstergebilimin İsviçreli dilbilimci kurucusu Ferdinand de Saussure (1857-1913)’ye göre göstergebilim (semiology), Yunanca “semeion” (gösterge) ve “logie” (bilim) kelimelerinden oluşmaktadır” (Parsa ve Parsa, 2013, 2-3). Saussure’den bağımsız olarak Amerikalı mantık bilimci filozof Charles Saunders Peirce (1839-1914) de göstergebilim üzerine çalışmalarda bulunmuş ancak o göstergelerin mantıkla olan ilişkisine odaklanırken *semiology* yerine *semiotics* ifadesini kullanmıştır (Parsa ve Parsa, 2013, 3).

Saussure göstergebilimi “işaretlerin toplum içindeki hayatını” inceleyen bilim olarak tanımlıyor ve öncelikli olarak “anlamların göstergeler düzeyinde nasıl üretildiği ve bunların gösterge sisteminde diğer göstergelerle olan ilişkisini” incelediğini ifade ediyor. Bu yaklaşımın hedefi, anlam üretim mekanizmalarını derinlemesine inceleyerek göstergelerin anlamları kadar bu anlamların nasıl üretildiğini de araştırmaktır. (aktaran Hansen, Cottle, Newbold ve Negrine,1998, 205)

Gösterge, anlamı ifade eden en küçük birimdir; “Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan ve bir başka şeyi temsil eden her şey bir göstergedir” (Parsa ve Parsa, 2013, 18). “Gösteren” ve “gösterilen” öğelerinden oluşur; “gösteren” göstergenin fiziki boyutu, “gösterilen” ise kavramsal boyutu oluşturmaktadır. Bu öğeler Saussure’e göre “birbirine sıkı sıkıya bağlıdır ve aralarında çağrışım ilişkisi vardır” (aktaran Parsa ve Parsa, 2013, 18).

Göstergeler ilişki ağı içinde var olurlar. Metinler yatay ve dikey -dizisel (paradigmatic) ve dizimsel (syntagmatic)- iki eksen yardımıyla oluşturulurlar. Dikey eksenle farklı anlamlar taşıyan göstergelerin seçimi söz konusuysa yatay eksenle ise seçilen göstergelerin bir araya gelmesi ile yeni anlamların üretilmesi sağlanır ancak burada seçim ve seçilenlerin bir araya getirilmesi kurallara ve uzlaşımlara (convention) bağlıdır (Hansen ve diğerleri, 1998, 206; Parsa ve Parsa, 2013, 21-28). Fotoğraf çeken biri örnek alınrsa; dizisel/dikey düzeyde fotoğraf karesinde bulunulması tercih edilen her bir obje bir dizi içinden seçilecektir. Karedeki her bir objenin tercih edilmesi veya diğerlerinin tercih edilmemesi bir anlam ifade eder. Yatay düzeyde ise -kurallara ve uzlaşımlara uyan- bu objeler bir bütünü/dizimi oluşturur.

Modern göstergebilim kuramcılarında Fransız bilim adamı Roland Barthes’in (1915-1980) göstergebilimi ise göstergelerin iki anlam katmanına; *düz anlam* ve *yan anlam* odaklanmaktadır. Birinci katman göstergenin açık ve genel olarak anlaşılabilir düz anlamını gösterirken, ikinci katman yan anlamını gösterir ve sosyal ve kültürel anlamların dolaşımına katkıda bulunur (Hansen ve diğerleri, 1998, 207).

Düz anlam (denotation); fotoğrafa baktığımızda gördüklerimizden çıkardığımız ilk anlamdır. Gerçek dünyada dolaysız olarak görünenin baskısıdır ve gerçeklik gibi açık ve nettir. Ancak burada dikkat edilmesi



gereken hususlar vardır. Düz anlam bakan kişiye ve bağlama göre değişiklik gösterebilir. Bu anlamda bir fotoğrafın birkaç anlamı olabilir (Van Leeuwen, 2001, 95).

Yan anlam (connotation); imgede gösterilen insanlar, mekânlar ve şeylerin temsil ettiği daha kapsamlı kavramlar, fikirler ve değerlerin işaret ettiği anlam katmanıdır. Yan anlam sosyal ve kültürel çağrışımlar ve göstergenin özel sunum teknikleriyle ortaya çıkar. Barthes, yan anlamın çerçeveleme, mesafe, ışıklandırma, odaklama ve hız gibi fotoğraf teknikleriyle oluşturulabileceğini ifade eder ve bu teknikleri “*photogenia*” olarak adlandırır (Van Leeuwen, 2001, 97-98). Barthes’in gösteren- gösterilen ve düz anlam-yan anlam bağlamında yaptığı analiz şu şekildedir:

“Berberdeyim. Paris Match’ın bir sayısını uzatıyorlar. Kapakta Fransız üniformasını giymiş genç bir zenci, gözleri yukarıda, hiç kuşkusuz üç renkli bayrağın bir kıvrımına dikili, asker selamı veriyor. Resmin anlamı bu ama bana neyi belirttiğini görüyorum. Fransa büyük bir imparatorluk, renkli renksiz tüm oğulları bayrağının altında bağlılıkla hizmet eder... Böylece burada bir gösteren var (bir zenci asker Fransız selamı veriyor); bir gösterilen var (bu da amaçlanmış bir Fransızsalık ve askersellik karışımı) son olarak da gösteren içinde gösterilenin varlığı var ...” (aktaran Parsa ve Parsa, 2013, 47).

Barthes kurduğu “İnsanlar, mekânlar ve şeyler” formülasyonu ile imgedeki münferit parçaları inceler. Van Leeuwen buradan yola çıkarak Barthes’in daha çok imgede bulunanlarla ilgilendiğini, parçaların birleşerek nasıl uyumlu bir bütün oluşturduğuna baksa da bunun için özgün bir yöntem ileri sürmediğini ifade eder ve sosyal göstergebilim analizini yöntemin bu açığını tamamlamak için tavsiye eder (2001, 92).

2.1.2. Sosyal Göstergebilim

Jewitt ve Oyama sosyal göstergebilimin, “semiyotik kaynakların (resources) tanımını, imajlarla (ve diğer görsel iletişim araçlarıyla) ne yapılabileceği ve söylenebileceğini, imajlarla insanların söylediği veya yaptığı şeylerin nasıl yorumlanacağını” içerdiğini ifade eder. Sosyal göstergebilimin anahtar kavramı “kaynak” iken Paris Okulu’nun “kod”dur. Kodlar, göstergebilim sistemleri olarak “göstergeleri ve anlamları birbirine bağlayan kurallar seti”ni ifade eder. Bu yaklaşıma göre bir grup insan aynı kodları bilirse aynı ses veya işaretlerle karşılaştıklarında aynı şeyi algılayacaklarını ve dolayısıyla birbirlerini de anlayabileceklerini düşünür. Bazı iletişim modelleri için bu doğru olabilir fakat hepsi için geçerli değildir. Otoban kodu Paris Okulu yaklaşımı için iyi bir örnek olabilecekken modern sanat veya çocukların çizimleri için ortak bir koddan bahsetmek zordur. Ancak “bu kodların nasıl meydana geldiği, kuralları kimin yaptığı, nasıl ve neden değişebilecekleri” üzerine fazla yoğunlaşmaz (2001, 134).

Sosyal göstergebilim kaynaklarına örnek olarak bakış açısı, mesafe ve temas verilebilir. Bu tarz kaynaklar bize göstergenin muhtemel anlam veya anlamları hakkında bilgi verir. Bu anlamlar imgeyi üreten ve gören kişi tarafından ortaya çıkar. Dikkat edilmesi gereken diğer husus ise kaynaklar üzerinden göstergeyle kurulan ilişki gerçek değil semboliktir (Jewitt ve Oyama, 2001, 135). Kaynak olarak bakış açısı örneği ele alındığında imgedeki insan bakan kişiye göre aşağıda kalıyorsa bakan kişiye sembolik bir anlam yüklenir (İmgedeki insanın yardıma muhtaç olduğunu ifade etmek için kullanılan tekniklerden biri). Bu güç ilişkisi gerçekte var olan bir ilişki değildir ancak imgeden çıkarılacak potansiyel anlamlardan biridir.

Kress ve Leeuwen, Halliday’in geliştirdiği göstergebilimin üç işlevi fikrini (düşünsel, kişilerarası ve metinsel üstişlevler) imgelere uyarlayarak geliştirmiştir: gösterim (representational), etkileşim (interactive) ve düzensel (compositional) (aktaran Jewitt ve Oyama, 2001, 140).

Gösterim anlamı: imgede bulunan “insanlar, mekânlar veya şeylerin” ilettiği anlamdır. Sosyal göstergebilim bu yönüyle yukarıda bahsettiğimiz ‘düz anlam’a benzemektedir ancak imgede bulunanların görsel *lexis* anlamına ek olarak ‘dizim’e (syntax) de odaklanır. Kress ve Leeuwen görsel dizimi imgedeki karakterlerin birbirleriyle olan anlamlı ilişkisi olarak tanımlar ve ikiye ayırır: *öyküsel yapılar* ve *kavramsal yapılar* (aktaran Jewitt ve Oyama, 2001, 141).

Öyküsel yapılar vektörlerle tanımlanırlar ve bu vektörler resimdeki kişi veya şeylerin yapma veya bakma eylemlerinde aktif veya pasif rol alıp almadıklarını sorgulamada yardımcı olurlar. *Kavramsal biçimler* vektör içermeyen imgelerdir. Karakterleri, aynı sınıf veya kategoride olduklarından dolayı bir imgede toplayıp ortak olan nitelikleri göstermek için resim uzamında sistematik olarak dağıtır (sınıflama yapıları); gösterilen “insan, mekân veya şeyleri” anlam veya kimliğini diğeri üzerinden tanımlar (sembolik yapılar) ve gösterilenleri (harita ve diyagramlarda olduğu gibi) parça-bütün bağlamında ilişkilendirir (Jewitt ve Oyama, 2001, 141-144).

Etkileşim Anlamı: İmgede gösterilen dünya ve karakterler ile bakan kişi arasında bir etkileşim oluşur ve imge kişiye, gösterilenlerle ilgili takınması gereken bir tavır sunar. Bu etkileşimlerin anlaşılmasında önemli olan kaynaklar; *temas, mesafe, bakış açısı* ve *modalitedir*. Bu kaynaklar muhtemel anlamlarını yine gerçek hayattan alırlar.

Temas imgedeki karakterle resme bakan kişi arasında kurulan göz temasıdır. Bu tür imgelerin bakan kişiden bir beklentileri vardır. Jewitt ve Oyama, Halliday’in çalışmalarından esinlenerek bu tarz imgelere



“talep eden” imgeler der. Karakterin yüz ifadesi ve mimiklerine göre talebin anlamı da değişiklik gösterir. Göz temasının olmadığı imgelerde ise bakan kişi gözetleyen konumunda olur. Bu tarz imgelere ise “arz eden” (Halliday’ın çalışmasından) imgeler denir (bilgi sunan imgeler gibi) (2001, 145-146).

Mesafe, imgedeki karakterlerin bakan kişiye olan mesafesi ile alakalıdır. Gerçek hayatta yakın ilişkide olan veya yabancı olan kişilerle araya nasıl bir mesafe koyuluyorsa imgedeki karakterler için de bu uygulanabilir. Yüze odaklanan bir imgede bakan kişi karaktere yakınlık hissederken uzağa konumlanmış bir başka karakter öteki olarak algılanabilir (Jewitt ve Oyama, 2001, 145-146).

Bakış açısı, imgedeki karakterin dikey ve yatay eksende nasıl konumlandığı ile ilgilidir. Dikey eksende göz hizası veya kuş bakışı olabileceği gibi yatay eksende ön veya yan profil açısına uygun konumlandırılabilir ve her bir açının taşıdığı muhtemel anlamlar vardır. Alt açıdan imgeye bakılıyorsa imgedeki karakterin gücünün bakan kişinin üstünde olduğu, göz hizasında bakışın eşitlik manasında olduğu, üst açıdan bir bakışın ise bakana güç (sembolik) atfetmesi kurgulanır. Yan profilde bir karakter bakanla arasında bir mesafe oluştururken, ön profil yakınlık ve ilgi göstergesi olur (Jewitt ve Oyama, 2001, 135-136).

Modalite (Gerçek değer): görüntünün gerçek dünyaya benzerliğiyle ilgilidir. İmgeler gerçek dünyada çıplak gözle görebileceğimiz şeyleri gösterdiklerinden genelde gerçeğin yansıması olarak düşünülür. Ancak standart bir imgede teknik olarak düzeltmeler (netlik, renk doyması gibi) yapıldığında (uygulama derecesine göre) gerçekten uzaklaşabilir ve bakan kişide “gerçeküstü, fantastik, ruhani” gibi farklı anlamlar oluşturabilir (Jewitt ve Oyama, 2001, 151).

Düzensel Anlam: imge veya afiş gibi içinde göstergelerle bir kompozisyon oluşturulan materyallerde aranır ve bu anlamın en önemli kaynakları; *bilgi değeri, çerçeveleme ve göze çarpmadır*.

Bilgi Değeri: kompozisyonda karakterlerin uzam içinde sağ-sol, merkez-kenar, yukarı-aşağı yerleştirilmesiyle alakalıdır. Karakterin uzamda bulunduğu konum, kültürlere göre değişebilen, belli bir anlamla ilişkilidir. Okuma-yazma eylemi farklı yönlerden başlayan kültürlerde anlamlar farklılaşacaktır. Soldan okumaya başlayan kültürlerde kompozisyonun solunda yer alan bilgi daha önceden bilinen, tanıdık, kabul edilmiş olarak sunulurken sağda yer alan bilgiler yeni, problemli, tartışmalı olarak sunulur. Kompozisyonun yukarısında yer alan bilgiler ideal olanı temsil ederken alttakiler gerçeği temsil etmektedir (reklamlarda altta geçen açıklama metinleri örneğinde olduğu gibi). Merkezde konumlanan bir gösterge ise etrafındakiler üzerinde sahiplik, hâkimiyet ve bağımlı olunan nitelikleri kuşanır (Jewitt ve Oyama, 2001, 147-149).

Çerçeveleme; bu kaynak kompozisyon içinde karakterleri birbirine bağlama veya ayırma yöntemiyle birbirlerine ait veya ayrı kimliklere sahip oldukları anlamını katar. Ayırma veya bağlama işlevi çizgiler, karakterler arası boşluklar, zıt renkler veya kullanılan farklı biçimlerle ifade edilir (Jewitt ve Oyama, 2001, 149-150).

Göze çarpma: İmge veya kompozisyonda bir göstergesi boyut, zıt renkler, ton farklılıkları gibi yöntemlerle ön plana çıkarmayla ilgilidir (Jewitt ve Oyama, 2001, 150).

2.2.Örnekleme

Araştırma metni olarak belirlenen muhafazakâr instagram kullanıcıların paylaştığı fotoğraf (başlıklar ve açıklama yazıları ile birlikte) ve yorumlar göstergebilimsel analizle incelenecektir. Örnekleme instagram kullanıcılarından paylaşımları İslami değer ve kuralları direkt veya destekleyici öğeler içeren, 20-30 yaş arası ve takipçi sayısı 50.000’in üzerinde olanlar arasından seçilecektir. Bu bağlamda örnekleme amaca yönelik belirlenen muhafazakâr genç kullanıcılardan dört kişi (iki erkek ve iki kadın kullanıcı) oluşturmaktadır ve bu kullanıcıların profilleri, paylaşımları ve takipçilerinin yorumları iki ay boyunca (Kasım, Aralık) takip edilecektir.

Örnekleme olarak belirlenen fenomenlerin gündelik hayat öğelerinden belirlediğimiz moda, toplumsal cinsiyet ve boş vakit ile alakalı paylaşımları ve yorumlar araştırmamızın metnini oluşturmaktadır. Belirlenen paylaşımlar göstergebilimsel analizin imgedeki lexis’e yoğunlaşan bakışı (düz anlam ve yan anlam perspektifinde) ve tamamlayıcı olması amacıyla, sosyal göstergebilimin göstergenin üç anlam katmanı olarak öne sürdüğü (gösterim, etkileşim ve düzensel anlamlar) bağlamında incelenecektir.

2.3.Örnekler

Örnek1Erkek

Fenomenin iki yüz bin takipçisi bulunmaktadır. Profil fotoğrafında oğlu ve kendisinin karikatüre dönüştürülmüş resmi bulunmaktadır. Kendisi ayrıca İslami konularda paylaşımlarda bulunan youtube yayıncılarından. Profil sayfasında eşinin ismi de yazmaktadır ancak eşinin hesabı herkese açık değildir.

İki ay içinde 50 paylaşım yapmıştır; bunların 31 fotoğraf (10'unda tek başına,6sı sadece oğluyula), 10 kompozisyon (fotoğraf ve Risale-i Nur veya Kur'an-ı Kerim'den sözlerin olduğu), 2 video (biri tanıtım, diğeri oğluyula ilgili), 7 yazı (çoğunluğu twiter hesabından paylaştığı metinlerden oluşuyor.)

Fotoğraflarının yarısından fazlasında takipçileriyle yakın mesafe kuracak şekilde poz vermektedir. Paylaşımından sadece birinde karenin dışında bir hedefe bakmaktadır. Diğer pozlarda takipçileriyle göz teması kurmakta (11/27) veya kare içindeki başka karaktere (genelde oğlu) bakmaktadır.

Bakış açısı olarak genelde (24/27) bakanlarla aynı seviyede kalmaktadır. Alt açıyla alınan fotoğraf üzerinde oynanarak arkadaki Avrupa şehrinde bir sahne üzerinden Avrupa'nın "büyük olmadığı" ima ediliyor (Açıklama; "Ey Avrupa sen mi Büyüksün, biz mi?").

Modalite açısından incelendiğinde ise fotoğraflardan sadece biri üzerinde teknik oynama yapılmış diğerlerinde ise gerçeklik algısını bozacak bir uygulama gözlemlenmemektedir. Bazı fotoğrafların çözünürlüğü ise düşüktür.

Saç sakal her zaman özenli görünüyor, kılık kıyafet açısından genel olarak spor (kot pantolon, deri ceket, tişört) ve günlük kıyafetli fotoğraflar var. İki paylaşımında taktığı özel tasarım gümüş renkli kolye ve güneş gözlüğü dikkat çekiyor (Kolyeyle ilgili detay yorumlarda kendisi tarafından ifade ediliyor.) Takipçileri arasında "modayı takip ettiği" ve "tarz" olduğu konusunda iltifatlar alırken; kolye takması dinen uygun olmadığını düşünenler tarafından hoş karşılanmıyor ("... abi yanlış anlaşılacak istemem ama erkeğin kolye gibi kadın aksesuarları takması doğru mu?," Erkeklerin takı takınması uygun değil siz neden taktınız").

Paylaştığı fotoğraflardan birinde ışıktan dolayı saçının boyalıymış gibi görünmesi ise takipçilerinin dikkatini çekiyor. Yorumlardan erkeğin saçını boyatması, hem takipçileri hem de onun tarafından hoş karşılanan bir durum olmadığı ortaya çıkıyor ("... Işıktan be kardeşim ne boyası😊😊" ..."içim rahatladı abi 😊").

Paylaşım ve yorumlara göre boş vakit aile gezmeleri ve ziyaretleri, müzik ve sinema gibi etkinliklerle geçiyor. İşi gereği ailesiyle beraber gittiği yurtdışı seyahatleri de bulunmakta.

Paylaşımından çocuğunun ihtiyaçlarını karşılayan ve onunla ilgilenen baba ve dine hizmet eden imajı öne çıkmakta. Eşiyle ilgili her hangi bir fotoğraf yok (sadece çizgi karakterlerden oluşan bir çift resmi, kadın karakter boydan siyah bir örtü örtüyor sadece yüzü ve elleri açık) ancak paylaşımında onu (4/27) ve çocuğunu (8/27) etiketliyor.

Mahremiyet konusunda diğer örneklerle kıyasla daha dikkatli, ev içi paylaşımı yok, eşinin fotoğrafı yok ve çocuğunun yüzü görünmeyecek şekilde fotoğraflar çekiliyor veya yüz kapatılıyor.

Paylaşımından en çok görülen oğlunun baba dediği video (87,684), en çok beğenilen fotoğrafları oğluyula beraber olduğu kareler ve en az beğeni alan paylaşımlar ise Risale-i Nur'dan veya Kur'an'dan sözlerle ilgili olanlar olmaktadır.

İnsanlar genel olarak Instagram'da mutlu anlarını paylaşırken kendisinin paylaşımları her zaman mutluluk içermiyor; karşılaştıkları sıkıntıları ve hastalıkları gösteren kareler var ve takipçilerinden dua talep ediyor.

Paylaşımında kullandığı diğer semboller ise lüks spor bir araba ve arkadaşlarıyla birlikte videolar çektiği youtube kanalını sembolize eden bir karton. Lüks arabalı karede, araba sahip olduğu bir nesneden ziyade ulaşamayacağı veya ulaşılmaması gerektiğini ve bu arzuyu cennete uygun bir talep olarak gördüğünü ima ediyor.



Örnek 2. Erkek

Seksen beş bin takipçisi bulunmaktadır. Profilinde nişanlısından emojiyle dünyası olduğunu ve mezun olduğu üniversiteyi belirtmiş. Fotoğrafında eller cepte, fotoğraf dışında bir konuma bakan önden bir pozunu bulunmaktadır. Eşi örtülü ve öne çıkardığı videolardan Cuma namazı kıldığı anlaşılıyor.

İki ay içinde dokuz paylaşımı (3'ü arkadaşıyla birlikte) bulunmaktadır. Bu hesap yeni açıldığından dolayı paylaşım ve takipçi sayısı az. Buna ilave olarak nişanlısıyla birlikte açtıkları ortak hesapta ilgili paylaşımlar da değerlendirilecektir. Bahsedilen ikinci hesabın takipçi sayısı altı yüz bindir. On beş paylaşım yapılmış ve hepsinde de birlikte poz vermişlerdir. Paylaşımların dördü öz çekimdir. Özel günlerden (davet, doğum günü, kendi söz ve isteme merasimi) ve arkadaş buluşması, gezi gibi birlikte yaptıkları etkinliklerden kareler vardır paylaşımlarda. Fotoğrafların açıklamaları nişanlısı tarafından yazılmış. Ortak isim taşınmasına rağmen yorumlar ve verilen cevaplardan hesabı kadının yönettiği anlaşılmaktadır.

Fotoğraflardaki (her iki hesapta da) mesafe ile ilgili ağırlıklı bir tercih bulunmamaktadır. Takipçileriyle yakın mesafede pozlar verdikleri gibi boydan pozları da aynı yoğunlukta mevcuttur (bu biraz da giyilen kıyafetleri sergileme ihtiyacından kaynaklanmaktadır). Paylaşım sayıları göz önünde bulundurulduğunda (diğer kişilere kıyasla) öz çekim sayısının fazla olduğu söylenebilir (tek olarak çekilen ve eşle birlikte çekilen).

Fotoğraflarda birbirlerine veya objektife bakmaktadırlar. Kendisinin kullandığı hesaplarda bakış yukarıdan aşağıya doğru olurken (2/3), birlikte olan pozlarda açı ters durumdadır (5/6). Fotoğraflarda (birlikte çekilenlerin ve tek olanların) filtre ve farklı fotoğraf teknikleri kullanılmıştır. Filtrelerle kusursuz görünüm sağlanırken bazı fotoğrafların gerçek algısı –özellikle birlikte çekilenlerde- zayıflamış (3/15) ve masalsi bir anlam katılmıştır.

Özel gün ve çekimler için takım elbise kravat giymektedir. Diğer paylaşımlarında ise spor kıyafetlerle görülmektedir. Sadece bir paylaşımında yöresel aksesuarlarla süslenmiş bir sahnede arkadaşıyla poz vermiştir. Genel olarak sunduğu modern görünümün aksine omuzlarında puşi, elinde tespih ve ciddi bir yüz ifadesiyle poz vermektedir. Öne çıkan karelerden bir diğeri ise pembe kapüşonlu svetsört, pembe degrade gözlük, kırmızı taş bileklik, siyah kol saati ve altın rengi kalaşnikof sembolü kolye ile ve el kolyenin ucundaki silahı ateş ederken verdiği poz.

Paylaşımlarında kullandığı diğer semboller ise motor kaskı ile verdiği poz ve kendi adını taşıyan bir garajın önünde beyaz bir arabanın yanında verdiği pozdur.



Örnek 3. Kadın

İki yüz elli bin takipçisi bulunmaktadır. Evli ve bir çocuk sahibi. Profil fotoğrafında tebessüm ederek objektife bakan, başı hafif sağa eğik eliyle başörtüsünün alt tarafını düzeltiyormuş gibi duran bir pozunu bulunmaktadır. Diğerlerine kıyasla kendisiyle ilgili –emoji ve yazılı ifadelerle- daha fazla bilgi vermektedir (hobiler, meslek ve burç).

İki ay içinde 88 paylaşımında bulunmuştur. Bunların; 3 moda programlarıyla ilgili duyuru, 3'ü kendi evinden kareler, 8'i ailesiyle birlikte, 63'ü kıyafet tanıtımıyla ilgili ve 7'si diğer konularla alakalı fotoğraflardan oluşmaktadır. 66 paylaşım modayla ilgili etiketlerle (#hijab #dailyhijab #chichijab #fashion #hijabfashion #fashionmodesty gibi) paylaşılmıştır (bu etiketlerle paylaştığı fotoğrafların içeriği ilgisiz olabiliyor.)

Paylaşımlarının yarısından fazlası kıyafet tanıtımıyla ilgili olduğundan boydan fotoğraflar ağırlıklı olarak (41/60) yer almaktadır dolayısıyla bu da takipçileri arasında bir mesafe oluşturmaktadır. Kıyafet tanıtımıyla ilgili yaptığı çekimlerde yakın mesafeden paylaşımı (6) bulursa bile göz teması neredeyse hiç yoktur (göz teması kurduğu karelerden sadece biri yakın mesafe). Ailesiyle ilgili paylaşımlarda ise yakın mesafe ve göz teması kurmaktadır (5/8).

Moda ile ilgili paylaşımlarında dikkat çeken diğer bir özellikler ise ellerin bedene yakın oluşu veya şal, yaka, ceket vs.ye dokunuşlardır. Ayrıca baş hafif eğik ve fotoğraf uzamının dışında bir noktaya (28), yere (4) veya telefonuna (6) bakmaktadır. Ön kol (tek veya çift) üst gövdeye paralel (yarı kapalı) (28/66) bulunmaktadır. Takipçileriyle genel olarak –göz teması az sayıda da olsa- alt açıdan bakmaktadır(5/8).

Kullandığı filtre ve uygulamalarla kusursuz görünüm elde ederken gerçeklik algısını zayıflatacak filtreler kullanmamaktadır. #NoFilter etiketiyle tek bir paylaşımı bulunmaktadır.

Paylaşımlarında dikkat çeken diğer bir husus ise telefonu elinde veya ona bakarken çekilen fotoğraflarıdır. Yüklenen sembolik anlam net olmamakla berber telefonda konuşurken değil de ona bakarken veya elindeyken verilen pozlar telefon üzerinden instagramdaki takipçilerine onlarla beraber olduğu/ilgili olduğu mesajını veriyor olabilir.

Yorumlarında –fotoğraflara kıyasla- takipçileriyle daha yakın bir iletişim kurduğu gözlemleniyor. En çok yorum alan paylaşımlarından biri oğlunun yaşadığı bir sıkıntı üzerine tavsiye istediği bir fotoğraf (210 yorum) ve izlediği bir Türk dizisi hakkında yaptığı yorum (188 yorum). Konuşma diliyle yazılan yorumlar sohbet havasında diyaloglardan oluşuyor. En çok beğenilen paylaşımları ise ev dekorasyonu ile ilgili evinden bir kare paylaştığı fotoğraf ve oğluyla olan fotoğraflarıdır.

Yorumlarda kıyafet tanıtımlarında kendi tarzını yansıttığı üzerinde dururken eleştirilen bazı hususlara ise moda olduğu gerekçesini sunuyor. En çok eleştirildiği husus saç köklerini önden göstermesi (beş paylaşımın yorumlarında geçiyor). Takipçileri tarafından bu moda uymaması isteniyor. Kendisi de bunu moda olarak görüyor.

Fenomenin çocuğuyla paylaştığı fotoğraflardaki yorumları kendini tanımlamada çocuğunun yerini belirtmektedir (“Dünyam ♥”, “Sen göğsümde taşıdığım en güzel mevsim, en ince çiçek, en masum anı, sen benim en kırılğan yanımdı”). Neden kilo aldığını açıkladığı yazışmalarda ise artık oğlunu emzirmediği için yediğine içtiğine dikkat etmediğini ve sağlıksız beslendiğini belirtmektedir. Kıyafet tanıtımı yaptığı çekim sonraları oğluyla kareler de paylaşmaktadır.

Takipçilerinin sorularına –kişisel sorular da dâhil- açık bir şekilde yanıtlamaktadır. Makyaj, boy, kilo, yaptırdığı estetikler ve ev içi düzenlemeleriyle ilgili yorum ve/veya fotoğraflarla bilgi vermektedir. Bu noktada mahremiyet algısının oldukça açık olduğu gözlemlenmektedir.

Paylaşım ve takipçileriyle olan diyaloglarından yurtdışı gezileri (Avrupa’da yaşadığı için daha çok Avrupa ülkeleri), aile ve arkadaş buluşmaları, sinema ve TV izleyerek boş vaktini değerlendirdiği anlaşılıyor.



Örnek 4. Kadın

Takipçi sayısı altı yüz elli bindir. Profil fotoğrafında siyah kıyafetli, siyah güneş gözlüğü, siyah başörtü ve şapkasıyla, elini yukarıya kaldırmış avuç içi seyirciye dönük şekilde poz vermektedir. Kendisini stil danışmanı olarak tanıtmaktadır.

İki ayda 132 paylaşımı bulunmaktadır. Marka adı etiketlenerek yapılan paylaşım sayısı 108’dir. Paylaşımlarının 103’ünde sadece kendisi bulunurken, 6’sında aile ve/veya arkadaşlarıyla birlikte ve 23’ünde ise kendisinin bulunmadığı diğer fotoğraflar yer almaktadır.

Kıyafet tanıtımı ağırlıklı olduğu için boydan karelerle (43/103) takipçilerinden uzakta durmaktadır. Yakın mesafedeki (17/103) pozlarında ise yüzünün bir kısmını (6/17) kapatmaktadır. Pozların tümü dikkate alındığında seyirciyle kurulan göz teması çok azdır (13/107), bunların bir kısmı da gözlük arkasından gerçekleşmektedir. Bakış açısı da ağırlıklı olarak aşağıya doğru (takipçiler kendinden aşağıda kalacak şekilde) ayarlanmaktadır.

Paylaşımlarının bir kısmında (32/132) özel efektler kullanarak fotoğrafların eskimiş nostaljik görünümde kurgulandığı fark edilmiştir ancak bu uygulama fotoğrafın gerçekliği algılanmasına etki etmemektedir. Ayrıca diğer kullanıcı gibi filtreler kusursuz görünüm sunmaktadır. Diğer örneklerle kıyaslandığında fotoğraflarıyla oynadığı için tek eleştiri alan kullanıcıdır.

Poz verirken genelde rahat bir duruş sergiliyor. Eller gövdeden uzak (havada, yanlara açık, şapkasını tutarken) veya cepte, ayaklar yere tam basılı ve açık ve hareket halinde pozları bulunmaktadır. Baş genel olarak dik (49) veya yukarıya kalkık şekilde (19) poz vermektedir.

Fotoğraf çekilen mekân genelde değişmektedir. Yurt içi ve yurtdışından tarihi ve turistik yerler, alışveriş merkezleri, kafe ve restoranlar, sokaklar, kapalı ve açık alanlar tercih edilmektedir. Çekim için özel gidildiği hissettirilen kareler olduğu gibi daha çok günlük hayatında sıradan ve doğal, kendi hayatından kareler gibi bir görünüm sunmaktadır.

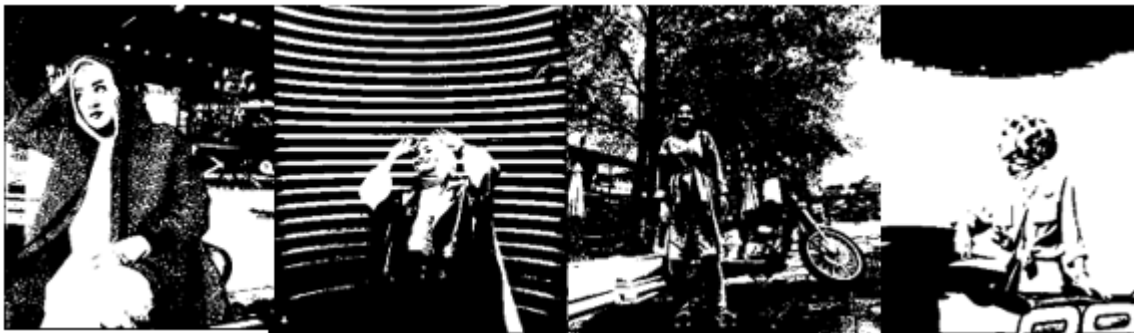
Kıyafet kombini tanıtım amacı olsun veya olmasın farklı ülkelerden (Fransa, Rusya, İspanya, İngiltere İtalya) kareler paylaşmaktadır. Turistik yerlerin haricinde kafe, restoran ve müze paylaşımları da bulunmaktadır. Yurtiçi-yurtdışı seyahatleri, arkadaş ve aile buluşmaları, müze ziyareti, sinemaya gitme boş zaman aktiviteleri olarak sayılabilir.

Takipçilerine karşı mesafeli olduğunu sadece fotoğraflardaki duruşlardan değil yorumlara cevap vermemesi ve onlarla diyaloglardan uzak durması da göstermektedir. (Aralık ayının sonlarına doğru yorumlara daha sık cevap verdiği gözlemlenmiştir. Takipçilerinin eleştirilerini dikkate almış olabilir.) Seçtiği markalar ve gittiği mekânlar üst sınıf ve üst orta sınıfa hitap etmektedir. Dolayısıyla takipçilerinin bu hususta da serzeniş ve eleştirilerini almaktadır (12 paylaşımında yapılan yorumlar).

Başörtülü oluşu takipçilerden bir kısmının tesettürüyle ilgili daha dikkatli ve uygun giyinmesi beklentisini doğurmuştur. Paylaşımlarının yedisinde bu hususta eleştiriler yapılmaktadır. Yorumlardan anlaşıldığına göre (diğer fenomenin de eleştirildiği bir nokta olan) bonesiz, saç köklerini önden gösteren başörtü bağlamasına devam etmemektedir ("Bone takmaya başlamışsın, Allah aratarak daim etsin 😊 çok iyi olmuş 😊"). Takipçilerinden birinin bu tarz eleştirilere verdiği cevaptan ("... tesettürü değil ölçülü giyinmeyi yansıttığını söylemişti") kendisinin tesettürüyle değil stil danışmanı kimliğini ön plana çıkarmaktadır.

Takipçileri tarafından kıyafet kombinleri haricinde takdir edilen bir nokta da nişanlısının fotoğraflarını (Konuya dair tek paylaşımı tek taş yüzükle elinin görüldüğü hikâyesi. Yazılı her hangi bir şey paylaşmadı.) -taleplere rağmen- paylaşmaması. Bu doğrultuda beklenen talepler özel hayata müdahale olarak algılanırken, mahremiyetini koruduğu için takdir alıyor.

Gittiği mekânlar, kullandığı markalar ve mesafe-temas-bakış açısı kodları da göz önünde bulundurulduğunda oluşturduğu imaj; bağımsız, rahat, özgür, kendine güvenen, özgün, beğeni ve tarz bakımından diğerlerinden farklı olarak ifade edilebilir. Duruş ve pozlarından, ağırlıklı olarak ciddi bir yüz ifadesi taşınmaktadır.



3.Tartışma

Gelenek ve Modernite Arasında

Her bir örneğin gelenek ve modernite arasında bir eklemlene yaparak yeni kimlikler kurduğu gözlemlenmektedir ancak kimlik inşa sürecinde iki ögenin kapsam ve boyutları farklılık göstermektedir. Yaşa ve cinsiyete bağlı olarak farklılıklar gözlemlense de örneklem sayısının az oluşu ne genelleme yapmaya ne de bu değerler arası bir ilişki kurmaya müsait değildir.

Goffman, kadınların, erkeklere oranla daha fazla, reklamlarda ellerinin ve parmaklarının bir nesneye veya kendi bedenlerine hafif dokunuşta bulunan -erkekler sıkı sıkı tutan pozlarla gösterilirken- pozlarda gösterildiğini ve kendi bedenine dokunuşun bedeninin hassas ve değerli olduğu mesajını ilettiğini ifade etmektedir (1987, 29-31). Ayrıca Goffman, reklamlarda sunulan beden ve baş eğimli pozların itaatın kabulü,



kendini kabul ettirme, uysallık ve boyun eğmenin ifadesi olduğunu belirtir (1987, 45-46). Bu bağlamda Örnek3'ün paylaşımlarında 'kadınsı dokunuş'a uyan pozlar daha sık görünmektedir. Örnek4 ağırlıklı olarak erkeksi duruş (rahat, ayaklar açık, eller cepte, sert bakış (Schober, 2003, 142-3)) sergilemektedir. Geleneksel anlayışta kadın "uysal, nazık, edilgen ve şefkatli" erkek ise "güçlü, baskın, öz güvene sahip ve başarı hırsı içinde" (Amman, 2012, 24) olarak betimlendiği düşünülürse örnek3'ün duruşu geleneksel kadın imajına duruş bağlamında benzerken örnek4 farklılaşmaktadır.

Bocock, modern kapitalizmde üretim erkeğe ve tüketim ise kadına atfedilerek ikisi arasındaki ilişkinin net bir şekilde ayrıldığını ifade eder; Üretim erkek için etkin bir faaliyet ve güç kaynağı oluştururken tüketim edildir ve kadınlar tükettiklerine yüklenen anlamlar üzerinde denetim sağlayarak var olurlar. Ancak günümüzde kadınlar kadar erkekler de tüketimin bir parçası olmuşlardır. Hem kadınlar hem de erkekler kimliklerini "stil, giyim, beden görünümü ve doğru imajla" elde ediyorlar. "İnsan bedeni - onun kendine olduğu kadar diğerlerine de çekici görünmesi düşüncesi; bedenin cinsel ve erotik çekiciliği; onun bir kimlik ifade etmek için kullanımı- etrafında oluşan tüketim olgusu içinde arzuların gömülü olduğu ve önemli anlamların belirlendiği bir süreç haline gelmiş durumda" (Bocock, 2009, 100- 107).

Dört örneğin paylaşımlarından her birinin görünüm ve imajlarına özen gösterdikleri gözlemlenmektedir. Kadın örnekler başörtü şekilleri, kılık kıyafet ve aksesuar tercihleri ve makyajlarıyla - geleneksel izler taşısalar da- 'başörtülü modern kadın' imajını yeniden üretmekte ve kadın bedenini metalaştırmaktadırlar. Yorumlarda geçen diyaloglardan Örnek3'ün estetik operasyonlar yaptırdığı anlaşılmaktadır. Diğer fenomen ise takipçilerinin bu tarz sorularına olumsuz cevap vermektedir. İslam'a göre bedenin Allah'ın emaneti olduğu ve muhafaza edilmesi gerektiği (TDİ, 2010, 70) düşüncesinden uzaklaşmakta ve tüketim aracına dönüştürülmektedir. Örnek1 görünümüyle ön plana çıkmazken takipçileri nasıl giyindiğine dikkat etmektedir. Bir takipçisi ise bu durumun gerekli olduğunu ifade etmektedir ("Çağın gençlerinin giydiği gibi giyinip bence daha rahat onlarla iletişim kurulabilir"). Örnek2 ise paylaşımlarında kullandığı emojilerle 'havalı' olduğunu ifade ederek dış görünüşüne dikkat çekmektedir (6/9).

Kadın fenomenlerin paylaşımlarına yapılan yorumlardan -genel olarak- takipçilerin tesettürü başörtüsüyle -saçların tamamının gözükmeyecek şekilde örtülmesi- eş değer kıldığı anlaşılmaktadır. Paylaşımlardaki fotoğraflarda kıyafetlerin dar oluşu veya kısa oluşuyla alakalı eleştirilere rastlanılmamakta ancak başörtülerinin saçın önden kökleri gözükecek şekilde bağlanması -her ikisinin de- eleştirilmelerine neden olmuştur. Bu tarz eleştirilere biri moda olduğunu ifade ederek cevap verirken diğeri cevapsız bırakmıştır (Genel olarak yorumlara cevap vermemektedir. Daha sonraki yorumlarda ise bu tarz örtüş biçimini bıraktığı için onu tebrik eden takipçileri olmuştur). Dikkat çeken bir diğer husus ise örnek3'ün takipçilerinden birinin "tam manasıyla kapanma"nın nasip olması için ettiği duasına "âmin" diyerek cevaplarırken diğer fenomenin kendisini tesettürlü olarak değil de "ölçülü" giyinen olarak tanımlamasıdır (takipçilerden birinin eleştirilere cevaben yazdığı yorumda geçmektedir. Daha önceden yayınladığı bir videoda kendisini bu şekilde tanımlıyor). Her ikisinin de "tesettürlü olma" ile ilgili iddialarının bulunmadıkları ve bu şekilde öne çıkmayı da tercih etmedikleri anlaşılmaktadır ancak takipçileri örtülü kimliklerini ön plana çıkarmakta ve gençlere örnek olduklarını düşünmektedirler.

Erkek fenomenlerin de geleneksel erkek kılık kıyafetleriyle uyum olmayan aksesuarlar kullandıkları gözlemlenmiştir. Her ikisinin de boncuk bileklik ve kolye taktığı fotoğraflar vardır. İslami kimlikle ön plana çıkan Örnek1 gümüş renk tercih ederken (İslami kurallara göre erkeğin altın takması uygun değildir) (TDİ, 2010, 86) Örnek2 altın renk tercih etmiştir. Kıyafet tarzı ve renk seçiminde daha esnek oldukları görülmektedir (deri ceketler, kırmızı ve pembe tişörtler, kot pantolon, takım kıyafetler, kravat ve gözlük kullanımı).

"Erkeksi duruş" diye ifade edilen pozlar ağırlıklı olarak örnek2'de gözlemlenmektedir (4 şekilde bacak bacak üstüne atış, eller cepte, ayaklar açık, baş yukarı kalkık şekilde bakış gibi). Örnek1 objektiflere poz veren paylaşımlardan ziyade gün içinde yaşadıkları sıradan şeyleri paylaştığından bu tarz karelere rastlanılmamıştır (sunum yaparken, çocuğuyla ilgilenirken gibi).

Mahremiyet algılarının geleneksel olana göre daha esnek olduğu -derece ve boyutlar farklı olmakla birlikte- gözlemlenmiştir. Her birinin yakın yüz fotoğrafları ve aileleriyle ilgili paylaşımları bulunmaktadır. Bu noktada en esnek davranan Örnek3 ev içi fotoğrafları, çocuk ve eşinin fotoğrafları ve aile içinde yaşanan sıkıntıları paylaşmaktadır. Örnek2 nişanlıyla fotoğraflarını paylaştığı ayrı bir hesap kullanmakta ve kimi zaman eleştirilere maruz kalan samimi pozları bulunmaktadır. Örnek1 çocuğunun fotoğraflarını yüzünü kapatarak yayınlarken eşinin -daha önceki paylaşımlarda- arkadan çekilmiş fotoğraflarını paylaşmıştır. Örnek4'ün yakın çekim fotoğrafları bulunmasına rağmen nişanlıyla ilgili bir paylaşımında bulunmamaktadır. Örnek1'in fotoğraf paylaşırken çocuğunun yüzünü kapatması mahremiyet algısından



ziyade nazar inancından kaynaklandığı gözlemlenmektedir. Başka çocukların fotoğraflarının velisinin izniyle paylaşıldığı anlaşılmıştır ve takipçileri tarafından eleştirilmiştir.

Boş zaman, "Bireyin çalışma ve diğer görevlerinden sonra özgür olarak dinlenme, eğlenme, toplumsal başarı ya da kişisel gelişmesi için kullandığı zaman" olarak tanımlanır (Tezcan, 1993, 10). Çalışma ve boş zamanın bir birinden ayrılması modern zamanın bir sonucudur. Ancak bu iki zaman dilimini bir birinden net bir şekilde ayıramaz. Dumazedier, çalışma dışı zorunluluklara "yarı-boş zaman" etkinlikleri diyor (ev işleri için gerekli zaman, ailesel görevler için harcanan zaman gibi). Burada ayırıcı olan unsur kişinin tutumudur (Mesela bir baba çocuğuyla oynarken bunu görevi olduğu için mi yapıyor yoksa eğlenmek için mi?) (aktaran Tezcan, 1993, 9). Fenomenlerin, paylaşımları üzerinden ücret alabildiği instagram örneği ise bu iki zaman dilimini muğlaklaştıran ayrı bir unsur olarak karşımıza çıkıyor. Takipçi sayısı ve etkileşim oranı (beğeni ve yorum sayısı) fenomenlerin ücret alma ve bu ücretin miktarına etki eden unsurlar. Dolayısıyla yapılan her bir paylaşımın maddi çıkar gütmeye olasılığı bulunmaktadır. Örneğin ilgisiz paylaşımlarını moda ile ilgili etiketlerle yayınlaması veya fotoğraflara yaptığı açıklamaların etiketlerle ilgisinin olmayışı bunun bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Lefebvre, gündelik hayatın "çalışma, ailevi ve özel yaşam ve boş vakit" öğelerinin bir birinden ayrılmasını yabancılaşma içerdiği için eleştirir. Başlangıçta boş vakit gündelik hayatın diğer öğelerinden ayrılması güç "küresel ve farklılaşmamış bir faaliyete" tekabül ederken ikinci düzeyde, televizyon izlemek gibi, "pasif tutumlar"a, üçüncü düzeyde ise, resim yapmak gibi, profesyonel olmayan "teknik bir unsur içeren aktif tutumlara" dönüşmektedir. Değerlendirme düzeyine göre kimileri zenginleşirken kimileri de yoksullaşır; "sonuçta kimileri boşluk içine kaçışı içerir", kimileri ise kültürel bir değerlendirmeye "doğa"ya, dolaysız ve hissedilir yaşama kavuşurlar" (Lefebvre, 2013, 37-38). Bu bağlamda örnekleri değerlendirdiğimizde her bir örneğin pasif tutumlarla boş zamanlarını değerlendirdiği paylaşımları bulunmaktadır.

4.Sonuç

Instagram üzerinden paylaşımlarını analiz ettiğimiz dört kullanıcının da boyut ve kapsamı farklı olmakla birlikte paylaşımlarının ve onlara eşlik eden yorumların modern ve muhafazakâr ortak öğeler taşıdığı gözlemlenmiştir. Özetle kılık kıyafet ve dış görünüş ön plana çıkmakta; mahremiyet kavramının kapsamı daralmakta; boş vakit, çalışma ve özel-aile hayatı sınırları sosyal medya üzerinden yeniden şekillenmekte; tesettür kavramı yeniden üretilmekte; kadın-erkek rolleri geleneksel öğeler taşımakla beraber kadınlar daha özgür ve bağımsız imajlar çizerken erkeklerde geleneksel olarak görülen ağır başlı, ciddi duruş azalmaktadır.

Sosyal medyanın artan önemine rağmen ülkemizde, özellikle de genç nüfusun yoğun olduğu göz önünde bulundurulursa, bu alanda yapılan çalışmalar yeterli değildir. Araştırma örneğinin küçük oluşu ve amaçlı seçilmesinden dolayı sonuçlar genelleme yapabilmek için yeterli değildir dolayısıyla örneklem sayısı artırılarak çalışma tekrar edilebilir.

KAYNAKÇA

- Amman, Tayfun. (2012). Sosyolojik Boyutlarıyla Toplumsal Cinsiyet. *Dini ve Toplumsal Boyutlarıyla Cinsiyet I*. İstanbul: Ensar Neşriyat
- Bocock, R. (1992). The Cultural Formations of Modern Society. *Formations of Modernity*, s. 229-274.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. (İ. Kutluk Çev.) Dost Kitabevi.
- Goffman, Erving, (1987). *Gender Advertisement*. Harper Torchbooks.
- Hansen, A., Cottle, S., Newbold, C., & Negrine, R. (1998). *Mass Communication Research Methods*. NYU Press.
- Jewitt, C., & Oyama, R. (2001). Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. *The Handbook of Visual Analysis*, s. 134-156. London: Sage.
- Lefebvre, H. (2013). *Gündelik Hayatın Eleştirisi*. Sel Yayıncılık.
- Lister, M, Wells, Liz (2001) Seeing Beyond Belief: Cultural Studies as an Approach to Analysing the Visual. *The Handbook of Visual Analysis*. s. 61-91. London: Sage.
- Parsa, S., & Parsa, A. F. (2013). *Göstergebilim Çözümlenmeleri*. Ege Üniversitesi.
- Schober, O. (2003). *Beden dili (Davranış Anahtarı): Beden Dilinin Günlük Yaşantımızdaki Yeri ve Faydaları*. (S. Özbent Çev.) Arion.
- Tezcan, M. (1993). *Boş Zamanlar Sosyolojisi*. Ankara Üniversitesi.
- Türkiye Diyanet İşleri, (2010). *İlmihal İslam ve Toplum*, (c.2). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and Iconography. *The Handbook of Visual Analysis*, s. 92-118. London: Sage.