

**FİTNESS ALANINDAKİ KİŞİSEL ANTRENÖRLERİN INSTAGRAM'DAKİ
BEDENSEL SERMAYE SUNUMLARININ BOURDİEU VE GOFFMAN'IN
YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Deniz BENZER

Eskişehir 2019

**FİTNESS ALANINDAKİ KİŞİSEL ANTRENÖRLERİN INSTAGRAM'DAKİ
BEDENSEL SERMAYE SUNUMLARININ BOURDİEU VE GOFFMAN'IN
YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Deniz BENZER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İletişim Tasarımı ve Yönetimi

Danışman: Doç. Dr. Figen ÜNAL ÇOLAK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

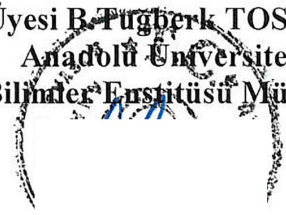
Deniz BENZER'in "Fitness Alanındaki Kişisel Antrenörlerin Instagram'da Bedensel Sermaye Sunumlarının Bourdieu ve Goffman'ın Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi" başlıklı tezi 28 Haziran 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Figen ÜNAL ÇOLAK

Üye : Doç.Dr.Hasan ÇALIŞKAN

Üye : Dr.Öğr.Üyesi Kadriye UZUN

Dr.Öğr.Üyesi B. Tugberk TOSUNOĞLU
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Vekili



ÖZET

FİTNESS ALANINDAKİ KİŞİSEL ANTRENÖRLERİN INSTAGRAM'DAKİ BEDENSEL SERMAYE SUNUMLARININ BOURDİEU VE GOFFMAN'IN YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Deniz BENZER

İletişim Tasarımı ve Yönetimi

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2019

Danışman: Doç. Dr. Figen ÜNAL ÇOLAK

1960'lı yıllar ve sonrasındaki dönemde yaşanan toplumsal ve teknolojik birçok gelişme, gündelik yaşamı önemli ölçüde değiştirmiştir. Kimlik kavramı da bu dönüşüm ile birlikte en çok anlam değiştiren kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Öncesindeki dönemlerde kimlikler insanların içine doğdukları toplumsal koşullara göre aileleri, dahil oldukları sınıf, yaşadıkları coğrafya gibi öğelere göre şekillenirken postmodern, sanayi sonrası, akışkan gibi farklı tanımlara sahip günümüzde, bireyin içinde bulunduğu koşullara ek olarak bireysel eğilimler aracılığı ile edinilen bir olguya dönüşmüştür. Bugün kimlikler aile, sınıf ya da belli coğrafya özelinden ziyade daha mikro düzeyde; çevreci olmak, vegan olmak, sağlıklı olmak, gibi kişisel edim ve ilgi alanları üzerine temellenmektedir. Bu yüzden bireysel eğilim ve eylemler, bir başka deyişle bireylerin kendilerini sunuş biçimi kimliklerin anlaşılması açısından önemli bir yere sahiptir.

Kişilerin kimliklerini inşa etme sürecinde ise medya kritik bir yere sahiptir. Geleneksel medya bireylere benimseyebilecekleri çeşitli kimlik kategorileri sunarken yeni medya buna ek olarak, bireylere kişisel kimliklerini sunma imkânı da sunmaktadır. Buradan yola çıkarak, bugün birçok sosyal medya platformundaki kullanıcının profilinin kişisel kimliğinin bir yansıması olduğu söylenebilir.

Sağlıklı yaşam tarzının bir alt başlığı olarak değerlendirilebilecek fitness hareketinin günümüz popüler kimlik kategorilerinden birini oluşturduğu ileri sürülebilir. Fitnessin günlük yaşamdakine benzer şekilde sosyal medya platformlarında da popüler bir hareket olduğu düşünülebilir. Bedensel görünüm ile yakından ilişkili olması nedeni ile verileri görsel paylaşıma dayanan Instagram ve fitness arasında özel bir ilişki olduğu

söylenabilir. Ancak beden konusunda da, kimlik ile kişisel deneyim ve tercihleri arasındaki ilişkiye benzer bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle herkesin sahip olduğu bedensel sermaye ve bu sermayeyi kullanım biçimi birbirinden farklıdır.

Bu bağlamda, çevrimiçi hizmet veren sekiz kişisel antrenörün Instagram'daki 49 paylaşımı, doküman incelemesi kullanılarak göstergebilim ve söylem analizi yöntemi ile incelenmiş, Bourdieu ve Goffman'ın yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulguları, kişisel antrenörlerin benlik sunumlarını, sahip oldukları sermaye türünün yüksekliğine göre şekillendirdiklerine ve bedensel sermaye ile kültürel sermaye arasında güçlü bir ilişki olduğuna işaret eder konumdadır.

Anahtar kelimeler: Bedensel Sermaye, Bourdieu, Kişisel Antrenör, Goffman, Instagram

ABSTRACT

EVALUATING THE BODILY CAPITAL PRESENTATIONS OF PERSONAL TRAINERS ON INSTAGRAM ON THE BASIS OF BOURDIEU AND GOFFMAN’S APPROACHES

Deniz BENZER

Department of Communication Design and Management

Anadolu University Institute of Social Sciences, June 2019

Advisor: Assoc. Prof. Figen ÜNAL ÇOLAK

Various social and technological developments which took shape in the 1960s and after have changed daily life significantly. These transitions have made the concept of identity one of the most changing concepts. In this day and age -which has different definitions such as “postmodern”, “post-industrial” and “fluid”-, identity has become a phenomenon acquired through individual tendencies in addition to the conditions of the individual, while in previous periods it was shaped according to the social conditions which people were born in, their families, the class they belong to, and the geography they live in. Today, instead of family, class or geography, identities are based on more micro-level personal achievements and interests like being environmentalist, being vegan or being healthy. Therefore, individual tendencies and actions, in other words, the way individuals present themselves, have an important place in terms of understanding identities.

As to the process of building the identities of individuals, media has a critical place. Traditional media provides individuals with various categories of identity that they can indigenise, new media additively offers the opportunity to present their identity. Based on this, it can be said that the profiles on many social media platforms are the reflections of the personal identity of the owners

Fitness movement, which can be noted as a subheading of a healthy lifestyle, can be considered as one of the most popular identity categories of today. Therewithal, similar to the daily life, fitness can also be considered as a popular movement on social media

platforms. Since the body form is closely related to appearance, it can be said that there is a special relationship between fitness and Instagram, whose data is based on visual sharing. However, about body, there is a similar relationship between identity and personal experience and preferences. Therefore, the physical capital that everyone has and the way they use it are different.

In this context, 49 posts of eight personal trainers who provide online services on Instagram were examined by semiotics and discourse analysis using document examination and evaluated within the framework of Bourdieu and Goffman's approaches. The findings of this study indicate that personal trainers shape their self-presentations according to the level of the capital that they have and that there is a strong relationship between bodily capital and cultural capital.

Key Words: Bodily Capital, Bourdieu, Personal Trainer, Goffman, Instagram

TEŞEKKÜR

Öncelikle akademik yolculuğumun ilk adımlarından bu yana bana verdiği akademik ve sosyal destek, gösterdiği anlayış ve bunlardan çok daha önemlisi samimi ve yardımsever yaklaşımları adına, danışmanım Doç. Dr. Figen ÜNAL Çolak’a çok teşekkür ederim.

Dr. Öğr. Üyesi Aysel Kayoğlu ve Dr. Öğr. Üyesi Ufuk Eriş’in ‘ufuk’ açan sohbetleri ve kendimi geliştirebilmem için can-ı gönülden verdikleri akademik ve sosyal destek, bu yolda beni her zaman cesaretlendirmiştir. Bunun için onlara çok teşekkür ederim.

Bu çalışmanın ortaya çıktığı süreç boyunca benimle birlikte ‘gündelik yaşamına ara veren’ değerli dostum Nura Aliosman’a, her sıkıştığım da telefonun diğer ucunda olan değerli dostum Mehmet Can Çarpar’a çok teşekkür ederim.

Bu yoğun süreçte her zaman bana destek olmuş, keyifli ve sıcak sohbetleri ile nefes alabilmemi sağlamış çok değerli dostlarım; Hande Aral’a, Fatih Çalışkan’a, Cahide Karav’a, Elif Sipahioğlu’na, Osman Uluçay’a ve Zehra Yıldız’a ayrıca çok teşekkür ederim.

Son olarak anne, baba ve anneannemin bana karşı sergilediği fedakâr ve özverili tutumun akademi ile ilgili hayaller kurabilecek vizyona erişmemde payı büyüktür. Kendim olabilmem ve kendim kalabilmem için verdikleri tüm çaba adına onlara sonsuz teşekkür ederim.

Deniz Benzer

28/06/2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Deniz BENZER

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANAMESİ.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xx
GÖRSELLER DİZİNİ	xxi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Problemi	5
1.2. Araştırmanın Amacı.....	6
1.3. Araştırmanın Önemi	7
1.4. Sınırlılıklar	7
1.5. Tanımlar	7
2. ALANYAZIN.....	10
2.1. Toplumsal ve Teknolojik Dönüşüm	10
2.1.1. Modern Dünyanın Oluşumu	10
2.1.1.1. Aydınlanma düşüncesi ve onun bir sonucu olarak Fransız devrimi	10
2.1.1.2. Sanayi devrimi, Taylorizm ve Fordizm	12
2.1.1.2. Modern ve Modernlik.....	14
2.1.1.3. Endüstri toplumunda medyanın rolü ve kitle kültürü.....	16
2.1.1.4. Kimlik, kişisel kimlik ve benlik	20
2.1.1.5. Modernite ve Kimlik.....	22
2.1.2. Postmodernite.....	26

2.1.2.1. Lyotard büyük anlatıların anlamını yitirmesi	26
2.1.2.3. Daniel Bell enformasyon toplumu	28
2.1.2.4. Manuel Castells ağ toplumu	30
2.1.2.5. Jean Baudrillard simülasyon ve simülarklar ekseninde tüketim toplumu.....	31
2.1.2.6. Postmodern kimlik ve benlik	33
2.1.3. Dijital Teknolojilerin Gelişim Süreçleri ve Özellikleri.....	35
2.1.3.1. İnternetin ortaya çıkışı ve gelişme süreci	35
2.1.3.2. Web 2.0	36
2.1.3.3. Yeni medya geleneksel medya ayrımı	38
2.1.3.4. Sosyal medya platformları	40
2.1.3.4.1. Sosyal ağlar	42
2.1.3.4.1. Instagram	43
2.2. Kişisel Antrenörler ve Bedensel Sermaye	49
2.2.1. Beden üzerine teorik tartışmalar.....	49
2.2.1.1. Brayn Turner ve bedensel toplum.....	49
2.2.1.2. Elias ve medenileştirilmiş beden.....	50
2.2.1.3. Foucault: biyoiktidar bağlamında disiplinize edilmiş bedenler	51
2.2.1.4. Shilling ve proje beden	52
2.2.1.5. Ulrich Beck: Risk ve beden	54
2.2.2. Bourdieu ve temel kavramları	55
2.2.2.1. Alan	56
2.2.2.2. Sermaye	57
2.2.2.3. Habitus.....	60
2.2.3. Vücut geliştirmenin tarihsel gelişimi.....	61
2.2.4. Fitness antrenörlüğü ve görevleri.....	69
2.2.5. Bedensel sermaye	73
2.2.6. Goffman'ın Dramaturjik Yaklaşımı ve Goffman'ı Bourdieu ile Okumak	80
2.2.7. Goffman'ı sosyal medyaya uyarlamak.....	89
3. YÖNTEM.....	93

3.1. Araştırmanın Deseni	93
3.2. Araştırmanın Katılımcıları.....	93
3.3. Verilerin Toplanması	94
3.4. Verilerin Çözümlemesi	95
3.5. Araştırma ve Etik	96
4. BULGULARIN YORUMLANMASI	97
4.1. Kişisel Antrenör 1.....	97
4.1.1. Profil biyografisi.....	97
4.1.2. Profil fotoğrafı.....	98
4.1.1.1. Düz anlamsal açıklama.....	98
4.1.1.2. Yan anlamsal değerlendirme	99
4.1.3. Antrenman fotoğrafı.....	99
4.1.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	99
4.1.3.2. Fotoğraf altı yazısı	100
4.1.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	101
4.1.4. Öncesi sonrası fotoğrafı.....	101
4.1.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	101
4.1.4.2. Fotoğraf altı yazısı	102
4.1.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	102
4.1.5. Kişisel fotoğraf.....	103
4.1.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	103
4.1.5.2. Fotoğraf altı yazısı	104
4.1.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	104
4.1.6. Strateji fotoğrafı.....	105
4.1.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	105
4.1.6.2. Fotoğraf Altı Yazısı.....	106
4.1.6.3. Yan anlam değerlendirmesi	106
4.1.7. Grup fotoğrafı	107
4.1.7.1. Düz anlamsal açıklama.....	107
4.1.7.2. Fotoğraf altı yazısı	108

4.1.7.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	109
4.1.8. KA1 genel değ�erlendirme	109
4.2. Kişisel antren�r 2.....	111
4.2.1. Profil biyografisi.....	111
4.2.2. Profil fotoğrafi	112
4.2.2.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	112
4.2.2.2. Yan anlam değ�erlendirmesi	112
4.2.3. Antrenman fotoğrafi	113
4.2.3.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	113
4.2.3.2. Fotoğraf altı yazısı	113
4.2.3.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	114
4.2.4. �nce sonra fotoğrafi	114
4.2.4.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	114
4.2.4.2. Fotoğraf altı yazısı	115
4.2.4.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	116
4.2.5. Kişisel fotoğraf	117
4.2.5.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	117
4.2.5.2. Fotoğraf altı yazısı	117
4.2.5.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	118
4.2.6. Strateji fotoğrafi.....	119
4.2.6.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	119
4.2.6.2. Fotoğraf altı yazısı	119
4.2.6.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	120
4.2.7. Grup fotoğrafi	121
4.2.7.1. D�z anlamsal a�ıklama.....	121
4.2.7.2. Fotoğraf altı yazısı	121
4.2.7.3. Yan anlam değ�erlendirmesi	122
4.8. KA2 genel değ�erlendirme	122
4.3. Kişisel antren�r 3.....	124
4.3.1. Profil Biyografisi	124

4.3.2. Profil fotoğrafı.....	125
4.3.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	125
4.3.2.2. Yan anlam değerlendirmesi	125
4.3.3. Antrenman fotoğrafı.....	126
4.3.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	126
4.3.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı.....	126
4.3.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	127
4.3.4. Öncesi sonrası fotoğrafı.....	127
4.3.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	127
4.3.4.2. Fotoğraf altı yazısı	129
4.3.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	130
4.3.5. Kişisel fotoğraf	130
4.3.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	130
4.3.5.2. Fotoğraf altı yazısı	131
4.3.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	132
4.3.6. Strateji fotoğrafı.....	132
4.3.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	132
4.3.6.2. Fotoğraf altı yazısı	133
4.3.7. Strateji fotoğrafı II.....	134
4.3.7.1. Düz anlamsal açıklama.....	134
4.3.7.2. Fotoğraf altı yazısı	135
4.3.7.3. Yan anlam değerlendirmesi	135
4.3.8. Grup fotoğrafı	136
4.3.8.1. Düz anlamsal açıklama.....	136
4.3.8.2. Fotoğraf altı yazısı	137
4.3.8.3. Yan anlam değerlendirmesi	137
4.3.9. KA3 genel değerlendirme	138
4.4. Kişisel antrenör 4.....	140
4.4.1. Profil Biyografisi	140
4.4.2. Profil fotoğrafı.....	141
4.4.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	141

4.4.2.2. Yan anlam değerlendirmesi	141
4.4.3. Antrenman fotoğrafı	142
4.4.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	142
4.4.3.2. Fotoğraf altı yazısı	143
4.4.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	143
4.4.4. Kişisel fotoğraf	144
4.4.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	144
4.4.4.2. Fotoğraf altı yazısı	145
4.4.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	145
4.4.5. Strateji fotoğrafı.....	146
4.4.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	146
4.4.5.2. Fotoğraf altı yazısı	147
4.4.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	148
4.4.6. Grup fotoğrafı	148
4.4.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	148
4.4.6.2. Fotoğraf altı yazısı	149
4.4.6.3. Yan anlam değerlendirmesi	150
4.4.7. KA4 genel değerlendirme	150
4.5. Kişisel antrenör 5.....	152
4.5.1. Profil Biyografisi	152
4.5.2. Profil fotoğrafı.....	153
4.5.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	153
4.5.2.2. Yan anlam değerlendirmesi	153
4.5.3. Antrenman fotoğrafı	153
4.5.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	153
4.5.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı.....	154
4.5.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	155
4.5.4. Kişisel fotoğraf	155
4.5.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	155
4.5.4.2 Fotoğraf altı yazısı	156
4.5.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	157

4.5.5. Strateji fotoğrafı.....	157
4.5.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	157
4.5.5.2. Fotoğraf altı yazısı	158
4.5.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	159
4.5.6. KA5 Genel değerlendirme.....	159
4.6. Kişisel antrenör 6.....	160
4.6.1. Profil biyografisi.....	160
4.6.2. Profil fotoğrafı.....	161
4.6.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	161
4.6.2.2. Yan anlam değerlendirmesi	162
4.6.3. Antrenman fotoğrafı.....	162
4.6.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	162
4.6.3.2. Fotoğraf altı yazısı	163
4.6.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	164
4.6.4. Öncesi sonrası fotoğrafı.....	164
4.6.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	164
4.6.4.2. Fotoğraf altı yazısı	165
4.6.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	166
4.6.5. Kişisel fotoğraf	167
4.6.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	167
4.6.5.2. Fotoğraf altı yazısı	168
4.6.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	168
4.6.6. Strateji fotoğrafı.....	169
4.6.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	169
4.6.6.2. Fotoğraf altı yazısı	170
4.6.6.3. Yan anlam değerlendirmesi	171
4.6.7. Grup fotoğrafı	171
4.6.7.1. Düz anlamsal açıklama.....	171
4.6.7.2. Fotoğraf altı yazısı	172
4.6.7.3. Yan anlam değerlendirmesi	173
4.6.8. KA6 genel değerlendirme.....	173

4.7. Kişisel antrenör 7.....	175
4.7.1. Profil Biyografisi	175
4.7.2. Profil fotoğrafı.....	176
4.7.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	176
4.7.2.2. Yan anlam değerlendirmesi	176
4.7.3. Antrenman fotoğrafı.....	177
4.7.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	177
4.7.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı.....	178
4.7.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	179
4.7.4. Öncesi sonrası fotoğrafı.....	179
4.7.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	179
4.7.4.2. Fotoğraf altı yazısı	180
4.7.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	181
4.7.5. Kişisel fotoğraf	182
4.7.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	182
4.7.5.2. Fotoğraf altı yazısı	182
4.7.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	183
4.7.6. Strateji fotoğrafı.....	184
4.7.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	184
4.7.6.2. Fotoğraf altı yazısı	185
4.7.6.3. Yan anlam değerlendirmesi	186
4.7.7. Strateji fotoğrafı II.....	186
4.7.7.1. Düz anlamsal açıklama.....	186
4.7.7.2. Fotoğraf altı yazısı	187
4.7.7.3. Yan anlam değerlendirmesi	187
4.7.8. Grup fotoğrafı	188
4.7.8.1. Düz anlamsal açıklama.....	188
4.7.8.2. Fotoğraf altı yazısı	189
4.7.8.3. Yan anlam değerlendirmesi	189
4.7.9. KA7 genel değerlendirme	190
4.8. Kişisel Antrenör 8.....	192

4.8.1. Profil biyografisi.....	192
4.8.2. Profil fotoğrafı.....	193
4.8.2.1. Düz anlamsal açıklama.....	193
4.8.2.2. Yan anlam değerlendirmesi.....	193
4.8.3. Antrenman fotoğrafı.....	194
4.8.3.1. Düz anlamsal açıklama.....	194
4.8.3.2. Fotoğraf altı yazısı	194
4.8.3.3. Yan anlam değerlendirmesi	196
4.8.4. Öncesi sonrası fotoğrafı.....	196
4.8.4.1. Düz anlamsal açıklama.....	196
4.8.4.2. Fotoğraf altı yazısı	197
4.8.4.3. Yan anlam değerlendirmesi	198
4.8.5. Kişisel fotoğraf	198
4.8.5.1. Düz anlamsal açıklama.....	198
4.8.5.2. Fotoğraf altı yazısı	199
4.8.5.3. Yan anlam değerlendirmesi	200
4.8.6. Strateji fotoğrafı.....	200
4.8.6.1. Düz anlamsal açıklama.....	200
4.8.6.2. Fotoğraf altı yazısı	201
4.8.6.3. Yan anlam değerlendirmesi	202
4.8.7. Strateji fotoğrafı II.....	203
4.8.7.1. Düz anlamsal açıklama.....	203
4.8.7.2. Fotoğraf altı yazısı	204
4.8.7.3. Yan anlam değerlendirmesi	205
4.8.8. Grup fotoğrafı	205
4.8.8.1. Düz anlamsal açıklama.....	205
4.8.8.2. Fotoğraf altı yazısı	207
4.8.8.3. Yan anlam değerlendirmesi	207
4.8.9. KA8 genel değerlendirme.....	208
4.9. Bulguların Sermaye Tiplerine Göre Yorumlanması.....	210

4.9.1. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve ekonomik sermaye	
.....	211
4.9.2. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve kültürel sermaye	
.....	213
4.9.3. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve sosyal sermaye	
.....	217
4.9.4. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve simgesel sermaye	
.....	220
4.9.5. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve bedensel sermaye	
.....	221
4.9.6. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörlerin sahip oldukları	
sermayeler bağlamında strateji ve performansları	230
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	234
KAYNAKÇA	243
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. Daniel Bell, Enformasyon Toplumu (Bell, 1973, s. 359 aktaran: Baran, 1992, s. 59).....	29
Tablo 2.2. Web 1.0, Web 2.0 Karşılaştırması (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012, s. 3).....	37
Tablo 2.3. Antrenör Eğitim Programı	71

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Bazı Önemli Sosyal Medya Platformlarının Kuruluş Yıllarına Göre Zaman Çizelgesi (Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B., 2007, s. 212).....	41
Şekil 2.2. Proje Beden Bileşenleri Tablosu (Stewart, Smith ve Moroney, 2013, s. 545).....	76

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 2.1. Eugene Sandow, 1901	63
Görsel 2.3 Atlas'ın Vücut Geliştirme Egzersizleri ile İlgili Kitabının Reklamı, 1942 ..	65
Görsel 2.4. Pumping Iron Film Afişi	67
Görsel 4.1. KA1, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019.	97
Görsel 4.2. KA1, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 ...	100
Görsel 4.3. KA1, Öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instangram ekran görüntüsü, 2019.....	102
Görsel 4.4. KA1, Kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	104
Görsel 4.5. KA1, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	106
Görsel 3.6. KA1, Grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	108
Görsel 4.7. KA2, Profil Biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	111
Görsel 4.8. KA2, Antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 ..	113
Görsel 4.9. KA2, Öncesi Sonrası Fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	115
Görsel 4.10. KA2, Kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	117
Görsel 4.11. KA2, Strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	119
Görsel 4.12. KA2, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	121
Görsel 4.13. KA3, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	124
Görsel 4.14. KA3, Antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	126
Görsel 4.15. KA3, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	129
Görsel 4.16. KA3, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	131
Görsel 4.17. KA3, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	133
Görsel 4.18. KA3, strateji II fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019....	135

Görsel 4.19. KA3, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	137
Görsel 4.20. KA4, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	140
Görsel 4.21. KA4, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 .	143
Görsel 4.22. KA4, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	145
Görsel 4.23. KA4, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	147
Görsel 3.24. KA4, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	149
Görsel 4.25. KA5, profil biyografisi, ekran görüntüsü, 2019	152
Görsel 4.26 KA5, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 ..	154
Görsel 4.27. KA5, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	156
Görsel 4.28. KA5,strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	158
Görsel 4.29. KA6, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	160
Görsel 4.30. KA6, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 .	163
Görsel 4.31. KA6, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	165
Görsel 4.32. KA6, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	168
Görsel 4.33. KA6, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	170
Görsel 4.34. KA6, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	172
Görsel 4.35. KA7, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	175
Görsel 4.36. KA7, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 .	178
Görsel 4.37. KA7, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	180
Görsel 4.39. KA7, kişisel fotoğraf altı yazısı, ekran görüntüsü, 2019	182
Görsel 4.40. KA7, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	185
Görsel 4.41. KA7, strateji II fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019....	187
Görsel 4.42. KA7, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	189

Sayfa

Görsel 4.43. KA8, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019	192
Görsel 4.44. KA8, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019 .	194
Görsel 4.45. KA8, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019.....	197
Görsel 4.46. KA8, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	199
Görsel 4.47. KA8, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	201
Görsel 4.48. KA8, strateji II fotoğraf altı yazısı, ekran görüntüsü, 2019.....	204
Görsel 4.49. KA8, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019	207

1. GİRİŞ

Toplumsal ve teknolojik birçok gelişme, özellikle 1960 ve sonrasındaki yıllarda gündelik yaşamı yoğun bir şekilde değiştirmiştir. İktisadi ve siyasi alanda kapitalizm, ulusötesi kapitalizmine dönüşmüş, liberal politikalar yerini neoliberal politikalara bırakmış, üretim fordizmden postfordizme kaymış, bilgisayar ve internet teknolojileri doğmuş ve diğer alanlardaki ihtiyaçlara karşılık verecek şekilde gelişmiş, bir yandan da onları dönüştürmüştür (Castells, 2010).

Böylesine büyük ve hızlı bir değişim sürecinin yaşanması şüphesiz ki bilim ve kültür alanında da yeni bakış açılarının ve kavramların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Popüler kültür ve tüketim kültürü göz ardı edilemeyecek şekilde gündelik yaşamın merkezine yerleşmiş, bu durumsa sosyal bilimlerde makro çalışmalardan mikro alanlara doğru bir eğilim yaratmıştır (Lyotard, 1997). Bu eğilimle birlikte sosyal bilimciler sınıf kavramının yanı sıra benlik ve kimlik gibi kavramlarla da ilgilenmeye başlamışlar ve böylece sosyal bilimlerde birey –tartışmalı da olsa- aktif bir özne olarak incelenebilmeye başlamıştır (Giddens, 2010).

Hall’e (1995, s. 109-124) göre bu süreçte “kolektif toplumsal özneler, sınıf, ulus ya da etnik özneler parçalanmaya uğramış ve çoğullaşmış hale gelirken, birey özne daha çok önem kazanmaktadır”. Ancak Featherstone’a göre ise (1996, s. 189) öznenin ön plana çıkması pek de özgürlük anlamına gelmemektedir, bu durum kapitalist ekonominin biçim değiştirerek üretim odağından tüketim odağına kaymasının sonucudur; kimlikler, Frankfurt Okulu çalışmalarındaki gibi bireyi bütüncül bir yaklaşımla değil, çeşitli alternatifler aracılığı ile parça parça ve sürekli yeniden inşa edilebilecek şekilde oluşmaya başlamıştır.

Yaşanan bu dönüşümler ile birlikte ‘kişiye ait olan’ beden de bireysel kimliğin bir parçasına dönüşmüştür. Shilling’e (1993) göre tüketim toplumu, popüler kültür ve beden üçgenindeki ilişki bedeni; estetik ameliyatlar, genetik müdahaleler ve spor gibi eylemler aracılığı ile isteğe bağlı olarak sınırsız bir şekilde biçimlendirilmesi gereken bir projeye dönüştürmüştür.

Bedeni dönüştürülebilir bir nesne olarak görüp günümüzdekine benzer biçimde vücudunu şekillendiren ilk kişi Eugene Sandow’dur. 20. Yüzyılın ilk yıllarında beden ile ilgilenmeye başlayan Sandow, aynı zamanda Antik Yunan Heykellerini ölçerek, ideal

kaslı bedeninin genişliğinin ne kadar olması gerektiği ile ilgili ilk fikir üreten kişidir (Kimmel, 2004). Sandow için kaslı bir bedene sahip olmak sağlıklı, erkeksi ve güçlü olmak anlamına geliyordu. Hemen ardından gelen vücut geliştirme ile ilgilenen bir diğer önemli isim ise Charles Atlas'tır. Atlas, Sandow'a ek olarak kaslı bir bedene sahip olmayı tanrının emanetine iyi bakan Hristiyan, sağlıklı ve bilinçli nesil, vatandaş, ulus gibi modernitenin kavramları ile eşleştirmiştir. Aynı zamanda ilk vücut geliştirme yarışmasını organize ederek vücut geliştirme alanının kurumsallaşmasına katkılar sağlamıştır (Andreasson ve Johansson, 2014).

Bahsedilen dönem, aynı zamanda sanayileşmeden kaynaklı çeşitli sağlık sorunlarının ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu yüzden vücut geliştirme modernite ile olduğu kadar sanayi devriminin olumsuz sonuçları ile de yakından ilişkilidir. YMCA (Young Men's Christian Association/ Genç Hristiyan Erkekler Birliği) küresel ölçekte bir organizasyon olarak sanayi devriminin sağlıksız sonuçları ile mücadele eden bir oluşumdur. Voleybol ve basketbolun tanımını yapıp kurallarını koyacak kadar etkin bir biçimde sporla ilgilenen YMCA'nın, Sandow ve Atlas gibi isimlerin değer ve amaçlarını yayabilmeleri konusunda katkısı büyüktür. Böylece YMCA, Sandow, Atlas gibi figürler ile birlikte toplumsal alanda vücut geliştirme bir alt kültür olarak ortaya çıkmıştır (Lynn, 2012).

Vücut geliştirmenin günlük hayatın merkezine yerleşmesi ise 1965 yılında Joe Gold'un açtığı Gold Gym ile olmuştur. Eski bir vücut geliştirmeci olan Gold, spor salonlarının vücut geliştirmecilerin keyifli bir şekilde zaman geçirmelerine izin vermediğini düşünüyordu. Bu düşünceyle o güne kadar görülmemiş lüks ve kapsamlı bir spor salonu açmıştır. Birkaç yıl sonra ünü yayılan Gold Gym; Frank Zane, Arnold Schwarzenegger, Franco Columbu gibi vücut geliştirmenin ikonlaşan isimlerine ev sahipliği yapmıştır. Gold Gym'in giderek ünlü bir mekâna dönüşerek amacından saparak ticarethaneye dönüşmesinden rahatsız olan Joe Gold, 1975 yılında spor salonunu satarak sektörden çekilmiştir. Gold Gym'in yeni sahibi ise ticari getirisini daha da arttırmak için vücut geliştirmenin hedef kitlesini arttırmak istemiş ve bu nedenle vücut geliştirmecilerin hayatını anlatan *Pumping Iron* filmine sponsor olmuştur (Schwarzenegger, 1993).

Pumping Iron başarılı olmuş ve vücut geliştirme kültürü günlük yaşamın merkezine yerleşmiştir. Bu sürecin ardından Hollywood, vücut geliştirme ile ilgili filmler çekmeye ve normal filmlerindeki ideal erkeği kaslı erkek bedenine sahip olarak temsil etmeye

başlamıştır (Johansson ve Andreasson, 2016). Ancak bu hızlı yükseliş nedeni ile birçok erkek hızlı bir şekilde kas yapmak istemiştir. Bu durum onları vücut geliştirme konusunda saplantılı biçimde hareket etmeye ve vücut genişliklerini arttırmalarını sağlayan zararlı kimyasallar kullanmaya yönlendirmiştir (Pope ve Brower, 2009: 1419). Bu yüzden 1980'lerin sonu ve 1990'larda vücut geliştirme zararlı bir spor olarak anılmaya başlamış ve demode olmuştur. 2000'li yıllarda ise üzerindeki bu kötü şöhreti değiştirebilmek için kaliteli ve sağlıklı yaşama gönderme yapan fitness adı ile yeniden gündelik hayatta görünür olmaya başlamıştır (Andreasson ve Johansson, 2014). Bugün birçok insan boş zamanını değerlendirmek için, daha sağlıklı ve kaliteli yaşamak ya da daha estetik bir görünüme sahip olmak için fitness ile ilgilenmektedir (Stewart, Smith ve Moroney, 2013).

İnşa edilen kimlikler ile ilgili bir diğer dikkat çekici nokta ise kimlik – medya ilişkisidir. Alternatif kimlik kategorilerinin ortaya çıkmasında ve popüler hale gelmesinde medyanın kritik bir öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. *Pumping Iron* ve kaslı Hollywood karakterleri ile vücut geliştirmenin popüler bir kimlik kategorisine dönüşmesi bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Yeni medya ve sosyal medya ise geleneksel medyadan farklı olarak aynı zamanda benimsenen kimlik kategorilerinin sunumuna da izin vermesi yönüyle dikkat çekicidir. Yine vücut geliştirme ve fitness özelinde ele alındığında, bedenin görünüm ile sahip olduğu güçlü ilişki nedeniyle, görsel iletileri merkez alan Instagram ile arasında özel bir ilişki olduğu öne sürülebilir. Bu bağlamda fitness ve vücut geliştirme ile ilgilenen kişilerin Instagram paylaşımlarının, fitness kültürünün yansımaları olduğu ve konuya dair ipuçları taşıdığı söylenebilir.

Bu çerçevede, söylenenlerden bedenin belli formlara sokulması ve toplumsal alanda bir nesneye dönüşmesinin; ekonomi, eğitim, medya, sosyokültürel arka plan gibi birtakım yapılar ile ilişkisi olduğu çıkarımı yapılabilir. Diğer yandan kişinin kendi kimliğini kendi inşa etmesi nedeni ile bireysel eğilimlerin de önemli olduğu söylenebilir. Bourdieu kimlik kategorilerini hem toplumsal yapının etkilerini hem de bireysel eğilimleri göz ardı etmeden değerlendirilebilecek bir yaklaşım kurmaya çabalar ve oyun metaforunu geliştirir. Bourdieu insanların eylemlerini belli bir amaca ulaşmak için oynanan bir oyuna benzetir. Öncelikle oyun belli bir alan üzerinde oynanır ve her alanın kendine göre kuralları vardır; alan ve kuralları toplumsal yapıya gönderme yapar. Bireyler ise sahip oldukları sermayeleri kullanarak oyunu başarılı bir şekilde kazanmaya çalışırlar. Dört tip sermaye vardır; ekonomik, kültürel, sosyal ve hepsinin toplamından oluşan

simgesel sermaye. Kültürel sermaye ise kendi içinde somutlaşan, nesneleşen ve kurumsallaşan kültürel sermaye olarak üç kategoriye ayrılır. Somutlaşan kültürel sermaye ise bireyin bedenini ve onu kullanım biçimini ele alır (Bourdieu, 1986). Bourdieu bu sermayeyi aynı zamanda fiziksel sermaye olarak tanımlarken öğrencisi Wacquant daha da geliştirerek bedensel sermaye kavramını üretir (Wacquant, 1995). Bourdieu'nun yaklaşımının ve bedensel sermaye kavramının, fitness kültürünü anlamak için hem toplumsal hem de bireysel dinamikleri dışarı bırakmayan bir bağlam sunduğu söylenebilir.

Bourdieu'nun yaklaşımı her ne kadar fitness ile ilgilenen kişileri incelemeyi mümkün kılarsa da, sosyal medyadaki paylaşımlardan kişilerin sahip oldukları sermayeleri gösterge düzeyinde değerlendirebilmek açısından eksik kaldığı söylenebilir. Burada ise Goffman'ın sahne performans yaklaşımından destek alınabilir. Goffman (2014) bireyler arası etkileşimi tiyatro oyununa benzetir ve iletişimi dramaturjik terminoloji ile açıklar. Ona göre etkileşimin kendisi performans, etkileşimde etkin olan kişi oyuncu, karşı taraf ise izleyicidir; bireyler etkileşim sırasında sonsuz bir döngü ile oyuncu ve izleyici olurlar. Bireyler başarılı bir performans sergileyebilmek için belli bir sahnede, set üzerinde, dekor ve kişisel vitrin öğeleri kullanırlar. Bu durum Bourdieu'nun yaklaşımı ile değerlendirilirse sahip oldukları sermayeleri kullanırlar. Öyleyse set, dekor ve kişisel vitrinin bireyin sahip olduğu sermayeyi yansıttığı söylenebilir ve bu kavramlar sermayeye göndermede bulunan göstergeler olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda, bir kimlik inşa kategorisi olarak fitnessın Instagram'daki yansımaları incelemeye değer bulunmuş; fitness alanındaki kişisel antrenörlerin bu alanı başarılı temsil eden bir örneklem oluşturduğu düşünülmüştür. Bu mesleği çevrimiçi olarak yapan kişisel antrenörlerin ise sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanabildikleri varsayılmıştır. Araştırmanın birçok kavram ve yaklaşım içermesi nedeni ile daha da karmaşık hale gelmesini engellemek adına toplumsal cinsiyet konusu kapsamın dışında bırakılmış ve sekiz, çevrimiçi hizmet sunan, erkek kişisel antrenörün Instagram'da sahip oldukları sermayelerini sunuş biçimleri göstergebilim ve söylem analizi yöntemleri kullanılarak incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümü, postmodernitenin tam olarak kavranabilmesi için modernitenin nasıl oluştuğunu; rasyonalizasyon, standartlaşma gibi kavramların ortaya neden ve nasıl çıktığını, bunun kültüre etkilerini ve bu süreçte geleneksel medyanın nasıl

kullanıldığını açıklayarak başlamış ve ardından modern döneme ait temel yaklaşımlara değinilmiştir. Ardından üretim, teknoloji ve kültürel ilişkilerde yaşanan dönüşümlerden bahsedilerek postmodern süreç tanımlanmış ve irdelenmiştir. Kimlik ve benlik kavramları hem modernite hem de postmodernite içinde ele alınmış, geleneksel medya ve yeni medya benzer şekilde karşılaştırılmıştır. Ardından internetin ortaya çıkışından bugüne yeni medya alanında yaşanan gelişmeler derlenmiş, en son olarak ise Instagram çıktığı günden bugüne aldığı güncellemeler ile değerlendirilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümü ise beden ve araştırma kapsamında gerekli yaklaşımlara ayrılmıştır. İlk olarak beden ile ilgili genel yaklaşımlara değinilmiş, Bourdieu'nun yaklaşımı ise derinlemesine bir şekilde açıklanmıştır. Sonrasında vücut geliştirme ve fitnessın tarihi başlangıcından bugüne modernite ve postmoderniteye olan paralelliklerine dikkat çekerek ele alınmıştır. Ardından fitness antrenörlüğü ve görevleri incelenmiş, sonrasında ise bedensel sermaye kavramı derinlemesine incelenmiş ve literatürdeki bedensel sermaye ile ilgili yapılmış araştırmalar derlenmiştir. Sonrasında Goffman'ın dramaturjik terminolojisi Bourdieu'nun yaklaşımı ile ilişkilendirilerek ele alınmış, dramaturjik yaklaşımın yeni medya ilişkisi değerlendirilmiş ve en son Goffman ile yeni medyayı kesiştiren araştırmalar derlenerek literatür sonlandırılmıştır.

Üçüncü bölüm, araştırmanın yöntemine ve nasıl yapıldığına dair açıklamalarla başlamış, ardından çevrimiçi hizmet veren sekiz erkek kişisel antrenörün; biyografi, antrenman, öncesi ve sonrası, kişisel, strateji ve grup içi fotoğrafları derlenmiştir. Ardından Barthes'ın düz anlam ve yan anlamı Goffman'ın terminolojisi ile kesiştirilerek değerlendirilmiştir. Sonrasında, Instagram'daki kimlik inşa süreçleri Bourdieu'nun sermayeleri bağlamında incelenmiş; bulgular sermaye tiplerine göre derlenerek antrenörlerin sermayeleri aracılığı ile oluşturdukları stratejiler değerlendirilmiştir.

Sonuç bölümünde ise antrenörlerin sermayeleri aracılığı ile oluşturdukları stratejiler ve kimlikleri sunuş biçimleri, önce yapılan araştırmalar bağlamında ele alınmış, ardından daha makro düzeyde postmodern yaklaşımlar bağlamında değerlendirilmiştir.

1.1. Araştırmanın Problemi

Gündelik yaşam, 1960'lı yıllar itibariyle yoğun birtakım dönüşümler geçirmiş, modern olarak tanımlanan koşullar etkisini kaybederek yeni bir döneme perde aralamıştır.

Postmodern, postkapital, refleksif, akışkan gibi farklı isimlerle de tanımlanan bu süreçlerin hemfikir olduğu bazı noktalar vardır. Kimliklerin artık büyük ölçüde içine doğulan koşullardan bağımsız hale gelmesi, bireylerin yaşam boyu kendi ilgi alanları ve eylemleriyle kimliklerini şekillendirmeye çabalamaları da, ortak paydada buluşulan bir görüşlerdendir. Diğer yandan medya da, her zaman kimlik inşa süreçlerinde önemli bir araç olmuştur. Geleneksel medya radyo, televizyon, gazete ve dergilerle çeşitli kimlik modelleri sunmakta, yeni medya ise üretilen kimliklerin sunulabileceği bir ortam sağlamakta hatta bu sunumlara teşvik edecek şekilde tasarlanmaktadır. Özellikle 80’li yıllardan itibaren Hollywood aracılığıyla gündelik yaşama giren vücut geliştirme ve onun göstergesi olan atletik ya da kaslı bedenlerin de kişisel kimlik unsuruna dönüştüğü söylenebilir. Bugün geleneksel medyanın; film, dizi, reklamlar aracılığıyla; yeni medyanın Instagram, Youtube, Facebook ve çeşitli bloglar aracılığıyla; kapitalizmin binlerce spor salonu, çeşitli spor ekipmanları, beslenme programları ve yaşam tarzları aracılığıyla fitness kültürünü gündelik yaşamın merkezi dinamikleri arasına yerleştirdiği savunulabilir. Bu bağlamda, çalışmanın problemi, fitness kültürü içerisinde önemli bir konuma sahip olan kişisel antrenörlerin, Instagram’daki benlik sunuş biçimlerini inceleyerek, Bourdieu ve Goffman’ın yaklaşımları çerçevesinde değerlendirmektir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı, sosyal medya platformlarının kimlik inşa süreçlerine ve benlik sunumlarına olan etkisini anlamak için kullanıcıların paylaşımlarının Goffman ve Bourdieu’nun kavramları ekseninde değerlendirmektir. Kişisel antrenörler de bu alanın profesyonellerini oluşturduğu için kimlik ve benliklerini sosyal medyada başarılı bir şekilde sundukları söylenebilir. Bu bağlamda, araştırma, kişisel antrenörlerin Instagram’daki sunumlarının Bourdieu ve Goffman’ın yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini incelemekte ve bunu yaparken aşağıdaki sorulara yanıt aramaktadır.

- Instagram, kişisel antrenörlerin kimlik, benlik ve bedensel sermayelerini sunmaları için ne tür olanaklar sağlamaktadır?
- Kişisel antrenörler Instagram üzerinde bedensel sermayelerini nasıl sunmaktadır?

- Kişisel antrenörler sermayelerini diğer sermaye türlerine ne tür stratejiler ile dönüştürmektedir?
- Kişisel antrenörlerin bedensel sermaye sunumları Goffman'ın dramaturjik yaklaşımındaki kavramlar ile göstergeye dönüştürülebilir mi?

1.3. Araştırmanın Önemi

Modern koşullarda başlayan ve sonrasındaki süreçlerde ivme kazanarak gelişen genetik yöntemler, estetik cerrahi ve spor gibi çeşitli unsurlar bireylerin bedenlerini istedikleri gibi kontrol edip kişiselleştirebilmelerine imkân yaratmıştır (Shilling, 1993, s. 3). Ayrıca bedenın göstergeye dönüşmüş olması, beden ile tüketim arasında güçlü bir ilişki yaratmıştır (Featherstone 1991). Tüm bunlar kaçınılmaz olarak beden, benlik ve kimlik arasında simbiyotik bir ilişki meydana getirmiştir ve ince, kaslı beden, orta sınıfa medya ve fitness kültürü aracılığı ile ideal beden tipi olarak sunulmaya başlamıştır (Hutson, 2015, s. 52; Bourdieu, 1986; Featherstone, 1991; Connel 1987). Buradan yola çıkarak, medya ve fitness arasındaki ilişkiye odaklanan bir çalışmanın kimlik inşa ve benlik sunum süreçlerini anlamaya yardımcı olacağı söylenebilir. Bu bağlamda, kişisel antrenörlerin Instagram'daki sunumlarının hem fitness kültürüne hem de bu kültür içerisindeki medya kullanımına dair ip uçları verdiği ileri sürülebilir.

1.4. Sınırlılıklar

Bu çalışmanın katılımcıları fitness alanında, Instagram'da kişisel antrenörlük yapan kullanıcılar ile sınırlandırılmıştır.

Çalışma verileri, Mart 2019 – Nisan 2019 tarih aralığında erişilebilir olan kişisel antrenörlerin Instagram gönderileri ile sınırlandırılmıştır.

1.5. Tanımlar

Alan: Bourdieu'nun toplumsal hayattaki işleyişi birey ve yapı arasında denge kurarak açıklayabilmek için kullandığı soyut bir kavramdır. Toplumsal ilişkiler, farklı kuralları olan farklı alanlarda gerçekleşen mücadelelerdir.

Doxa: Alanın kendine ait kuralları.

Illusio: Alanda verilen mücadele sonucu elde edilmesi beklenen fayda, kazanç.

Sermaye: Illusioya ulaşmak için verilen mücadelede kişiye avantaj ve dezavantaj sağlayan/getiren güç.

Ekonomik Sermaye: Kişinin sahip olduğu ekonomik kaynaklara gönderme yapan sermaye türü.

Kültürel Sermaye: Kişinin sahip olduğu kültürel kaynaklara gönderme yapan sermaye türü. Kendi içinde, kişide cisimleşmiş beden, duruş, konuşma gibi durumlara işaret eden somutlaşmış kültürel sermaye; kişinin kültürel sermayesi aracılığı ile ortaya çıkardığı resim, müzik gibi edimlere gönderme yapan nesneleşmiş kültürel sermaye ve kişinin aldığı eğitimler aracılığı edindiği diploma, sertifika gibi belgeleri kapsayan kurumsallaşmış kültürel sermaye şeklinde kategorilere ayrılır.

Sosyal Sermaye: Kişinin sahip olduğu sosyal çevre ve onun sunduğu ağlara göndermede bulunan sermaye türü.

Bedensel Sermaye: Kişinin sahip olduğu fiziksel kapasiteye gönderme yapan sermaye türüdür.

Beden Çalışması: Bedensel sermayeyi artırmaya yönelik olarak yapılan fiziksel, zihinsel ve sosyal yatırımlar.

Habitus: Kişinin illusioya ulaşmak için sermayesi bağlamında oluşturduğu stratejiler, kişide belli bir takım düşünce ve davranış kalıpları oluşturur. Bu düşünce ve davranışlar ise zamanla belli bir bakış açısı oluşturarak birtakım kalıplaşmış anlamlandırma biçimine dönüşür. Habitus kavramı kısaca, ortaya çıkan bu kalıplaşmış anlamlandırma biçimi olarak tanımlanabilir.

Performans: Goffman, günlük ilişkileri tiyatro metaforu üzerinden anlamaya çalışır. Goffman'cı bakış açısıyla performans, günlük hayattaki etkileşime gönderme yapar.

Sahne: Performansın gerçekleştiği alandır. Hem somut hem de soyut alan için kullanılabilir.

Oyuncu: Etkileşimde aktif olan kişi.

İzleyici: Etkileşimde pasif olan kişi.

Set: Etkileşimin gerçekleştiği fiziksel mekân.

Dekor: Set üzerinde bulunan çeşitli eşyalar.

Kişisel Vitrin: Kişinin bedeninde cisimleşen göstergeler. Kendi içinde yaş, boy, kilo, cinsiyet gibi sabit kişisel vitrin; jest, mimik, giyilen giysiler ve kullanılan aksesuarlar gibi hareketli kişisel vitrin olarak ikiye ayrılır.

2. ALANYAZIN

2.1. Toplumsal ve Teknolojik Dönüşüm

2.1.1. Modern Dünyanın Oluşumu

Bugün içinde bulunduğumuz gündelik yaşamın temelleri büyük ölçüde modernite ile birlikte atılmış, postmodernite/geç modernite ile şekillendirilmiştir. İçinde bulunduğumuz koşulların anlaşılması için öncelikle modernitenin ne olduğu anlaşılmalıdır. Modernite, kapsayıcı bir şekilde ele alındığında siyasi ve iktisadi bakımdan sırasıyla Fransız ve Sanayi devrimleriyle kurumsallaşmış, bireysel, kültürel, toplumsal, ekonomik ve siyasi bir dönüşüm projesi olarak tanımlanabilir (Erol, 2016, s. 49). Hobsbawm’a (2013) göre bu dönüşümün siyasi ayağını Fransız devrimi oluştururken iktisadi ayağını ise Endüstri Devrimi oluşturmaktadır. Fransız devriminin köklerine aydınlanma hareketiyle, Endüstri Devriminin köklerine ise aydınlanma hareketi sonrası yaşanan bilimsel ve teknik gelişmeler ile ulaşılabilir.

2.1.1.1. *Aydınlanma düşüncesi ve onun bir sonucu olarak Fransız devrimi*

Aydınlanma en temel anlamıyla insanı Orta Çağın paradigmasını oluşturan dinden ve her çeşit mitten soyutlayarak evrenin merkezine yerleştiren bir düşünce biçimidir. Kiliseye duyulan güvenin sarsılması, coğrafi keşifler sonrası iktisadi anlamda merkantilizme doğru yaşanan kayma gibi birçok neden yeni bir düzen ve bu düzene bağlı yeni bir tabakalaşma biçimi ortaya çıkarmış; ruhban sınıfı ve aristokrasi güç kaybederken burjuva adında yeni bir grup bir yandan kendi değer ve kültürünü yaratırken diğer yandan da toplumsal alanda kendi iktidarını güçlendirmiş ve 1789 Fransız devrimi ile bu değerleri somutlaştırma imkânı bulmuştur (Tanilli, 2010).

Aydınlanmanın başat isimlerinden Kant (1984, s. 213) için “aydınlanma, insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu bir ergin olmama durumundan kurtulmasıdır. Bu ergin olmayış durumu ise, insanın kendi aklını bir başkasının kılavuzluğuna başvurmaksızın kullanamayışıdır.” Bu tanım hem eski düzene karşı bir başkaldırı olması hem de yeni düzene dair ipuçları vermesi yönüyle dikkat çekicidir. Kendi suçuyla ergin olmama ve başkasının kılavuzluğuna başvurma durumu, aydınlanma hareketinin insanlığın geri kalma durumundan kilise ve din adamlarının bilgi konusunda otoritesinin sorumlu tuttuğunu gösterir.

Kant (1984, s. 213) bu durumdan kurtulmayı ise şöyle ifade eder: "Sapere aude! Aklını kendin kullanmak cesaretini göster! Sözü imdi Aydınlanma'nın parolası olmaktadır". Yani aydınlanmanın mottosu 'sapere aude' insanlığın din, kilise ve çeşitli mitleri bir kenara bırakarak evreni anlamak için kendi aklını kullanmaya başlaması, evrenin merkezine insan ve insan aklının gelmesi anlamı taşımaktadır. Bu sayede insan tanrının müdahalesinden bağımsız olan olguları yardım görmeden araştırabilecek ve sonuçlarını da dinin kurumsallaşmış otoritesiyle de bağdaştırmasına gerek kalmadan araştırma yapabilmeye başlamıştır (Cevizci, 2001, s. 4-5).

Aydınlanmanın düşüncesi ile birlikte modern paradigmanın oluşmasına katkı sağlayan bir diğer önemli düşünür ise John Locke'dur. Locke insan zihnini boş bir levhaya benzetir ve bilginin deneyimler aracılığı bu levhayı doldurduğunu ileri sürer. Bilginin zihin ve deneyim ile oluşması durumu Kant'a benzer şekilde din ve mitleri dışarıda bırakır ve bilimin önünde engel olarak görür (Çüçen, 2006, s. 118-119). Locke'un topluma bakışı da bilgiye bakışına benzer: "Hangi açıdan bakılırsa bakılsın yeryüzündeki geçerli olan hukuk, insandır ve bu yüzden de yalnızca insanların rızalarıyla oluşturulabilir. Dolayısıyla halkın rızasına dayanmayan bir hukuka ve otoriteye itaate hiç kimse zorlanamaz." (Toku, 2003, s. 115) Bu bağlamda bakıldığında hümanizm ve rasyonelleşmenin toplumun her alanına sızdığı ileri sürülebilir.

Aydınlanma konusunda ele alınması gereken belki de en kritik isim ise Jean Jacques Rousseau'dur. Rousseau'nun toplum sözleşmesi kavramının aydınlanmada filizlenen düşünceler ile Fransız devrimi arasında köprü oluşturduğu savunulabilir. Bu durumun temel nedeni aydınlanmanın diğer aydınlanma düşünürlerine benzer şekilde insana odaklanan, özgürlük ve eşitlik gibi kavramlara yönelmesi ancak bir yandan da onların aksine akıl yerine duyguya önem vermesidir. Rousseau'ya göre insan özgür doğar ancak toplumsallaştığında bu özgürlüğü kaybeder ancak toplum sözleşmesi ile bu özgürlük yeniden elde edilebilir (Çuhadar, 2017, s. 146). Toplum sözleşmesi ise aydınlanmanın insan merkezli düşüncesiyle örtüşecek bir biçimde rasyonel, eşitlikçi ve insanların haklarını koruyan bir yasadır. Bu düşünceler cumhuriyet, demokrasi, insan hakları gibi pek çok kavrama temel oluşturmuş, Fransız Devrimi ile ise somutlaşmıştır.

Böylece aydınlanma ile birlikte modernitenin temelini oluşturan akılcılık, hümanizm, insan hakları, lâiklik, demokrasi, amprisizm, teknoloji, bireyselleşme gibi kavramlar toplumsal yaşamda kök salmaya başlamıştır (Aktaran Erol, 2016, s. 52;

Kızılcelik, 1996, s. 8-14). Fransız devriminin de bu kavramların olgunluk kazanması sonucu ortaya çıkan bir hareket olduğu düşünülebilir. Fransız devrimi ile toplumsal yaşam radikal bir dönüşüm yaşamış; feodal düzenin yerini merkantilizmin, aristokrasinin yerini burjuvanın, monarşinin yerini cumhuriyetin, din ve kilisenin yerini ise ‘insanın aklının kavrayabildiği ve gözünün görebildiği’ amprik bilgi ve bilim almıştır.

2.1.1.2. Sanayi devrimi, Taylorizm ve Fordizm

“Sanayi devrimi öncesinde, dünyanın kültürel, bilimsel, siyasi ya da askeri tarihinde hiçbir şey, 1750’ler ile 1940’lar arasındaki tartışılmaz “Batı” (biraz Fransız eli değmiş Anglo-Sakson/Alman) stnlğn açıklayamaz” (Castells, 2008, s. 44). Bu bağlamda sanayi devriminin sadece yaşanan teknik gelişmelerle sınırlandırılmayacağı, Batı Avrupa’da tüm yaşananların bir sonucu olduğu savunulabilir. Torun’a (2003, s. 185) göre burjuva bu süreçte ekonomik, siyasi, bilimsel ve dinsel alanda büyük gelişmelere imza atmıştır; bilimsel alanda pozitivizm, ekonomik alanda kapitalizm, dinsel anlamda laisizm ve kültürel alanda liberalizmi geliştirip yaygınlaştırmıştır. Bu bağlamda, yaşanan tüm bu gelişmelerin ortaya sanayi devrimini çıkardığı ileri sürülebilir.

Sanayi devrimi genel olarak iki aşamada değeriendirilebilir; ilki buhar makinesinin icadıyla başlayan 1750’den 1850’lere kadar geçen süreçtir. 1850’lerden 1928’e kadar geçen süreçse ikinci aşamayı temsil eder (Tanilli, 2010, s. 116 - 117). Newcomen’in buharlı makineyi icat etmesiyle Britanya’da başlayan devrimsel süreçte insan ilk kez doğanın sunduklarıyla yetinmeyip ‘onun sermayesini’ kemirmeye başlamış, yani yenilenebilir enerji kaynaklarından yenilenemeyen fosil enerji kaynakları kullanılmaya başlamıştır (Toffler, 2008, s. 34).

“İlk sanayi devrimi bilim temelli olmasa da, daha önceki bilginin uygulanmasına, geliştirilmesine dayanıyordu. 1850’den sonraki ikinci sanayi devrimindeyse, bilimin yenilikleri güçlendirmekteki belirleyici rolü etkili olmuştu” (Castells, 2008, s. 44). “Başlangıçta kömür, tekstil fabrikaları ve demiryolları vardı. Ardından demir, elik, alüminyum ve kimyasal maddeler üreten fabrikaları geldi” (Toffler, 2008, s. 35). Castells’e (2008, s. 48) göre sanayi devrimi her ne kadar buhar makinesinin icadıyla da başlasa da fabrikalar yüzyıl boyunca yaygın olarak buhar makinesine geçemediler; elektriğin icadı ve 1870’lerden itibaren yaygın kullanımı ulaşım, telgraf, ışıklandırma ve

fabrika işini değiştirdi. Bu sayede diğer bütün alanlar kendi uygulamalarını birbirine bağlayarak geliştirebildi ve ortaya bugün bildiğimiz sanayinin ilk hali ortaya çıktı.

Bu bağlamda, yaşanan bilimsel gelişmelerin ortaya yeni bir toplumsal düzen çıkardığı, ardından yaşanan süreçte ise bu gelişmeler sayesinde modern hayatın temellerinin atıldığı ileri sürülebilir. Endüstrileşme ile birlikte yeni bir sınıf olarak işçi sınıfı doğmuş, birim ürün başına düşen maliyet azalmış, üretim hızı ve verimliliği çok hızlı bir şekilde artmış, gelişen ulaşım ve iletişim imkânları sayesinde malların farklı ülkelerin pazarına yayılabilmesi sağlanmış ve sanayi devriminin iktisadi ayağı kapitalizm ortaya çıkmıştır (Mahiroğulları, 2005, s. 42).

Sanayileşmenin ve sanayi teknolojilerinin hızla ilerlemesi, ekonomik açıdan liberal koşulda olan sanayicileri kâr/sermaye yarışına sokmuş ve böylece bir yandan yeni pazarlara açılmaya çalışırken bir yandan da maliyeti düşürmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Dönemin genelindeki rasyonelleşme eğilimi bu konuda da kendini göstermiş; taylorizm ve fordizm adında yeni sistemler ortaya çıkmıştır.

F.W. Taylor iş bölümünün verimliliği artırma konusunda çok etkili olduğu düşüncesi ile iş dizaynını bilimsel bir süreç olarak incelemiş, Bethlehem Steel Company’de çeşitli deneyler yapmış ve *Bilimsel Yöntemin İlkeleri* kitabı ile modern dünyanın çalışma düzeninin ilkelerini ortaya koymuştur. Taylor’ın çalışmaları bir ürünün en hızlı nasıl ortaya çıkarılabileceğine odaklanıyor; her işçinin bir parçayla ilgilenerek sürekli aynı işi tekrarlaması sayesinde hızın ve verimliliğin artacağını ileri sürüyordu. Bu durum her ne kadar verimliliği artırsa da bir yandan da işçilerin yaratıcılığını kısıtlıyor; sosyal ve psikolojik birtakım sıkıntıları da beraberinde getiriyordu (Asunakutlu ve Coşkun, 2005; Yertüm, 2017).

Taylorizm, bilimsel ve soyut bir sistem olarak ele alınırsa Fordizmin de bu düşüncelerin somut hale getirilerek pratikte işleyiş bulmuş biçimi olduğu ileri sürülebilir. Taylorizm’de her işçinin işin sadece bir kısmını yapıyor olması durumu işin bir sonraki basamak için nakledilmesi açısından sorun teşkil ediyordu. Fordizm en temel anlamda bu sorunu çözmek için geliştirilen hareketli montaj hattı ve bu hatta dayalı üretim sistemidir. Bu sistem tamamen makineler esas alınarak kurulmuş; işçilerse bandın iş bölümünde kendi yapacakları kısma göre yerleştirilmişlerdir (Tanilli, 2010). Böylece kayan bant üzerinde her işçi aynı işi zaman kaybetmeden defalarca tekrarlayarak yapabilmeye başlamıştır. Ayrıca bant akış hızının ayarlanabilmesi de üretim hızının artırılması ya da

azaltılması konusunda Fordist üretim sisteminin bir başka avantajıdır. İlk olarak Ford'un 1912-1913 yılında uyguladığı bu sistem T model otomobillerin üretim süresini 12.5 saatten 1.5 saate; fiyatı ise 600\$'dan 360\$'a indirerek başarısını kanıtlamıştır (Çakmak 2004, s. 237 - 238; Belek, 1997, s. 50). Böylece Taylorizm ve Fordizmle birlikte modern endüstri ilişkisi biçimlerinin eksenine ortaya çıkmıştır.

2.1.1.2. Modern ve Modernlik

Sanayi devrimi ile birlikte toplumsal yaşam öncesindeki feodal döneme göre radikal değişimler yaşamış, iktidar ilişkileri, gündelik yaşam ve sorunları bambaşka bir biçim almıştır. Bilimin ve rasyonelliğin çağın merkezine yerleşmesi, yaşanan bu köklü değişim ve bu değişimin insanda yarattığı sorunlar, insan hayatını da bilime dahil etmiş ve böylece insanı inceleyen bir bilim olarak sosyoloji doğmuştur. Sosyolojinin yükselişe geçtiği erken dönemde birçok sosyolog sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan yeni 'modern' toplumu incelemiştir. Modernleşme en basit tanımıyla, on yedinci yüzyılda Avrupa'da başlayan ve sonraları özendirme yoluyla neredeyse bütün dünyayı etkisi altına alarak evrenselleşen ve küreselleşen toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine işaret eder (Giddens, 1994, s. 9; 2012, s. 82).

Modernleşmeyle birlikte yaşanan değişimler ana hatları ile aşağıdaki gibi özetlenebilir (Küçükkalay, 1997, s. 61-63):

- Tarımsal ekonomi küçülerek yerine sanayi ekonomisine bırakmıştır. Buna ek olarak tarım sanayisinin de gelişmesi köy ve kentler arasında büyük uçurumlar açmıştır.
- Bir yandan yeni kentler oluşurken bir yandan da var olan kentler olağanüstü bir hızla büyümüş, metropoller ortaya çıkmıştır.
- Sanayileşme ile birlikte hem üretimde hem de bu üretimi karşılayacak iş gücünde yani nüfusta büyük artış yaşanmıştır.
- Geçimlik ekonomiden kâr merkezli kapitalizme geçilmiş, böylece sermaye yarışının ortaya çıkmıştır. Sermaye yarışı ise bir yandan para, bankacılık ve ticaret hacmini büyütürken diğer yandan da işçilerin haklarının gitgide kısıtlanmasına ve emeğine yabancılaşmasına neden olmuştur.

Bu değişim şüphesiz ki kültürel alan ve gündelik yaşamda da köklü birtakım değişimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Modern dönemin önemli düşünürlerinden Weber’e göre sanayileşmeyle birlikte yalnızca iş yaşamı değil; ekonomi, din, hukuk, bürokrasi de rasyonelleşir (Akpınar, 2014, s. 190). Weber toplumsal yaşamın her alanında geneksel öğretileri, dini, mitleri dışlayan bu rasyonelleşmeyi anlatmak için *ussallaşma* ve *büyük bozumu* metaforlarını kullanır (Touraine, 1995, s. 23-24). İnsanların günlük yaşamlarını da aynı taylorist sistemdeki gibi akla en yatkın olacak şekilde yaşadıklarını öne sürer.

Modern dönemde özellikle emek ve çalışma ilişkileri açısından görüşleri en çok dikkat çeken düşünürlerden biri de Karl Marx’tır. Marx düşüncelerini kapitalizmin üretim sistemi çevresinde işbölümü ilişkilerine göre şekillendirir; toplumsal yaşamı üretim araçlarına sahip olan ve olmayan iki grup arasındaki ilişki ile inceler (Bayhan, 2011, s. 224). İşbölümünde üretim araçlarına sahip olanların olmayan üzerinde avantajı vardır ve bu avantaj zayıfları güçlülere bağımlı kılar (Marshall, 2005, s. 357). Güçlülerin yani sermaye sahiplerinin zayıfları yönetme stratejilerinde ise *yabancılaşma* kavramı yadsınamaz bir öneme sahiptir. “Marx yabancılaşma teorisinde ‘yabancılaşmış emek’ kavramından hareket eder. Onda yabancılaşmış emeğin ilk görünümü işçinin kendi ürününe yabancılaşmasıdır” (Aydoğan, 2015, s. 278). “Yabancılaşma zincirleme bir süreçtir, kişinin kendi emeğine yabancılaşması ister istemez, kendi türüyle, doğayla ve toplumla olan ilişkisini de etkiler. Kendi emeğine yabancılaşan insan, Marx’a göre kendi türsel özelliğinden yani insanı insan yapan evrensel üretim yapabilme yetisinden yoksun bırakıldığı için, kendi türsel özelliğine ve dolayısıyla kendi türüne de yabancılaşmaktadır” (Örs, 2014, s. 181 - 182). Böylece yabancılaşma olgusu ile işçinin sadece çalışma yaşamı değil, günlük hayatı ve sosyal ilişkileri de üretim araçlarına sahip olanların yönlendirmeleri aracılığı ile kurgulanır.

Georg Simmel ise en az döneminin diğer düşünürleri kadar önemli bir isimdir ancak moderniteyi farklı bir bakış açısıyla değerlendirir. Simmel’e göre kendi başına toplum ve onun keşfedilmeyi bekleyen yasaları yoktur; toplum bireylerin kendi arasında kurduğu etkileşim süreçlerinden oluşur. Bu durum Simmel’e yapılarla etkileşim halinde olan ama tamamen onların ürünü olmayan bireyi inceleme imkânı verir (Toktamış, 2010, s. 89 - 101). Bu yüzden moderniteyi kent yaşamını ve kentin ‘bireyleri’ nasıl dönüştürdüğünü inceler. Simmel de Marx gibi yabancılaşma kavramına önem verir ancak Marx’tan farklı

olarak yabancı kavramının dönüştüğünü ileri sürer ve yabancılaştırmanın kaynağını kent yaşamında bulur. Ona göre modern öncesi toplumlarda yabancı dışarıdan farklı bir topluluğa girmiş ve o toplulukla etkileşime geçmiş kişileri tanımlarken modern dönemde ise daha önce görmediğimiz ve etkileşime geçmediğimiz kişileri tanımlar (Giddens, 2012, s. 75 - 76). Diğer yandan sanayi ile birlikte ortaya çıkan metropollerde çok fazla uyarının bir arada bulunması, çok hızlı değişmesi ve insanların sürekli haz peşinde koşması sinirleri yoğun şekilde uyarır, aşırı uyarılmadan yorulan insansa belli bir süre olaylara daha az tepki vermeye başlar ve bıkkın hale gelir. Bir süre sonra her şeyi aynılaştırmaya başlar ve insanı farklılıklar karşısında kayıtsız hale getirir. Bu durum içselleştirilmiş para ekonomisinin yani kapitalizmin bireysel yansımasıdır. Birbirinden farklı şeylerin nitelikleri ‘kaç para?’ sorusuyla ayrılmaya başlar ve her şey paranın durmak bilmeyen akıntısında sürüklenmeye başlar (Simmel, 2003, s. 90 - 92). Birey tüm bu karmaşayla mücadele edebilmek için hem bir savunma mekanizması hem de ruhsuzluğun bir getirisi olarak önceki toplum modellerinden farklı olarak modern birey duygularıyla değil mantığıyla hareket eder.

Genel bir bakış açısıyla, endüstrileşen toplum ve modern hayatın rasyonel ilkelere göre yönetildiği, bu dönemde birçok teknolojik gelişmenin yaşandığı, geçimlik ekonomiden kâr odaklı ekonomiye geçildiği, işbölümünde uzmanlaşma ve standartlaşmanın yaşandığı, kentlerin inanılmaz bir hızla geliştiği, kent yaşamının bireyin hayatını da dönüştürdüğü, insanların ekonomiye, yaptıkları işe, yaşadıkları çevreye, sosyal ilişkilerine bunlardan çok daha önemlisi kendilerine yabancılaştıkları ve bu durumun güç, iktidar, sermaye sahiplerine hayata yabancılaştıran bireyleri yönetme ve yönlendirme konusunda avantaj sağladığı savunulabilir.

2.1.1.3. Endüstri toplumunda medyanın rolü ve kitle kültürü

Modern dönemin en önemli özelliklerinden biri de kitle kültürünün ortaya çıkması ve egemen hale gelmesidir. Endüstri devrimi sürecinde kara, deniz ve demir yollarının gelişimi iletişim hız ve kapasitesine önceki dönemlere oranla inanılmaz büyük bir ivme kazandırmıştır. Bu duruma ek olarak ortaya çıkan bazı teknolojiler iletişim, zaman ve mekân gibi kavramları baştan başa dönüştürmüştür. Bu teknolojiler günlük iletişime yüz yüze iletişimin yanı sıra, teknoloji ile aracılanmış birtakım iletişim yöntemleri eklemiş ve

bu yöntemler zamanla günlük yaşamın merkezine yerleşmiş hatta onu belirleyebilecek kadar baskın bir hale gelmiştir.

Günümüzde olmadığını hayal etmekte bile zorlandığımız yaygın iletişim teknolojilerinin temeli endüstri devrimine eşlik eden süreçte gelişmiş; 1887’de Bell’in telefonu icadı, 1898’de Marconi’nin radyoyu icadı, 1906’da De Forest’in radyo lambasını icadı modern dünyanın iletişim biçimlerinin temelini oluşturmuştur (Castells, 2008, s. 50). Bu iletişim biçimlerinin en önemli özelliği kopyalanabilir, çoğaltılabilir olmasından dolayı kitlelere ulaşabilme imkânı sunmasıdır. Fotoğraf, radyo, sinema, televizyon gibi sadece bir icat olarak kalmamış, gelişen dağıtım imkânları sayesinde çok hızlı bir şekilde büyük kitlelere yayılarak kültürel alanı baştanbaşa dönüştürmüş ve kitle iletişim araçları modern toplumun temel yapıtaşları arasındaki konumunu almıştır (Koluaçık, 2017, s. 138).

Kitle iletişim teknolojilerinin temeli matbaanın icadına kadar götürülebilecek olsa da, kitle iletişiminden bahsedebilmek için kültürel ve ekonomik gereksinimleri de göz önünde bulundurmak gerekir (Giddens, 2012, s. 632). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının ve kültürünün bildiğimiz anlamıyla ortaya çıkışının kapitalist ekonomiyle paralellik taşıdığı iddia edilebilir. Demokrasiyle birlikte vatandaşların ülkenin yönetimine aktif bir şekilde katılması ve bu nedenle kamu gündemi konusunda bilgiye ihtiyaç duyması, büyüyen kentlerde insanların çevresinde neler olup bittiğini takip etmede giderek güçlük çekmeye başlaması, kentleşmeyle artan okuryazarlık oranları, kapitalizmin ürettiklerini eritme ihtiyacı, işçilerin çalışma zamanı kadar boş zamanlarının standartlaştırmaya ve kontrol etmeye duyulan gereksinim kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlayan ekonomik ve sosyal nedenler arasında sayılabilir.

Kitle toplumu kavramı ilk defa 1830’lu yıllarda Alexis de Tocqueville’in Amerika’da insanların birbirine benzer davranış ve düşüncelere sahip olduğu gözlemiyle ortaya çıkmıştır (Ataseven, 2018, s. 182). Kitle iletişim araçlarının getirdiği bu yeni kültür; birçok sosyal bilimcinin dikkatini çekmiş, olumlu ve olumsuz birçok yaklaşım ortaya çıkarmıştır.

Durkheim’cı yaklaşıma göre toplumdaki iletişim araçları vücudun farklı organları arasındaki iletişimi sağlayan damar ve sinir sistemine benzer. Damar ve sinirler kan dolaşımını sağlayarak organizmayı ayakta tutuyor ise modern toplumda da kara ve demir yolları, telefon ve telgraf telleri, elektrik direkleri gibi çeşitli iletişim araçları toplumu bir

arada tutar (Yaylagül, 2006, s. 16). Bu bağlamda liberal perspektiften bakıp kitle iletişim araçlarının olumlu yönlerine odaklanıldığında toplumsal ortak bir kültürün gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir.

Ancak madalyonun diğer yüzünde ise kitle iletişim araçları kültürü, toplumu ve insanı fordist banttan çıkan ürünlere benzer şekilde standardize ederek aynılaştırır. Kitle iletişim araçlarına bu yönüyle eleştirel perspektiften bakan çalışmaların birçoğu; kitle kültürünü, sanayi devrimiyle birlikte oluşan üretim çeşitliliğinin, kitlesel iletişim araçlarıyla tanıtımı ve tüketimini sağlayan kültürel bir oluşum olarak düşünerek eleştirirler (Yayman, 2018, s. 183-184). Bu alanda yapılan erken dönem çalışmaları Frankurt Okulu çevresinde şekillenmiştir ve bugün yapılan birçok çalışmanın yaklaşımının temelinde Frankurt Okulu ve Kültür Endüstrisi kavramları vardır.

Frankurt Okulu, Frankurt Üniversitesi'ne bağlı Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'ndeki isimlerin çalışmalarıyla doğmuş ancak bu isimler fiziksel olarak Frankurt Okulunda bulunmasalar ya da bulundukları çevreler değişse de ortaya koydukları teori Frankurt Okulu Çalışmaları ya da eleştirel teori olarak anılmaya başlamıştır; Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse okulun önemli temsilcileri arasında sayılabilir (Koluçık, 2017, s. 135 -1 36). Frankurt Okulu çalışmalarının genel anlamda Marksist perspektiften endüstrileşmeyle birlikte dönüşen kültürel alanı ve bireyi mercek altına alır.

Gerçekte Frankurt okulunda hiç bulunmamış ancak düşünceleri nedeniyle Frankurt Okulu temsilcilerinden sayılan Walter Benjamin (1993) sanatın endüstriyel yöntemlerle üretilmesine odaklanmış ve teknik açıdan sınırsız sayıda kopyalanabilen sanat eserlerinin *auro kaybına* uğradığını ileri sürmüştür. Benjamin'e göre teknik bir sanat olan sinemada izleyici izlediği şeyin bir aygıt olduğunun sürekli farkındadır ve bu yüzden kendini oyuncunun edimine saygı duymak zorunda hissetmez ya da kendini oyuncuyla özdeşleştiremez; diğer yandan oyuncu da aygıt önünde performans sergilemek atmosferinden ayrılmasını gerektirir ve aygıt aracılığı ile izleyiciyle buluşacağını bildiği için kendini aygıtı adamak zorunda kalır (Aydoğan, 2013, s. 30). Aygıtı muhtaç olan oyuncu ise kendini film endüstrisinin beklentilerine göre şekillendirmek zorunda kalır ve böylece kapitalist sisteme eklenmiş olur.

Walter Benjamin'in düşüncelerinden etkilenen Adorno bu durumu sanat odağından kültür odağına taşımıştır. Adorno'ya göre modern dönemde, kültür de, endüstrinin diğer

kollarında üretilen metalarla aynı süreçleri takip ederek üretilmeye başlamıştır, üstelik bu ürünler kitlelerin boş zamanlarını organize edecek ve onları tüketime yönlendirecek şekilde kapitalizm ideolojisi ile birlikte şekillenmektedir. Bu yüzden her ne kadar kitlelerin yani halkın arasında yayılan bir kültür bile olsa Adorno bu kültüre halk kültürü yerine üretim biçimine gönderme yapan *kültür endüstrisi* kavramını kullanmayı tercih etmiştir (Adorno, 2011, s. 109).

Herbert Marcuse ise kapitalist sistemde kitle iletişim araçları aracılığı ile bireylerin muhalif potansiyellerinin nasıl yok edilerek sisteme adapte edildiğine odaklanır. *Tek Boyutlu İnsan* kitabının bu bağlamdaki en önemli eseri olduğu ileri sürülebilir. Marcuse, medyayı karşı konulamaz bir güç olarak sunduğu eserinde sistemin iletişim araçları, enformasyon ve eğlence endüstrileri aracılığıyla bireye tanımlanmış standart tutum ve alışkanlıklar kazandırarak kendisine karşı verilen düşünce ve reaksiyonları ürettiğini ve böylece ürünlerin bireylerin zihnini yönlendirerek bireylere *yanlış bilincin* aşılandığını iddia etmektedir (Yaylagül, 2006, s. 93 - 94). Endüstrinin çıkarları tüm duyarlı insanların çıkarları gibi sunulur, bireysel gereksinimler kişisel doyum şeklinde pazarlanır böylece kitle iletişim araçları toplumu *ussallaştırır* ancak, mantıksal açıdan bir bağlam oluştursa da özde irrasyoneldir; bireyleri standartlaştırıp boş zamanlarını organize ederek tüketime yönlendirir ve böylece sistem sürekli olarak kendini yeniden üretebilir (Marcuse, 2010, s. 9 - 11).

Frankfurt Okulu temsilcilerinin çalışmaları arasında en kapsamlı çalışmalardan birinin de Adorno ve Horkheimer'in birlikte kaleme aldığı, Leo Löwenthal'ın mektuplarının da katkısıyla ortaya çıkan *Aydınlanmanın diyalektiği* olduğu savunulabilir. Adorno ve Horkheimer'a (1995) göre aydınlanma insanı mitlerin boyunduruğundan kurtaran özgürleştirme amacı taşıyan; bilimi ve somut gerçekliği yücelten bir hareketti ancak orta çağ ve kilisenin mitlerinden kurtulan insan zamanla bilimin ve rasyonelitenin boyunduruğu altına girmiştir. Rasyonel düşüncenin ve teknik gelişmelerin amacı imgelem ya da idrakin getireceği mutluluk değil, tersine sermaye ve emek sömürsüne hizmet eden yöntemler geliştirmektir; kitle iletişim araçları daha güçlü bir top, daha güvenilir bir pusuladır, insanın doğadan istediği de doğayı ve insanları tamamen egemenliği almak için bu araçları kullanmak ve geliştirmektir (Adorno ve Horkheimer, 1995, s. 20). Bu bağlamda, aydınlanma düşüncesinde insanı özgür, güçlü ve mutlu kılmak için kutsanan akıl, bir araca dönüşmüş ve *araçsal akıl* oluşturmuştur. "Aydınlanma

bilimin kapitalist araçsal denetimine bağımlı hale gelmiştir. Pragmatizm rasyonaliteyi esir almıştır. Bürokrasi, teknoloji ve ideoloji insanı sınırlandırarak tüketici, pasif bir kitle yaratmıştır. Bu sayede seçkinlerin durumu güçlenmiştir” (Yaylagül, 2006: 89).

“Eleştirel teorinin temsilcilerine göre, toplum ve bireyler, pozitivistin dışlamaya çalıştığı ahlaki, dini, sanatsal ve politik idealler soyutlanarak, yani üst yapı ihmâl edilerek anlaşılamaz çünkü bunların toplumların varoluşunda merkezi bir önemi ve değeri bulunmaktadır”(Çetin, 2017: 405). Bu yönüyle, Frankurt Okulu temsilcilerinin yaptığı çalışmaların altyapıya odaklanan Marksist perspektif ile üstyapıyı incelediği savunulabilir. Reijen’e (1999, s. 27) göre Frankurt Okulu, dünyayı değiştirme kaygısı gütmeyen toplumsal düzendeki yetersizlikleri ortaya koyan eleştirel bir yaklaşım benimsemiştir. Buradan yola çıkarak, Frankurt Okulu çalışmalarının iletişim açısından iki yönüyle önemli olduğu ileri sürülebilir; birincisi Yahudi olarak İkinci Dünya Savaşı’na mağdur taraftan tanıklık etmeleri nedeni ile dönemin ekonomik ve sosyopolitik koşullarına dair yaptıkları derin gözlemler, ikincisi ise kitle iletişim araçlarının kültür üzerindeki hegemonyasını oluşturdukları dönemde yaşamış olmaları nedeni ile kapitalizm ve kültür arasındaki ilişkiyi tanımlama biçimleri.

2.1.1.4. Kimlik, kişisel kimlik ve benlik

“Latince idem kökünden gelen ve aynılığı, sürekliliği içeren kimlik (identity) terimi uzun bir tarihe sahne olduğu halde, yirminci yüzyıla kadar popüler bir terim olarak kullanılmamıştır” (Çiydem, 2014, s. 105). Ancak kimlik tartışmaları başladıktan bir süre sonra benlik kavramının ortaya çıkışıyla birlikte kimlik ile benlik arasındaki simbiyotik ilişki, çoğu zaman kimliğin ve benliğin nerede başlayıp nerede bittiğini anlaşılmaz hale getirmektedir. Giddens’a (2012, s. 201) göre insanı hayvandan ayıran en temel özelliklerden biri de kimlik bilincine sahip olmasıdır fakat bu bilince dair birçok farklı bakış açısı olduğu için teorik düzeyde tanımlamasını yapmak zordur.

Jenkins’e (2008, s. 5) göre kimlik en basit ve temel düzeyde insanın -dilini izin verdiği ölçüde- ne olduğunu ve bu bağlamdan yola çıkarak kim olduğunu anlayabilme durumudur. Kişinin kim olduğunu bilmesi ise kendini diğerlerinden ayırt edebilmesi ile ilgilidir ve bu durum insanın, bireyleri çeşitli kolektiflerin üyeleri olarak çok boyutlu bir şekilde sınıflandırmasını sağlar. Assman’a (2001, s. 130) göre ise Jenkins’e benzer

şekilde “kimlik bir bilinç sorunu, daha doğrusu kişinin kendi hakkında bilinçsizce oluşan algılayışının bilince çıkmasıdır”.

Jenkins ve Assman’ın kimlik tanımlarının ortak noktalarına bakıldığında her ikisinde de bireyin kendini diğerlerinden ayırması olduğu dikkat çekicidir; her iki durumda da birey kim/ne olduğunu kim/ne olmadığından ayırt etmektedir. Benzer şekilde Özdemir (2010, s. 10) de kimliğin aynı anda ait olunan ve olunmayan hem benzer hem farklı olunan bir yeri, konumu, bağlamı tanımladığını ve bu yüzden bir kimliğin öteki ile olan ilişkisiyle sınırlanabileceğini ileri sürmektedir. Bu açıdan bakıldığında kimliğin hem anlamlandırma hem de kategorize etme konusunda işlevleri olduğu düşünülebilir. Kişinin kendisini diğerlerinden ayırt ederek yaptığı tanımlamaların kişisel kimliği, toplumun kişi hakkındaki tanımlamalarınsa toplumsal kimliği oluşturduğu ileri sürülebilir. Öte yandan benlik de bireyin kendiliğinin bilincinde olması halidir ve kişisel kimlik de bu bilince sosyal yapının eklenmiş hali olarak tanımlanmaktadır (Armağan, 2013, s. 2). Ancak benlik tanımı her ne kadar kişinin toplumsal yapıdan bağımsız halini temsil ediyor gibi görünse de; mutluluk, haz, doyum gibi kişisel arzuları tatmin edebilmenin yolu da sosyal ilişkilerle yakından bağlantılı olduğu için benlik kavramının da toplumsal yapıdan bağımsız olmadığı ileri sürülebilir.

Mead’e göre, dilde ben kelimesinden sonra beni ve bana kelimelerinin kullanılmaya başlaması durumu toplumsal benliğin gelişmesi ile ilgilidir (Giddens, 2012, s. 202). Bu bağlamda ben kişinin kendini tanımasını ifade ederken beni ve bana ise kendini diğer insanlardan ayırarak hem kendinin hem de diğerlerinin bilincinde olarak sosyal algının oluştuğunu ima etmektedir.

İnsanların kendi hakkındaki düşüncelerinin, başkalarının kişi hakkındaki düşüncelerinden referans alınarak oluştuğunu ileri süren sembolik etkileşimciliğin temsilcilerinden Cooley (1902) ise benliği tanımlarken *ayna benlik* kavramını kullanır. Bu bağlamda, kişinin deneme yanılma yöntemi kullanarak çeşitli eylemlerde bulunduğu ve bu eylemlerin sonucunda karşılaştığı tepkilere göre bazı davranış, düşünce biçimlerini içselleştirirken bazılarını da dışlayarak kendi benliğini/kişisel kimliğini şekillendirdiği düşünülebilir. Benliğin ayna benlik olarak tanımlanması, kişinin kendini diğer insanların onun hakkındaki izlenimleriyle tanıyıp tanımladığını ifade eden bir metafor olarak kullanılmaktadır.

Sembolik etkileşim akımının bir diğer önemli temsilcisi Goffman ise Cooley’e benzer şekilde toplumsal ilişkilerin bireylerin etkileşimi aracılığı ile üretildiklerini savunur ve düşüncelerini de tiyatro terimlerini metafor olarak kullanarak açıklar. Goffman (2014, s. 234) benliği “sahnedeki belli bir karakteri canlandıran bireyin başkalarına vermeye çalıştığı (genellikle güvenilir) bir imaj” olarak tanımlar. Buradan yola çıkarak, Goffman’a göre benliğin, toplumsallaşmanın gerçekleşmesi açısından bireylerin bilinçli olarak gerçekleştirdiği eylemler ve bu eylemler aracılığı ile yarattığı izlenim olduğu savunulabilir.

Tüm bu bakış açıları değerlendirdiğinde kimlik, kişisel kimlik ve benlik kavramlarının birbiriyle iç içe geçmiş olduğundan bahsedilebilir; özellikle benliğin kişinin kendi olma durumu ile ilgili olmasına rağmen, bu kendiliğin oluşmasında toplumsal alanın etkisi, kimlik benlik arasındaki ilişkiyi daha da karmaşık hale getirmektedir. Kimlik, bireyi diğer insanlardan ayırarak ne olup ne olmadığını tanımlarken kişisel kimliğin sahip olunan toplumsal kimliği meşrulaştırmak amacı ile olduklarına yönelip olmadıklarından uzaklaşma eğilimi yarattığı söylenebilir. En özel ve dar alanda, benliğin ise kişisel haz ve doyuma ulaşmasında sosyal alanda kabul görmeyen ya da benliği toplumsal alana kabul ettirmenin kritik bir öneme sahip olduğu varsayıldığında, benliğin toplumsal ve kişisel kimlikle örtüşecek biçimde şekillendirildiğinden bahsedilebilir. Cooley’in *ayna benliğinde* benliğin diğer insanların kişi hakkındaki düşüncelerin yansıması olması ya da Goffman’ın benliği başkalarına verilmek için yaratılan bir izlenim olarak almasının bu simbiyotik ilişkiden kaynaklandığı söylenebilir.

Bu çalışmanın temel odak noktasını benlik meselesi ve sunumu oluşturmaya rağmen yukarıda bahsedilen karmaşık ilişki nedeni ile çalışmanın ilerleyen bölümlerinde benlik ile birlikte sık sık kimlik ve kimlik inşa süreçlerine de değinilecektir.

2.1.1.5. Modernite ve Kimlik

Modernite ile birlikte ön plana çıkan kavramlardan biri de kimlik olmuştur. Modernleşme süreci içerisinde kimliği belirleyen temel unsurlar farklı birtakım değerler ile yer değiştirmiş; Öncesinde inandığı din, yaşadığı bölge gibi birebir içine doğduğu toplum aracılığı ile belirlenen kimlik, modernite ile birlikte bir yandan geleneksel

kimliklere yenileri eklenmiş; kişiyi gezegen üzerinde temsil eden ulus kimlikler ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda yeni kimlik kategorileri ortaya çıkmış ve bu yeni kimlik kategorileri, görece bir tık daha kişinin düşünce biçimi ve seçimleri ile ilgili hale gelmiştir (Çiydem, 2014, s. 105 – 106; Giddens, 2010, s. 101).

Ancak kimliklerin, kişisel düşünce biçimi ve seçimlere tanıdığı özgürlüğün oldukça sınırlı olduğu, modern dönemde kimliklerin temel işlevinin toplumsal alanda bir kategorizasyon ve rasyonelleştirme amacı taşıdığı ileri sürülebilir. Durkheim’ın organik ve mekanik iş bölümü kavramlarının modernite ve kimlik kavramı arasındaki ilişkiyi somutlaştıran bir nitelik taşıdığı söylenebilir. Durkheim’a göre geleneksel toplumlarda insanlar ihtiyaçları ve yetenekleri doğrultusunda organik bir iş bölümüyle çalışırken modern dönemde çeşitli teknolojilerin gelişmesi, iş süreçlerini karmaşıklştırmış, bu durumsa eğitim ve uzmanlaşmanın gelişmesini sağlayarak uzmanlığa dayanan mekanik iş bölümünün ortaya çıkmasını sağlamıştır (Genç, 1991, s. 50). Bu bağlamda modern öncesi geleneksel toplumlarda dayanışmanın ön planda oluşunun bireysel davranışı sınırladığını ve dolayısıyla kişinin benlik ve kimliğinin geri plana itilmesine neden olduğu söylenebilir. Modern toplumda ise tam tersi, işlerin karmaşık oluşu nedeni ile ‘verimli bir iş süreci’ tasarlayabilmek için kimin uzmanlık alanının ne olduğu ve neden sorumlu olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Bu durumun kişilerin ne olup ne olmadıklarının bilinmesini yani kimliklerin ön plana çıkmasını sağladığı hatta bir noktada bunu zorunlu kıldığı ileri sürülebilir. Modern üretim biçimi Taylorizmin gereksinimleri göz önüne alındığında, kimliğin modern ekonomik yapının da ihtiyaç duyduğu bir kavram olduğu söylenebilir.

Benzer şekilde, Kellner’a (2004, s. 187 – 188) göre de modern dönemde kimlikler; oldukça devingen, çok katlı, kişisel, özdönüşümsel, değişime ve yeniliklere açık hale gelse de özünde değişmez, tözsel ve sabit niteliktedir; artan toplumsal roller ve bireyden beklenen seçim, sahiplenme ve yeniden üretme beklentilerine rağmen kimlikler sınırlandırılmış ve sabittir.

Bahsedilen tanımlama, sınırlama ve sabitleme durumunun temelinde modernizmin temel değerleri olduğu ileri sürülebilir. Örneğin Kant’a göre insanlarda saygıyı hak eden şey, yasalara yön verebilecek akla sahip olmasıdır ve bu yüzden modernitede haklar bireysel düzeyde değil evrensel düzeyde, insanın insan olmasından kaynaklanan haklardır (Mollaer, 2017, s. 1136). Modern düşünürlerin birçoğu da, benzer şekilde genelle-yici

ifadeler kullanır. Bu durum, toplumsal sınıf ve kimlik kavramını ön plana çıkarırken kişisel kimlik ve benlik kavramının geri planda kalmasına neden olur.

Dönemin önemli düşünürlerinden Karl Marx ve Weber de benzer şekilde toplumsal yapıyı sınıf kavramıyla açıklama eğilimindedirler; her ikisi de sınıfları ekonomik ilişkilerle açıklama eğiliminde olmasına rağmen Marx üretim ilişkilerine odaklanırken Weber pazar ilişkilerini temel alır (Arslan, 2004, s. 128).

Marx, sınıfları üretim araçlarına sahip olma ya da olmama durumuna göre ayırırken araçlara sahip olmayan sömürülen sınıfın bilinçlenip mücadele vermesiyle sömürü sorunun ortadan kalkacağı görüşündedir (Fırıncıoğulları, 2017, s. 479). Bu yönüyle Marx'ın kimliklerden daha genelleyici bir biçimde sınıf kavramını ele aldığı, bireyin yapı altında değerlendirildiğinden ve kimliklerin sınıf içerisindeki özgürlük alanının oldukça kısıtlı olduğu söylenebilir.

Weber ise pazar ilişkileri ile temellendirerek sosyal tabakalaşmayı oluşturan üç farklı kavram üzerinde durur; sınıf, statü ve parti. Sınıf; mal sahipleri, mal sahibi olmayan ancak çeşitli bilgi ve becerilere sahip orta sınıf, pazara bedensel güçlerini sunan alt sınıftan oluşan üç kategoriden oluşur. Parti, ekonomik değil siyasi güç aracılığıyla iktidarını kuran farklı bir kategoridir. Son olarak statü ise bireylerin sahip oldukları imkânlarla ve içinde bulundukları kategoriye göre oluşturdukları yaşam tarzı ve tüketim ilişkilerine göre şekillenir ve kişilere toplumsal alanda avantaj sağlayacak prestiji sağlar (Arslan, 2004, s. 131). Bu bağlamda Weber'in yaklaşımının bireye sağladığı özgürlük alanının Marx'inkine göre daha geniş olduğu, bireylerin sahip oldukları çeşitli imkân ve seçimler ile kendi kişisel kimlik ve benliklerini oluşturabilmelerine izin verdiği savunulabilir. Weber'in yaklaşımının dikkat çekici bir başka yönü ise statü ve prestij kavramlarıdır; bireylerin prestij sahibi olabilmek için kendi statüleri kapsamında çeşitli tüketim nesnelerine yönelmeleri durumu bireylerin kimliklerini birtakım nesneler aracılığı ile oluşturabileceği anlamına geldiği şeklinde yorumlanabilir.

Modern kültürde kimliklerin oluşumu ve şekillendirilmesinde üretim ilişkilerini oluşturan teknolojiler kadar iletişim teknolojilerinin de önemli olduğu; üretim ilişkiler tanımlama ve kategori etme eğilimindeyken iletişim teknolojilerininse sunulan kalıplar içerisinde görece kişisel düşünce ve seçimler dahilinde kişisel kimliğin oluşmasında etkili olduğu ileri sürülebilir. “Kimliğin arzu edilen yere sabitlenmesi için giyinme tarzlarından dil kullanım biçimlerine, boş zaman etkinliklerinden popüler müzik tüketimine ve medya

kullanma örüntülerine, farklı materyal ve kültürel öğelere başvurulur” (Binark, 2001, s. 75).

McQuail’e göre medyanın toplumsallaştırma, kamuoyu yaratma, kültürel devamlılık, bilgilendirme ve eğlendirme şeklinde beş işlevi vardır ve bu işlevler göz önüne alındığında medyanın gündelik yaşamı ve kimlikleri yeniden üreten, şekillendiren ve yöneten bir iktidar aracına dönüşmüştür (Mora, 2008, s. 6).

Bu noktada tekrar kültür endüstri kavramından bahsedilebilir. Frankfurt Okulu’nun Marx’ın birey konusundaki yapısalcı bakışını yumuşattığı, bireyi kimlik konusunda Weber’inkine yakın bir konuma getirdiği, medyanın bireyi belirli kalıplar ve stratejiler aracılığı birtakım kimlikler edinmesi konusunda yönlendirdiği savunulabilir. Frankfurt Okulu, kapitalizmin geç döneminde kültürel alanda etkin konuma gelen hegemonya ve ikna süreçleri ile ilgilenmiştir (Şan ve Hira, 2011, s. 1). Gramsci’nin *Hegemonya* kavramı “toplumsal sınıflar ya da gruplar arasındaki, kendiliğinden rızaya dayalı ideolojik üstünlük, denetim ve yönlendirme ilişkileri” (Yetiş, 2012, s. 87) olarak tanımlanabilir.

Oskay’a (2016, s. 29 – 33) göre bugün içinde yaşadığımız toplum kitle iletişim araçlarının yarattığı *hegemonyaya* bağlanan bireylerin zihinlerindeki yansıma üzerine kuruludur; bu kitleselleştirilmiş bireyler ücretsiz ve gönüllü emekçiler olarak yer aldıkları bir düzeni içselleştirmekte, bu düzen ise asılsız bir bireyselleşme yaratarak gerçek bireyselleşmeyi engellemekte, bireylerin var oluşlarını yani benliklerini ve kimliklerini tüketim ile kurmasını sağlamaktadır.

Tüm bu tartışmalar bağlamında modernite ile birlikte kimliklerin geleneksel topluma göre çok daha ön plana çıktığı, geleneksel toplumda doğuştan gelen bazı özellikler ile sabit bir şey olan kimliklerin modernite ile birlikte daha bireysel bir anlam kazandığı, kişilerin düşünceleri ve seçimleri ile kendi kimliklerini yaratabildiği, geleneksel toplumda dışlanan benliğin modern toplumda kimliğin önemli bir parçası haline geldiği söylenebilir. Ancak tüm bunlara rağmen bu bireyselleşmenin tam anlamı ile bir özgünlük ve özgürlük sunmadığı, modernitede kimlik ve benliklerin bir dizi kalıplar içerisinde çeşitli seçenekler sunduğu, sunulan bu seçeneklerinse ekonomik sistemi daha verimli hale getirecek şekilde tasarlandığı, kimlik ve benlik kategorilerinin bir özgürlük illüzyonu yaratarak aslında hem işte hem de iş dışı geçirilen zamanı örgütleyerek tüketime yönlendirdiği, bu kültürel *hegemonyanın* kurulabilmesinde kitle iletişim araçlarının hayati rolü olduğu, Weber’in *ussallaştırılmış*, Marx’ın *kendine ve*

emeğine yabancılaştırılmış, Simmel'in bıkkın, Adorno'nun yanlış bilinçlendirilmiş, Marcuse'un tek boyutlu insanının modern benlik ve kimlik meselelerine dair önemli ipuçları verdiği ileri sürülebilir.

2.1.2. Postmodernite

Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı'nın arasındaki sürece geldiğimizde yeniden geleneksel toplum ve modern toplum arasındaki ayrışmaya benzer bir çatallanma ortaya çıkmış, toplumsal yaşamın farklı alanlarında çeşitli değişimler yaşanmıştır. Yaşanan bu dönüşüm bir grup tarafından modern koşulların artık anlamını yitirdiği, modern ötesi anlamına gelen postmodernitenin ortaya çıktığı şeklinde yorumlanırken farklı bir grupsa modern koşulların hala devam ettiğini sadece biçim ve hız konusunda bir değişimin yaşandığını ileri sürerek modern dönemin hala devam ettiğini savunmuş, modernitenin bu yeni biçimini *geç modernite, akışkan modernite, tamamlanmamış bir proje olarak modernite* gibi terimler kullanarak açıklamaya çalışmışlardır. Giddens, Habermas, Castells, Bauman modernitenin hala devam ettiğini savunan önemli isimlere örnek verilebilirken Lyotard, Roland Bathes, Baudrillard, Lefebvre ise postmodern bir döneme girildiğini savunan isimlere örnek verilebilir (Ritzer, 2013, s. 548 – 549).

Postmodern kelimesi etimolojik olarak 1870'li yıllarda ortaya çıkmış olsa da, günümüzdeki anlamını kazanması için 20. yüzyılı beklemek zorunda kalmıştır (Saygın, 2017, s. 78). Günümüzde bir yandan yukarıda belirtildiği gibi modernitenin sonrası anlamında bir yandan da modern karşıtı anlamında kullanılan postmodern kelimesi kendini ilk olarak sanat ve mimaride göstermiş sonrasında ise sosyal bilimler alanına girmiştir (Best ve Kellner, 2010, s. 24). Ancak postmodernite çalışmaları modernite eleştirisi olma özelliği taşımasına rağmen herhangi bir şekilde çözüm bulma zorunluluğu hissetmez ve daha çok betimleyici özelliktedir (Erol ve Aydılek, 2017, s. 282).

2.1.2.1. Lyotard büyük anlatıların anlamını yitirmesi

Aslında Québec Üniversitesi'nin siparişi üzerine gelişmiş toplumlarda bilginin yeni konumunu inceleyen bir rapor olma özelliği taşıyan Lyotard'ın 1979 yılında yazdığı *Postmodern Durum* kitabı postmodernite tartışmaları arasında en çok kabul gören eserlerden biridir (Zekâ, 1994, s. 23).

Lyotardın postmoderniteyi bilginin konumu üzerinden sorgular ve *metaanlatı* ve *anlatısallık* kavramları ile düşüncelerini temellendirir. Lyotard’a (1997, s. 2 – 7) göre modernite ile gelişen rasyonel, bilimsel bilgi, modern paradigmadaki değerler aracılığı ile geleneksel toplumlardaki anlatısal bilginin önemini kaybetmesine neden olmuş, kendini özgürlük, aklın ilerlemesi gibi bütünleştirici ifadelerle meşrulaştırmış ve büyük anlatıları yaratmıştır. Ancak günümüzde aydınlanmanın diyalektiğinde bahsedilenlere benzer bir şekilde kapsayıcı meta anlatılara karşı duyulan güven sarsılmıştır. Bu bağlamda Lyotard (1997, s. 12) postmodern’i “metaanlatılara yönelik inanmazlık (incredulity) olarak” tanımlamaktadır.

Metaanlatılara duyulan güvenin sarsılması tümelin yanında tikelin de görünür olabilmesine imkân yaratmaktadır. Bu açıdan Lyotard postmodernite kavramı ile dayatmaların ortadan kalkması ve tikelin kendini ifade etmesine olanak sağlayan çokluğun anlatısının ne tür potansiyeller taşıdığını tartışır (Kılıç, 2015, s. 109).

2.1.2.2. Bauman ve Bahçe Metaforu

Zygmunt Bauman modernitenin çöküşünü bahçe metaforunu kullanarak açıklar. Bauman’a göre modernitenin çöküşünün temelinde modern rasyonelitenin yapılarının bireyden üstün hale gelmesi yatar (Kineşçi, 2017, s. 63). Bauman’a (2017) göre geleneksel toplum ormana benzer; ormanın temel özelliği insan müdahalesinin olmadığı salt doğa olmasıdır. Ancak modernleşme ile birlikte insan ormanda belli bir alanı çitlerle çevirerek bahçeye çevirir. Bu alan yani bahçe ormandan farklı olarak insan kontrolündedir, ormandaki gibi rasgele bir kaos yerine belli bir düzen vardır; bahçenin sahibi istediği yere istediği çiçeği eker, istediği ağacı keser ve peyzaj yaratır. Ormanda olağan olan yabani otlar gibi birtakım unsurlar, bahçede istenmeyen şeylere dönüşür ve bahçe sahibi otları temizleyerek yarattığı düzeni korumaya çalışır. Modernite ile birlikte yaşanan *büyük bozumu*, rasyonelleşme ve kategori etme eğilimi, kültürü ormandan bahçeye çevirir; insanların dünyayı bir kaos yerine düzen şeklinde algılamasını sağlar.

“İnsanların varlığı ve bir arada yaşamaları planlama ve yönetim konuları haline geldi; bahçe ya da canlı organizmalar gibi, insanlar kendi başlarının çaresine bakmaya bırakılamazdı, yoksa yabani otlar tarafından yutulur ya da kanserli dokuların istilasına uğrarlardı. Bahçecilik ve tıp, aynı etkinliğin yani yaşaması ve gelişmesi uygun görülen yararlı öğeleri, yok edilmesi

gereken zararlı ve öldürücülerden ayırdetme ve ayırma işinin farklı biçimleri” (Bauman, 2017: 100).

Bauman bu nedenle Yahudi soykırımının ve dünya savaşlarında yaşanan acıların modernitenin bir sonucu olduğunu ve bu acılarla modernitenin kendi kendini tükettiğini ileri sürer. Modernliğin zirvesinde yaşanan bu kitlesel kıyımları değerlendiriş biçimi, Frankurt Okulu teorisyenlerinin çalışmalarını tamamlayıcı nitelikte olduğu söylenebilir (Şan, 2012, s. 67).

Modernitenin çözülmesi ile birlikte postmodern bir döneme geçilmiştir ama bu süreç moderniteden kopuk yeni bir dönemden ziyade modernitenin form değiştirmiş halidir. Bauman için postmodernite rüşüne ermiş modernitedir; kendine dışarıdan bakan, kazanç ve kayıplarını görmüş, hep vaat edilen yarının gelmeyeceğini anlamış, neyin yanlış olduğunu görmüş ancak ne neyin doğru olduğunu da bilmeyen bir konumdadır ve bu belirsizlik hali zaman ve mekânın sınırlarını muğlaklaştırmış, yaşamın merkezini yarından şimdiye taşımıştır (Bauman, 2012, s. 236). Bu yüzden Bauman postmodernite terimi yerine *akışkan modernite* kavramını kullanır.

2.1.2.3. Daniel Bell Enformasyon Toplumu

Postmodernite tartışmaları sanayi sonrası toplum tartışmaları ile yakından ilişkilidir. Toplumsal alandaki değişimlerin felsefi ve sosyolojik ayağını postmodernite çalışmaları oluştururken ekonomik ayağını ise sanayi sonrası toplum çalışmalarının oluşturduğu ileri sürülebilir. Dünya Savaşları sonrasındaki süreçte ekonomik ilişkilerde de ciddi dönüşümler yaşamıştır. Bu konudaki en erken ve ses getiren düşüncelerden biri Daniel Bell’in sanayi sonrası toplum çalışmasıdır. Bell, toplumu sanayi öncesi, sanayi ve sanayi sonrası olarak üçe bölerek inceler.

Tablo 2.1. Daniel Bell, *Enformasyon Toplumu* (Bell, 1973, s. 359 aktaran: Baran, 1992, s. 59)

	Sanayi Öncesi Toplum	Sanayi Toplumu	Sanayi Sonrası Toplum
Kaynaklar	Toprak	Makine	Bilgi
Sosyal Mevki	Çiftçilik, Büyük Çiftçilik (geniş ekim alanı)	Ticarethane	Üniversite, Araştırma Kurumu
Başarı Tipleri	Arazi sahipleri, ordu	İşadamları	Bilim adamları, araştırmacılar
Gücü Kullanma Yolları	Doğrudan kas gücüne dayalı kontrol	Politika üzerinden dolaylı etki	Teknik-politik gücün dengesi, imtiyazlar ve haklar
Dayandığı Sınıf	Mülkiyet, askeri güç	Mülkiyet, politik, organizasyon, teknik beceri	Teknik beceri, politik organizasyon
Elde Etme	Miras, ordular tarafından el koyma	Miras, himaye, eğitim	Eğitim, hareketlilik (sosyal) atama ve seçim

Bell, sanayi sonrası toplumlarda gelişen teknolojiler nedeni ile kas gücüne duyulan ihtiyacın azaldığını, imalat sektöründen hizmet sektörüne doğru bir kayış yaşandığını, mavi yaka işgücünün yerini beyaz yakalı işgücüne bıraktığını ve bu nedenle örgütlü emeğin/üretimin önemini yitirerek teknolojinin ve hizmet sektörünün şekillendiği bir toplum modelinin ortaya çıktığını ileri sürer (Parlak, 2004, s 97).

Bell'e göre sanayi sonrası toplum bilimin niteliğinde meydana gelen gelişmeler ilerleme ve büyümenin yanısıra bağlantıların çoğalması, yeni teknolojilerin ortaya çıkmasına ve bu teknolojilere ayrılan fonların büyümesi sonucunu ortaya çıkarmış, böylece bilim daha sistemli, organize hale gelmiş ve güç unsuruna dönüşmüştür (Baran, 1992, s. 57).

Bell'in ortaya koyduğu tablo incelendiğinde ekonomideki merkezi unsurun makine ve emekten bilgiye geçtiği, üniversitelerin ticarethanelere karşı üstünlük kazandığı, yeni bir iktidar kategorisi olarak üniversite ve akademisyenlerin ortaya çıktığı, teknik hakimiyet ve sosyal çevrenin önemli hale geldiği görünmektedir. Bu bağlamda sanayi sonrası toplumlarda enformasyonun temel yapıtaşını oluşturmaya başladığından, bilginin

kendisinin bir meta ve kazanç unsuru haline geldiğinden, toplumsal tabakalaşmanın farklılaştığından ve toplumun üretim odağından tüketim odağına kaydığından bahsedilebilir.

2.1.2.4. Manuel Castells ağ toplumu

Castells de, Bell'e benzer şekilde günümüz kültür ve ekonomisinin şekil değiştirdiğini savunur fakat Castells yaklaşımını Bell'e göre daha güncel bir süreçte geliştirdiği için ekonomi ve kültürün temelinde enformasyon olmasına rağmen, önemli olanın bu enformasyonun akış kapasitesinin olduğunu ve bu nedenle günümüz toplumlarının enformasyonel ağ toplumu olduğunu ileri sürer (Castells, 2008, s 20 – 21). Bu bağlamda Bell'in bahsettiği gelişmeler aracılığı ile enformasyonun ekonomi ve kültürde merkezi konuma geldiği sürecin ardından enformasyon ve bilgi iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği, bir süre sonra bu teknolojilerin ivme kazanarak enformasyondan daha baskın bir hale gelerek hem ekonomiyi hem de kültürü domine ettiği ileri sürülebilir.

“Giderek evrensel, sayısal bir dili konuşan yeni bir iletişim sistemi, hem kültürümüzün sözcükleri, sesleri ve imgelerinin üretimini ve dağıtımını küresel olarak entegre hale getiriyor, hem de onları bireylerin kimliklerinin ve halet-i ruhiyelerinin beğenilerine uygun kılıyor. İnteraktif bilgisayar ağları, yeni iletişim biçimleri ve kanalları yaratarak, hayatı şekillendirerek, aynı zamanda hayat tarafından şekillendirilip katlanarak büyüyor” (Castells, 2008, s. 2 – 3).

Castells (2008) kapitalizmin modern süreçte geliştirdiği ulaşım ve iletişim ağlarının zamanla kendini küresel hale getirdiği, piyasanın küreselleşmesinin rekabeti kızdırdığını, kızışan rekabet koşullarında maliyeti düşürmek için önce postfordist üretim sisteminin geliştiğini ardından üretim ucuz iş gücü pazarlarında parça parça yapılarak sonrasında tek bir yerde birleştirildiği toyotizme geçildiğini, bu sistemde her şeyin başarılı bir şekilde yürütülmesinin arz ettiği önemden kaynaklı kalifiye işçi ve etkin bir iletişim sisteme duyulan ihtiyacın vasıf, eğitim ve iletişim sisteminde ilerlemeler kaydedilmesini sağladığını savunur.

Ağ, merkezi ve hiyerarşik olmayan, çıkar ve işlevleri açısından esnekliğe sahip, ihtiyaçları dahilinde bir araya gelen ancak karşılandıktan sonra ayrılan düğümlerden oluşan, zaman ve mekan kavramlarının yerini organize olmanın aldığı bir yapıya sahiptir

ve bu yapının sınırsızlığını ve esnekliğinin bel kemiğini enformasyon teknolojileri oluşturur. Buna ek olarak enformasyon teknolojileri dağıtım ve pazarlamayı üretimin önüne geçirir ve fordist sistemdeki emeğin örgütlenmesinin önemi azalarak maddi olmayan emeğin ortaklaşa örgütlenmesi önemli hale gelmeye başlar (Sunal, 2012, s. 35).

Bu yüzden “ağ toplumunda yeni dünya düzeni sadece bilgiye erişilip, saklanması ve yayılımı konusunda değil; ayrıca toplumun ve küreselleşen dünyanın şekillenmesinde de önemli rol oynamaktadır” (Bozkurt, 2014, s. 515).

Tüm bunlar referans alınarak düşünüldüğünde Castells sanayi toplumun özelliklerinin değişerek sanayi sonrası enformasyonel bir ağ toplumuna geçildiğini, bu toplumun temel yapıtaşını enformasyon teknolojilerinin oluşturduğunu ileri sürer. Bu bağlamda küreselleşen ve ağlara gereksinim duyan ekonomik yapının bilgisayar ve internet sistemlerini ortaya çıkardığı, sonrasında bu teknolojilerle ekonomik alanda kapitalizmi yeniden şekillendirdiği, pazarlamanın ve dağıtımın eksenini genişlettiği; toplumsal alanda ise pazarlama ve dağıtımın geniş ekseninde bireylerin ağlara göre *refleksif* bir şekilde tüketim ile kendilerini sürekli yeniden dönüştürerek hareketli hale geldikleri düşünülebilir.

2.1.2.5. Jean Baudrillard similasyon ve simularklar ekseninde tüketim toplumu

Toplumsal yapının moderniteden koptuğunu ileri süren önemli düşünürlerden bir diğeri de Jean Baudrillard’dır. Baudrillard da Castells gibi toplumun üretim odaklı yapıdan tüketim odaklı bir eksene kaydığını ileri sürer ancak Castells’ten farklı olarak küreselleşen kapitalizm ve artan tüketim eğiliminin iletişim teknolojileri aracılığı ile toplumsal alandaki gerçekliğin anlamını kaybetmesine neden olduğunu ileri sürer. Bu dönüşümü de günümüz dünyasını bir simülasyon evreni olduğuna dair bir metafor kullanarak açıklar.

Baudrillard Simülasyon ve Simulakr kitabına Petit Robert Sözlüğünden aldığı tanımlar ile başlar, sözlüğe göre “Simülakr: Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm.” anlamına gelirken “Simüle etmek: Gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak”, simülasyon ise “Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar

programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi.” anlamına gelmektedir (Baudrillard, 2011, s. 6).

Baudrillard dünyanın *büyüsünün bozulma* sürecini ve Batı’daki gerçeklik kavramının evrimini hipergerçeklik ve sanal gerçeklik kavramlarını doğuracak şekilde basamaklandırarak inceler (Güzel, 2015, s. 66). Bu bağlamda gerçekliğin yitimini, gösterge ve gösteren arasındaki ilişkinin zayıflayarak koptuğu süreci dört basamakta ele alır. Allen (2006, s. 338 – 340) bu basamakları aşağıdaki gibi sıralar:

Birinci basamak, iletişimin görece aracısız olduğu modern öncesi süreci kapsar. Bu süreçte yazı toplumsal alanda bir kültür yaratamayacak kadar kısıtlı bir çevre kullanıldığı için gösterge ve gösteren arasında güçlü bir bağ vardır. İnsanların sembolik eylemleri gerçekliği güçlü bir şekilde temsil eder.

İkinci basamak, Rönesans’tan sanayi devrimine kadar geçen süreci kapsar. Bu süreçte gösterge ve gösteren arasında hala güçlü bir ilişki vardır ancak yazı gibi çeşitli medya araçları bu temsilleri ilk aşamaya göre daha zayıf bir hale getirir.

Üçüncü basamak, Endüstri devriminden postmodern, endüstri sonrası vb. isimlerle anılan süreçlere kadar geçen aşamayı kapsar. Tüketim malları önceki dönemlerle karşılaştırılmayacak denli çoğalmış ve buna bağlı olarak işçilere verilen örtülü ödenek miktarı ve boş zaman da artmıştır. Bu dönemin kritik özelliği metaların kullanım değerlerinden ziyade göstergeye sahip olmaya başlamasıdır.

Son basamak ise bugün içinde bulunduğumuz dönemi kapsar. Bu sürecin başat özelliği kitle iletişim araçlarının sürekli gelişip yaygınlaşmasıdır. Reklam, pazarlama ve kitle iletişim araçlarının yaygınlığıyla gösterge ve gerçeklik arasındaki bağ tamamen kopmuş ve insanlar göstergeleri gerçek olarak algılamaya başlayarak simülasyon evrenine dalmıştır.

Çalışmasında McLuhan’ın ünlü *araç iletinin kendisidir* söyleminden etkilenen Baudrillard, ileti aracının sadece insanların dünyayı anlamlandırma biçimini etkilemediğini, aynı zamanla kitle iletişim araçlarının gerçekliği öldürdüğünü savunur. Kapitalist sistemden neo-kapitalist düzene geçişle birlikte toplumsal yapının sibernetik bir hal alması; imaj, slogan, marka, grafik ve işaretlerin gerçekten daha gerçek görünmesiyle gerçeklik ilkesi iyice parçalanmıştır (Okuyan ve Taslaman, 2018, s. 32)

“Son yüzyılla üretilen, bizim bir ilkeye dönüştürdüğümüz gerçeklik ortadan kaybolmaktadır. Bu gerçekliği ne pahasına olursa olsun bir referans olarak yaşatmaya çalışmak mantıksız bir şeydir, çünkü gerçekliği ayakta tutan ilke ölmüştür. ‘Nesnel’ gerçeğin ortadan kaybolmaya başlamasıyla birlikte bu gerçeklik ilkesi giderek güçten düşerken bütünsel, sanal bir gerçekliğin giderek güçlendiği görülmektedir.(Baudrillard, 2015, s. 14)”.

“Hakikati gizleyen şey simülakr değildir. Çünkü hakikat, hakikat olmadığını söylemektedir. Simülakr hakikatin kendisidir” (Baudrillard, 2011, s. 12). Böylece göstergeler ardındaki gösterenler olmadan gerçeklikten yoksun salt gösterge olarak var olabilmeye başlamış ve insan simulakrlarla çevrili bir simülasyon evrenine hapsolmuştur.

2.1.2.6. Postmodern kimlik ve benlik

Postmodernite ile birlikte yaşanan en büyük dönüşümlerden biri kimlik ve benlik konusunda olmuştur. Modern döneme kadar doğuştan gelen bir kavram olan kimlik, modernite ile birlikte kişinin kendi edimleri ile belirlediği bir kavrama dönüşmüş, bireysel eylem ve çabanın kimliği oluşturan unsurlar arasına girmesi ise benlik tartışmalarını güçlendirmiştir.

Postmodern dönemde ise toplumsal hayatta tüketim üretimden daha baskın bir hale gelmiş, modernitede bireyin seçimlerinin kimliğe kısıtlı bir etkisi dramatik biçimde yükselmiştir. Böylece kimlik benliğin çok daha baskın olduğu, neredeyse tamamen bireysel tercih ve tüketim ile şekillenen bir olguya dönüşmüştür. Bu nedenle postmodern ya da sanayi sonrası çalışmaların birçoğunda kimlik tartışmaları kişinin eylem ve çabalarına gönderme yapacak şekilde kimliğin inşası şeklinde yapılmaktadır.

Giddens’a (2010, s. 12 – 13) günümüzde toplumsal ilişkiler yerel mekân ve uzamsal zamandan çıkarak zamanı ve mekânı önemsiz hale getirmiş ve eskisinden radikal farklılıklar taşıyan bir şekilde yeniden organize edilmiştir. Bu yeni düzende bireyler kendi kimliklerini özel bağlamda ve yerel koşullarda kişisel düzeyde inşa ediyor olsalar da, sürecin sonuçları ve etkileri küresel düzeyde toplumsal yapıyı yeniden şekillendirir. “bugün sanayileşmiş ülkelerde büyük ölçüde salgın ile kıtlıktan uzak olsak da, şimdi kendi kendimizin serbest bıraktığı toplumsal güçlerle başetmek zorundayız (Giddens, 2012, s. 67).” Buradan yola çıkarak ekonomi ve teknolojinin yarattığı küreselleşme içinde bireyselliğin giderek arttığı ancak bu aşırı bireyselleşme ve muğlaklığın da bireyi yeni toplumsal güçlüklerle karşı karşıya bıraktığı ileri sürülebilir.

Ulrich Beck de Giddens’a benzer şekilde her şeyi denetleyen, standardize, taylorist, rasyonel toplumunun sanayi sonrası süreçte muğlaklık ve risk toplumuna dönüştüğünü ileri sürer. Beck’e göre sanayi toplumunda gerçekleşen ekonomik, toplumsal, bilimsel ve teknolojik ilerlemenin yeterince sorgulanmadan uygulanması bireysel, toplumsal ve çevresel riskleri arttırmıştır (Çuhacı, 2007, s. 138). Beck’e (1986, s. 142) göre artık iş kanunu, çalışma saati ve sahası esnek bir yapıya bürünmüş; tam zamanlı çalışma biçimi yarı zamanlı çalışmaya dönmüş, emek hareketlenmiştir. Toplumsal yapının böylesine çözülmesi ve esnek hale gelmesi toplumu bireyselleştirmiş ve sürekli çeşitli riskler karşısında harekete geçmeyi gerektirecek refleksif bir pozisyona getirmiştir.

Hall’e (1995, s. 109 – 124) göre “kolektif toplumsal özneler, sınıf, ulus ya da etnik özneler parçalanmaya uğramış ve çoğullaşmış hale gelirken, birey özne daha çok önem kazanmaktadır.” Modern dönemde kimliği oluşturan bu kavramların yerini alt kimlik, üst kimlik, çok kültürlülük gibi kavramlar almıştır. Böylece ideoloji, sınıf mücadelesi, ortak bilinç gibi meseleler yerini daha bireysel ya da küçük grup meselelerine bırakmıştır.

Featherstone’a (1996, s. 189) göre kapitalist ekonominin boyut değiştirdiği yeni tüketim toplumunda kültürü gündelik yaşamın merkezine yerleştirme eğilimi vardır. Ancak bu kültür Frankfurt Okulu’ndaki gibi belli bir ideolojiyi yerleştirmeye endekslenen bir bütüncüllükten ziyade parça parça ve sürekli yeniden inşa edilebilerek moda ve trendlerle şekillenmektedir. İnsanlar toplumsal ilişkilerdeki konumlarına göre göstergelerle ilgilenerek kimliklerini nesnelerin gösterge değerine göre oluşturmaktadır fakat yine de tüketim kültürü ürünlerin üretim biçimleri ve arkalarındaki ideolojiler göz ardı edilmeden değerlendirilmelidir.

Bauman’a (2017, s. 12 – 13) göre ise modern olmak demek mükemmelliğin en üst aşamasına ulaşmak anlamına gelmekteydi ancak modernitenin akışkan bir hal aldığı günümüzde ortada ulaşılabilecek bir nokta ya da üst sınır kalmamış, mükemmellik imkânsız hale gelerek sonu gelmeyen bir gelişim sürecine dönüşmüştür. Bu yüzden modernitede belli ünvanlar ve görevler dahilinde işlevsel hareket eden birey, mal tedarikçisine benzer ancak günümüz bireyi daha çok haz koleksiyoncusu (pleasures-collector) veya duyum-toplayıcısına (sensations-gatherer) benzer (Bauman, 2014, s. 194). Bu bağlamda mükemmelliğin sonunun gelmesinin bireyleri sürekli farklı deneyim ve sıfatlara yönlendirdiği ve bireylerin Featherstone’un düşüncesine benzer şekilde belirli gösterge

ve nesneler aracılığı ile kendini sürekli yenilediği ve tamamlamaya çalıştığı ileri sürülebilir.

Debord (2014) ise diğer düşünörlere benzer şekilde kopya ve gerçeğin birbirine karıştığını, imgeleri tüketmenin refahla eşdeğer hale geldiğini, kapital ekonomi ve medya tarafından yönlendirilen bu imgelerin bireyin belleğini bozarak hakikat duyumunu ortadan kaldırdığını ileri sürer. Böylece hayat bir gösteriye döner ve diğer düşünörlerin düşöncelerine benzer şekilde bireyler kendi gösterileri için uygun buldukları imgelere yönelerek kendileri tanımlar, kimliklerini inşa ederler.

Baudrillard'ın (2011) günümüz toplumundaki bireye dair düşönceleri diğer düşünörlere göre daha radikaldir. Featherstone ve Debord gibi insanların eylemlerini ve seçimlerini nesnelerin gösterge değerine göre yaptıklarını savunur ancak ondan farklı olarak göstergelerin üretim biçimleri ve arkalarındaki ideolojilerle ilgilenmez, hatta günümüzde onların da bir göstergeye dönüşmüş olduğunu ileri sürer. Bu yüzden diğer düşünörlere gibi toplumsal yapının diğer dinamiklerine odaklanmaz, bireylerin medyanın ürettiği göstergelerle var oluşlarını tanımladıklarını ve eylemlerini buna göre gerçekleştirdiklerini düşünür. Göstergelerin ardındaki gerçeklik de kaybolduğu için bireylerin ardında gerçeklik olmayan salt göstergelerin peşinden koşan simölasyon evreninde yaşadıklarını ileri sürer.

2.1.3. Dijital Teknolojilerin Gelişim Süreçleri ve Özellikleri

Önceki bölümlerde modernite ile birlikte günlük yaşamda önemli yer kaplamaya başlayan teknolojilerin postmodernite, *geç modernite*, *akışkan modernite* gibi farklı isimlerle tanımlanan dönemde yaşamın olmazsa olmazlarından birine dönüştüğü, hatta bir ölçüde gündelik yaşamın bu teknolojiler tarafından şekillendirdiği açıklanmıştır. Ancak teknoloji ve kültür arasındaki ilişkiyi anlayabilmek için internet ve bilgisayarın kısa tarihlerinin ve yeni medya teknolojilerinin ne olduğu ve özelliklerinin bilinmesi gerekir.

2.1.3.1. İnternetin ortaya çıkışı ve gelişme süreci

İnternet, 1960'lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı ve Araştırma Projeleri Kurumu arasındaki bir anlaşma ile ortaya çıkmıştır. İnternet çalışmalarının temel amacı olası bir

nükleer savaş esnasında Sovyet Ülkeleri tarafından ABD Savunma Bakanlığı'nın iletişim ağlarına yapılabilecek bir saldırının önüne geçmek için merkezi bir yapısı olmayan bir iletişim sistemi geliştirmektir (Castells, 2010, s. 7).

Analog sistemlerin merkezi yapısı merkezsiz bir iletişim ağı oluşturmaya izin vermiyordu ancak buna karşın paket anahtarlama sistemi ile iletilen pek çok farklı yolla iletebilmesi herhangi bir saldırı karşısında hedefin belirlenmesi güçleştiriyordu. Bu durumun yanı sıra internetin mimarlarından Paul Baran sistemin fiziksel sürdürülebilirlik özelliğinin yanı sıra sayısal veri esnekliğinin yeni hizmetler eklemenin kolaylığı üzerine dikkat çekiyordu(Cansabuncu, 2013, s. 60).

Askeri işlevi haricinde internetin sunduğu veri esnekliğini ilk kullanan üniversite ve bilim çevresi olmuştur. Ancak sistem olarak veri aktarımı açısından analog sisteme göre çok daha büyük avantajlar taşıyor olsa da, internetin kullanımı teknik ve karmaşık bir sürece dayanıyordu ve internet üzerindeki veriye ulaşmak bir hayli zordu. Bu problem ise World Wide Web'in (Dünya Çapında Ağ) ortaya çıkışıyla büyük ölçüde çözülmüş, kullanımda büyük bir kolaylık yaratmıştır.

Cern'de Berners Lee ve çalışma arkadaşları dijital verinin esnekliğinden yararlanarak içeriğe işitsel ve görsel bir dil ekleyerek ağa bağlananların kendi özgün içeriklerini oluşturma, iletme imkânı sunan HTML'i (Hyper Text Markup Language) yarattılar ve aranan bilgileri sabitleyebilecekleri URL'yle (Uniform Resource Locator) oluşturdıkları içerikleri derleyen web sitelerinin ortaya çıkmasını sağladılar (Castells, 2010, s. 65). Böylece ortaya bilgisayar konusunda teknik hakimiyete sahip insanların ve şirketlerin içeriklerini yani web sayfalarını oluşturdıkları, sıradan insanların da bu web sitelerine girip içeriklere ulaşabildikleri web 1.0 teknolojisi ortaya çıkmış oldu.

2.1.3.2. Web 2.0

Bilgisayar ve internetin günlük yaşamda yaptığı bir diğer atılım ise web 2.0 kavramı ile yaşanmıştır. O'Reilly'e ait olan Web 2.0 terimi birçok hizmet ve uygulamanın ortaya çıkmasını sağlayan teknolojiye göndermede bulunan kapsayıcı bir kavramdır(Horzum, 2010, s. 605). Web 1.0 karmaşık teknolojisi nedeni ile sadece belli bir teknik yetkinliğe sahip insanların içerik üretmesine izin veriyordu ancak veri aktarmadaki sunduğu kolaylık ve neoliberal politikaların ihtiyacını karşılaması, kurumsal birçok firmanın

internete önem vermesi gibi nedenler internet ve web teknolojisinin genişlemesi, veri aktarımını sağlayan bant genişliğinin artması, kullanıcı dostu çeşitli yazılım ve arayüzlerin gelişmesi gibi sonuçlar ortaya çıkardı. Böylece ortaya kullanıcının içerik üretmesine imkan veren Web 2.0 teknolojisi ortaya çıktı. Bu bağlamda Web 2.0'ın bilgisayarlar arası kullanıcı etkileşiminin yükseldiği dönemi işaret eden şemsiye bir kavram olduğu ileri sürülebilir.

Tablo 2.2. *Web 1.0, Web 2.0 Karşılaştırması (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012, s. 3)*

Web 1.0	Web 2.0
Okuma	Okuma/Yazma
Şirketler	Topluluklar
Müşteri – Server	Eşler arası
HTML, Portallar	XML, RSS
Sınıflama (Taxonomy)	Etiketler (Tags)
Sahiplik	Paylaşım
Halka arz etme	Ticari
Netscape	Google
Web Siteleri	Web Uygulamaları
Kod yazımı	Yazılım Programlama Arayüzü
Doğrudan hat üzerinden aktarma	Geniş Bantlı Sistem
Yazılım Ücreti	Hizmet Ücreti
Tek yönlü anlatım	Diyalog
Reklam	Ağzdan ağza pazarlama
Web üzerinden satılan hizmetler	Web hizmetleri
Bilgi Portalları	Platformlar

Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani'nin hazırladıkları tablo Web 2.0'ın dinamiklerini kapsayıcı şekilde özetlemektedir. Arayüzlerin bilgisayar kullanımını kolaylaştırması, ve böylece bilgisayar aracılığı ile okumanın artması, bunun yanına yazmanın eklenmesi, verilerin sınıflandırma yerine etiketler ile kategorize edilmesi arama motorlarının geliştirmesi gibi unsurların bilgisayarlaşma ve interneti yaygınlaştırdığı, yaygınlaşan bu

teknolojininse daha da gelişerek bant genişliğinin aktardığı veri miktarını sürekli arttırdığı, kurumsal web sitelerinin yanı sıra kişisel web sitelerini, kolektif bir şekilde içerik üreten platformları ve yeni içerik biçimlerini ortaya çıkardığı iddia edilebilir.

“Web 2.0 bilgisayar endüstrisinde interneti platforma dönüştüren bir devrimdir ve başarıyı bu yeni platformun kurallarını anlama girişimi getirecektir. Ağı kullanan uygulamalar tasarlamak ağı kullanan insanları arttıracaktır” (O’Reilly, 2006).

Web 2.0 kavramının isim babası Tim O’Reilly’nin yukarıdaki yaklaşımından yola çıkarak Web 2.0’ın teknolojik bir gelişme olduğu ancak bu teknolojik gelişmenin kullanıcı ve ağdaki veri miktarını inanılmaz ölçüde arttırmasının internetin kullanımını ve anlamını radikal şekilde dönüştüren bir devrim yarattığı ileri sürülebilir. Böylece bu döneme kadar bütün iletişim araçları içerik üretmeye ya da tüketmeye izin veriyorken Web 2.0’la insanlar bir yandan içerik üreten bir yandan da ürettiği içeriği tüketen üretüketicilere dönüşmüştür. Bu yönüyle bakıldığında Web 2.0 teknolojisi aracılığıyla ortaya çıkan internet teknolojilerinin temel özellikleri arasında bilgiye hızlı erişim, bilgi paylaşımı, kolektif içerik oluşturma, depolama, göreselleştirme gibi unsurlar sayılabilir (Göksun, Filiz ve Kurt, 2018, s. 505).

2.1.3.3. Yeni medya geleneksel medya ayrımı

Yeni medya, verilerin birbirine dönüşmesini mümkün teknik altyapı ve bu altyapıdan beslenen etkileşimi yüksek medya biçimine gönderme yapar. Yeni medyanın temelinde dijital olması, dijitalin temelinde ise daha önceki bölümlerde bahsedildiği gibi verinin elektroniğe dönüştürülebilmesi yatar. Bu yüzden yeni medyanın elektroniğe dönüştürülen verileri okuyan, taşıyan, birbirine çeviren genelde bilgisayar merkezli teknolojilerin tümünü kapsayan bir kavram olduğu savunulabilir.

Van Dijk Yeni medyayı “dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eşanlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları” olarak tanımlar (Van Dijk’ten akt. Binark, 2007, s. 5).

Deniz Yengin (2012, s. 128) ise yeni medyayı “dijital kodlama sistemine temellenen, hipermetinlilik ve modülerlik özelliklerini taşıyan yüksek hızda etkileşimin gerçekleştiği (bireylerin aktif olduğu) iletişim alanları” şeklinde tanımlamaktadır.

Manovich'e(2001, s. 43) göre "CD'lere kaydedilen ve görüntülenmek için bilgisayar gerektiren fotoğraflar yeni medya olarak kabul edilir. Aynı fotoğrafların kitap şeklinde basılmış hali yeni medya olarak kabul edilmez". Manovich'in yaptığı bu ayırım, van Dijk'in multimedya biçimselliğini yani dijital bir dile sahip olmanın önemini vurguladığı ileri sürülebilir.

Tüm bu tanımlar yeni medyanın teknolojik altyapısına gönderme yapmaktadır. Bu altyapının kullanımı ile ortaya çıkan dönüşüm ise yeni medyanın ona yeni sıfatını veren geleneksel medyanın özellikleri ile arasındaki farklarda bulunabilir. Yeni medyanın ortaya çıkardığı temel özellikleri Richard A. Rogers etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık şeklinde kategorize eder(Geray, 2003, s. 18 – 19).

Etkileşim: Yeni medyanın geleneksel medyadan ayıran en temel özellik etkileşim düzeyinin çok yüksek olmasıdır. Bu etkileşimin teknik ve sosyal iki boyutu olduğundan bahsedilebilir. Teknik olarak yazılı, görsel farklı kategorideki içeriklerin birbiriyle etkileşime geçebilmesi olarak düşünülebilir. Sosyal olarak ise veri akışının tek yönlü değil çift yönlü olması, alıcının kaynak, kaynağın alıcı konumuna geçmesi yani kullanıcıların bir yandan içerik tüketirken bir yandan da başkalarına tüketecek içerik sunması ve birbirleriyle anında iletişime geçebilmesi olarak değerlendirilebilir.

Kitlesizleştirme: Geleneksel medyada içerik belirli kanallar aracılığı ile kitlesel olarak sunulurdu; kitap, gazete ve derginin içeriği sadece içindekiler ile sınırlı, televizyon ve radyo ise kanallar ve içindeki yayın akışı ile sınırlıydı. Yeni medyanın metinlerarasılık(hipetmetinsel), etiketleme özellikleri ve arama motorları kullanıcıya sınırsız içerikten seçtiklerine ulaşma şansı tanımaktadır. Buna ek olarak yeni medya kitlesel veri akışının yanısıra seçili gruplara ya da kişilere veri akışı sağlayabilme özelliğine sahiptir.

Eşzamansızlık: Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran bir diğer temel özellik ise eşzamansızlıktır. Geleneksel iletişim araçları eşzamanlığa dayanır; telefonda eşzamanlı olarak iletişime geçilir ya da televizyon ve radyo yayınında istenen içeriğe ulaşmak için yayın akışını takip etmek gerekir. Yeni medyada ise içeriğe kullanıcı istediği zaman ulaşabilir ya da atılan bir mesajı ya da e-maili kullanıcı çevrimiçi ya da müsait olduğunda okuyabilir ve böylelikle iletişim açısından zaman belirleyici bir unsur olmaktan çıkar.

2.1.3.4. Sosyal medya platformları

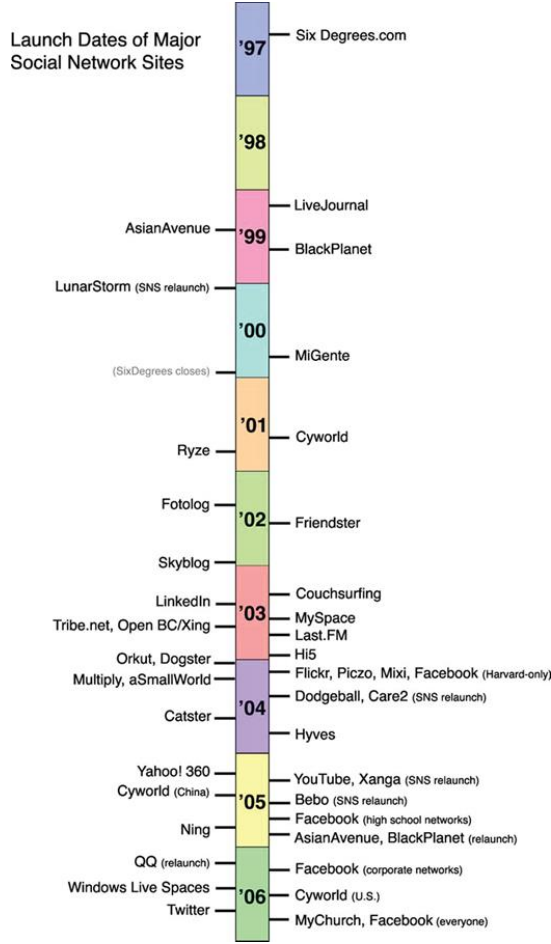
Geniş anlamda yeni medya, daha dar anlamda ise onun alt teknolojilerinden olan Web 2.0 aracılığı ile hayatımıza giren önemli kavramlardan biri de sosyal ağ siteleri ya da başka bir deyişle sosyal medyadır. Ancak temelde benzer noktalarda buluşsa da platformun farklı noktalarına odaklanan birçok tanıma ulaşılabilir. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

“Kaplan ve Haenlein’e göre sosyal medya, web 2.0”ın teknolojik ve ideolojik altyapısında oluşturulan ve kullanıcı tabanlı içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine imkân tanıyan internet temelli uygulamalar bütünüdür” (2009, akt. Rahimi, 2015, s. 20).

Rahimi’ye (2015, s. 20) göre sosyal ağlar, bireyler ve gruplar arasındaki karşılıklı etkileşimi kolaylaştıran, bunun için çeşitli seçenekler sunan ve sosyal ilişkiler yumağının oluşumunu destekleyen yazılımlar olarak tanımlanabilir.

Boyd ve Ellison’a (2007, s. 211) göre sosyal ağ siteleri sınırlı bir sistem içinde herkesin açık ya da yarı sınırlı olarak profil ve bağlantılarını paylaştıkları insanların listesini oluşturmasını sağlayan ve kullanıcının listesindeki kişilerin içeriklerini görmeye izin veren web tabanlı ortamlardır. Bu sitelerin işlevleri ve bağlantılara verdikleri isimler siteden siteye değişebilir.

Bu tanımlardan yola çıkarak sosyal medya kapsayıcı bir şekilde web 2.0 teknolojisinin ideolojik ve teknik altyapısına dayanan, kullanıcıların profil ve arkadaş listesi oluşturarak içerik üretmesine ve birbirlerinin içeriklerini takip etmesine izin veren, bireyler ve gruplar arasında etkileşimi kolaylaştıran, işlevleri bağlamında kategorize edilebilen web platformları olarak tanımlanabilir.



Şekil 2.1. Bazı Önemli Sosyal Medya Platformlarının Kuruluş Yıllarına Göre Zaman Çizelgesi (Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B., 2007, s. 212)

Sosyal medya sitelerinin ilki 1997 yılında kurulan profil oluşturma ve diğer kullanıcılara mesaj gönderebilme imkânı sunan sixdegrees.com sitesi olmasına karşın kitlesel yayın yapabilme özelliği ile günümüz sosyal medya platformlarına daha yakın olan sosyal platform 1998 yılında kurulan, aynı zamanda ilk blog olma özelliği taşıyan opendairy.com sitesidir. 2001 yılında Blackplanet, Asian Avenue ve MiGente sitelerinin arkadaş listesi oluşturma özelliği ile günümüz sosyal medya sitelerinin temel iskeleti ortaya çıkmıştır (Doru, 2008, s. 28). Bu sitelerin ardından gelen süreçte ise bahsedilen özelliklerin hepsini ya da işlevine göre bir kısmını kapsayan çeşitli sosyal medya platformları ortaya çıkmış, işlevlerine göre çeşitli şekillerde kategorize edilmiştir.

2.1.3.4.1. Sosyal ağlar

Günümüzde kullanıcıların internet üzerinden yayın yapabildikleri ve istedikleri kullanıcıların yayınlarını takip edebildikleri birçok sosyal medya platformu mevcuttur. Ancak zamanla bu platformlar işlevleri bağlamında kendi içlerinde özel dinamikler kazanmışlar ve sosyal ağlar başlığı altında kategorize edilebilecek hale gelmişlerdir. Kaplan ve Haenlein (2010, s. 62 – 64) bu bağlamda sosyal ağları kendi iç dinamikleri ve işlevleri açısından altı farklı kategoriye ayırmıştır:

Ortak Projeler: Genel olarak birçok internet kullanıcının belli bir amaç doğrultusunda kolektif olarak içerik ürettiği platformlardır, herkes kendi ilgi ya da hakimiyet alanına göre içerik oluşturur ve sonuçta ortaya büyük bir veri çıkar. Wikipedia, sözlükler ve forum siteleri bu türün örnekleri arasında sayılabilir.

Bloglar: Sosyal medyanın ilk örnekleri arasında sayılabilecek bloglar, genelde kullanıcıların paylaştığı içeriği ters kronolojik tarihe göre sıralayan web siteleridir (OECD, 2007). Bloglardaki genel kullanım eğiliminin kişisel olmasına karşın birçok kurumsal blog da bulunmaktadır. Online günlük, kişisel ilgi alanları, akademik ya da profesyonel gibi birçok temaya sahip olabilen bloglar, kullanıcılara kitle iletişim araçlarına benzer şekilde kişisel yayın yapabilme şansı verir. Blogger ve Wordpress yaygın kullanımda olan blog platformlarına örnek verilebilir. Hatta zamanla blogların evrimsel bir dönüşüm geçirerek mikroblog şeklinde yeni bir alttür oluşturduğu savunulabilir; mikroblogların blogların çok daha hızlı tüketime dönük ufak içeriklerden oluşan versiyonları olduğu söylenebilir. Twitter en popüler makrobloglardan biridir.

İçerik Toplulukları: İçerik topluluklarının en önemli özelliği kullanıcıların birbiriyle çeşitli içerikler paylaşmasıdır. Farklı medya teknolojilerine dayanan birçok içerik topluluğu vardır; BookCrossing elektronik kitap, Flickr fotoğraf, Slideshare sunum, youtube video üzerine temellenen içerik topluluklarına örnek verilebilir. Bu siteler genel olarak profil bilgilerine fazla önem vermezler, profiller genelde ne zaman kayıt olduğu ve ne kadar içeriğe sahip olduğu gibi konularda bilgi verir.

Sosyal Ağ Siteleri: Sosyal ağ siteleri kullanıcıların genelde kişisel bilgileriyle oluşturdukları profiller bağlantısıyla diğer kullanıcılarla iletişime geçmesini sağlayan platformlardır. Kullanıcılar bu siteler aracılığı ile birbirlerini listelerine ekleyebilir, profili olmayan arkadaşlarını davet edebilir ve listesindeki ya da izin verdikleri kullanıcılarla

çeşitli içerikler paylaşp onlarla mesajlaşabilir. Facebook bu kategori içine dahil edilebilir.

Sanal Oyun Dünyaları: Sanal Oyunlar genelde çevrimiçi bir şekilde kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçmelerine izin veren online oyunları kapsar. Multimedya Online Rol Yapma Oyunları (Multimedia Online Role Playing Games) bu kategori içine dahil edilebilir.

Sanal Sosyal Dünyalar: Sanal dünyalar kullanıcılarına gerçek hayattaki ile birebir örtüşen sanal dünyalar kurgulayan Secondlife benzer uygulamaları kapsar.

Sosyal medya platformlarının günden güne yaşamın merkezine yaklaşır konumda olmasının sebeplerinden biri bu alandaki teknolojilerin hızla gelişmesi ve popüler hale gelmesiyken bir diğer sebebi de yakınsama kavramıdır. Yakınsama genel kullanımı yönüyle “dijital platformların farklı medya kanallarını tek bir araçla sunma yeteneği” olarak tanımlanabilir (McPhillips ve Merlo, 2008, s. 237).

Stöber’e (2004) göre ise yakınsama ve yarattığı dönüşüm teknolojik boyutla sınırlandırılabilir bir olgu değildir, teknolojik, kültürel, ekonomik ve politik dört farklı boyutu vardır; teknolojik olarak farklı medya kanallarına tek bir araçtan ulaşımı mümkün kılmıştır. Kültürel boyutuyla mobil teknolojilere entegre olarak günden güne küçülerek yaşamın biraz daha merkezine yerleşmiş, ekonomik olarak gazete, dergi, televizyon, radyo gibi birbirinden farklı ekonomik yapıların hepsini telekomünikasyona sektörüne bağımlı hale getirmiş, siyasal alanda ise internetin küresel ölçekteki bağımsız yapısı telekomünikasyon yasalarını küreselleştirerek dönüştürmüştür.

Yakınsamanın ekonomik ve siyasi boyutları ekonomi ve küreselleşme açısından dikkat çekiciyken teknolojik ve kültürel boyutları ise gündelik hayatta büyük dönüşümler yaratmıştır. Özellikle kullanıcıların kişisel veri paylaşımını merkeze alan Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal ağ siteleri mobil teknolojilerin gelişimine paralel olarak hızla popüler hale gelmiş ve kişilerin online kimlik ve benlik sunumları, gerçek benlik ve kimlik sunumlarının bir parçası haline gelmiştir.

2.1.3.4.1. Instagram

Instagram 6 Ekim 2010 tarihinde masaüstü bilgisayarları kapsamayan bir şekilde Apple ve Android tabanlı mobil cihazlara uyumlu bir şekilde Kevin Systorm ve Mike

Krieger tarafından geliştirilmiş bir mobil uygulamadır. Kuruluşundan hemen bir yıl sonra 2011’de Apple tarafından yılın uygulaması seçilmiş ve aynı yıl 14 milyon kullanıcının 400 milyon görsel paylaştığı bir uygulamaya dönüşmüştür ([http-1](#)).

2012 yılında ise Facebook’un CEO’su Mark Zuckerberg tarafından 1 Milyon Dolara satın alındı ve sosyal medya uygulamaları senkronize bir şekilde çalışmaya başlamıştır ([http-2](#)). Sonrasında, Instagram’a konum ekleyebilme özelliği gelmiş ve kullanıcılar fotoğrafları mekanlar ile eşleştirerek aynı lokasyonda çekilmiş fotoğrafları görüntüleyebilmeye başlamışlardır ([http-3](#)). Yine aynı yıl diğer sosyal medya sitelerinden direkt kişisel hesaba yönlendiren ‘badges’ tasarlanmış ([http-4](#)) ve yıl sonunda Instagram 25 farklı dilde hizmet sunan küresel bir mobil uygulamaya dönüşmüştür ([http-5](#)).

2013 yılında mobil bir uygulama olarak yayın hayatına başlayan Instagram webde masaüstü bilgisayarların -fotoğraf paylaşımı yapılamadan- kullanımına açılmıştır ([http-6](#)). Hashtaglerle fotoğrafın konusu, konum özelliğiyle nerede olduğu kategorize edilirken etiketler aracılığı ile kişilerin kim olduğu da tanımlanabilmeye başlamış ([http-7](#)), fotoğraf paylaşımının yanında video paylaşım özelliği eklenmiştir ([http-8](#)). 2012 yılında diğer sosyal medya sitelerinden profile yönlendiren *badges*’ların ardından 2013’te Instagram paylaşımları diğer web platformlarında paylaşılabilmeye başlamıştır ([http-9](#)). Öncesinde sadece fotoğraf paylaşımı ile iletişim kurulabilirken “direct” özelliği ile kişilerarası paylaşım olanağı yaratılmıştır ([http-10](#)).

2014 yılına geldiğimizde ise Instagram daha çok fotoğraf düzenleme ile ilgili özelliklerine odaklandı ve yeniliklere fotoğrafların uygulama üzerinden filtreler harici kişisel olarak düzenlenebilmesine uygun bir özellik ekleyerek başlamıştır ([http-11](#)). Çok geçmeden beş yeni filtre eklemiş ([http-12](#)) ve 2014’ün sonuna gelindiğinde Instagram üç yüz milyonun üzerinde kullanıcıya sahip, günde yetmiş milyon üzerinde fotoğraf paylaşılan bir uygulamaya dönüşmüştür ([http-13](#)).

2015 yılı ise Instagram’ın birçok fotoğrafı kolaj haline getirerek tek bir fotoğrafa dönüştürebilme olanağı yaratması ve fotoğraflardaki yüzlerin tanınabilir hale gelmesi ile başlamış ([http-14](#)), görsel iletişim diline sahip olan bir uygulama olarak hashtaglerde emoji’leri kullanılabilir hale getirerek beş yeni filtre daha eklemiş ([http-15](#)), artık 400 milyon kullanıcı ve günlük 80 milyon paylaşıma sahip olduğu için ([http-16](#)) arama sekmesini geliştirmiş trending tags adında kişinin ilgilendiği konular, kişiler ve yerler

bazında kişiye özel içerikler sunmaya başlamış (http-17), görsel ve video paylaşımının yanı sıra bumerang özelliğiyle kişilerin anlarından gif oluşturabilme olanak sunmuştur (http-18).

2016 yılının ilk hamlesi ise kullanıcıların yüklediği videoların izlenme ve beğenilme sayısını kullanıcılarla paylaşmak için yaptığı güncelleme olmuştur (http-19). Kullanıcı ve paylaşım sayısı çok fazla olduğu için kullanıcılar veri içinde kaybolmaya başlamıştı ve bu yüzden ana sayfa akışında en güncel fotoğrafın en üstte görünmesi özelliği güncellendi ve ana sayfa kişinin daha yakın olduğu kişilerin, daha yakın olduğu mekanların ve daha fazla ilgilendiği konuların daha yukarıda görüneceği şekilde yeniden tasarlanmıştır (http-20). Kişilerin ilgilenebileceği videolardan oluşan video kanalları özelliği uygulamaya eklenmiştir (http-21). Snapchat uygulamasının Instagram'la rekabet edebilecek düzeye gelmiş olması Instagram'ın kullanıcıların kalıcı olmayan paylaşımlar yapmaya ihtiyaç duymaya başladığını fark etmesini sağlamış ve 24 saat sonra silinen hikaye özelliğini eklemiştir (http-22). Hikayeler özelliğinin popüler hale gelmesinin ardından hikayelere süper zoom (http-23), bumerang ve etiket kullanma özellikleri eklenmiş (http-24) ve en son hikayeler aracılığı ile canlı yayın yapılabilmeye başlanmıştır (http-25). Instagram'ın kişinin günlük yaşamına dair bu kadar paylaşım yapabildiği bir platform haline gelmesi güvenlik konusunda birtakım önlemler almasını gerektirmiş ve kullanıcılara paylaşımlarını yoruma kapatabilme seçeneği sunulmuş ve öncesinde özel hesap aracılığı ile paylaşımlar takipçilerle sınırlanabiliyorken bir kişiyi bir kez takipçi olarak eklendikten sonra kullanıcı engellenmeden takipten çıkarılamıyordu. Bu özellik güncellenmiş ve kullanıcılar takipçilerini engellemeden profillerinden uzak tutabilmeye başlayabilmişlerdir (http-26). 2016'nın son güncellemeleri ise postların daha sonra tekrar izlemek için gelen kaydedebilme özelliği (http-27), hikayelere konum, saat, gif, emoji gibi çeşitli çıkartmalar ekleyebilme ve son 24 saat içinde paylaşılan hikayeyi kaydedebilme özelliği olmuştur (http-28).

Art arda birçok fotoğraf paylaşımı diğer kullanıcıların akışında çok fazla yer kapladığı için kaba bir hareket olarak görülüyordu ve bu yüzden çoğu kullanıcı fotoğraflar arasından en iyisini seçerek paylaşmaktaydı. 2017 yılının ilk düzenlemesi bu konuyla ilgili olarak 10 fotoğrafa kadar set şeklinde fotoğraf paylaşabilme özelliği eklenmesi ile başlamıştır (http-29). Bir diğer yenilik ise küreyerelleşme bağlamında değerlendirilebilecek bir hamle olan *geosticker* özelliği olmuş; Başta New York City ve

Jackarta için üretilen bölgesel yapıştırıcılar sonrasında küresel ölçekte birçok farklı coğrafya için üretilmiştir (http-30). Aynı zamanda canlı yayın görüntüleri yayın bittikten sonra telefona kaydedilebilmeye başlamıştır (http-31). Reklam verenlerin sayısı bir milyona çıkmış (http-32), rahatsız edici içeriklerden rahatsız olanlar için uyarıya tıklayarak açılan paylaşımları kapsayan *hassas içerik* özelliği eklenmiş, ekstra güvenlik isteyen kullanıcılar için çift yönlü güvenlik sekmesi getirilmiş ve kullanıcıların Instagram’da nasıl daha güvenli hareket edebilecekleri üzerine tüyolar veren *Tools to Keep Our Community Feeling Safe* (Topluluğumuza Güvenli Hissettirecek Araçlar) sitesi kurulmuştur (http-33). Bunlara ek olarak yüz filtreleri özelliği (http-34), hikayelere cevap yazabilme özelliği (http-35), arkadaşla birlikte yayın yapabilme özelliği (http-36) eklenmiştir.

Son olarak 2018 yılına gelindiğinde Instagram’ın en fazla güncelleme yaptığı yıl olduğu ve günümüzdeki haline kavuştuğu söylenebilir. 2018’de yaptığı ilk güncellemeler; hikayelere gif çıkartmalar (http-37), yine hikayeler için hazırlanan yeni tipografi düzenlemeleri (http-38), profilin biyografi kısmında kullanılabilmeye başlanan hashtag ve linkler olmuştur (http-39). Ardından uygulamanın kamerası yüzlere odaklanacak şekilde geliştirilmiş (http-40), tek seferde birçok hikaye paylaşılabilir (http-41), Spotify’da dinlenen parça hikayede kullanılabilir hale gelmiştir (http-42). Kullanıcıların hikayeler aracılığı ile takipçileriyle daha yüksek düzeyde etkileşime geçebilmeleri için ‘ne kadar?’ lı sorulara miktar belirtebilecekleri emoji kaydırıcı özelliği eklenmiş (http-43), başka kullanıcıların paylaşımları hikaye şeklinde paylaşılabilmeye (http-44), takip listesinden çıkarılmadan ama paylaşımları görülmek istemeyen kişiler sessize alınabilmeye başlamıştır (http-45). Sonrasında ise başkalarının hikayelerinde etiketlenen kullanıcılar o hikayeyi kendi hikayelerinde paylaşabilmeye başlamış (http-46), alışveriş çantası ikonuyla hikayede gösterilen ürünün satış sayfasına erişim özelliği eklenmiş (http-47), IGTV özelliğiyle bir saatlik uzunluğa kadar video içeriği paylaşılabilmeye başlamıştır (http-48). Bunlara ek olarak hikayelere müzik eklenebilmeye (http-49), kullanıcılara son iki günde paylaşılan bütün içeriklerin görüldüğüne dair bildirim gönderilmeye (http-50), kullanıcılara hikaye aracılığıyla soru sorulabilmeye ve alınan yanıtlar yine hikayede paylaşılabilmeye (http-51), görüntülü görüşme yapılabilmeye (http-52) ve arkadaşların online olup olmadıkları görülebilmeye (http-53) başlamıştır. Ve son olarak mesajlaşırken gifler aracılığı ile cevap verilebilmeye (http-54) ve sadece seçilen yakın arkadaşlarla hikaye paylaşılabilmeye başlanmış (http-

55), bu kadar çok yönlü bir kullanıma sahip hale gelen Instagram gençlerin ebeveynleri için Instagram'ın güvenli kullanımı ile ilgili olarak web sitesinde özel bir sekme açmıştır (http-56).

Nasıl ki modern toplumun ekonomik yapısı fordist, taylorist sisteme; standartlaşmaya dayanıyorsa bunun sonucunda geleneksel kitle iletişim araçları bu sistemi verimli hale gelecek teknolojiyle bu ideolojileri destekleyecek bir kültür oluşturulmasında etkin rol oynuyorsa aynı işlevi sanayi sonrası/postmodern toplumlarda yeni medya, onun teknolojisi ve teknolojinin yarattığı kültür üstlenir.

Sanayi sonrası toplumun özelliklerine bakıldığında ekonomik olarak postfordist üretim biçiminin benimsendiği, küresel düzeyde enformasyon ve ağ kurabilme becerisinin önemli olduğu görülmektedir. Ağ kurabilmek ve enformasyona ulaşabilmek esnek bir yapılanma; esneklikse özgürlük gerektirir. Bu duruma ek olarak fordizmden postfordizme geçilmiş olması farklı ürünleri benimseyen farklı hedef kitleler ve moda kavramını; bu kavramlarsa seçim yapabilecek bireyleri gerekli kılar. Bu unsurlar bağlamında sanayi sonrası postmodern toplumun bireyi standart kalıplardan dışarı çıkmış özgür bireylerdir. Ancak bu özgürlük, medya ve iletişim teknolojileri tarafından benliği ve kimliği sürekli farklı göstergelerin tüketimi aracılığı ile yeniden inşa etmeye güdümlenen bir özgürlüktür.

İnternet ve yeni medya teknolojilerinin yüksek etkileşim kapasitesi ve imkânlar aracılığı ile ortaya çıkan sosyal ağlar, bireylerin benlik sunumu ve kimlik inşa süreçlerinde stratejik bir öneme sahiptir. Sosyal ağlar başta sanal ve anonim kalma konusunda özgürlük tanıyan yapılanmalarken zamanla bant genişliğinin artması, daha büyük verilerin daha az yer kaplamasıyla fotoğraf, video gibi verilerin kolay paylaşılır hale gelmesini sağlamıştır. Bu duruma ek olarak mobil teknolojilerin hızla ilerlemesi, teknolojik yakınsamayla cep telefonlarının adeta küçük birer fotoğraf makinesi ve bilgisayara dönüşmesi kişisel verilerin gündelik hayatın her anında üretilebilir ve paylaşılabilir olmasını mümkün kılmıştır.

Yukarıda bahsedilen gelişmelerin ardından sosyal ağlar kişilerin profil oluşturabildiği alternatif bir ortam olmaktan çıkarak kişilerin gerçek kimliklerini temsil eden bir parçalarına dönüşmüştür. Sosyal ağların kişisel kimliğin bir parçasına dönüşmesi durumu ise kişilerin kimlikleri gibi sosyal medya platformlarını da inşa etmelerini gerekli kılmıştır.

Fotoğraflar aracılığı ile günlük yaşamı internet ortamına taşıyabilmesi özelliği nedeni ile sosyal ağlar arasından Instagram'ın ayrı bir konumu vardır. Kurulumundan bugüne gelen güncellemeler değerlendirildiğinde başta sadece günlük yaşamdan hatıra niteliğinde fotoğraflar paylaşma özelliği ile tasarlanan Instagram'ın yıllar içerisinde hikâyeler aracılığı ile gün içerisinde neler yapıldığının gösterilen bir uygulamaya dönüştüğü ileri sürülebilir.

Bunun yanı sıra başta ufak düzenlemelerle fotoğraf paylaşımı yapılmasına izin veren Instagram; gif, yapıştırma, artırılmış gerçeklik efektleri gibi unsurlarla görsel tasarım üretilip paylaşılan bir uygulamaya evrilmiştir. Bir diğer önemli özellikse yapılan güncellemelerin sürekli etkileşimi yükseltmek üzerine odaklanmış olmasıdır. Başta sadece takipçilerin paylaşılan fotoğraflara yorum yapması mümkünken zaman içerisinde direkt mesajlaşabilme, görüntü arama yapabilme, hikâyelere yanıt verebilme, hikaye üzerinden takipçilere soru sorabilme gibi özelliklerle fotoğraf paylaşım uygulamasından etkileşime geçmek için tasarlanan bir uygulamaya dönüşmüştür.

Son olarak ise optimizasyon konusunda yapılan güncellemeler ele alınabilir. Başta en yeni fotoğraftan en eski fotoğrafa doğru olan akış güncellemelerle kişinin en çok etkileşime geçtiği kişiler, en sık bulunduğu mekânlar ve en çok kullandığı etikete göre yönlendirilmiş bir akışa evrilmiştir. Böylece kullanıcıların etkileşim düzeyini yüksek tutmak ve platformda daha görünür olabilmek için paylaşımlarını takipçilerinin çeşitli beklentilere göre ve birtakım etiketlere uyacak şekilde oluşturmaya başladığı düşünülebilir.

Tüm bunlar göz önüne alındığında Instagram'ın işlevinin gündelik hayattan fotoğraflar paylaşmaktan kullanıcıların kimliklerini inşa ettiklerini ya da kimliklerine uygun yaşadıklarını kanıtladıkları bir platforma dönüştüğü, Instagram'ın bu konuda bireylere uygun bir *ağ* yarattığı ve bu yüzden de bireylerin benlik sunumları açısından Instagram'ın önemli bir yere sahip ileri sürülebilir.

2.2. Kişisel Antrenörler ve Bedensel Sermaye

2.2.1. Beden üzerine teorik tartışmalar

Postmodernite ile bireylerin benliklerinin ve kişisel kimlik inşa süreçlerinin önemli hale gelmesiyle birlikte ön plana çıkan kavramlardan biri de beden olmuştur. Bireylerin kimliklerini kendi seçimleri ile oluşturması kaçınılmaz olarak bedenlerini de benlik ve kimliklerinin bir parçası haline getirmiştir. Buna ek olarak modern ve postmodern koşullarda gelişen genetik yöntemler, estetik cerahi ve spor gibi çeşitli unsurlar bireylerin bedenlerini istedikleri gibi kontrol edip kişiselleştirebilmelerine imkân yaratmıştır (Shilling, 1993, s. 3). Bu anlamda *üst anlatıların* değer kaybetmesi ve sosyal bilimlerin mikro alanlara yönelmesi bedenin kendisinin bir araştırma ve çalışma konusu haline getirmiştir.

2.2.1.1. Brayn Turner ve bedensel toplum

Beden üzerine çalışmaları ile en çok dikkat çeken sosyologlardan biri Bryan Turner'dır. Turner, Bedenin modern süreç boyunca sosyal bilimler tarafından önemsenmediğini ancak günümüzde birçok konunun merkezinde olması nedeni ile herhangi bir kavram ile ilişkili olmadan direkt beden üzerine çalışmalar yapılması gerektiğini düşünmekte ve tarih boyunca bu konuda yapılan çeşitli çalışmaları derleyerek beden sosyolojisi şeklinde alan yaratmaya çalışmaktadır.

Turner'a göre Weber'in uzmanlaşma, bürokrasi karşısında oluşan *demir kafes* ve *büyük bozumu* kavramları aracılığıyla ortaya çıkan beden ve Marx'ın iş bölümü, üretim araçları, *yabancılaşma* kavramları ile temellendirdiği işçi bedeni kavramı birbirine paralellik taşır (Çil, 2017, s. 460). İki bakış açısına göre de beden, ekonomik ve kültürel alanda yaşananlar sonucunda belli işlevleri ve kalıpları olan bir nesne olarak karşımıza çıkmaktadır. Klasik teorilerin bedeni kültürel alanda yaşananların nesnesi ya da sonucu olarak alması bireylerin aktif konuma geldiği postmodern dönem ile ilgi çalışmalarda sorun yaratmaya başlamıştır.

Turner'a göre bedenler 20. Yüzyılın ortalarına kadar fen bilimleri, biyolojizm, Darwinizm ve *üst anlatıların* etkisi altında kalmış, 60'lı yıllardan itibaren bu perspektifler

aracılığı ile oluşturulan beden görüşleri eleştiriye uğramaya başlamıştır (Turner, 2001 aktaran Ördem, 2018, s. 2558). Bilim, teknoloji ve tıp alanlarının gelişmesiyle ortaya çıkan protez ve nakil uygulamalarının gelişerek son derece yaygınlaştığı koşullarda, ameliyatlara ve çeşitli spor aktiviteleriyle kendi bedenlerini dönüştürebilme gücüne sahip olmuş bireylerden oluşan toplumlarda, bedenın kendisi yasal ve politik olarak büyük öneme sahip bir konuya dönüşmüş ve bedeni kültürün nesnesi olarak gören klasik teorilerin gücünü zayıflatmıştır (Turner, 1992, s. 37). Bu yüzden Turner, bedenin siyasi ve kültürel faaliyetlerin ana alanı haline geldiğini vurgulamak için günümüz toplumunu ‘*bedensel toplum (somatic society)*’ kavramı ile tanımlar (Turner, 1992a: 12-162) ve bedensel toplumun dinamiklerini açıklar.

2.2.1.2. Elias ve medenileştirilmiş beden

Beden üzerine çalışmalar yapan ilk isimlerden biri ise Nöber Elias’tır. Elias beden ile çalışmalarının temeline *medenileşme* kavramını yerleştirir. Ortaçağdan itibaren insan bedeninin geçirmek, tükürmek tuvalet ihtiyacı gibi doğal fonksiyonlarının nasıl adab-ı muâşeret kurallarına aykırı durumlar olarak görülmeye başladığını; bu durumların nasıl utanma ve mahcubiyet gibi duygulara dönüştüğünü medenileşme kavramı ve süreci ile açıklar (Öncü, 2000, s. 12).

Modernitenin temelindeki rasyonelleşme eğilimi kendini beden konusunda da göstermiş ve Weber’in *bürokrasi* ve *demir kafes*, Bauman’ın *bahçe metaforunda* ileri sürdüğü gibi bedenin kullanımı ile ilgili doğru ve yanlış edimler oluşturarak bedeni *medenileştirmiştir*. Bu sürece kadar elle yemek yemek ya da çeşitli fiziksel ihtiyaçları karşılamak gayet normal bir durumken medenileşme ile birlikte bu edimlere bir takım kural ve sınırlılıklar getirilmiş; bu kurallara uyma ya da uymama durumu ise kişinin kimliği ya da it olduğu toplumsal sınıf gibi konular hakkında göstergelere dönüşmüştür. Bu yüzden medenileşme süreci ile birlikte yaşanan rasyonelize etme eğilimi bir yandan bireylere bedenleri üzerinde daha fazla kontrol kapasitesi sunarken bir yandan da bedenlerini kontrol etmeleri ile ilgili baskı yaratmaktadır (Yumul, 2000: 38).

Bireyin medeni hareket etme gerekliliğiyle; duygu durumu, şiddet eğilimi, bedensel ihtiyaçlar gibi konularda kontrol sahibi olması durumu hem beden ve benliği hem de kendi bedeni ve diğer bedenler arasında çeşitli gerilimler yaratarak mesafe açar (Öncü,

2000, s. 12). Bireyin kamusal alanda duygularını kontrol etme gerekliliği (kendi bedeni ve diğer bedenler arasındaki gerilimi yönetme ihtiyacı) onu spor, dans gibi bedenin denetimli rahatlamasına izin veren edimlere yönlendirirken, bir yandan da bu edimler aracılığı ile benliğini ve kimliğini tasarlayabilecek bilince (beden ve benliği arasındaki mesafenin oluşturduğu) kavuşturur; Elias bu yüzden spor, dans gibi bedensel aktivitelerin medenileşme sürecinin bir parçası olduğunu ileri sürer (Yumul, 2000: 39 – 47).

2.2.1.3. Foucault: biyoiktidar bağlamında disiplinize edilmiş bedenler

Beden üzerine tartışmalar yapan önemli isimlerden biri de Foucault'dur. Foucault'nun düşüncelerinin Elias'ın düşünceleri ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Ancak Elias bedenlerin medenileşerek rasyonel bir konuma geliş süreçlerini anlamaya çalışırken Foucault rasyonelleşme aracılığı ile bedenlerin iktidar tarafından nasıl baskı aracı olarak kullanıldığını anlamaya çalışır.

Foucault ortaya belli bir söylem çıkarıldığını ve ardından bu söylemin toplumun genelinde yayılarak bireyler üzerinde iktidar yarattığını savunur ve bu iktidar biçimi doğrudan gözlemlenerek açığa çıkarılamaz; ancak yarattığı etkiler gözlemlenerek anlaşılabilir. Böylece yaratılan söylemler herhangi bir zorlama ya da baskı uygulamadan beden ve ruhlarına sızarak birey üzerinde biyoiktidarı oluşturur (Boyacıoğlu, 2014: 3-5).

Foucault'a (2003: 96) göre "Tamamen tek bir kişiye verilmiş olan ve bu kişinin başkaları üzerinde yalnız başına tümüyle uyguladığı bir güç yoktur; bu herkesi içine alan bir makinedir, iktidarı işletenler kadar üstlerinde iktidar işletilenler de buna dahildir." Üzerine iktidar işletilen nesne ise bedenin kendisidir. Genel olarak beden üzerindeki bu iktidar tıp, psikiyatri ve hukuk aracılığı ile kurulur. Foucault insanların nasıl olmaları ve bedenlerini nasıl kontrol etmeleri gerektiğinin tıp alanının söylemleri ile belirlendiğini, bu söylemlere karşı çıkanların psikiyatri tarafından çeşitli 'hastalık' tanımları ile toplumsal alanın dışında bırakıldığını ve hukuk tarafından öteki olarak tanımlananlar için çeşitli yaptırımlar üretildiğini ileri sürer (Ördem, 2018, s. 2559).

Foucault toplumdan dışlanmamak ve çeşitli şekillerde etiketlenmemek için insanların kendi bedenlerini (dolayısı ile bedenleri aracılığı ile gerçekleştirdikleri eylemleri) kendilerinin disiplinize ettiğini savunarak günümüz toplumundaki iktidar ilişkilerini disiplinize bedenler aracılığı ile anlamaya çalışır. Ancak postmodern

kimliklerin inşası ile disiplinize bedenler arasında bir ilişki kurulursa bedenlerin sadece belli söylemlerin oluşmasını engellemek için değil, aynı zamanda başka birtakım söylemler oluşturmak için de araç olarak kullanıldığı ileri sürülebilir. Yani sadece deli gibi görünmemek için değil, aynı zamanda toplumsal alanda başarılı bir izlenim yaratabilmek için de bedenlerin belli formları oluşturmaya ya da belli göstergeler ile donatılmaya koşullandığı ve böylece bedenin kimlik ve disiplin konusunda önemli bir araca dönüştüğü söylenebilir.

2.2.1.4. Shilling ve proje beden

Shilling (1993) ise günümüzde bedenlerin kişilerin benlik ve kimliklerinden ayıramayacak bir parçasına dönüştüklerini ileri sürmektedir. Bir yönüyle Foucault'un disiplinize bedenlerine benzer bir şekilde kişilerin sürekli bedenlerini kontrol etmek zorunda kaldıklarını düşünür ancak Foucault bunu içselleştirilmiş iktidarın dışlanma korkusu ile yönlendirdiği bir olgu olarak görürken Shilling daha çok toplumsallaşabilmek için bir inşa etmeleri gereken bir zorunluluk olarak görür. Yani Foucault, tıp, hukuk gibi yapıların; akıl hastanesi, hapishaneler gibi kurumlar aracılığı ile disiplinize olamayan bedenlerin toplumsal alanın dışına itilmesi ile ilgilenirken Shilling bedenleri bireylerin başarılı bir şekilde sosyalleşebilmesi ve toplumsal alana dahil olabilmeleri için sürekli dönüşen ve güncellenen projeye benzer bir araç olarak görür. Birinde temel motivasyon güdüsü içeri girmemek (hapishane, hastane vb.), diğesinde ise dışarıda kalmamaktır. Bu yönüyle Shilling'in *proje bedeni* yaklaşımının postmodernite ve kimlik inşası çalışmalarının daha mikro düzeyde bedene odaklanan hali olduğu söylenebilir.

Shilling'e göre postmodern koşullarda bedenin ayrılmaz bir şekilde kimlik ve benlik algısının merkezi bir parçasına dönüşmüştür. Modern koşullarda da her ne kadar beden devlet tarafından ulusal kimliğin inşasında bir araç olarak kullanılsa ya da savaş gibi özel durumlarda bedenin güçlü ve sağlıklı olmasına yönelik şekillerde çeşitli söylemler yaratarak devletin bedene müdahale ettiği savunulabilecek olsa da, bu durum bugünkü popüler kültür, sağlıklı yaşam, görünüm ve beden arasındaki güçlü ilişkiden ya da beden ve bireysel kimlik arasındaki simbiyosis ilişkiden çok uzakta olduğu söylenebilir (Shilling, 1993, s. 1).

Popüler kültür, tüketim toplumu ve beden arasındaki ilişkinin bu şekilde güçlü bir hal alması kaçınılmaz olarak bedeni kimlik ve benlik inşasında önemli bir yere getirmiş ve bedeni genetik müdahaleler, estetik ameliyatlar ve spor gibi eylem ve operasyonlar aracılığı ile isteğe bağlı ve sınırsız şekilde biçimlendirilebilecek bir göstergeye dönüştürmüştür (Shilling, 1993, s. 3).

Shilling'in (1993, s. 11 – 15) beden hakkındaki düşüncelerini derlediği *Beden ve Sosyal Teori* kitabı ve proje beden kavramıyla açıklamak ve vurgulamak istediği beş farklı şey vardır:

1. Shilling'in ilk amacı Turner ile benzerlik gösterir. Shilling de Turner gibi klasik sosyal bilim teorileri tarafından bedenin görmezden gelindiğini ve toplumsal yapının nesnesi olarak değerlendirildiğini düşünür ve bu yüzden öncelikle sosyal bilimlerdeki beden çalışmalarını nesne konumundan çıkararak bedenin kensini sosyal bilimlerde bir tartışma alanına getirmeye çalışır. Bu bağlamda bedenin proje haline dönüştüğü süreçleri tartışır.
2. Beden ile ilgili çalışmaların çok farklı perspektiflerden ve çok dağınık bir şekilde olduğunu düşünür ve Shilling tüm bu çalışmaları benzer yönleriyle birleştirip farklı yönleriyle ise ayrıştırarak beden çalışmaları için bir bağlam oluşturmaya çalışır.
3. Temel amacı ise oluşturduğu bağlamın ardında bu çalışmaların bir adım ötesine giderek proje beden kavramını oluşturmaktır. Farklı perspektiflerin farklı özelliklerini bir araya getirerek bedenin günümüzde nasıl bitmeyen projeye dönüştüğünü açıklamaya çalışır. Böylece sosyal bilimlerde eksik bırakılmış bedeni teorize etmeyi amaçlar.
4. Shilling her ne kadar günümüzde beden üzerine teoriler üretilmeye başlasa bile birçoğunun bedeni somut beden ya da onun üzerindeki dönüşümler aracılığı ile açıklamadıklarını düşünmektedir. Proje olarak beden yaklaşımı ise toplumsal alanda yaşananların direkt somut beden üzerinde çıkardığı dönüşümleri anlamaya çalışmaktadır ve bu yüzden yaklaşımın temeline somut bedeni alır.
5. Proje olarak bedenin ayırıcı son özelliği ise bedenin biyolojik varlık olması dolayısıyla doğup büyüüp yaşlanan ve ölen bir canlı olma özelliğini göz önünde bulundurarak oluşturulmuş bir yaklaşım olmasıdır. Böylece yaşlanma ve ölüm

gibi kavramları da göz önünde bulundurarak postmodern toplumda yaşayan bedenselleşmiş (embodied) bireyleri daha iyi analiz etmeyi mümkün kılar.

Proje olarak beden yaklaşımı incelendiğinde Turner'ın toplumsallaşmış beden çalışmasına benzer şekilde bedeni kuramsallaştırma eğilimine sahip olduğu görülmektedir. Ancak Turner, Elias ve Foucault'un yaklaşımlarını değerlendirdikten sonra *bedenselleşmiş toplum* kavramı ile bedeni siyasal ve kültürel faaliyetlerin ana alanı olarak görür. Bu yaklaşımın merkezinde her ne kadar bedenin kendisi de olsa, kültürel ve siyasi faaliyet alanı olarak hala pasif konumdadır. Proje olarak beden kavramı ise toplumsal alandan çok bedene ve onun geçirdiği dönüşüme vurgu yapar ve böylece beden toplumsal alanda yaşananlar bağlamında bile olsa onlardan bağımsız salt beden olarak incelenebilir.

2.2.1.5. Ulrich Beck: Risk ve beden

Genel olarak beden üzerine çalışma yapan isimler yer almasa bile Ulrich Beck'in risk toplumu kavramsallaştırması beden çalışmaları açısından kritik bir öneme sahiptir. Beck'e (2011, s. 45) göre riskler henüz meydana gelmemiş ancak tehdit eden tahribatlarla alakalıdır; bu yüzden risk toplumunda bugünün yerini gelecek alır ve böylece kurgulanmış, hayali bir şey olarak risk şimdiki eylemin belirleyici konumuna yerleşir.

Giddens'a (2012, s. 296) göre ise günümüzde bedenler bilimin istilasına uğramıştır. Bu iki düşünceye ek olarak Foucault'un tıp kurumunun ürettiği söylemlerin bedenleri ve benlikleri şekillendirme konusundaki düşünceleri göz önünde bulundurulursa tıbbın sağlık ve hastalık ile ilgili ürettiği risk söylemlerinin bedenleri etkin bir konumu olduğu söylenebilir. Kalp hastalıkları, kanser ve diğer hastalıkların birçoğu giderek daha fazla doğru yiyecekleri yiyen, sigarayı bırakan ve yeterli miktarda egzersiz yapan kişiler tarafından önlenebilecek şekilde tasvir edilmektedir. Tıp ve diyetisyenlik alanlarının ürettiği söylemlerle beden; git gide dış kısmı izlenebilen, iç kısmı işleyen, beslenebilen ve korunabilen bir makine gibi algılanmaya başlamakta, risklerden kaçınmak için birtakım yiyecek ve eylemlere yönelen başka birtakım yiyecek ve eylemlerden ise kaçınan bitmek bilmeyen bir projeye benzemektedir (Beck 1992'den aktaran Shilling 1993, s. 5).

2.2.2. Bourdieu ve temel kavramları

Beden konusunda en kapsamlı yaklaşımlardan biri ise Pierre Bourdieu'nun oluşturduğu düşünömsel (reflexive) perspektifinin uzantılarından biri olan *bedensel sermaye* kavramıdır. Bourdieu'nun bedensel sermaye kavramının diğör beden teorilerinin hepsini kapsayıcı bir yönü olduğı; bedenlerin neden uygarlaştığını, uygar bedenlerin kendilerini biyoiktidar aracılığı ile neden disiplinize ettiklerini, bireylerin bedenlerini projeye dönüştürürken ne tür stratejilere odaklandıkları gibi soruları aydınlatabilecek konumda olduğı söylenebilir. Ancak bedensel sermaye kavramının anlaşılabilmesi için öncelikle Bourdieu'nun düşünömsel sosyolojisinin diğör kavramlarını bilmek gerekmektedir.

Düşünömsel yaklaşımın temelinde sembolik etkileşim ve yapısalcı bakış açılarının yarattığı paradoksu ortadan kaldırmak vardır. Tüfekçi'ye (2004, s. 50) göre yapısalcılık “gerçeğı birbirine bağımlı bir bütün-parça ilişkisi içinde anlama ilkesinden yola çıkan bir öğrenme ve değerlendirme yaklaşımıdır”. Yapısalcı bakış açısının temelinde belli birtakım yapıların kültürü ve bireyleri belirlediğı yaklaşımı vardır. Modern dönemin her şeyi kalıplara ve sınırlara sokma eğilimi nedeni ile toplumun birey olarak kişinin üzerinde önceliğı sahip olduğunu öne süren Durkheim ve onun ardından gelen yaklaşımların birçoğı yapısal bir nitelik taşımaktadır (Giddens, 2012, s. 142). Durkheim'in sistem yaklaşımının organik ve inorganik dayanışma kavramlarına göre toplumsal düzende yaşanan değışimlerin bireyi de değıştirdiğı görölmektedir. Bezer şekilde Marksist söylemin meşhur “Altyapı üst yapıyı belirler” mottosuna bakıldığında da ekonomik değışimlerin bireyleri belirlediğı düşöncesi hakimdir. Diğör yandan postmodern dönemde *üst anlatıların* önemini yitirmesi ile ortaya çıkan¹ sembolik etkileşimcilik yaklaşımında ise yapısalcılığın tam tersi bir yaklaşım hâkimdir; toplumsal yapıların bireysel aktörler tarafından oluşturulduğı yani bireyler kümesinin eylemleri sonucunda yapıların oluştuğı düşöncesi vardır. Sembolik etkileşimcilere göre bireyler toplumun yarattıkları değıl, toplumsal yapının yaratıcılarıdır (Giddens, 2012: 144).

Bu yaklaşımlardan yapısalcılığına bakıldığında sosyal bilimlerin merkezinde insan olmasına rağmen bireyi pasif konuma getirdiğı ve araştırılmasını imkânsız kıldığı söylenebilir. Turner'ın bedenin kendisinin çalışılabilecek koşullara ulaşmasının 60'lı yıllara dek mümkün olmadığını ileri sürmesi postmodern döneme kadar sosyal bilimlerde

¹ Bkz. Lyotard bölümü

yapısalcı perspektiflerin oluşturduğu hegemonyadır.² Diğer yandan sembolik etkileşimcilik ise bireylerin eylemlerini değerlendirmeye izin veriyor olmasına rağmen bireyi salt belirleyici olarak gördüğü için bireysel eylemlerinin ardındaki toplumsal yapıların, bireyin eylemleri üzerindeki etkisinin görülmesini engellemektedir.

Düşünümsel yaklaşım ise yapısalcılık ve sembolik etkileşimcilik yaklaşımlarının açıklarını kapatan bir orta yol bulmaya çalışır. “Bourdieu’ya göre düşünümsellik bireysel olandaki toplumsalı, mahremin altında gizlenen kişisel olmayanı, özeldeki evrenseli keşfettirerek entelektüeli yanılsamadan kurutulabilir” (Çeğin, 2007, s. 511). Bir başka deyişle ise kurumsal yapıları ve bireyleri yok saymadan ikisini tek potada eritebilen bir yaklaşımdır. Bourdieu düşünümsel yaklaşımı daha kolay anlaşılabilmesi için oyuna benzetir ve kavramlarını bir oyunun kurallarını anlatır gibi anlatır.

2.2.2.1. Alan

Öncelikle oyun belli bir alan üzerinde oynanır. Göker’e (2007, s. 545) göre alan “incelenen toplumsal uzayın üstüne bina edilen bir kavram/nesnedir”. Çocukların oyun oynadığı alan benzeri bir şekilde alan, birtakım oyunların ve eylemlerin gerçekleştirilmesine izin verirken başka birtakım oyunların oynanmasına ve eylemlere izin vermez. Örneğin su topu oynamak için içerisinde havuz olan bir alanda olmak gerekir ama oyuncular havuz olan yerde illa ki su topu oynamak zorunda değildir, onun yerine yüzerek farklı oyunlar oynamayı da tercih edebilirler. Alan ve birey arasındaki ilişki de böyledir; her alanın izin verdiği ve vermediği şeyler vardır ve bazı özellikleri ile bireyin eylemlerini etkileyebilir.

Oyun sonucunda oyuncunun kazanacağı birtakım *illusiolar* vardır. *Illusio* oyun oynandıktan sonra oyunun elde edeceği kârdır; oyuncu sonucunda onu tatmin edecek *illusioların* olduğu alanlarda oynar ve bu *illusioyu* elde etmek için oyuna girdiği andan itibaren o alanın *doxalarını* yani kurallarını da sorgulamadan kabul etmiş olur (Bourdieu, 2006, s. 405). “Alan, eylem ve yapıyı dışarıdan şekillendirir. İçinde tuttuğu bireye benimseyebileceği kazançlar, bedeller ve hareket eşitliliği sunar” (Palabıyık, 2011, s. 136). Örneğin iktisat ve sanat birbirinden farklı özellikler taşıyan alanlardır; duygusal eylemleri minimumda tutmak ve olabildiğince profesyonel hareket etmek için iktisat

² Daha fazlası için bkz. Brayn Turner ve Bedensel Toplum

alanında uygun bir hareket biçimiyken sanatta bu durum tam tersidir, duyguların yoğunluğu kişinin başarılı olduğuna dair önemli bir gösterge niteliği taşır (Bourdieu ve Wacquant, 2003, s. 79 – 101).

Alandaki ilişkilerle ilgili dikkat çekici bir başka nokta ise alanda verilen mücadele ilişkileridir. Bu ilişki biçimleri *koruma*, *takip etme* ve *altüst etmedir*. Koruma genelde o alanda iktidarı temsil eden kişiler tarafından kurulan bir ilişki biçimidir, zaten alanın beklediği eylem kalıplarına ve göstergelere sahip olduğu için mevcut düzeni sürdürmeye yönelik stratejiler belirler. Takip etme ise daha çok alana yeni girenlerin ya da alanda iktidar sahibi gruba girmek isteyen grubun belirlediği stratejidir. Altüst etme ise daha çok alana yeni girenler ve alanda iktidar oluşturacak eylem potansiyeline ya da göstergelere sahip olmayanların alanın kurallarını iktidar sahiplerinin gücünü sarsacak şekilde değiştirme girişiminde bulunma durumudur (Palabıyık, 2011, s. 137).

2.2.2.2. Sermaye

Alan üzerinde oynanan oyunda *doxalara* uyarak *illusioyu* elde etmeye çalışırken kişilerin başarı ihtimali ve kapasiteleri büyük ölçüde sahip oldukları sermaye biçimleri ile ilişkilidir. Bu bağlamda sermaye oyun esnasında bireylerin sahip oldukları güce benzetilebilir. Bireyler sosyal alandaki eylemlerini hem kendi sahip oldukları sermayeye göre hem de içinde bulundukları alanın gerektirdiği sermaye türüne göre belirler (Dursun, 2018, s. 83). Bourdieu'ya göre ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel olmak üzere dört farklı sermaye türü vardır (Kaplan, 2018, s. 618). Bu sermayelerin her biri hem hem biriktirilebilir olma hem de bir diğer sermaye biçimine dönüştürülebilir olma özelliğine sahiptir (Dursun, 2018, s. 83).

Ekonomik Sermaye: Bourdieu (2010: 49) ekonomik sermayeyi doğrudan paraya çevrilebilen mülkiyet haklarının kurumsallaşmış hali olarak tanımlar. Bu tanımdan yola çıkarak ekonomik sermayenin klasik anlamda, sermayenin gerçek anlamına gönderme yapan bir kavram olduğu ileri sürülebilir. Ancak klasik anlamda Marx'ın sermaye kavramına göndermede bulunan ekonomik sermaye tek başına bağımsız bir iktidar kaynağı değildir, diğer sermaye tipleri ile ilişkisi bağlamında anlam ve önem kazanır (Göker, 2010, s. 282).

Kültürel Sermaye: Bourdieu (2010, s. 49) kültürel sermayeyi ise çeşitli stratejiler aracılığı ile ekonomik sermayeye çevrilebilir olan eğitim vasıflarının kurumsallaştırılmış hali olarak tanımlar. Crossley (2001, s. 87) ise kültürel sermayeyi eğitim sayesinde edinilmiş nitelikler aracılığı ile oluşturulan uyumlu tavır ve bağlama uyumlu nesneleri seçebilme konusundaki yetkinlik olarak tanımlar.

Bourdieu'ya göre kültürel sermaye kendi içinde üç kategoriye ayrılabilir; düşünce ve beden somutlaştırılması biçiminde *somutlaşmış kültürel sermaye*; makine, kitap, resim biçiminde *nesneleşmiş kültürel sermaye* ve eğitim, sertifika gibi belgeler aracılığı ile *kurumsallaşmış kültürel sermaye* (Bourdieu, 1986, akt. Dursun, 2018, s. 84). kişilik ve benlik ile yakından ilişkilidir; birey herhangi bilinçli bir yönlendirme olmadan kendini içine dahil olduğu sosyal sınıfa bağlı olarak biçimlendirmektedir (Dursun, 2018, s. 84). Bu bağlamda *somutlaştırılmış kültürel sermayenin* beden ile yakın ilişki içinde olduğu, bireylerin bedenlerini ve bedenleri aracılığı ile oluşturdukları eylemlerin (davranış), bu eylemleri yapış biçimlerinin (davranış gerçekleştirirken kullandıkları hareketler, jestler ve mimikler) ve katıldıkları aktivitelerin seçiminde içinde bulundukları sosyal 'alanın' kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir. *Nesneleşen kültürel sermaye* ise yine bireyin içinde bulunduğu alan ile ilişkili olarak kazandığı üretime dönüşebilecek kültürel yeteneklerdir (Palabıyık, 2011, s. 134). Bireyin sahip olduğu yeteneklerin kazanılmasında ise ekonomik ve sosyal çevrenin kritik bir konumu olduğu söylenebilir; örneğin futbol oynamak için sadece topa sahip olmak yeterlidir ve bu yüzden futbol oynama yeteneğinin ekonomik sermayenin düşük olduğu bir alanda gelişebileceği ancak buna karşın piyano çalma yeteneğinin gelişebilmesi için daha yüksek bir ekonomik sermaye gerektiği ileri sürülebilir. Son olarak *kurumsallaşmış kültürel sermaye* ise belirli kurumlar içerisinde edinilen yetenek ve biriktirilen sermayelerin belgelenmiş halleridir (Dursun, 2018, s. 89). Bu bağlamda *kurumsallaşmış kültürel sermayenin nesneleşen kültürel sermayeyi* meşrulaştırma biçimi olduğu ileri sürülebilir, aynı zamanda *kurumsallaşmış kültürel sermaye* kişiye belli birtakım yasal haklar getirdiğinden ve kültürel sermayenin ekonomik sermayeye dönüştürülebilmesi açısından büyük bir öneme sahip olduğu savunulabilir.

Bourdieu (2010, s. 51) bireyin sosyal alandaki konumunun en büyük belirleyicisinin kültürel sermayenin ev içi aktarım aktarım düzeyi olduğunu düşünmektedir. Böylece bireylerin günlük yaşamda gösterdikleri davranışların, ilgilerin

birçoğunun bireyin çocukluk döneminde evde edindiği kültürel pratiklerle yani bir başka deyişle içine doğduğu *alanda* öğrendikleri aracılığı ile şekillendiği ileri sürülebilir.

Sosyal Sermaye: Sosyal sermaye ise bireyin sahip olduğu sosyal ilişkiler ve bu ilişkiler aracılığı ile ulaşabileceği sosyal ağ oluşturabilme potansiyelini kapsar. Bourdieu (1995, s. 20 – 22) sosyal sermayenin bireylerin sahip olduğu ekonomik ve kültürel sermayelerine göre şekil aldığını ileri sürer. Ekonomik ve kültürel sermayenin geliştirilmesinde de aile içinde gerçekleşen kültürlenme sürecinin kritik konumu düşünüldüğünde Bourdieu’ya göre bireyin sahip olduğu sosyal sermaye evde, okulda şekillenmeye başlar ve ileriki yıllarda da kolay kolay değiştiremeyeceği bir şekilde kişinin gündelik yaşamdaki sosyal çevresini belirler (Tecim, 2011, s. 41).

Bourdieu temelde tüm sermayeler arasında temel belirleyici olanın ekonomik sermaye olduğunu düşünse de Bourdieu’ya göre ekonomik sermaye ile girilen yarışta başarılı olabilmenin yolunu kültürel ve sosyal sermayede görür; bu sermaye tiplerinde zayıf olan bireylerin başarılı olabilmeye ihtimalleri büyük oranda düşer (Türk, 2015, s. 138). Bu bağlamda sosyal sermayenin büyük ölçüde ekonomik ve kültürel sermayenin bir sonucu ve diğer sermaye tiplerini tamamlayan bir yapıya sahip olduğu, bireyin toplumsal alanda verdiği mücadelede, yani oynadığı oyunda avantajlı ya da dezavantajlı konuma gelmesi konusunda kritik derecede önemli olduğu ileri sürülebilir.

Simgesel Sermaye: Simgesel sermaye ise diğer üç sermaye türünün ortaya çıkardığı sembolik ya da simgesel izlenimdir. “Maddi ve kültürel üretim araçlarının maddi sahiplenme yetilerinin (ekonomik sermaye) ve bu araçları simgesel olarak sahiplenme yetilerinin (kültürel sermaye) farklı maddi göstergeler aracılığı ile her failin konumuna ilişkin temsilleri” şeklinde de tanımlanabilir (Bourdieu’dan aktaran Taşkaya ve Bakır, 2018, s. 119). Bu bağlamda simgesel sermayenin kişinin sahip olduğu ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye ile ilgili göstergelerden oluştuğu, toplumsal alanda kişinin kim ve nasıl biri olduğuna dair izlenim yarattığı ve bireyler hakkında oluşan bu izlenimin de onlara günlük yaşamda ya da ‘oynanan oyunda’ aynı diğer sermayeler gibi avantaj ya da dezavantaj getirdiğinden bahsedilebilir.

2.2.2.3. *Habitus*

Bourdieu'nun düşünümsel yaklaşımın bir diğer kavramı ise *habitus*ur. *Habitus* oyun metaforu bağlamında şöyle açıklanabilir: bireyler belli bir *alan* üzerinde sahip oldukları sermayeleri kullanarak *doxaların* sınırlarından çıkmadan *illusio* elde etmeye çabalar. Bireysel düzeyde bakıldığında herkesin sahip olduğu sermaye türü ve miktarı farklıdır; bu bağlamda herkes kendi bağlamında kendi güçlü yönlerini kullanarak özgün stratejiler geliştirerek birbirinden farklı benliklere sahip olur, bu durumun bireysel bir özgürlük alanı yarattığı savunulabilir. Ancak diğer yandan bakıldığında ise sermaye tipleri birtakım kalıplar yaratır; örneğin ekonomik sermayesi yüksek bir ailede doğmuş birey muhtemelen iyi bir eğitim alacak ve kültürel sermayesini de yükseltecektir, kültürel yüksek sermayesi yüksek olduğu için kendi gibi yüksek kültürel sermaye sahibi insanlar ile sosyalleşecek böylece hem sosyal sermayesini bu duruma göre şekillendirecek hem de ilgileri ve zevkleri de çevresindekilerle benzeyecek şekilde kalıplaşacaktır. Bu kalıplarsa bireyi benzer göstergeler ile donatacak ve simgesel sermayesi de buna göre oluşacaktır. Bu durumsa stratejilerini belirleme konusunda özgür olan bireyleri alanlar üzerinde benzer stratejiler kullanmaya yönlendirecek; *illusioyu* elde etmek isteyen bireyler tarafından benzer kalıp davranışlar sergilenecektir. Bu bağlamda *Habitus*, “bir konumun içkin ve bağlantısal özelliklerini birlikçi (üniter) bir yaşam stilinde, yani insanların, malların/varlıkların, pratiklerin tercihindeki birlikçi bir bütünde dile getiren can verici ve birleştirici kökendir” (Bourdieu, 1995, s. 23).

Habitus kavramının düşünümsel perspektifin belkemiğini oluşturduğu öne sürülebilir. Yapısalcı perspektif bireyin yapı ve kurumların altında kaybolarak incelenebilmesini imkânsız kılmaktadır; öte yandan sembolik etkileşimcilik gibi bireye odaklanan perspektiflerse bireyi incelese de bağlam oluşturma konusunda güçlükler çekmektedir. *Habitus* kavramı bu iki ucu bir araya getirir; herkesin kendine ait özgün bir bilinci vardır ve herkesin sahip olduğu sermaye türünün ve miktarının farklı olması bireyi daha da özgün bir hale getirir. Diğer taraftan benzer sermaye türü ve miktarına sahip insanların benzer stratejilere yönelmesi ise birtakım davranış kalıplarının içselleştirilmesine neden olur ve böylece ne birey kalıpların, yapıların içinde kaybolur, ne de incelenen birey belli bir bağlamdan yoksun kalır.

Gündelik hayattaki eylemlerden politik düşüncelere, zevk ve beğenilerden konuşma tarzına bireyin eğilim ve eylemlerinin kurucusu *habitus*ur, bireysel deneyimler

bireyin habitusunu kalıcı ve aktarılabilir biçimde kurar (Koytak, 2012, s. 88). Bu kalıcılık ve aktarılabilirlik durumu ise habitusun bireylerin benlik ve kimliklerin birleştirip bütüncül bir hal almasında adete sosyal bir çimento görevi görür. Böylece *habitus* aracılığı ile bireyler sermaye ve bu sermayeler aracılığı ile gerçekleştirdikleri edimlerle benzeşir, kategorize edilebilecek konuma gelir. Bu durum *habitus* aracılığı ile toplumsal alanda yaşanan olay ve olguları öngörülebilir hale getirir.

Bourdieu'nun bu yaklaşımı daha sonrasında birlikte çalıştığı Wacquant'a beden ve sermaye arasında bir ilişki kurma konusunda ilham vermiştir. Bourdieu bedeni kültürel sermayenin içinde *bedenselleşmiş kültürel sermaye* şeklinde alırken Wacquant (1995) kültürel sermaye ile arasında simbiyosis bir bağ olmasına rağmen bedenin bireyin *habitusunu* oluşturma konusunda kültürel sermayenin içine alınmayacak kadar özgün ve kritik bir konuma sahip olduğunu düşünerek *bedensel sermaye* kavramını oluşturmuştur. Ancak *bedensel sermaye* kavramı spor, spor salonu, fitness gibi kavramlarla yakından ilişkili olduğu için öncelikle bedensel sermayenin işlevsel olduğu *alan* ve özellikleri irdelenmelidir.

2.2.3. Vücut geliştirmenin tarihsel gelişimi

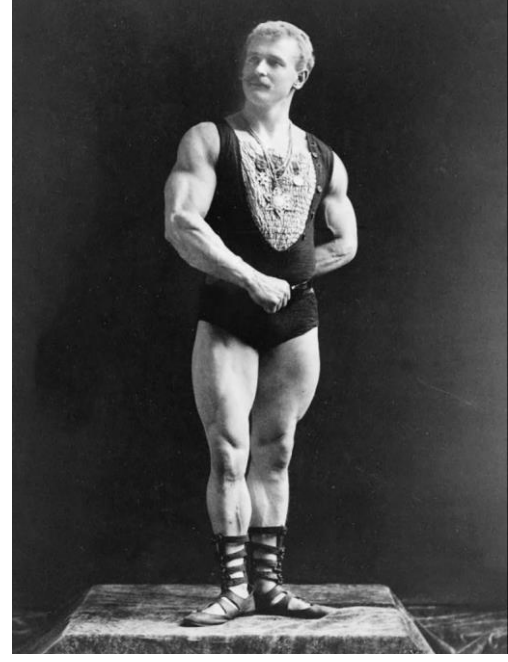
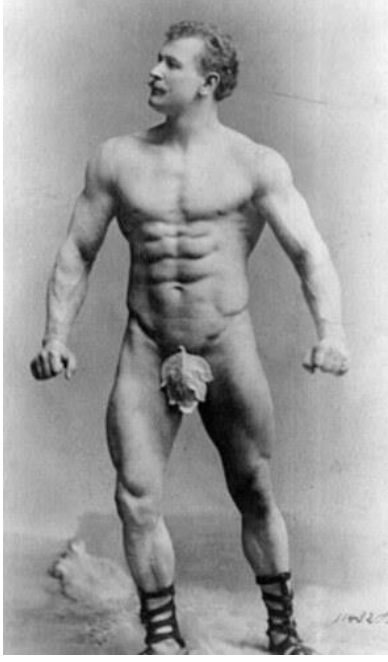
Fitness ve vücut geliştirmeye dayanan sporlar 20. Yüzyılın son çeyreği ve 21. Yüzyılda tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar gündelik yaşamın merkezine yerleşmiş, küresel bir aktivite olarak gündelik hayatın merkezine yerleşmiştir. Bu bölüme kadar olan literatürde bahsedilen modernite ve postmodernite ile ilgili yaklaşımlar, kimlik inşa süreçleri, beden teorileri ve sosyal medya – kimlik ilişkisi gibi tartışmalar büyük ölçüde bugün fitness ve vücut geliştirmenin neden bu kadar popüler hale geldiğini büyük ölçüde açıklayacak niteliktedir. Ancak yine de tarihsel bir şekilde vücut geliştirmenin gelişim süreçlerini irdelemek konu bağlamında daha açıklayıcı olacaktır.

Vücut geliştirmenin spor olarak kökeni Antik Yunan'a kadar dayandırılabilir. Yunanistan'da özgür erkeklerin günlük fiziksel egzersizlerini yapabildikleri *gymnasium* adı verilen spor salonları mevcuttu ve özgür erkekler güçlü bir bedene sahip olabilmek için bu spor salonlarında bugünkü vücut geliştirme egzersizlerine çok benzer hareketler yapmaktaydı; *gymnasium* egzersiz işlevinin yanı sıra aristokrat erkeklere ne kadar seçkin biri olduklarını da gösterme imkânı sunan mekânlardı (Kah ve Scholz, 2004, s. 14).

Roma’da ise durum Yunanistan’dakinin tam tersiydi, vücut geliştirme aristokratlara sunulan bir seçenektir ziyade bir vatandaşlık göreviydi; 17 ile 60 yaş arasındaki bütün vatandaşlar herhangi bir savaş durumuna hazır olmakla yükümlüydüler ve bu yüzden fiziksel olarak kondisyonda kalabilmek için çeşitli egzersizler yapıyorlardı (Grant, 1964). Bunun dışında gladyatör savaşçıları ve onların kaslı bedenleri de Roma’daki spor ve vücut geliştirmenin gündelik hayata yansımaları olarak görülebilir (Harris, 1972). Bu yüzden Roma’da kaslı erkek bedeninin iyi bir vatandaş olma özelliği ya da popüler bir imaj sunma gibi işlevlerinin olduğu savunulabilir. İlk Çağ devletlerinin spor ve beden konusunda yaklaşımlarının hemen hemen Yunanistan ve Roma’dakine benzediği söylenebilir.

Osmanlı devletinde ise spor Orta Çağ koşulları için profesyonel şekilde yönetilen bir organizasyondur. Osmanlı’da tüm spor organizasyonu tekkeler aracılığı ile yönetiliyordu ve bu tekkelerin giderleri vakıflar tarafından karşılanıyordu (Çumralıgil, 1999, s. 336). Spor tekkelerinin spor eğitiminin dışında din ile de yakından bağı vardı, tekkeler şeyhler tarafından yönetilirdi ve bu şeyhler kişilik açısından olgun, dini açıdan yeterli başarılı sporcular arasından seçilirdi (Yıldız, 1979, s. 154). Bu tekkelerin kuruluş amacının Roma İmparatorluğu’na benzer olduğu, Osmanlı’nın da sürekli savaş halinde olması ve bu yüzden güçlü ve sağlıklı askerlere ihtiyaç duyması olduğu söylenebilir (Gölbaşı, 2018, s. 44).

Spor ve vücut geliştirme konusunda tarih öncesi dönemden bu yana çeşitli mekân ve organizasyonlar olsa da vücut geliştirmenin günümüzde bildiğimiz anlamındaki halinin temelleri 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılda atılmıştır. Sporun endüstrileşmesi, kaslı beden popülar hale gelmesi ve vücudun istenen hale gelmesi için yapılması gereken hareketler gibi vücut geliştirme kültürünün temelleri büyük ölçüde Eugene Sandow (1867 – 1925) ve Charles Atlas (1892 – 1972) tarafından atılmıştır (Andreasson ve Johansson, 2014, s. 92).



Görsel 2.1. *Eugene Sandow, 1901*

Kaynak: <https://www.greatestphysiques.com/male-physiques/eugen-sandow/>

Königsberg Almanya doğumlu olan Eugene Sandow o dönemde vücut geliştirme konusunda net bir kaynak ya da yol olmadığı için kariyerine kendi imkânlarıyla geliştirdiği kaslı bedeniyle başladı; o dönemde kaslı beden toplum tarafından hiç görülmemiş bir şey olduğu için garip karşılanıyor ve vücudunu sirklerde ve ucube şovlarda sergiliyordu. Profesör Atilla adında bir beden eğitimi öğretmeni ise Eugene Sandow'a hem menejerlik hem de antrenörlük yapıyordu, bu bağlamda Profesör Atilla ilk vücut geliştirme antrenörü olarak görülebilir (Chapman, 1994, s. 10). Sandow Amerika'ya seyahat ettiğinde ise kaslı bedeni çok daha fazla dikkat çekmiş insanlar vücudunu görmek ve ona dokunmak için sıraya girmiş, Sandow'un popülaritesi ile modern fotoğrafların gelişimi de kesince Sandow'un kaslı bedeninin ünü birçok fotoğraf ve kartpostal aracılığı ile küresel ölçekte yayılmıştır. Ününün de faydasıyla Sandow vücut geliştirme konusunda oluşum kurmuş, burada insanlara kaslı bir vücuda sahip olmak için çeşitli reçeteler sunmuş, vücut geliştirme ile ilgili bir dergi yayınlamış ve Great Competition (Büyük Yarış) adındaki ilk vücut geliştirme yarışmasını düzenlemiştir (Andreasson ve Johansson, 2014, s. 96). Bu bağlamda Sandow'un girişimlerinin günümüzdeki vücut geliştirme konusundaki ana akımların temelini oluşturduğu ve ilk kişisel antrenörlerinden biri olarak tanımlanabileceği söylenebilir.

Kimme'l'e (1996) göre ise vücut geliştirmenin önemli bir diğer ismi Charles Atlas'tır ancak Sandow kendine Batı Kültürünü yaymayı misyon edinmişken Atlas daha milliyetçi bir perspektiften kaslı vücudu güçlü ulusun bir parçası olarak pazarlamıştır, böylece Dünya Savaşları ve Büyük Buhran gibi sebeplerle kriz içine giren Amerikan erkeklili kendine yeni bir erkeklik profili yaratabilme şansı bulmuştur. Bu sebeple *The World's Most Handsome Man* (Dünyanın En Yakışıklı Erkeği) yarişmasını kazanan, Sicilyalı bir göçmen olan Atlas; çalışkanlığı, sağlıklı ve güçlü bedeniyle, Amerikan Hristiyan hareketinin beden ve profil olarak başarılı bir temsiline ve iyi bir vatandaş örneğine dönüşmüştür (Andreasson ve Johansson, 2014, s. 96).

Avrupa'da da Amerika'dakine benzer bir kriz ve sanayinin ölçüsüz bir hızla gelişmesinin ortaya çıkardığı sıkıntılar mevcuttu. Bu bağlamda Londra'da Sandow ve Atlas'ın başarılı bir temsil olarak görülebileceği YMCA (Young Men's Christian Association/ Genç Hristiyan Erkekler Birliği) George Williams tarafından kuruldu ([http-57](http://57)). Protestan bir kültürü temsil edecek biçimde YMCA çok hızlı bir şekilde küresel bir organizasyona dönüşmüş; sporu, sporun kurallarını -basketbol ve voleybolun tanımını ve kurallarını belirleyecek ölçüde-, faydalarını, sağlıklı ve ideal bedeni yeniden tanımlamıştır (Lynn, 2012, s. 547).

Atlas ve Sandow'un eylemleri ve bedenleri YMCA'ın Hristiyanlık ve endüstrinin oluşturduğu sağlıksız koşullarla mücadele ve erkeklik krizine son vermek için yaratılmak istenen yeni erkeklik modeli ile uyum içindeydi. Bu nedenle Atlas ve Sandow gibi vücut geliştirmeyle ilgilenen isimlerin girişimlerinin başarılı olabilmesi için çok uygun bir ortam hazır bulunuyordu. Atlas'ın vücudu da Sandow'un ki gibi döneminin kartpostallarını süsledi ve yeni başarılı, sağlıklı, güçlü ve yakışıklı erkekliliğin ikonuna dönüştü, vücut geliştirme ile ilgili çeşitli prensipler oluşturup Amerikan erkeklerine hem zihnen hem de bedensel olarak mentorluk yaparak vücut geliştirme ile ilgili yazdığı kitabını pazarladı. Bu bağlama Atlas da Sandow gibi ilk kişisel antrenörler arasında tanımlanabilir.



Görsel 2.3 Atlas'ın Vücut Geliştirme Egzersizleri ile İlgili Kitabının Reklamı, 1942

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/213076626089678162/>

Atlas'ın reklamı bariz bir şekilde erkekliğin yeniden inşasına davet özelliği taşımaktadır. Zayıf olmak güçsüzlük ve karşı cinse karşı bir iticilik olarak sunulmuştur. Zayıf erkek Atlas'ın egzersizlerini uyguladıktan sonra ise güçlenip kaslı bir bedene sahip olarak ideal erkek tipine dönüşmüştür. Zayıf olan erkeğin kaslanıp intikam almasının ardından kız arkadaşının 'Sen gerçek bir erkeksin' demesi ve arkadaki kişilerin 'Ne erkek' demeleri yeni erkeklik modelinin kaslı ve güçlü olarak kurgulandığını gözler önüne sermektedir.

"Sağlıklı bir yaşamı başarmak için AZME (power of will) sahip olmalısınız, yapmak istediğinizi yapabilmeniz için yönergeleri takip etmek gerekir, bedeli ne olursa olsun

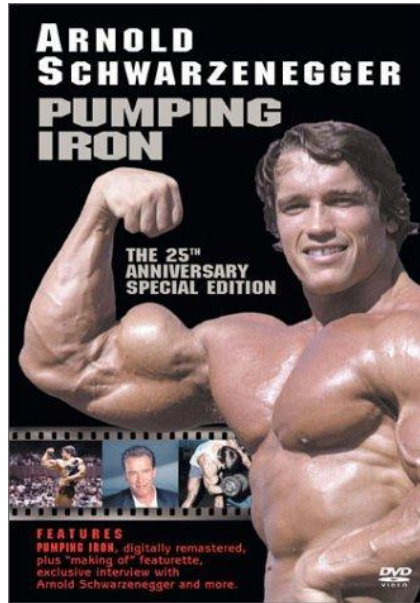
yapmanız gerekeni YAPACAKSINIZ. UMUTLU (Hopeful) olmalısınız ve karşılaştığınız sonucun amaçladığınız sonuç olacağına inanın. CESUR (Courage) olmalısınız ve hiçbir şeyden korkmamalısınız. Uyguladığınız sisteme GÜVENİN (Confidence), size yapmanız gerekene ek olarak neden yapmanız gerektiğini de söylüyorum. Kendinize ve bu metodlara karşı İNANCINIZ (Faith) olsun, böylece sonuç sizi beklediğinizden daha fazla tatmin edecek. Ve İSTİKRARLI (Persistence) olmalısınız. Lütfen, zayıf, istikrarsız çabaların sizi hiçbir yere götürmeyeceğini unutmayın” (Atlas’tan aktaran Reich, 2010, s. 457).

Atlas’ın vücut geliştirme egzersizleri ile ilgili yazdığı kitabın yukarıdaki demeci ele alındığında söylemlerin literatürdeki birçok noktayla uyduğu söylenebilir; özellikle majüskül harflerle vurguladığı kelimeler daha da dikkat çekicidir. Öncelikle sağlıklı yaşam konusunda yaptığı gönderme YMCA’nın sanayileşme sonrası ortaya çıkan sağlık sorunları konusunda verdiği mücadeleyi tamamlayıcı niteliktedir. Bunun yanı sıra azim, umut, inanç ve istikrar gibi kelimeler yatırım ve birikime gönderme yapması açısından Hristiyanlık ve özelinde Protestan kültürü ile sürekli geleceğe göndermede bulunması açısından ise modern düşünce biçimi ile yakından ilişkilidir. Bedeni sürekli geliştirilmesi gereken bir nesne olarak görmesi ise Marksist açıdan insanın kendine yabancılaşması ile ilişkilendirilebilecekken bir yandan da bedenin proje olarak görülmeye başlamış olması şeklinde yorumlanabilir. Bu bağlamda vücut geliştirmenin modern dönemin ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda kurulan organizasyonların amaçları ile ciddi anlamda örtüştüğü, bu sayede de Sandow ve Atlas gibi isimlerin kolayca popüler hale gelerek bir alan olarak vücut geliştirmenin sınırlarını çizebildikleri söylenebilir.

Atlas Sandow’a göre biraz daha ileri bir tarihte yaşadığı için şartların vücut geliştirme açısından daha olgun olduğu bir döneme denk gelmiştir. Böylece sadece yarışmalara katılma ya da düzenleme işleri ve bedenini teşhir eden fotoğraflarını satma yoluyla değil, aynı zamanda yazdığı kitap aracılığı ile de para kazanabilmiş böylece vücut geliştirmeyi medya aracılığı ile endüstrileşen bir alana dönüştürmeye yönelik gelişmeler yaşanmasını sağlamıştır (Kimmel ve Aronson, 2004, s. 41).

Vücut geliştirme bu eksende kabul görmeye başlasa, çeşitli organizasyonlar ve yarışmalarla kurumsallaşsa da ivmesi hala yavaştı. Vücut geliştirmenin yükseliş ivmesini hızlandıran bir diğer önemli gelişme ise 1965 yılında Joe Gold’un açtığı Gold Gym olmuştur. Her ne kadar vücut geliştirmeciler için birçok spor salonu olsa da bu salonların hemen hepsi sadece işleve yönelik egzersiz yapmaya imkân sunan mekanlardı, bu durumdan hoşnut olmayan Gold, California Pasific Aveneu’da vücut geliştirmeyi yaşam

biçimi olarak sunabileceği kapsamlı özelliklere sahip bir spor salonu açtı ve bu salon birkaç yıl içinde Frank Zane, Arnold Schwarzenegger, Franco Columbu gibi vücut geliştirmenin ikonlaşan isimlerine ev sahipliği yaptı (http-58). Schwarzenegger'e (Schwarzenegger ve Hall, 1993, s. 96) göre Gold Gym sahili ve California'nın güneşiyle vücut geliştirmeciler için adeta bir cenneti andırıyordu. Ancak Gold Gym popüleritesi artarken onu bir spor salonu olma özelliğinden uzaklaştırarak bir ticarethaneye dönüştürüyordu, bu durumdan sıkılan Gold 1975 yılında spor salonunu satarak sektörden çekildi ve bu sürecin ardından Gold Gym çok hızlı bir şekilde kurumsallaştı; çeşitli dergi ve yarışmalara sponsor oldu, küresel ölçekte şubeler açtı ve hitap ettiği kitleyi genişletmek amacıyla Pumping Iron filmine sponsor oldu (http-59).



Görsel 2.4. *Pumping Iron Film Afişi*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0076578/mediaviewer/rm4237598464>

Pumpin Iron başarılı oldu ve vücut geliştirme kültürü günlük yaşamın merkezine girmeyi başarakabildi; artık Hollywood vücut geliştirme ile ilgili filmler çekmeye ve normal filmlerindeki ideal erkeği kaslı erkek bedenine sahip olarak temsil etmeye başladılar, Bridges'e (2009) göre böylece vücut geliştirmeciler günlük yaşam içerisinde oldukça görünür olmaya başladılar. Vücut geliştirmenin popüler kültürün içerisinde yer edinmesiyle birlikte birçok ulusal ve uluslararası vücut geliştirme temalı dergi, egzersiz tüyoları veren birçok kitap ve *Uluslararası Vücut Geliştirme Federasyonu* (International Federation of Bodybuilding and Fitness) gibi birçok organizasyon ortaya çıktı; Pumpin Iron aynı zamanda vücut geliştirme kültürünün günlük yaşam pratiklerini şekillendirerek

bu alanın karakteristik özelliklerini belirledi ve vücut geliştirme bir alt kültür olmaktan çıkarak profesyonel atletlerin de kondisyonunu yükseltmek için ilgilendiği bir alana dönüştü (Johansson vd., 2017, s. 5).

Ancak kaslı beden bu kadar önemli ve prestij sağlayan bir durum olarak sunulması beraberinde bu bedenin en ideal haline en hızlı şekilde gelme isteğini de doğurdu ve böylece ortaya daha hızlı ve kolay vücut geliştirmek için kullanılan kimyasal steroidler ortaya çıktı. Androjenik steroidler (AAS) en genelleyici tanımıyla; erkeklerde testosteron hormonu ve çeşitli sentetik türevleri içeren bir ilaç grubudur, bu hormonların düzenli kullanımına ek olarak yoğun ağırlık kaldırma ve uygun beslenme gerçekleştirilirse doğal koşullarla erişebilecek sınırların çok ötesinde bir kaslanma yaşanabilir; başta sadece profesyonel atletler kullanırken bir süre sonra kaslı bir görünüm elde etmek isteyen birçok insan steroid kullanımına başlamıştır (Pope ve Brower, 2009: 1419). Böylece 70 ve 80’lerde iyice kurumsallaşan, küreselleşen ve gündelik yaşamın merkezine sızan vücut geliştirme, 80’lerin sonlarına doğru birçok vücut geliştirmecinin çeşitli steroid ve kimyasallar kullanması, vücudunu geliştirme konusunda saplantı birtakım hareketler göstermesi ve yaşamını bu saplantılar üzerine kurması vücut geliştirmenin prestijini ve popüleritesini düşünerek adının kötüye çıkmasına neden olmuştur (Andreasson ve Johansson, 2014, s. 99 – 100).

1990’larda vücut geliştirmenin ortaya çıkardığı fizyolojik ve psikolojik sorunlarla ilgili birçok araştırma yapılır, steroidlerin insan bedenine verdiği zararlar tartışılır ve bu durumun önüne geçmek için vücut geliştirme ile organizasyonlar ve düzenledikleri yarışmalarda steroid kullanımı yasaklanır (Andreasson ve Johansson, 2014, s. 99 – 101). Ancak bu durum vücut geliştirmenin adını temize çıkarmaya yetmez ve 2000’lerde fitness adıyla kalıp değiştirerek yeniden hayatımıza girer. Fitness ve vücut geliştirmenin arasındaki temel fark, vücut geliştirmenin vücudu daha kaslı hale getirmeye odaklanan erkeksi bir aktivite olmasıyken fitness’ın mümkün olduğu kadar kaslanmaktan ziyade sağlıklı ve ‘fit’ görünmeye odaklanan rekreasyonel bir boş zaman aktivitesi olması olduğu ileri sürülebilir (Monaghan, 2001, s. 91-93).

Oxford Sözlüğünün tanımına göre fitness fiziksel olarak güçlü, sağlıklı olmak anlamına gelirken ([http-59](http://59)). Türk Dil Kurumuna ise sağlıklı yaşam şeklinde Türkçeleştirmiştir ([http-60](http://60)). Bu iki tanımdan yola çıkarak yapılan isim değişikliğinin kelime anlamında dahi vücut geliştirmenin steroid ve takıntılı davranışlar nedeniyle

sağlıksız oluşuna dair yapılan imaları temizleme kaygısı taşıdığı ileri sürülebilir. Fakat yine de bahsedilen farklılıklara rağmen vücut geliştirme ve fitnessı keskin çizgilerle ayırabilmek mümkün değildir. Ancak temel düzeyde benzeşen ve ayrışan yönlerinden bahsedilirse; her ikisinin de bedeni daha kaslı hale getirmeyi amaçladığı, kaslı beden görünümüne önem vermesi ve bunu yapmak için benzer egzersizlere yönelmeleri benzer yönleri olarak sayılabilir. Buna rağmen vücut geliştirmenin kendi içerisinde estetik kriterler taşımasına rağmen temeldeki amacının daha fazla kaslanmak, daha zor olanı başarmak gibi kaygıları olduğu, bu nedenle de vücut geliştirmecileri steroid gibi çeşitli ilaç ve kimyasallara, sürekli mücadele ve uğraş halinise takıntılı davranışlara yönlendirdiği savunulabilir. Diğer yandan fitnessın ise 80lerde kaslı bedenin popüler kültür ve tüketim kültürüne eklenmesinin ardından erkeklerin bedenlerin idealize olmuş yeni kaslı kadınlarınsa daha sıkı haline sahip olmak için yaptıkları bir boş zaman aktivite olduğu ileri sürülebilir. Benzer şekilde Paoli ve diğerlerine göre (2015) de fitness, bireyin sağlık yönünden hastalık riskini azalttığı, sosyal açıdan bireyi tatmin eden bir boş zaman etkinliği olarak görülebilir.

Bu yüzden fitnessta amacın vücut geliştirmedeki gibi vücudun en kaslı haline ulaşmak olmadığı, onun yerine daha ‘çekici’ görünebilecek düzeyde ‘fit’ olmaya odaklandığı ileri sürülebilir. Bir diğer ayrım noktasınsa bu durumdan doğduğu, şüphesiz vücut geliştirmede daha başarılı şekilde kaslanabilmek için antrenörlerin önemli olduğu ancak buna karşın fitnessın rekreasyonel bir boş zaman aktivite olması nedeni ile kişilerin kas yapabilme konusunda bilgi, birikimlerinin daha az olduğu, bu nedenle de antrenörlerin fitness kültüründe çok daha kritik bir role sahip olduğu ileri sürülebilir.

2.2.4. Fitness antrenörlüğü ve görevleri

Fitness antrenörlerinin spor yapan kişilerin fiziksel kondisyonlarına göre bedenlerini daha verimli kullanmalarını ve istedikleri görünüme kavuşmalarını sağlamak amacıyla sistematik olarak çeşitli programlar hazırlayarak sporculara hangi aletin nasıl kullanacağını öğreten kişiler olduğu söylenebilir (Güneş’ten aktaran Kaygusuz, 2018, s. 24). Fitness antrenörleri Türkiye Vücut Geliştirme Fitness Bilek Güreşi Federasyonu’na karşı sorumludur ancak bu federasyon da Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü’ne bağlıdır ve nedenle Gençlik Spor Bakanlığı’nın yayınladığı Antrenör Eğitim Yönetmeliği’ni yerine getirmekle yükümlüdür.

16.08.2002 tarihle 24848 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Antrenör Eğitim Yönetmeliği’ne göre ise antrenör;

“İlgili spor dalında eğitim gördüğü kademedeki programları başarı ile tamamlayarak bulunduğu kademe için Genel Müdürlükten belge alan, sporcuları veya spor takımlarını ulusal ve uluslararası kural ve tekniklere uygun olarak yetiştirmek, yarışmalara hazırlanmalarını ve yarışmalarını, gelişmelerini takip etmek görev ve yetkisini haiz olan kişi”

şeklinde tanımlanmaktadır (http-61). Görev tanımlarının ise ana hatları ile aşağıdaki gibi kategorize edilebilir:

- Genel olarak vücut yapısı, fonksiyonları ve psikoloji konusunda bilgi sahibi olmak
- Genel olarak neler yapması gerektiği konusunda danışanı bilgilendirmek
- Danışana istekleri doğrultusunda en güvenli ve uygun programı hazırlamak
- Danışana gerekli spor aletlerini kullanmayı öğretmek
- Danışanın spor öncesi yapması gereken ısınma egzersizlerini öğretmek
- Danışanın yaptığı yanlış hareketleri düzeltmek
- Sakatlık durumlarında ilk müdahaleyi yapmak
- Danışanın gösterdiği ilerleme kapsamında antrenman programlarını düzenli olarak güncellemek
- Spor salonundaki tüm malzemeleri ve makinelerin işlevlerini bilmek
- Alanında yaşanan gelişmeleri takip etmek ve uygulamak (Kaygusuz, 2018: 24).

Türkiye Vücut Geliştirme Fitness Bilek Güreşi Federasyonu’na göre antrenör olmanın asgari koşulları ise aşağıdaki gibidir (http-62):

“a) En az lise veya dengi okul mezunu olmak, (Bütün kademeler için geçerli olup, Milli sporcularda tahsil şartı aranmaz.)

b) Görevini devamlı yapmasına engel olabilecek vücut veya akıl hastalığı ile malül, engelli spor branşlarında ise yalnızca görme ve zihinsel engelli olmamak,

c) Taksirli suçlar ile kısa süreli hapis cezasına seçenек yaptırımlara çevrilmiş veya aşağıda sayılan suçlar dışında tecil edilmiş hükümler hariç olmak üzere, 6 aydan fazla hapis veyahut affa uğramış olsalar bile devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı suçlar, devlet sırlarına karşı suçlar ve casusluk, zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, yağma, dolandırıcılık, gibi yüz kızartıcı veya cinsel dokunulmazlığa karşı suçlar, fuhuş, uyuşturucu ve uyarıcı madde imal ve ticareti, kullanımı, kullanımını kolaylaştırma, kullanmak için satın alma, kabul etmek veya bulundurmak veya şeref ve haysiyeti kırıcı

suçtan veya ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan mal varlığı değerlerini aklama, kaçakçılık, vergi kaçakçılığı ve haksız mal edinme suçlarından hükümlü bulunmamak;

d) En az 18 yaşını doldurmuş olmak kaydıyla, spor dallarının özelliğine göre ilgili federasyonca belirlenen yaş sınırlamasına uygun olmak,

e) 7/1/1993 tarihli ve 21458 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Spor Genel Müdürlüğü Amatör Spor Dallarına Ceza Yönetmeliği ile özerk spor federasyonlarının disiplin veya ceza talimatlarına göre son üç yıl içinde olmak kaydıyla; bir defada 6 aydan daha fazla veya bu süre içerisinde toplamda 1 yıldan fazla ceza almamış olmak.”

Spor Eğitimi Daire Başkanlığı’nın yine aynı yönetmeliğe göre oluşturduğu antrenör eğitim programı ise tablo 2.1.deki gibidir.

Tablo 2.3. Antrenör Eğitim Programı

Kaynak: <http://sporegitim.sgm.gov.tr/Sayfalar/2917/2898/antrenor-egitim-programi.aspx>

Dersin Adı	I.Kademe	II.Kademe	III.Kademe	IV.Kademe	V.Kademe
A. Temel Eğitim Programı	Saat	Saat	Saat	Saat	Saat
Spor Anatomisi	4	6	6	-	-
Spor Fizyolojisi	4	8	6	20(Z)	-
Genel Antremen Bilgisi	10	14	16	20(Z)	-
Spor ve Beslenme	4	4	4	-	-
Spor Sosyolojisi	-	4	4	-	-
Spor Psikolojisi	4	6	8	10(Z)	10(Z)
Sporda Yönetim ve Organizasyon	2	2	5(Z)	5(Z)	5(Z)
Sporcu Sağlığı	4	4	2	-	-
Biyomekanik	-	-	4	10(S)	10(S)
Sporda Öğretim Yöntemleri	4	4	-	-	-
Sporda Genel Teknik Taktik Öğretim İlkeler	-	-	4	10(S)	-
Beceri Öğrenimi	4	4	4	2(Z)	-
Psikomotor Gelişim	6	8	-	-	-
Sporda Psikolojik Yardım Becerisi	-	-	-	-	10(S)
Sporda Ölçme ve Değerlendirme	2	2	-	-	-
Sporun Sosyal Psikolojisi	-	-	-	10(S)	-

Tablo 2.3. Antrenör Eğitim Programı (devamı)

Kaynak: <http://sporegitim.sgm.gov.tr/Sayfalar/2917/2898/antrenor-egitim-programi.aspx>

Sporda Zihinsel Antrenman Teknikleri	-	-	-	-	10(S)
Yetenek Seçimi ve İlkeleri	2	-	-	10(S)	10(S)
Müsabaka Analizleri ve İstatistik	-	-	-	10(S)	-
Motivasyon Teknikleri ve Hedef Belirleme	-	-	-	10(S)	-
Beslenme Kaynaklı Ergojenik Yardım	-	-	-	10(S)	10(S)
Spor Pazarlaması	-	-	-	-	10(S)
Antrenörlük Eğitimi ve İlkeleri	-	-	-	10(S)	-
B. Özel Eğitim Programı					
Üst Düzey Antrenman Planlaması ve Programlanması	-	-	-	20(Z)	-
Özel Kondisyon Antrenmanı ve Metotları	-	-	-	-	10(S)
Müsabaka Yönetimi ve İlkeleri	-	-	-	-	10(S)
Antrenörlük Uygulamasında Yeni Arayış ve Gelişmeler	-	-	-	-	10(Z)
Özel Antrenman Bilgisi	10	10	12	20(Z)	20(Z)
Spor Dalı Gözlem ve Değerlendirme	-	4	-	-	-
Spor Dalı Oyun Kuralları	2	-	-	-	-
Spor Dalı Teknik Taktik	32	50	50	-	-
Üst Düzey Teknik Antrenman	-	-	-	-	20(Z)
Üst Düzey Taktik Antrenman	-	-	-	-	30(Z)
Üst Düzey Teknik Taktik	-	-	-	60(Z)	-
Kurs Bitirme Projesi	-	-	-	P	P
TOPLAM	94	130	125	157(Z)	95(Z)+80(S)

Not: (Z)= Zorunlu Dersler (S)= Seçmeli Dersler

Yasal olarak gerekli düzenlemeler incelendiğinde Türkiye’de kişisel antrenör olabilmek için asgari düzeyde yetkinlik seviyesinin yeterli olduğu görülmektedir; lise yani ortaöğretim düzeyinde eğitim koşulu kişisel antrenörlüğün yasal olarak yükseköğretim düzeyinde profesyonel bir eğitim gerektirmediğini kanıtlamaktadır. Bunun yanı sıra özel eğitim antrenörü olabilmek için gereken eğitim programı

incelendiğinde sağlık ve beslenme konusunda görünen ders ve saat sayısı da oldukça kısıtlıdır. 1. kademe resmi olarak antrenör yardımcılığı olarak kabul gördüğü için 1. kademe ve 2. kademe alanan toplam ders saatleri esas alınarak incelendiğinde; beslenme üzerine 8, psikoloji üzerine 10, sağlık üzerine 8 saat eğitimin yeterli olduğuna, biyomekanik ile ilgili eğitim almaya gerek bile olmadığı görülmektedir. Ancak bu durum danışana beslenme ile ilgili program yazma, egzersizler konusunda en güvenli programı hazırlama, oluşabilecek sakatlıkları ön görmek ve sakatlık durumunda ilk müdahaleyi yapmak gibi görev tanımları ile karşılaştırıldığında gerekli profesyonel yeterliliğin oldukça düşük olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda kişisel antrenörlük konusunda yetkinliğin büyük ölçüde antrenörün kendini geliştirmesine ya da kendini geliştirmiş gibi bir izlenim yaratmasına bağlı olduğu söylenebilir. Haley (1978) ve Whorton (1982) da fiziksel olarak iyi görünmenin kişinin sağlık konusunda otorite olarak algılanmasına neden olduğunu ileri sürer. Hatta öyle ki, Monaghan'ın (2010, s. 16) sağlık ve görünüm üzerine yaptığı araştırmasında görüşmecilerinden biri doktor ve hemşirelerin söylemlerinin güvenilebilir bulunması için fizikleriyle bunu desteklemeleri gerektiğini savunmuş ve doktor ve hemşirelerin bedenlerini yeterlilik konusunda yürüyen resimlere benzetmiştir. Benzer şekilde Hutson'ın (2013, s. 68) kişisel antrenörlerin görünüşleri ve otoriteleri üzerine yaptığı araştırmadaki görüşmecilerinden biri “Bedenin senin kartvizitindir, eğer şişman bir kişisel antrenörsen kimse sana bakıp “Hey, ben de senin gibi görünmek istiyorum.” demez.” demiştir. Tüm bu mevzuat ve yönetmelikler, tartışmalar ve araştırmalar kişisel antrenörlük ve bedensel sermaye arasında kritik bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

2.2.5. Bedensel sermaye

Daha önce de bahsedildiği gibi Bourdieu belli bir *alan* üzerinde oyuncuların *illusio* yani faydayı elde etmek için sahip oldukları sermaye tipleriyle içinde bulundukları alanın *doxalarına* yani kurallarına dahil olarak çeşitli stratejiler oluşturduklarını ileri sürmektedir. Çalışmalarında bedeni bedenselleşen kültürel sermaye içerisinde değerlendirir. Ancak vücut geliştirme ve fitness kültürünün popüler kültür ve medya aracılığı ile merkezine yerleşmesinin ardından bedenin gündelik hayattaki öneminin değiştiğini ve çok daha önemli bir yere geldiği savunulabilir. Bu bağlamda Bourdieu'nun birlikte birçok çalışma ürettiği öğrencisi Wacquant (1995) bedeni kültürel sermayenin bir

alt başlığı olan bedenselleşmiş kültürel sermayeden ayırır ve ekonomik, kültürel, sosyal sermaye gibi direkt sermaye olarak değerlendirir.

Basketbol, voleybol, futbol, yüzme gibi sporun bütün dalları ile ilgili çeşitli organizasyonlar ve onların düzenlediği müsabaka, yarışma ve etkinlikler bedensel sermayenin üretildiği ve etkin olarak kullanıldığı alanlar olarak tanımlanabilir. Bunların arasında vücut geliştirme, fitness gibi direkt bedeni ve beden görünümüne odaklanan sporlar ise bedensel sermayenin etkisinin çok daha yoğun hissedildiği alanlar olduğu ileri sürülebilir. Beden ve beden görüntüsüne odaklanan sporların günden güne popüler hale gelmesinin ve bedenlerin her gün biraz daha proje gibi yapılandırılmasının altında yatan dinamikleri çözmek ve bu sporların yapıldığı spor salonlarının dinamiklerini anlamak için bedensel sermaye kavramı kritik bir öneme sahiptir (Gimlin, 2002, s. 52). Spor salonlarının boş zaman etkinlik alanı olarak kullanılmaya başlaması, insanların neden buraya gittiği ve buradaki pratikler aracılığı ile insanların kimlik ve benliklerini nasıl inşa ettiği, burada inşa ettiği kimliklerinin diğer sermayelerine nasıl etkisi olduğunu açıklamak ve emeklerinin karşılığında ne elde ettiklerini anlamak açısından da bedensel sermayenin yine kilit bir kavram olduğu söylenebilir (Gimlin, 2002, s. 61; Hutson, 2013, s. 64).

Kaslı, orantılı, bakımlı ve atletik vücutlar bedensel sermayenin yüksek olduğunun göstergesi olarak sayılabilecekken, fazla kilolu ya da obez insanlar *bedensel sermayenin* etkin olduğu alanlarda risk altında bulunan gruplar olarak tanımlanabilir (Hutson, 2013, s. 65). San Francisco’da kilo aldığı için işinden kovulan aerobik antrenörü Jennifer Portnick’in bedensel sermayenin etkin olduğu bir alanda düşük sermayeye sahip olması nedeniyle mağdur olduğu ileri sürülebilir (Kwan ve Trautner, 2011). Bedensel *sermayenin* direkt bedenin işlevinin önemli olmadığı ama görünümün önem sahibi olduğu hizmet sektöründe önemli olduğu ileri sürülebilir. 2012’de Türk Havayolları bünyesinde kabin memurluğu yapan bir çalışan Jennifer Portnick’e benzer şekilde kilo aldığı için işten atılmış, sonrasında işe iade davası açmış ve kazanmıştır. Ancak Türk Havayolları temyize gitmiş ve Yargıtay 22. Hukuk Dairesi kilo atmanın işten kovma sebebi olabileceğine karar vermiştir (http-64). Bu bağlamda bedensel sermayenin hayatın büyük bölümünde belirleyici ve kritik bir öneme sahip olduğu ileri sürülebilir.

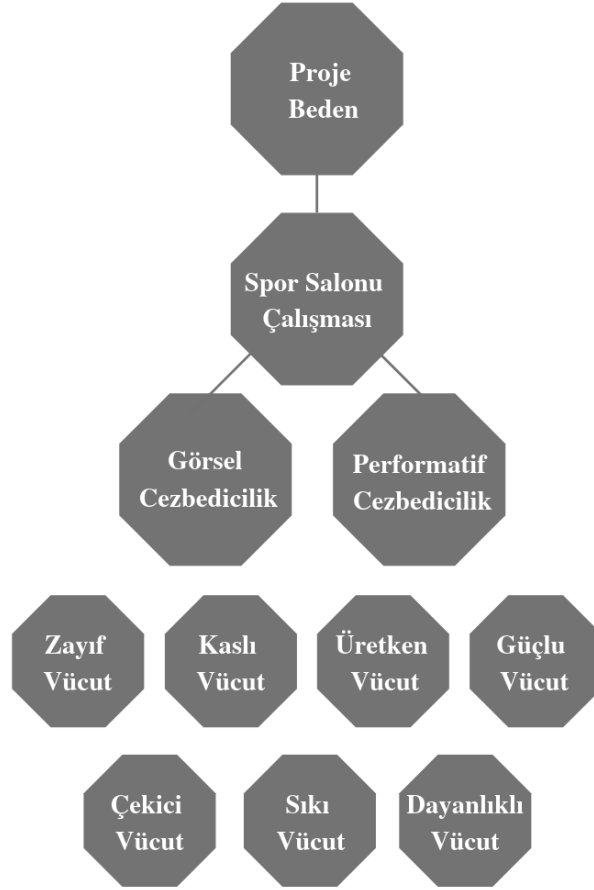
Bedensel sermayenin gardırobu yenilemekten, yüz gerdirmeye, göğüs büyütme ameliyatından kilo vermek, sıkılaşmak ya da kas yapmaya kadar birbirinden farklı birçok boyutu olduğu ileri sürülebilir (Wesley, 2003). Yukarıda da bahsedildiği gibi hemen her

alandan önemine olmasına rağmen bedensel sermaye birikimi atletizm, eğlence ya da spor gösterileri gibi alanlar en önemli sermayenin bedensel sermaye olduğu alanlardır ve bu yüzden boksörlük, modellik, striptizcilik vb. meslek grupları için bedensel sermayeleri hayati önem taşımaktadır (Mears ve Finlay, 2005, s. 320). Kişisel antrenörlüğün görev tanımının çok spesifik olmaması ve eğitim açısından çok belirleyici kriterlere sahip olmaması durumunun zaten içinde bulundukları alan itibarı ile önemli olan bedensel sermayenin daha önemli bir noktaya gelmesine neden olduğu ileri sürülebilir.

Wacquant (1995) da benzer şekilde bedensel sermaye kavramının ana hatlarını boksörler ile yaptığı etnografik çalışması ile oluşturur ve boksörlerin antrenmanlarının yalnızca spor salonunda kalmadığını, spor salonu dışındaki hayatlarını da şekillendirdiğini ileri sürerek boksörlerin bedenleri ile ilgili yaptıkları her şeyi tanımlamak için *beden çalışması* (Bodywork) kavramını kullanır. *Bedensel çalışması* kavramı kapsayıcı bir şekilde bedensel sermayeyi oluşturmak için yapılan çalışmaların tamamı şeklinde tanımlanabilir. *Bedensel çalışmasının* kendi içerisinde üç farklı boyutunun olduğundan bahsedilebilir. Birinci boyutu fizikseldir, bedeni istenen şekle sokmak için yapılan egzersizlerin tamamını kapsar. İkincisi ise zihinsel boyuttur, her şeyin bedeni istenen şekle sokmak üzere planlanmasını kapsar; beslenme programları, uyku saatleri vb. böylece bedenin değişimiyle birlikte zihinsel bir değişim de yaşanır. Üçüncü boyut ise fiziksel ve zihinsel boyutun bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal boyuttur, fiziksel ve zihinsel olarak bedene odaklanmak sosyal ilişkileri de yeniden biçimlendirir; sporcuların ‘belli saatlerde’, ‘belli besinleri’, ‘belli miktarlarda’ yemesinin gerekmesi, uyku düzeninin yine beden çalışmasına göre planlanması sosyal alanda birtakım şeylerden mahrum kalmalarına neden olur bedendeki değişim ise bu mahrumiyetlerin ödülü olarak görülmeye başlar ve böylece sağlıklı beslenme, kendini adamak, her şeyi bırakmak haz veren bir yaşam tarzına dönüşür (Wacquant, 1995, s. 76; Pedersen ve Tjørnhøj-Thomsen, 2017, s. 432).

Atlas’ın 1930’larda yazdığı kitabında vurgulayarak yazdığı; azim sahibi olun, yapmanız gerekenleri muhakkak yapın, umutlu ve cesur olun, uyguladığınız sisteme ve kendinize inanın, istikrarlı olun gibi söylemler düşünüldüğünde bedensel çalışmanın sosyal boyutunun vücut geliştirme sporunun temellerinin atıldığı dönemden beri var olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bedensel çalışmanın vücut geliştirme ve fitness alanının doksalarını oluşturduğu ve bu doksalara uygun hareket etmenin sonucunda

bedensel sermaye elde edileceği bilincinin günlük rutinlerin kontrol edilmesinin zor ve sıkıcı bir noktadan tatmin edici bir noktaya taşıdığı ileri sürülebilir.



Şekil 2.2. *Proje Beden Bileşenleri Tablosu (Stewart, Smith ve Moroney, 2013, s. 545)*

Stewart, Smith ve Moroney (2013, s. 545) bedenin neden projeye dönüştüğü üzerine yaptıkları araştırmada Bourdieu'nun sermaye biriktirme yaklaşımının proje bedeni tamamlayıcı nitelikte olduğunu öne sürmüşler ve ardından şekil 2.1.i sunmuşlardır. Bu bağlamda başlıktaki spor salonu çalışmaları (gym work) beden çalışmaları şeklinde okunabilir. Görsel ve performatif cezbedicilik ise spor alanının doksalarına uyarak gerçekleştirdikleri beden çalışmasının karşılığında elde ettikleri bedensel sermaye olarak görünebilir. Bedensel sermayenin de bedenselleşmiş kültürel sermayeden referans alınarak geliştirildiği düşünüldüğünde zayıf, kaslı, çekici ve sıkı bedenin görsel cezbediciliğin sembolik sermayesini; üretken, güçlü, sıkı ve dayanıklı bedeninse performatif cezbediciliğin sembolik sermayesini temsil ettiği ileri sürülebilir.

Bedensel sermaye ya da bedenin görüntüsünün sosyal ilişkilere etkisi ile ilgili benzer bazı araştırmalar aşağıdaki gibi derlenebilir:

Saguy ve Gruys (2010) 1995 – 2005 yılları arasında Amerikan haberlerinde yayınlanan yeme bozukluğu ile ilgili haberleri taramış; ince, atletik formda bedenin yüksek sosyal statü, ahlak ve erdemle, şişmanlığın ise düşük sosyal statü, tembellik ve oburluk ile ilişkilendirildiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu duruma ek olarak medyanın aşırı yeme bozukluğunu bireylerin kendilerinin yaptığı kötü tercihler olarak lanse ettiğini tespit etmişlerdir.

Mears (2015) küresel ölçekte 84 VIP parti organizatörü ile görüşerek kadınların bu partilere katılabilme imkânları ve bedensel sermayelerini karşılaştırmış ve bedensel sermayesi kadınların partilere rahatlıkla katılabilmelerine karşın bedensel sermayesi düşük kadınların partilere kabul edilmeyerek bu partilerden dışlandıklarını ve dolayısıyla kadınların kendi ağlarını yaratabilme açısından bedensel sermayenin oldukça önemli bir unsur olduğunu ileri sürmüştür.

Anderson ve diğerlerinin (2001) hastalarının gözünden doktorların nasıl algılandığı ile ilgili yaptıkları araştırmada; hastaların doktorların sağlık konusunda bilgi düzeyini görünümeleri ile ilişkilendirdikleri ve fiziksel olarak formda olan doktorların olmayan doktorlara göre sağlık konusunda daha otorite sahibi göründükleri sonucuna ulaşmışlardır.

Frew ve McGillivray'nin (2005) spor salonuna fitness amaçlı giden müşteriler ile nitel görüşme yaparak spor salonları, estetik ve bedensel sermaye arasındaki ilişkiyi çözümlemeye çalışmışlardır. Yaptıkları araştırmanın sonucunda, günümüz spor salonları ile kapitalizm arasında simbiyosis bir ilişki oluştuğunu, bu alanda bedenin tüketim nesnesine dönüştüğünü ve müşterilerin kapitalizm ve medya aracılığı ile sunulan bedenlere ulaşmayı amaçladığını ancak sürekli güdümlenmeyle birlikte müşterilerin asla istedikleri vücudu elde edemeyerek daha fazla tüketmeye yönlendirildiğini ve estetiğin bu güdümlenmede bir araç olarak kullanıldığını ileri sürmüşlerdir.

Harvey ve diğerleri (2014) fitness endüstrisi, estetik emek ve kişisel antrenörler arasındaki ilişkiyi anlamak için İngiltere'nin South Wales bölgesindeki iki spor salonundaki kişisel antrenörler ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanarak araştırma yapmışlardır. Verileri giyim dövme vb. bedenlerini biçimlendirmek için kullanmalarını süsleme (adornment), güçleri ve egzersiz yeteneklerini kapasite, ilk ikisinin

çıktısı olarak fizik şeklinde üç kategoriye ayırmışlar; estetik emek alanının emekçileri olarak gördükleri kişisel antrenörlerin başarılı olabilmek için bu üç kategori arasında başarılı bir bağlam kurabilmeleri gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

Sassatelli (1999) bedensel kültür ve spor salonları arasındaki ilişkiyi anlamak için spor salonuna giden müşteriler üzerinde alan araştırması yapmış; spor salonlarının kimlik inşası açısından son derece önemli olduğunu, spor salonlarının kültür tarafından idealize edilen bedenlerin meşrulaştırıldığı alanlar olduğunu, bu idealize bedenin müşterilere kalıp şekilde sunmak yerine sürekli değişen ve dönüşen bir süreç olarak sunulduğunu ileri sürmüştür.

Johansson ve Andreasson (2016) Avustralya'nın Newcastle şehrindeki yerel spor salonlarında yaptıkları gözlemler ve kişisel antrenörler ile yaptıkları yarı yapılandırılmış mülakat aracılığı ile fitnessin küreselleşmesi üzerine bir araştırma yapmış, yaptıkları araştırma bağlamında fitnessin tamamen küreselleşmenin boyunduruğu altına girdiğini, kapitalizm ve medyanın yarattığı küresel imajların Avustralya'daki fitness ve ideal beden anlayışını da şekillendirdiğini ve hem kişisel antrenörlerin hem de müşterilerinin bu eylemlerini bu imaj beklentilerine sahip olacak şekilde tasarladıklarını ileri sürmüştür.

George (2008) ise kişisel antrenörlüğü postendüstriyel duygusal emek kavramı çerçevesinde kişisel antrenörler ile derinlemesine görüşme yaparak araştırmıştır. Çalışmasının sonucunda kişisel antrenörlük mesleğinin spesifik çizgileri olmadığı ve bu nedenle de mesleği icra eden kişilerin profesyonellik imajı çizimleri gerektiğine ve bunu genellikle bedenleri aracılığı ile yaptıklarına ve bu süreçte, mesleğin meşrulaştırılmasında müşterilerin kişisel antrenörlerden beklentilerinin de önemli bir unsur olduğunu ileri sürmüştür.

Maguire (2008) ise ABD'de 1990-2000 yılları arasında yayınlanan kişisel antrenörlük ile ilgili iş ilanlarını incelemiş ve kişisel antrenörlüğün tanımının çok muğlak olduğunu; kişisel ile profesyonel, ekonomik ile kültürel arasında tam olarak bir ayrım olmadığını, bu yüzden kişisel antrenörlerin kendilerini profesyonel göstermek için bu sınırların arasında bir yere kendilerini konumlandırımları gerektiğini ileri sürmüştür.

Johansson (1996) İsveç'in farklı şehirlerindeki spor salonlarında yaptığı etnografya çalışmasıyla spor salonları ve fitness kültürünün hem kimlik hem de toplumsal cinsiyet kimliğinin inşasında nasıl kullanıldığını incelemiş ve gündelik yaşam, beden ve toplumsal cinsiyetin kimlik inşasında anahtar kavramlar olduğu sonucuna varmıştır. Aerobik, plates,

step gibi sporların kadınlık kimliğinin inşasında kullanıldığını ve feminen alanlar olduğunu; vücut geliştirme, ağırlık kaldırma gibi sporlarınsa erkekliği inşa ettiğini, bu toplumsal cinsiyet rollerininse sosyal ilişkileri biçimlendirdiğini savunmuştur. Buna ek olarak kadınların toplumsal cinsiyet normlarına daha az bağlı olup ‘erkeksi’ olarak alanlara yönelebilen erkeklerin bu konuda daha tutucu davranarak ‘feminen’ alanlardan kaçındığını ileri sürmüştür.

Annavarapu (2018) ise Batı dışında yer alan bölgelerde fitness endüstrisini şekillendiren dinamikleri anlayabilmek için Güney Hindistan’da etnografya çalışması yapmış ancak çalışmasının sonucunda Güney Hindistan’daki fitness endüstrisinin de Batıdakine benzer şekilde işlediğini, spor salonuna giden insanların bedenleri ve bedenlerini şekillendirmek için yaptıkları tüketim aracılığı ile kimliklerini inşa ettiklerini savunmuş, fitness kavramının kimlik inşasında kritik bir önemi olduğunu ileri sürmüştür.

Hutson (2013) kişisel antrenörler ve bedensel sermaye arasındaki ilişkiyi incelemek için ABD’de yaşayan 26 kişisel antrenör ve 25 müşteri ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda, müşterilerin çalıştıkları kişisel antrenörlerini antrenörlerin sahip olduğu bedensel sermayeye göre seçtiğini, kişisel antrenörlerinse bu durumun farkında olduklarını ve bedenlerinin görünümünü mesleklerini devam ettirebilmek ve mesleklerinde başarılı olabilmek için bir araç olarak gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmanın buraya kadar olan kısmı referans alınarak postmodern dönem ile kişisel kimlik ve benliğin ön plana çıktığı söylenebilir. Bu durumun bireylerin kendi kişisel ilgi ve tercihleri ile kendilerini tanımlayabilmelerine izin vermesi yönüyle özgürleştirici ve pozitif olduğu ileri sürülebilir. Ancak madalyonun diğer yüzünde postkapitalist ve neoliberal politikaların bireyin kimlik inşa etme özgürlüğünü kendi işine gelecek şekilde strateji oluşturmaya izin verdiği ve bireylerin kimlik kategorilerini tüketim kategorilerine çevirerek bu özgürlüğü bir mecburiyete dönüştürdüğü savunulabilir. Sağlıklı yaşam ve alt başlığında fitness da bu tüketim kategorilerinden biri olarak görülebilir. Bu bağlamda vücut geliştirmenin ilk aşamalarında kaslı bedenın sağlam, güçlü ve erkeksi olmakla eşleştirilmesi (Sandow), güçlü bedenın güçlü ulusla, ideal, bilinçli vatandaş olmakla eşleştirilmesi (Atlas) tesadüften ziyade modern dönemin yansıması olarak düşünülebilir. 80’lere gelindiğinde Gold Gym’in ortaya çıkışı, spor salonlarının zincire dönüşmesi, *Pumpin Iron*’la Arnold Schwarzenegger vücut

geliştirmecilerin ideal erkek ikonuna dönüşmesi, kaslı bedenlerin Hollywood’a, vücut geliştirmeninse gündelik yaşama girerek fitness şeklinde hafif biçim ama daha çok isim değiştirmesi gibi unsurların ise postmodernite, neoliberalizm, küreselleşme ve tüketim toplumunun yansıması olduğu ileri sürülebilir.

Fitnessın sağlıklı yaşam ve görselle ilişkilendirilerek bitmeyen bir süreç olarak tasarlanması (Sassatelli, 1999), kimlik ve benlik oluşturmada bir araç olması (Johansson, 1996; Harvey ve diğerleri, 2014; Frew ve McGillivray, 2005) fitness kültürünün anlaşılabilmesi için bireyin düşünce ve davranışlarının anlaşılmasını gerekli kılar. Diğer yandan medyanın fitnessı yönlendirme gücü (Saguy ve Gruys, 2010; Frew ve McGillivray, 2005), kapitalizmin medya ile birlikte fitnessı bir tüketim biçimi olarak sunması (Saguy ve Gruys, 2010; Frew ve McGillivray, 2005; Stewart, Smith ve Moroney, 2013; Annavarapu 2018), bir boş zaman aktivitesi olarak fitness ile ilgilenenlerin beklentilerinin ve spor salonların küresel ölçekte benzerlik göstermesi (Annavarapu 2018; Johansson ve Andreasson, 2016; Johansson, 1996; Saguy ve Gruys, 2010; Frew ve McGillivray, 2005) gibi durumlar ise birtakım yapıların anlaşılmasının gerekliliğini ortaya koyar. Bourdieu’nun düşünümsel sosyolojisi bu anlamda hem yapıların hem de bireysel tercihlerin anlaşılabilmesine izin verir; bu bağlamda fitness ile ilgilenen kişisel antrenörleri Bourdieu ve Wacquant’ın bedensel sermaye kavramı bağlamında değerlendirmek yerinde olacaktır. Ancak bedensel sermaye kavramı bireylerin yönelimlerini anlamlandırma konusunda yardımcı olsa da eylemlerini okumak anlamında yeterli olmaz. Bu nokta da Erving Goffman’ın sahne performans yaklaşımı kişisel antrenörlerin spor ‘alanında’ bedensel sermayelerini nasıl sunduklarının anlaşılmasına yardımcı olur.

2.2.6. Goffman’ın Dramaturjik Yaklaşımı ve Goffman’ı Bourdieu ile Okumak

Goffman kimlik inşa süreçlerinin bireyler arası etkileşim sonucu ortaya çıktığını ileri sürer ve bu düşüncesini de tiyatro metaforuyla dramaturjik terminoloji ile açıklar (Bullingham ve Vasconcelos, 2013, s. 101). Sembolik etkileşimci olan Goffman’ın kimlikleri bireyler arası etkileşimin sonucu olarak görüyor olması bireyi ve kimliği anlamak için onu direkt bireylerin etkileşim kurdukları somut düzleme yönlendirir. Goffman’a göre (2014, s. 16 – 17) bireyin kendini ifade edecek bir eylemde bulunması durumu, gözlemcinin de bu eylemden izlenim edinmesi durumunu doğurur. Kişinin

eylemleri, onun *verdiği izlenimi*, iletişimin karşı tarafındaki kişinin eylemlerden yaptığı çıkarım ise eylemde bulunan kişinin *yayılan izlenimini* oluşturur (2014, s. 18). Ancak iletişimin karşı tarafındaki kişinin, etkileşime geçtiği kişi hakkındaki izlenimleri, kişinin yanından ayrıldıktan sonra netleştirecek de olsa, karşısındaki eyleme karşı o anda yanıt vermek zorundadır. Eylemde bulunan kişi, karşısındakini istediği şekilde yönlendirebilmek ve iletişim sürecini yönetmek için “yeterli uyumu sağlamak, aldatmak, başından savmak, akıl karıştırmak, yanlış yönlendirmek, karşısına almak veya hakaret etmek” gibi eylemlere başvurur ancak bu stratejilerin başarıyla sonuçlanması için gözlemleyene verdiği izlenimi kontrol etmek zorundadır (Goffman, 2014, s. 17). Gözlemleyenin, eylemde bulunan kişiye güvenmesi ise hem o andaki etkileşime hem de öncesinde hali hazırda bulunan bilgi miktarına bağlıdır; fakat bu bilgi miktarı ne kadar fazla olursa olsun gözlemleyenin, etkileşim sürecinde bulunduğu çıkarımlar kritiktir (Goffman, 2014, s. 17). Bu bağlamda Goffman (2014), eylemde bulunan kişiyi metafor kullanarak *oyuncu*, eylemi gözlemleyen kişiyi *izleyici*, etkileşim sürecinin kendisini ise *performans* olarak tanımlar. Benliği ise “sahnedeki belli bir karakteri canlandıran bireyin başkalarına vermeye çalıştığı (genellikle güvenilir) bir imaj” olarak tanımlar (Goffman, 2014, s. 234). Benzer şekilde etkileşim sürecinin diğer öğelerini de tiyatro terimlerini metaforlaştırarak açıklar.

Goffman’ın, izlenimi etkileşimin bu kadar merkezi bir noktaya koyması, düşününsel sosyoloji bağlamında düşünülürse oyuncunun performansını *illusioya* ulaşmak için kendi *habitusu* bağlamında sahip olduğu sermaye tiplerini kullanarak gerçekleştireceği; izleyicinin ise, oyuncunun performansını kendi habitusuna göre anlamlandıracağını ancak o anda verilen izlenim önemli olduğu için de bu anlamlandırma sürecinde kişinin sahip olduğu tüm sermaye tiplerinin kişideki yansıması olan sembolik sermayenin ayrıca kritik bir öneme sahip olduğu ileri sürülebilir. Bedensel sermaye ve kişisel antrenörlük bağlamında düşünülürse, antrenörün mesleğini yerine getirebilmek, danışanını ikna etmek için aldığı eğitim ve sertifikalar, danışmanlık yaptığı kişilerin niteliği ve sayısı, sosyal medyadaki takipçi sayısı ve niteliğinin ön bilgileri oluşturduğu; Harvey ve diğerlerinin (2014) estetik emek bağlamında kapasite, fizik ve süsleme şeklinde kategorize ettikleri bedensel sermaye bileşenlerinin de performans sırasında izlenim yaratan unsurlar olduğu ileri sürülebilir. Ancak kişisel antrenörlerin bedensel sermaye sunumlarını tam olarak anlayabilmek için Goffman’ın sahne performans

yaklaşımının birçok kavramla birlikte değerlendirmek gerekir. Kavramlar Goffman'ın tanımlamalarıyla aşağıdaki gibi derlenebilir.

Performans “belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik tüm etkileri” şeklinde tanımlanabilir. Performansa katkıda bulunanlardan ise *seyirci*, *gözlemci* veya *diğer katılımcılar* şeklinde bahsedilebilir (Goffman, 2014:28).

“Bir *performans* sırasında gözler önüne serilen önceden belirlenmiş ve başka durumlarda da sergilenebilecek ya da oynanabilecek eylem kalıbını ise *rol* veya *rutin*” olarak tanımlar (Goffman, 2014, s. 28). Bourdieu'nun (1995, s. 23) *habitus* ile ilgili yaptığı “bir konumun içkin ve bağlantısal özelliklerini birlikçi (üniter) bir yaşam stilinde, yani insanların, malların/varlıkların, pratiklerin tercihindeki birlikçi bir bütünde dile getiren can verici ve birleştirici köken” tanımlaması ile birlikte rol kavramına bakılırsa, rolün kişinin önceki deneyimleri bağlamında, kendince *illusioya* ulaşmasını sağlayacağını düşündüğü davranış kalıbı olduğu söylenebilir. Böylece kişisel antrenörlerin *performanslarını* kendi *habituslarına* göre özgün bir biçimde en ideal antrenör izlenimini verecek şekilde tasarladıkları ileri sürülebilir. Örneğin, kaslı bedeni erkeksilikle eşleştiren habitusa sahip bir kişisel antrenör güçlü bedeni vurgulayan bir *rol* aracılığı ile *performansını* sergileyecekken, prestijle eşleştiren *habitusa* sahip antrenör bedeninin çekicilik yönünü vurgulayan bir *rol* oynayacaktır.

Kinik ise performans ve rol ile ilgili bir diğer kavramdır. Bir oyuncu bir uça rol oynadığının ya da performans sergilediğinin farkında olmadan yaşadığı etkileşimi gerçeklik olarak görerek samimi bir şekilde kendini rolüne tamamen kaptırabilir. Diğer uça ise sergilediğinin performans olduğunun, bir izlenim yaratmak için eylemlerini gerçekleştirdiğinin tamamen farkında olabilir; ilk durum samimiyet, ikinci durum ise *kinik* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 29 – 30).

Goffman, etkileşim esnasında farklı oyuncuların, farklı konulara daha fazla önem verdiğini, farklı konularda farklı düzeylerde bilgi sahibi olduğunu ve etkileşimin bozulmaması, tartışma çıkmaması için hangi konu hakkında kimin görüşünün kabul göreceğine dair sözsüz bir anlaşma yapıldığını ileri sürer ve bu sözsüz iktidar paylaşımını *geçerli mutabakat* olarak tanımlar (Goffman, 2014, s. 22 – 23). Geçerli mutabakatta söz sahibi olabilmek etkileşim sırasında *illusioya* ulaşmak olarak görülebilir ve bireylerin son sözü söyleyebilmek için sermayelerini artırmaya çalıştığı ileri sürülebilir. Bu bağlamda,

antrenörlerin sahip oldukları vücudun sunduğu bedensel sermaye, katıldıkları çeşitli eğitim ve yarışmalardan aldıkları sertifika ve derecelerle oluşan kurumsallaşmış kültürel sermaye ve sosyal medyadaki takipçi sayısından oluşan sosyal sermayenin, antrenörlere vücut geliştirme konusunda *geçerli mutabakatı* kendi lehinde sonuçlandırabilme gücü verdiği ileri sürülebilir.

Performansın gerçekleştirilmesini mümkün kılan “önünde, içinde veya üzerinde sürekli sergilenen insan faaliyetlerine ortam ve sahne sunan mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka plan düzenlemeleri” *set* olarak tanımlanır; setler genelde olduğu yerde durur, bireyler sergilemek istedikleri performansın setine yönelirler ve genelde uygun sete girene kadar gerekli performans sergilenemez, setin terk edilmesi durumunda da performansın sonlandırılması gerekir. Cenaze korteji, kral kraliçelerin resmi geçit törenleri gibi olaylar setin sabit olmadığı istisnai durumlardır (Goffman, 2014, s. 33). *Set* Bourdieu’nun *alan* kavramına benzetilebilir ancak *alan* konu bağlamındaki soyut ve somut tüm *alanı* içerir; *set* ise yalnızca bağlamın hâkim olduğu fiziksel alanı kapsar. Vücut geliştirme bir *alan* olarak düşünüldüğünde, spor salonlarının bu alanın *setlerini* oluşturduğu, antrenörün *sete* girer girmez otorite sahibi olarak *performansını* sergilediği, *setten* çıkmasıyla da bu otoritenin zayıfladığı ileri sürülebilir.

Set ifade araçlarını kapsayan bir kavramken, *vitrin* ise “kişinin performansının, gözlemcilere durumu tanımlamak için genel ve değişmez bir şekilde işleyen kısmına” verilen isimdir (Goffman, 2014, s. 33). Set genelde kişiden bağımsız ve sabitken vitrin, “oyuncunun kendisiyle çok yakın olarak bağdaştırdığımız ve gittiği her yerde oyuncuyu doğal olarak izlemesini beklediğimiz diğer türleri için” kullanabilir. Cinsiyet, yaş, etnik köken, konuşma tarzı, duruş biçimi, jest ve mimikler kişisel vitrinin öğeleri arasında sayılabilir ve bunlar arasından jest ve mimik gibi unsurlar hareketli ve geçici olarak tanımlanabilirken, cinsiyet ve etnik köken gibi unsurlarsa sabit ve kalıcı parçalar olduğundan bahsedilebilir (Goffman, 2014, s. 33). Kişisel vitrin kavramı Bourdieu’nun terimleriyle değerlendirildiğinde bedensel sermaye, sembolik sermaye ve habitus ile ilişkilendirilebilir. Duruş ve konuşma tarzı kültürel sermaye; beden, kültürel ve bedensel sermaye; giyim ve aksesuarlar kültürel ve ekonomik sermaye; bunları birbiriyle ilişkilendirme biçimi ise habitus ile ilgilidir. Ortaya çıkan sonuç ise habitusun yansıması olan sembolik sermayedir. Kişisel antrenörler bağlamında ele alındığında, kişisel vitrinin bedensel sermaye merkeze alınarak habitusa göre düzenlendiği ileri sürülebilir. Örneğin

sosyal ve kültürel sermayesi bağlamında kaslı bedene sahip olmayı sağlıklı olmakla eşleştiren habitusa sahip bir antrenör, daha rahat, renkli kıyafet ve aksesuarlar kullanabilir, düşük bir ses tonunda sakince konuşabilir; diğer yandan kaslı bedene sahip olmayı erkeksi olmakla eşleştiren bir antrenör ise güçlü bir bedene sahip olduğunu göstermek için dar ve koyu tonda giyinmeyi tercih edebilir, el kol hareketleriyle geniş bir alan kullanabilir, daha yüksek sesle ve kelimeleri vurgulayarak konuşabilir.

Görünüş ve *tutum* ise kişisel vitrinin alt başlığında değerlendirilebilecek iki kavramdır. Goffman (2014, s. 35) görünüşü “o anda oyuncunun toplumsal statüsü hakkında bilgi veren uyarıcıları”, tutumu ise “oyuncunun mevcut durumda söz konusu olacak etkileşimde oynamayı beklediği rol hakkında bize bilgi veren uyarıcılar” şeklinde tanımlar. Kişinin üzerindeki kıyafetler resmi, sosyal, spor gibi faaliyetlerden hangisi içinde olduğunu gösterir; içinde bulunduğu faaliyette nasıl hareket ettiği ise o kişinin tutumu hakkında izlenim yaratır. Kişisel antrenörler bağlamında düşünüldüğünde antrenörlerin günlük hayatta da spor giyimleri sporu hayatın merkezine aldıklarına dair bir görünüş yaratır. Öte yandan sağlıklı beslenme, zararlı şeylerden kaçınma gibi davranışları ile sporcu benliklerini tutumlarıyla da destekleyerek profesyonel bir izlenim yaratabilirler.

Sunumu istenen izlenimi yaratacak şekilde yapabilmek için rol, set, vitrin, görünüş ve tutumun birbiriyle uyumlu olması gerekir ancak çoğu zaman böyle bir uyumu her şeyiyle yaratmak çok zordur. Böyle durumlarda performansın bağlamına uygun unsur ve ifadeler ön plana çıkarılırken, eksik, yanlış ya da uygun olmayan yönler gizlenerek *ifadesel bütünlük* yaratılır (Goffman, 2014, s. 71). Gizlemek yalan söylemeden sahte bir izlenim yaratabilmeyi sağlar; “*ima, stratejik belirsizlik* ve *can alıcı atlamalar*” gizlemeye ve yanıltıcı rol oynamaya izin verir (Goffman, 2014, s. 70). Bu stratejileri uygulayabilmek ise izleyicinin algıladığı izlenim konusunda denetim sahibi olabilmek ile mümkün olur. Kontrolün oyuncuda olması, izleyicide bir çekingenlik yaratır ve bu çekingenlik oyuncuya istediği gibi izlenim yaratabilme özgürlüğü sunar. Oyuncu bu özgürlük alanında performans ve rolün kötü yönlerini gizlerken iyi yönlerini de yüceltebilmek için kendini ve rolünü *gizemleştirir* (Goffman, 2014, s. 70). Örneğin steroid ve çeşitli kimyasallar kullanarak kaslı bedene sahip olmuş bir antrenör, hararetili bir şekilde ideal vücuda sahip olmak için sağlıklı beslenme ve yaşam pratiklerinin çok önemli olduğunu savunabilir. Böylece izleyici sağlıklı yaşama çok önem verdiğini duyduktan sonra

antrenöre herhangi bir kimyasal kullanıp kullanmadığını soramaz ve ortaya *stratejik bir belirsizlik* çıkar. Bu belirsizlikte izleyici zihninde *ifadesel bir bütünlük* oluşturmaya çalıştığı için sağlıklı yaşamın önemli olduğunu vurgusunu kimyasal kullanmama *iması* olarak algılamasını sağlayabilir. Böylece efor harcamasına rağmen onun gibi vücuda sahip olamayan müşterisinin gözünde antrenör *gizemli* bir konuma yerleşir. Bu bağlamda performanslar *gerçek performanslar* ve *düzmece performanslar* olarak olarak iki gruba ayrılabilir. İlki bilinçsizce sergilendiği için kasıtlı olarak bir izlenim yaratmayı amaçlamayan, ikincisi ise davranışın doğrudan tepki gösterdiği bir gerçekliğin olmadığı, belli bir izlenim yaratmak için kasıtlı bir olarak bir araya getirilmiş unsurlardan oluşan performans olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 70).

Gizemlileştirme sadece olan şeyleri gizlemek için değil, aynı zamanda olmayan şeyleri var gibi gösterme ya da olan şeyleri daha değerli sunmak için de kullanılan bir taktiktir. Goffman’a (2014, s. 73–74) “bağlantılara getirilen kısıtlamalar, toplumsal yaşamda mesafenin korunmasının, seyircide hayranlık yaratılmasının ve bunun sürdürülmesinin bir yoludur” ve böylece “oyuncu ilahi niteliklere ve güçlere sahip olma iddiasında” bulunabilir. Bu bağlamda oyuncunun niteliklerini gizemlileştirerek izleyiciye olduğundan daha ideal bir izlenim yayabilir.

Bir ölçüye kadar engellerle çevrili alan ise bölge olarak tanımlanabilir ve bu engeller illa ki odanın duvarları gibi mekânları fiziksel olarak ayırmak zorunda değildir; radyo istasyonlarında çeşitli donanımlarla sesi yalıtma da belli bir bölge yaratmak için kullanılabilir (Goffman, 2014, s. 107). Performanslar referans noktası olarak alınırsa performansın sunulduğu yer ise *performans bölgesi* ya da *sahne* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 108). Bu bağlamda spor salonlarının vücut geliştirme alanının sahnesi olduğu söylenebilir.

Bazı performansların başarılı sergilenmesi birçok insanın ortak çıkarıdır ve bu yüzden ortaklaşa işbirliği yaparlar, bu işbirliği kümesi *takım* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 84). Bu durumlarda birey grubun üyesi olarak hem oyuncu hem de seyirci deneyimini yaşar, seyirci olarak performans hakkında öğrenmek zorunda kaldığı tatsızlıkları oyuncu olarak gizlemek durumunda kalabilir ve bu da bireyin içsel bir rahatsızlık duymasına ve kendine yabancılaşmasına neden olabilir (Goffman, 2014, s. 85–86). Spor salonu bağlamında düşünüldüğünde kurum çalışanlarının bir takım oluşturduğu, spor salonunun bir sahne olduğu, müşterilerinse izleyiciler olduğu

düşünülebilir. Burada kurum çalışanları hep birlikte, takım olarak bulundukları salonun bedeni istenen forma sokabilme konusunda yeterli olduğunu kanıtlamak üzere bir performans sergiler. Bu konuda çeşitli rol dağılımları yapılır; işletme sahibi gereken tüm ekipmanların olduğuna, salonun müşterilere gerekli ortamı yarattığına dair performans sergiler, resepsiyon görevlisi ihtiyaç duyulan konularda yardımcı olabileceğine dair performans sergiler, antrenör ise istenen forma girmek için sahnede nasıl hareket edilmesi gerektiğini bildiğine dair bir performans sergiler. Müşterinin spor salonunda istediği forma girebileceğine ikna olması için takım başarılı bir performans sergilemek zorundadır; bu yüzden spor salonu antrenörün alanında yetersiz olduğunu bilse bile yeterliymiş gibi göstermek, antrenör ise ekipmanların eksik olduğunun bilincinde bile olsa yeterli gibi göstermek zorunda kalır. Takımdaki oyuncuların işbirliği yapmaları gerektiği bilincinde olması ve işbirliğinde rolünün ne olduğunu bilip ona göre bir performans sergilemesi durumunun yarattığı sözsüz işbölümü ve koordinasyon ise *aşinalık* olarak tanımlanır; aşinalığın oluşması için organik bir bağa gerek yoktur, takımın üyesi olduğu anda aşinalık durumu oluşur (Goffman, 2014, s. 87). Örnek bağlamında bir kişinin spor salonunda işe girmesi aşinalık bağlarının oluşması için yeterlidir.

Oyuncu ya da takımların aşinalık ilişkileri ile sahne bölgesinde performanslarını sergileyebilmeleri için sahneleyecekleri performansları hazırladıkları ya da performans sırasında çeşitli sebeplerle gitmeleri gerektiğinde sahneden çıkabilecekleri bir yer olması gerekir; performansa hazırlanılan ya da gerektiğinde kaçılabilen bu bölgeler *sahne arkası* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 112). Spor salonlarında personel ve antrenörlerin ofisleri ve dinlenme odaları sahne arkası olarak düşünülebilir, müşterilerin olmadığı anlarda sahnenin kendisi de sahne arkasına dönüşebilir. Hatta buna ek olarak oyuncular kendi rollerini oynamadıkları anlarda sahnenin bir bölgesine el koyarak orayı sahne arkasına çevirebilir (Goffman, 2014, s. 127). Müşteriler spor yaparken salonun bir köşesinde sohbet eden resepsyonist ve antrenör bu duruma örnek verilebilir. Performansın istenen izlenimi verebilmesi için sahne ve sahne arkasının ayrımı başarılı bir şekilde yönetilmelidir, bu konuda yapılan eylem ve düzenlemeler *sahne arkası denetimi* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 113). Sahne ve sahne arkası dışında kalan bir diğer bölge ise dinlenme bölgesidir (Goffman, 2014, s. 120). Spor salonundaki soyunma odaları ve duşlar dinlenme bölgelerine örnek verilebilir. Son bölge ise bu üçü dışında kalan, performans ile ilgisi olmayan her yerdir ve bu alan kabaca *dışarı* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 130).

Aşinalık ilişkilerinin ve sahne denetiminin bu kadar önemli olmasının temelinde birtakım durumların seyirci tarafından sezilmesi ya da öğrenilmesi durumunda performansın etkisini ve yaratmak istenen izlenimin çökmesi riski vardır. Aslında tüm denetimlerin amacının birtakım sırları güvence altına alarak performansın çökmesini engellemek olduğu ileri sürülebilir. Bu *yıkıcı bilgiler*, yani *sırlar* da kendi aralarında kategorize edilebilir ve bir sır zaman zaman iki farklı kategori altında da değerlendirilebilir (Goffman, 2014, s. 137):

Oyuncuların izleyicide yaratmak istedikleri izlenim ve sunmak istedikleri benlikle çatışan durumların gizlenmesi *karanlık sır* olarak tanımlanabilir (Goffman, 2014, s. 137). Örneğin spor salonları müşterilerine sağlıklı ve formda olma vaadi sunar ve bu vaadi gerçekleştirmekle yükümlü olan antrenörlerin de aynı özellikleri taşıması beklenir. Antrenör daha fazla kaslanabilmek için herhangi bir kimyasal kullanıyorsa bu durum kurum yani takım bazında bir karanlık sır oluşturur. Salonun doktoru ya da sağlık görevlisi bu durumu fark etse bile bunu saklaması beklenir.

Stratejik sırlar, “Bunlar bir takımın yaratmayı planladığı duruma seyircinin etkili şekilde uyum sağlamasını engellemek için” sakladıklarını kapsar (Goffman, 2014, s. 138). Örneğin Sassatelli (1999) spor salonları ve antrenörler üzerine yaptığı araştırmasında fitness kültüründe ideal beden sınırların ulaşılmaz bir şekilde tasarlanıp vücut geliştirmenin bir süreç olarak tasarlandığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durumun spor salonları ve antrenörlerinin stratejik sırrı olduğu düşünülebilir; bu stratejik sır aracılığı ile hem spor salonları hem de antrenörler müşterilerini kaybetmezler.

Dahili sırlar, kişinin bir gruba dahil olduğunu gösteren sırlardır ve temel işlevi içeride ya da dışarıda hissettirmektir (Goffman, 2014, s. 138). Spor salonunun yeni bir şube açacağını dışarıya duyulmadan önce kurum çalışanları tarafından biliniyor olması *dahili sır*ra örnek gösterilebilir.

Emanet sırlar ise bir kişinin performansını etkili bir şekilde yapabilmesi için öğrendiği ve paylaşması durumunda diğer insanlar üzerinde negatif bir izlenim yaratacağı için saklamak zorunda olduğu bilgilerdir (Goffman, 2014, s. 138). Örneğin spor salonundaki bir müşteri, özel bir sağlık durumunu spor yaparken bir sıkıntı yaratmaması adına antrenör ile paylaşırsa etik olarak antrenörün bunu saklı tutması beklenir.

Son olarak *serbest sırlar* ise ifşa edilmesi durumunda oyuncu ya da takıma zarar vermeyecek sırlardır (Goffman, 2014, s. 139). Örneğin X spor salonunda çalışanların Y

spor salonunda çalışan antrenörün daha kaslı hale gelmek için steroid kullandığını öğrenirlerse bunu konuşmaları ne takım ne de izleyiciyle ilgili negatif bir izlenim yaratır.

Sahne ve sahne arkasındaki tüm bu ilişkileri koordine eden, neyin nasıl olması gerektiğini belirleyen kişi ise *yönetmendir* (Goffman, 2014: 99). Bu işi düzgün bir şekilde yapabilmesi için ise iki temel görevi vardır; rolüne uygun hareket etmeyen oyuncuların yatıştırma ve yaptırım yoluyla yönetme ve hangi rolü kimin oynayacağı ile oynanacak roller için gerekli kişisel vitrinin düzenlenmesi (Goffman, 2014, s. 100 – 101). Spor salonu kurum olarak düşünüldüğünde yönetmen işletme müdürü olarak düşünülebilir; ancak salonunun işleyişi bağlamında düşünüldüğünde ise yönetmen antrenördür. Biri kimin, neyi, nerede ve ne yapacağını belirlerken, diğeri bunları spor esnasında yapar.

Son olarak ise *yıldız* kavramından bahsedilebilir. Her performansın merkezinde o performansın asıl etkisini yaratacak daha göz alıcı ve çarpıcı bir oyuncu vardır, takımın temel işlevlerinden biri bu yıldızı ön plana çıkarmak ve parlatmaktır (Goffman, 2014, s. 100 – 101). Spor salonu ilişkilerinde bu yıldızın antrenör olduğu söylenebilir; her ne kadar spor salonunun fiziksel koşulları, teknik yeterliliği, konumu ve müşteri profili müşteride olumlu ya da olumsuz izlenim yaratabilecek unsurlar da olsa, spor ilişkilerinin merkezinde antrenör vardır. Antrenörü parlatmak ise onun sahip olduğu sermaye ile ilişkilidir. Kişisel antrenörler ile ilgili yapılan araştırmaların birçoğunda müşterilerin başarı kriteri olarak - başarılı bir performans sergileyebilme kriteri de denilebilir- bedensel sermayeyi referans aldıkları görülmektedir. Yani bir antrenör yıldız olabilmek için her şeyden önce ideal bir bedene sahip olmalıdır. Ancak bu tek başına yeterli değildir; iyi bir egzersiz ve beslenme planı hazırlayabilmek, müşterinin talepleri doğrultusunda onu yönlendirebilmek ve tüm bunları yaparken güvenliği sağlamak ise kültürel ve onun altında kurumsallaşmış kültürel sermaye (çeşitli diploma, sertifika ve dereceler) ile ilişkilidir. Diğer yandan bu konuda ne kadar başarılı olduğu ve dinlendiği ise çalıştığı kurumun prestiji, müşterilerinin konumları ve sayısı ile ilgilidir, sosyal medya hesaplarının da benliğin bir parçasına dönüştüğü göz önünde bulundurulursa sosyal medyadaki takipçi sayısı ve niteliği de bu kriterler arasında değerlendirilebilir. Bu durum da yıldız olabilmek için gereken sosyal sermayeye işaret eder. Ancak bu bedensel, kültürel ve sosyal sermayeyi yüksek tutabilmek ise ekonomik sermayeye bağlıdır çünkü tüm bunları yapabilmek için belli bir bütçeye sahip olmak gerekir. Tüm bunların ortaya

çıkardığı sonuç ise sembolik sermayedir, sembolik sermaye bu bağlamda izleyicinin edindiği izlenimi oluşturur, performansın yıldızını daha da parlatır ya da söndürür.

2.2.7. Goffman'ı sosyal medyaya uyarlamak

Önceki bölümlerde postmodernite ile birlikte bireylerin kişisel kimliklerini inşa ettikleri ve bu kişisel kimliklerin inşa sürecinde benlik sunumlarının önemli olduğundan bahsedilmiştir. Kapitalizmin, bu durumu tüketime yönlendirmek için bir strateji olarak kullandığına ve insanların benlik ve kimliklerini tükettikleri üzerinden tanımlama eğilimine yönlendirdiğine değinilmiştir. Bu benlik, kimlik, tüketim üçgeninde medyanın ne belirleyici olduğundan, geleneksel kitle iletişim araçlarının bireysel kimliklerini şekillendirmek için kitle kültürünü yarattığından ve sonrasında yaşanan teknolojilerle bu durumun yeni medyaya ve alt başlığında sosyal medyaya yayıldığından bahsedilmiştir. Bugün bireylerin toplumsal alanda var olabilmek için kimlik ve benliklerini sosyal medya ortamlarında temsil etme ihtiyacı duyduğu ileri sürülmüştür. Bu bağlamda, sporcuların ve kişisel antrenörlerin de sporcu ya da antrenör kimliklerini toplumsal alanda kabul ettirebilmek için sosyal medya kullanımlarının ve orada kendilerini nasıl temsil ettiklerinin önemli olduğu ileri sürülebilir.

Goffman'ın sahne performans yaklaşımı, bireysel eylemleri değerlendirebilme konusunda olduğu kadar yeni medyaya uyarlanabilirliği konusunda da dikkat çekicidir. Direkt eylemlere odaklanıyor olması, birçok sosyal bilimciyi bireylerin sosyal medyadaki davranışlarını incelemek için Goffman'ın yaklaşımına yönlendirmiştir.

Goffman'ı sosyal medyaya uyarlayan erken çalışmalardan biri Donath'ın (1998) Goffman'ın izlenim kavramı üzerine yaptığı çalışma olduğu söylenebilir. Donath, Goffman'ın izlenim kavramının sosyal medyada da gerçek hayattakine benzer şekilde işlediğini savunmuş, kullanıcıların profillerinin gerçek kimlikleri ile ilgili izlenim yarattığını savunmuştur. Donath ve diğerlerinin (2004) Friendster kullanıcıları ile yaptığı araştırmanın Donath'ın önceki görüşünü destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Friendster, kullanıcıların gerçek kimlikleri ile kaydoldukları ilk sosyal medya sitelerinden biridir. Donath ve diğerleri yaptıkları çalışmada kullanıcıların siteye gerçek kimlikleriyle kaydolduklarını kanıtlamak için arkadaş listelerini açık tutarak diğer

kullanıcılar ile paylaştıklarını, yani güvenilir bir izlenim vermek için arkadaş listelerini araç olarak kullandıklarını ileri sürmüştür.

Schroeder (2002) da Donath'a benzer şekilde sanal dünyaları analiz etmek için Goffman'ın kavramlarını kullanmıştır. Boyd (2004, 2006, 2007) ise sosyal medya sitelerindeki eylemleri ağı dayalı kimlik performansı olarak değerlendirmiştir.

Goffman'a göre birçok performans için birçok farklı sahne ve set vardır. Kişiler sergileyecekleri performansa uygun sahne setlere girip performanslarını sergilerler ve o ortamdan çıkarken performanslarını da sonlandırırlar. Ancak sosyal medya sahne olarak alınırsa birçok performans tek sahne üzerinde sergilenir. Hewitt and Forte (2006) Goffman'ın yaklaşımıyla Facebook'un kimlik inşa süreçleri ve çoklu sahne nedeniyle ortaya çıkan çatışmaları tartışmıştır.

Robinson (2007) kullanıcıların gerçek ve siber kimliklerinin birbiriyle aynı özellikler taşıdığını, siber alandaki benlik ve kimliğin postmodern kimlik ve benlik çalışmalarıyla örtüşen nitelikte olduğunu savunmuş, Goffman'ın verilen ve yayılan izlenim kavramlarının sosyal medya sitelerinde de görüldüğünü ileri sürmüştür.

Lewis, Kaufman, ve Christakis (2008) da benzer şekilde sosyal medyayı Goffman ile değerlendirmişler ve Facebook'un gizlilik ayarlarını inceleyerek kullanıcıların gizlilik ayarları aracılığı ile kendi sahne ve sahne arkası alanlarını belirleyip yönettiklerini ileri sürmüşlerdir.

Tüfekçi (2008) internet kullanım amaçlarını ticari, bilgi edinme ve iletişimsel olmak üzere üç başlıkta kategorize etmiş, iletişimsel boyutunu ise Goffman'ın sahne performans yaklaşımı ve Dunbar'ın sosyal bakım (Social Grooming) kavramını birleştirerek çalışmıştır. Tüfekçi, örneklemini internet kullanmayan, internet kullanıp sosyal medya kullanmayan ve hem internet hem sosyal medya kullanan kişiler olmak üzere üç farklı kategori ile oluşturmuştur. Araştırmanın ardından kendini ifade etmeye daha fazla ihtiyaç duyan insanların sosyal medyayı sitelerini daha çok kullandığı ve sosyal medya kullanıcılarının iletişim kurmaya daha fazla önem verdiği sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda sosyal ilişkilere önem veren insanların benliklerini sosyal medyada da sunmaya ihtiyaç duydukları ileri sürülebilir.

Quan-Haase ve Collins (2008) ise sosyal medyanın anında mesajlaşma (Instant Message) özelliğini Goffman'ın izlenim yönetimi kavramı bağlamında değerlendirmişler

ve anında mesajlaşma özelliği olan sosyal platformlarda kullanıcıların ulaşılabilirlik durumunu neye göre ve ne tür stratejilerle ayarladıklarını ve bu mesajlar aracılığı ile nasıl bir izlenim vermeyi amaçladıklarını incelemiştir.

Menchik ve Tian (2008) Goffman'ı daha geniş bir kapsamda çalışmış, internet ortamında yüz yüze etkileşimde olmayan özellikleri incelemiş ve yazılımların bu eksikliklerden yana kullanıcılarının zor durumda kalmaması için ne tür stratejiler izlediklerini değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda etkileşime izin veren internet yazılımlarının ve sitelerinin jest, mimik ve tonlama mümkün olmadığı için yanlış anlaşılabilir bir ifade kullanıldığı durumlarda yazılımın otomatik uyarı verdiğini, duyguları eklemek için çeşitli emoticon benzeri görsel ifadeler geliştirdiklerini ileri sürmüşlerdir.

Mendelson ve Papacharissi (2010) ise Facebook'u bir sahne olarak almışlar ve üniversite öğrencilerinin performanslarını etiketlendikleri fotoğraflar üzerinden göstergebilim aracılığı ile değerlendirmişlerdir. Fotoğraflar arasından etiketlendikleri fotoğrafları seçmelerinin sebebi, profil sahibinin fotoğrafı bir seçim sonucu koymadığı için gündelik yaşamdaki halini daha fazla temsil edeceğinin düşünülmesidir. Bir nevi öğrencilerin verdikleri değil yaydıkları izlenime odaklanmışlar ve sosyal paylaşım sitelerinde gündelik yaşamı görsel olarak paylaşma pratiğinin, öğrencilerin üniversite öğrencisi kimliği ve aidiyet hissini deneyimlemeleri açısından bir araç olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Hogan (2010) ise Goffman'ın yaklaşımını diğer çalışmalara benzer şekilde yeni medyaya uyarlamış; ancak gündelik yaşamda insanların aracısız bir şekilde iletişime geçmesiyle çevrimiçi iletişimde platformların aracılık yapıyor olmasının önemli bir fark yarattığını ileri sürmüştür. Gündelik yaşamda etkileşimin gerçekleştiği alan bir sahne olma özelliği taşıdığını söylerken çevrimiçi alanda gerçekleşen etkileşim alanının ise aynı zamanda *sergi alanı* özelliği taşıdığını savunmuştur. Kullanıcıların olağan hallerini değil, sahnelenmesini istedikleri şeyleri paylaştığını, bu paylaşımları görünür kılabilmek için etiketlerle kategorize ettiklerini, platformların ise paylaşımların yarattığı etkileşim düzeyi ve diğer kullanıcıların ilgi alanlarına göre çeşitli algoritmalar aracılığıyla performansları daha ön plana çıkardığını ya da arka plana ittiğini savunmuş ve bu bağlamda sosyal medya platformlarının da sergi alanının *küratörleri* olduklarını ileri sürmüştür (Hogan, 2010:377). Instagram'ın en eski içerikten en yeni içeriğe doğru oluşturduğu zaman

akışını çeşitli güncellemelerle kişiye özel hale getirmesi ve kullanıcıları ilgilenebileceklerini düşündükleri içeriklere yönlendirmesi platformların küratörlük işlevi gördüğünü göstermekte ve Hogan'ın savını doğrular nitelik taşımaktadır.

Tüm bu tartışma ve çalışmalara değinildikten sonra, postmodernite ile birlikte kimlik ve benlik kavramının ön plana çıktığı, artık insanların içine doğdukları toplum tarafından verilen kimliklerle değil, kendi inşa ettikleri kimliklerle kendilerini tanımladıkları ve insanlar tarafından da, bu tanımlamalara göre kabul görme ihtiyacı içinde oldukları ileri sürülebilir. Medyanın da bu süreçlerde çok etkin bir konumunun olduğu; geleneksel medyanın kitle kültürüyle inşa edilecek kimlik kategorileri oluşturduğu; yeni medyanınsa üretilen bu kategoride ne kadar başarılı olduklarını göstermeye, yani kimliklerini sunmaya izin verdiği savunulabilir. Bu bağlamda önce vücut geliştirme, ardındansa fitness kültürünün kimlik inşa süreçleriyle eşzamanlı olarak ortaya çıktığı, yükselişe geçtiği ve kaslı bedenleri ile kimlik inşa eden bireylerin bu kimliklerini kabul ettirebilmek için sosyal medya sunumlarının kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Kişisel antrenörlerin hem kimlik hem de sunum açısından fitness alanının gerekliliklerini yerine getirdiği varsayımı ile Instagram hesaplarının, alana dair değerli ipuçları sunacağı düşünülebilir. Bu kapsamda, fitness kültürü Bourdieu ve Wacquant'ın bedensel sermaye kavramı, kültürün Instagram'daki yansımaları ise Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı ile göstergelere çevrilerek incelenecektir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın deseni, katılımcıları, verilerin toplanma ve çözümleme süreçleri gibi konulara değinilmiş ve araştırmanın yöntemi detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Deseni

Araştırmada betimsel desen kullanılmıştır. Betimsel çalışmalarda “Elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır” (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256). Bu süreçte ““Neden” ve “nasıl” sorularına yanıt aranır. Yorumlama aşamasında ise söylenenlerin ne anlama geldiği sorusuna yanıt aranır” (Ünal, 2007: 74).

Çalışmada kişisel antrenörlerin fotoğrafları göstergebilimsel açıdan düz anlam ve yan anlama göre Bourdieu ve Goffmanın kavramları ile yorumlanmış, fotoğraf altı yazıları ise söylem analizine tabi tutulmuştur. Sonrasında ise sahip oldukları sermayelere göre kategorize edilmiş ve bu sermayeler aracılığı ile neden ve nasıl kendilerini sundukları değerlendirilmiştir.

Göstergebilim özellikle iletişim alanında reklam, film, fotoğraf, sosyal medya içerikleri gibi görsel öğeleri okumak için kullanılan bir yöntemdir. Teker’e (2009, s. 73) göre göstergebilim, günlük yaşam pratiklerini anlamlı bir bütün olarak alıp sonrasında bu bütünü parçalayıp gösterge düzeyine indirerek onları belli bir sistem içerisinde anlamlandıran ve sınıflandıran bir bilimdir. Benzer şekilde Atabek ve Atabek’e (2007, s. 75) göre de göstergebilim, metinleri yapısal bir bütün olarak almakta ve görünen somut anlamı ile gömülü olan özel anlamını değerlendirerek analiz etmektedir.

Çalışmada kullanılan bir diğer yöntem ise söylem analizidir. “Söylem analiz konuşma ve metinler aracılığıyla oluşan anlam ürünleri ile ilgilenen geniş kapsamlı sosyal ve kültürel araştırmalar içinde kullanılan bir araştırma yöntemidir” (Çelik ve Ekşi, 2013, s. 99). Daha açıklayıcı bir ifadeyle “bir şeyi söyleme şekli olan söylemi, içinde üretildiği sosyal ve psikolojik bağlamı ve söylemi etkileyen tüm şartları göz önüne alarak; algılama, yorumlama, değerlendirme ve tekrar üretme süreçleri ile inceleyen” bir yöntem şeklinde de tanımlanabilir (Gür, 2013, s. 185).

3.2. Araştırmanın Katılımcıları

Araştırmanın katılımcılarını Instagram’da fitness üzerine uzaktan eğitim hizmeti veren kişisel antrenörler oluşturmaktadır. Katılımcıları seçmek için öncelikle ayrı bir

Instagram hesabı açılmış ve kişisel antrenör, pt (personal trainer), uzaktaneğitim etiketleri taranmıştır. Ancak kişisel antrenör etiketinin çok etkin kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Pt etiketi ise küresel ölçekte popüler olduğu için Türkiye’deki kişisel antrenörlere ulaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, Türk kişisel antrenörlerin aktif olarak kullandığı uzaktaneğitim etiketini kullanan antrenörlerin hesapları takibe alınmıştır.

Hogan (2014) sosyal medya platformlarını kullanıcılara takip ettiği benzer sayfalara yönlendirdiği için küratör olarak tanımlar. Bu bağlamda, Instagram, takip edilen kişisel antrenörlere benzer antrenörleri önermiştir. Böylece takip edilen antrenör sayısı artmıştır. Sonrasında aralarından Instagram biyografisinde çevrimiçi hizmet sunduğunu belirten; ‘online coaching’, ‘online trainer’, ‘uzaktan eğitim’, ‘8 – 12 haftalık ders paketleri’ gibi ifadeler kullanan antrenörler seçilerek takip edilen antrenör sayısı azaltılmıştır. En sonunda ise takipçisi 4.000’den fazla olan, son bir ay içerisinde en az dört paylaşım yapmış olan ve araştırma bazında incelenecek kategorilerde paylaşımı olan sekiz kişisel antrenör ile katılımcılar belirlenmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi kullanılmıştır. Doküman incelemesi, bir araştırma problemi hakkında belirli zaman dilimi içerisinde üretilen dokümanlar ya da ilgili konuda birden fazla kaynak tarafından ve değişik aralıklarla üretilmiş dokümanların geniş bir zaman dilimine dayalı analizini olanaklı kılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 20002, s.140-143). Kullanıcıların paylaşımları, belirli zaman dilimi içerisinde, birden fazla kaynak tarafından ve değişik aralıklarla üretilmiş doküman olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda takip edilecek hesaplar belli olduktan sonra 05.04.2019 tarihinden geriye giderek katılımcıların profilleri öncelikle ana hatları ile taranmış ve araştırmayı belli bir bağlamda tutabilmek için profil biyografisi, antrenman yaparken çekilmiş bir fotoğraf, öncesi ve sonrası fotoğrafı, strateji paylaşımı, kişisel ve grup içi fotoğraf olarak altı farklı kategori oluşturulmuştur. Sonrasında, her antrenörün bu kategorilerdeki görselleri seçilmiş; 8 farklı hesaptan 49 fotoğraf ve bu fotoğrafların fotoğraf altı yazıları ile araştırmanın verileri oluşturulmuştur. Veriler Etik

nedenlerden dolayı fotoğraflar çalışmaya eklenmemiş, fotoğraf altı yazıları ise kimlikleri gizleyecek şekilde sansürlenerek araştırmaya dahil edilmiştir.³

3.4. Verilerin Çözümlemesi

Veriler göstergebilim ve söylem analizi yöntemleri çerçevesinde çözümlenmiştir.

Gösterge, en temel anlamıyla kendinden başka bir şeye gönderme yapan, duyular aracılığı ile kavranabilen fiziksel bir şeydir ve varlığı gösterge olarak kabul edilmesine bağlıdır (Fiske, 2003, s. 63). Fiziksel olarak kavranabilmesi yönüyle objektif, kabul edilmeye gereksinim duyması yönüyle ise öznel bir anlam taşıdığı düşünülebilir. Bu bağlamda gösterge; fiziksel boyutuyla gösterenden ve onun soyut anlamı olan gösterilenden ibarettir (Williamson, 2001, s. 15 – 16).

Gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi farklı kavramlar ve perspektifler aracılığı ile tartışan birçok göstergebilim yaklaşımı vardır. Çalışma, herhangi bir karışıklık yaşanmasını engellemek adına göstergebilim çalışmaları ile ön plana çıkan isimlerden biri olan Roland Barthes'ın yaklaşımı ile sınırlandırılmıştır. Barthes'ın göstergebiliminde görsel, düz ve yan olmak üzere iki farklı anlam taşır (Çeken ve Aypek-Arslan, 2016, s. 509 – 510). Düz anlam, görsele bakıldığında herkesin aynı anlamı çıkaracağı somut gerçekliği temsil eder (Fiske, 2003, s. 116). Örneğin bir spor salonu fotoğrafı düz anlamıyla çeşitli spor aletlerinin olduğu bir mekânı temsil eder. Yan anlam ise düz anlam içerisinde gösterileni; yani onun içine gömülü olanı temsil eden anlamdır (Çeken ve Aypek-Arslan, 2016, s. 509 – 510). Fotoğraftaki spor salonunun dekorasyon kalitesinden, salonun orta gelir düzeyindeki insanlara hitap ettiği çıkarımını yapmak, yan anlama örnek verilebilir. Bu bağlamda düz anlamın, göstergenin neyi temsil ettiğini, yan anlamın ise göstergenin neden öyle temsil edildiğini gösterdiği söylenebilir (Karaman, 2017, s. 31).

Çalışmada kişisel antrenörlerin paylaştığı fotoğraflar, düz ve yan anlam olmak üzere iki farklı şekilde okunmuş, düz anlamsal açıklamalardaki göstergeler yan anlamsal değerlendirmede Goffman'ın kavramları ile eşleştirilmiş ve Bourdieu'nun yaklaşımı ile değerlendirilmiştir.

Söylem analizi ise post-yapısalcılık akımı ile yakından ilişkilidir. Yapısalcılık ve post-yapısalcılık arasındaki ilişki modernite ve postmodernite arasındaki ilişkiye benzetilebilir. Yapısalcı bakış açısı metni salt yazarın anlatmak istediğine odaklanırken,

³ Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz. 3.5. Araştırma ve Etik

post-yapısalcı perspektif, merkeze okuyucuyu alarak, metnin anlamını okuyucunun oluşturduğunu savunur (Çelik ve Ekşi, 2013, s. 103). Bu bağlamda post-yapısalcılığın yapı tarafından üretilen anlamı ‘bozarak’ ya da ‘sökerek’ metne yeni anlamlar ile okuma şansı sunduğu söylenebilir. Foucault (2016) söylem analizinin geleneksel düşünme ve yazma pratiklerinin politik ve ideolojik olarak ne tür işlevlerinin olduğunu anlamaya çalıştığını ileri sürer. Benzer şekilde Erdoğan (2003, s. 199) da söylem analizinin geleneksel içerik analizinden farklı olarak anlamlar ve anlamların ilişkisel doğası ile ilgilendiğini düşünür. Wodak ve Meyer (2002) de günümüzde sabit bir yapının kalmadığını, anlamların çoklu nedenselliklere dayanarak açıklanabileceğini ileri sürer.

Yukarıdaki görüşler ile ilişkili olarak post-yapısalcılığın ve söylem analizinin tekil yapıları bozan çoğulculuğunun postmodernitenin büyük anlatıları reddeden çoğulcu ve göreceli paradigmasının bir sonucu olduğu söylenebilir. Bu bağlamda yine postmodern bir görüş olan kimlik inşa süreçlerinin araştırılmasında söylem analizinin yararlı olacağı savunulabilir. Bu nedenle, kişisel antrenörlerin fotoğraf altı metinleri ve paylaşımlarında kullandıkları etiketler söylem analizinden yararlanılarak incelenmiştir.

3.5. Araştırma ve Etik

Araştırma, konusu gereği bireylerin benliklerini/kimliklerini sunuş biçimlerini ve seçtikleri eylemlerin altında yatan nedenlere odaklanmaktadır. Bu durumdan doğabilecek etik problemlerin önüne geçebilmek adına araştırmanın örneklemi profilini kamusal olarak açık tutan antrenörlerden oluşturmuştur. Buna ek olarak, incelenen antrenörlerin kimliklerini gizli tutabilmek için yorumlanan fotoğraflar araştırmaya eklenmemiş, her bir fotoğraf düz anlamsal açıklama başlığında yoruma yer bırakmayacak şekilde betimlenmiştir. Yan anlamsal değerlendirme ise düz anlamsal açıklamadaki betimlemelerin, bir diğer deyişle metne dönüştürülen göstergelerin, yorumlanması biçiminde yapılmıştır.

Benzer şekilde örneklemi oluşturan antrenörlerin kimliklerini gizli tutabilmek adına isimleri verilmemiş ve ‘kişisel antrenör numara’ şeklinde tanımlanmışlardır. Metin içinde kişisel antrenör kavramı çok sık geçtiği için ise KA1, KA2 gibi kısaltmalar kullanılmıştır.

Son olarak, fotoğraf altı yazıları ekran görüntüsü biçiminde araştırmaya eklenmiştir. Ancak yine incelenen kişilerin kimliğini gizli tutabilmek için kullanıcı isimleri, etiketledikleri başka kişiler, çok spesifik mekanlar ve markalar sansürlenmiştir.

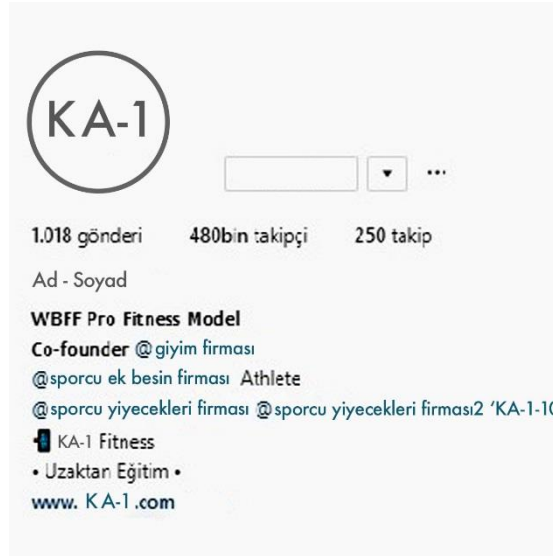
Ekran görüntülerinin kaynakları yine aynı nedenden dolayı spesifik bir şekilde verilmemiş, Instagram'ın anasayfası kaynak olarak gösterilmiştir.

4. BULGULARIN YORUMLANMASI

Bu bölümde antrenörlerin profil biyografileri ve fotoğrafları, antrenman, öncesi sonrası, kişisel, strateji ve grup fotoğrafları önce düz anlamsal boyutuyla betimlenmiş, daha sonra bu betimlemeler yan anlamsal olarak değerlendirilmiştir. Tüm bulgular yorumlandıktan sonra ise antrenörlerin sahip olduğu sermayeler Bourdieu çerçevesinde yorumlanmıştır.

4.1. Kişisel Antrenör 1

4.1.1. Profil biyografisi



Görsel 4.1. KA1, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019.

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

WBFF, World Beauty Fitness & Fashion Fedaration'ın kısaltmasıdır. Bu federasyon düzenlediği yarışma Avrupa'nın büyük vücut geliştirme yarışmasıdır. Bu yarışmada başarı elde edenler kazandıkları Pro kartı (Profesyonel) ile uluslararası arenada vücut geliştirme konusunda başarılı olduklarını belgelendirmiş olmaktadır. KA1'in WBFF Pro Fitness Model'i biyografisinde vurgulamak için kalın bir şekilde yazdığı

söylenebilir; bu vurguyla fitness alanında uluslararası boyutta bir yeterliliği olduğunu vurgulamak istediği söylenebilir. Aynı zamanda bu vurgu, KA1'in *bedensel sermayesi* aracılığı ile *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* yükselttiği ve bunu gösterme isteği şeklinde de yorumlanabilir.

Kalın bir şekilde yazılan Co-founder, yani kurucu ortak yazısı ise bir şirkete ortak olmayı toplumsal yaşamda iktidar sahibi olmanın bir göstergesi olarak gördüğü ve bundan haz aldığı şeklinde yorumlanabilir. Ortağı olduğu şirketin bir spor giyim markası olması ise bedensel sermayesi ile markalaştığını, yani bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirebildiğini göstermektedir. Aynı zamanda etiket aracılığı ile KA1'in sayfasından direkt markanın sayfasına geçilebilmesi durumu KA1'in kendini sahip olduğu markanın vitrinine çevirdiği yani kendi kendini metalaştırdığı şeklinde de yorumlanabilir. Aynı durum sponsorluk aldığı protein tozu firması ve sporcu besinleri satan firmalar için de geçerlidir. KA1 biyografisinde sponsorluk aldığı firmaların vitrinine yönlendirme yaparak adeta “Bu profilde gördüğünüz beden, bu marka protein tozu ve bu firmaların sattığı ürünler sayesinde ortaya çıkmıştır.” demektedir.

Tablet ikonu, yanında çalıştığı spor salonunun adı ve altında yer alan uzaktan eğitim yazısı ise profilini inceleyip KA1'in bedenini ideal bir biçimde şekillendirdiğine inanan potansiyel kişilere davetiye niteliği taşımaktadır. Bu durum, KA'in Instagram üzerinden bedensel sermayesini başarılı bir şekilde sunduğuna inandığını ve Instagram profili aracılığı ile bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirmeye çalıştığı şeklinde yorumlanabilir.

En alta koyduğu kişisel web sitesi URL'si ise; KA1'in performanslarını sergilemek için Instagram'ı yeterli bir sahne olarak görmediğini ve daha geniş bir alana ihtiyaç duyduğu şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda KA1'in profil biyografisinden birçok farklı noktaya geçiş sunması, dijital okuryazarlığının yüksek olduğunu, kendi profilini geniş ağın bir düğümü olarak kullandığını da göstermektedir.

4.1.2. Profil fotoğrafı

4.4.1.1. Düz anlamsal açıklama

KA1'in profil fotoğrafında kendine ait boydan bir fotoğraf vardır. Fotoğrafın üst kısmı saçlardan, alt kısmı ise ayak bileklerinden kesilmiştir. Yirmili yaşların sonunda,

kumral ve bronzlaşmış görünmektedir. KA1 üzerinde sadece beyaz bir iç çamaşırı ile spot ışığın altında elleri iki yana açık şekilde kaslarını sergileyerek bir platform üzerinde poz vermektedir. Arka fonda dev bir perde ve perdeye yansıtılmış (muhtelemen) bir etkinlik ile ilgili yazılar vardır. Yazıların üzerine yuvarlak formda spot ışık ve KA1'in gölgesi düşmektedir. Sağ arkasında ise yine KA1 gibi sadece siyah iç çamaşırı ile bekleyen kaslı biri vardır.

4.1.1.2. Yan anlamsal değerlendirme

Öncelikle fotoğrafın vücut geliştirme ile ilgili bir etkinlikte çekilen bir fotoğraf olduğu bellidir. Profil fotoğrafının profil ziyaret edildiğinde ilk görünen fotoğraf olmasından, KA1'in *sahnesine giren izleyicilere vermek istediği* temel *izlenimin* profesyonel yarışmalara katılan bir vücut geliştirici olduğunu göstermek olduğu söylenebilir. Aynı zamanda sadece iç çamaşırı ile çekildiği bir fotoğrafı koyması, KA1'in bedeninden memnun olduğunu ve Instagram üzerinde kendini sahip olduğu beden aracılığı ile tanımladığını göstermektedir. Yarışmanın yapıldığı alan *set* olarak düşünüldüğünde ise, perdenin büyüklüğü, perdeye yansıyan ekrandaki tipografinin kalitesi ve spot ışık kullanılması gibi *dekoratif unsurlar* organizasyonun büyüklüğünü gösteren göstergeler olarak değerlendirilebilir.

Profil fotoğrafı ve biyografi birlikte değerlendirildiğinde ise; profil fotoğrafında yer alan profesyonel öğeler, bedenin kas oranı ve simetrisi, takipçi sayısının yüksekliği, uluslararası bir yarışmadan derece almış olması, aldığı birçok sponsorluk, kendine ait spor giyim markası olması gibi unsurlar KA1'in alanında profesyonel ve başarılı olduğunu gösteren bir *izlenim yaymaktadır*. Bu anlamda KA1'in fitness alanının *doksalarını* başarılı bir şekilde yerine getirebildiğinden, *bedensel sermayesinin* yüksek olduğundan ve sahip olduğu *bedensel sermayeyi ekonomik ve sosyal sermayeye* çevirebildiğinden bahsedilebilir.

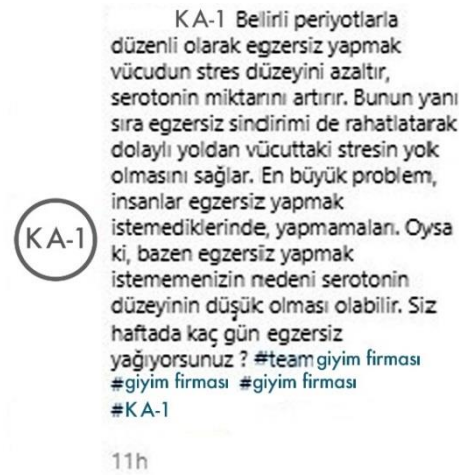
4.1.3. Antrenman fotoğrafı

4.1.3.1. Düz anlamsal açıklama

KA1 üzerinde beyaz renkte üzerine lacivert ile “Catz can woof too!” yazan lacivert şeritli, ince askılı bir tişört giymektedir. Kadraj KA1'in belinden başlayıp kafasının bittiği bölgede bitmektedir. Arka plan bulanık hale getirilmiş böylece KA1'in bedeni ve

üzerindeki tişört ön plana çıkarılmıştır. Kablolu bükme (cable curl) hareketi yapmaktadır; kablolu bükme hareketi, bir kabloya bağlı olan ağırlığın kablunun ucuna bağlı olan bir aparat aracılığı ile kaldırılması ile yapılan bir egzersizdir. Antrenman yapıyor olduğu için KA1 bütün kasları şişmiş ve damarları görünür bir haldedir. Direkt objektife bakmamaktadır. Ağzındaki hafif açıklık ve gözlerindeki hafif açıklık KA1'in yaptığı egzersize odaklandığını göstermektedir.

4.1.3.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.2. KA1, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Metinden KA1'in, fotoğraf altı yazısı aracılığı ile takipçilerini fitness konusunda bilgilendirmeyi amaçladığı görülmektedir. Alt metinde Fitness'ın sağlıklı bir yaşam tarzı olduğunu vurgulamakta; egzersiz yapmak ile mutluluk arasında bir ilişki kurarak egzersiz aracılığı ile stresin 'yok olduğunu' ileri sürmüştür. Burada hem tıp hem de antrenörlük alanında uzman bir izlenim vermeyi amaçladığı ileri sürülebilir. Son cümlede takipçilerine haftada kaç kere egzersiz yaptıklarını sorması ise Instagram'daki etkileşimi arttırmak için uygulanan bir strateji olarak değerlendirilebilir. Fotoğrafın altındaki etiketlere bakıldığında ise konudan ve fotoğraftan bağımsız olarak üzerindeki kendine ait markanın tişörtünün reklamını yaptığı görülmektedir. Bir bağlamda temel amacın kendi markasının reklamını yapmak olduğu, bedenini ve antrenörlük bilgisini ise buna strateji olarak kullandığı savunulabilir.

4.1.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta arka plan, hatta yaptığı egzersiz ve kullandığı makine bile belli olmamaktadır. Buradan yola çıkarak antrenmanın gerçekleştirilen *performansta* sadece dekoratif bir unsur olarak fotoğrafta yer aldığı düşünülebilir. Fotoğraftaki diğer göstergeler ise terli, kaslı ve damarlı beden ile KA1'in üzerindeki tişört ve tişörtün üzerindeki "Catz can woof too!" yazısıdır. Bedenin terli ve damarların çıkmış olması azim ve pes etmeden çalışmayı *ima etmektedir*. Köpekler de havlayabilir sloganında ise köpeklerle ait bir özelliği kedilerin de yapabileceği söylenmektedir. Bu söz yeterince çalışan birinin normalde yapamayacağı bir şeyi bile yapabileceği şeklinde yorumlanabilir. Bu noktada, sözün ter ve damara gönderme yaptığı söylenebilir. Ancak tişört ve beden arasındaki uyum fotoğraf ve fotoğraf alt yazısı arasında yoktur. Yazıda isteksiz olsanız bile egzersiz yapın derken fotoğrafta kendini yaptığı işe adanmış azimle spor yapan biri vardır. Ancak fotoğraf ve KA1'in kendi giyim markasının etiketlerini kullanması yönüyle değerlendirildiğinde fotoğraf ve etiketler arasında uyum olduğu görölmektedir. Bu bağlamda, KA1'in fotoğraf ile takipçilerine bilgi veriyor şekilde *izlenim vermeyi* amaçladığı fakat kendi giyim markasına modellik yaparak tişörtün reklamını yaptığına dair bir *izlenim yaydığı* ileri sürülebilir.

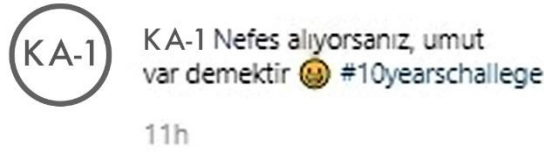
4.1.4. Öncesi sonrası fotoğrafı

4.1.4.1. Düz anlamsal açıklama

Kadraj ortadan ikiye bölünmüş, KA1'in iki farklı fotoğrafı ile kolaj oluşturulmuştur. Soldaki genç hali, sağdaki ise günümüzdeki halidir. Gençlik fotoğrafın kalitesi düşük, güncel halininki ise yüksektir. Genç halinde havanın güneşli olduğu bir günde, arkada ağaçların olduğu yeşil bir alandadır. Üzerinde 48 yazan beyaz bir tişört, altındaysa gri bir şort ya da pantolon vardır ancak kadraj üst bacakta kesildiğı için ne olduğu anlaşılmamaktadır. Saçları erkek saçı için hafif uzun ve hafif dağınıktır. Fotoğrafın kalitesi düşük olduğu bakışları ve mimikleri net olarak görünmemektedir, elleri serbest bir şekilde poz vermektedir. İkinci fotoğrafta ise platform üzerinde poz vermekte, 45° önünden ekstra bir ışıkla aydınlanmakta, gölgesiyse arkasındaki perdeye düşmektedir. Perdedeki *we're on a new eve* yazısı okunmakta geri kalan kısmı ise okunmamaktadır. KA1 bütün vücudundaki kaslarını sergileyebilecek şekilde vücudunu kasmış şekilde iki

ayağı hafif açık, kollarını doksan derecelik açıyla kaldırmış, ellerini yukarıda görünmez üçgen oluşturacak bir açıyla iki rakamı yaparak poz vermektedir. Kafası ise sağa dönüktür ve objektife değil sağına bakmaktadır. Bunlar dışında Kadrajın sağ kısmına KA1 ile aynı poz veren bir kol girmektedir. Arkadaki fonda ve ortam ışığında mavi rengi baskındır.

4.1.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.3. KA1, *Öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instangram ekran görüntüsü, 2019*

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

#10yearchallenge bir dönem Instagram’da on yıl önceki halleri ve şimdiki hallerini karşılaştırdığı viral bir harekettir. KA1 de bu etkinliğin yapıldığı dönemde iki halini paylaşmıştır ancak KA1’in iki fotoğraf arasındaki farkı *dramatikleştirdiği* söylenebilir. Burada on yıl önceki halinin çok kötü, şuan içinde bulunduğu konumunsa çok daha iyi olduğunu *ima etmiştir*. Genç halinde herhangi bir sıkıntı olmayıp diğer halinden tek farklı kaslı olmamasıdır. Buradan KA1’in kassız bedeni ötekileştirdiği ve eksiklik olarak gördüğü anlaşılabilir. Dikkat çekici bir diğer nokta ise KA1’in kişisel antrenör olduğu düşünüldüğünde vücut geliştirme konusunda kararsız kalan kişileri motive ederek potansiyel müşterilerine kendi bedeni üzerinden reklam yaptığı da düşünülebilir.

4.1.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

İki fotoğraf arasında çok temel farklılıklar vardır. Teknik açıdan düşünüldüğünde gençlik fotoğrafı amatör makine ile çekilmiştir ve hem kalite olarak daha düşüktür hem de tam anlamıyla net değildir. *Setin* açık alan olduğu düşünüldüğünde fotoğrafın çekildiği ışık, güneş ışığı olduğu için pozlaması patlamış, KA1 arka plandan ayıramamıştır. Diğer yandan ikinci fotoğrafın profesyonel makine ile çekildiği çok bellidir; hem çözünürlük kalitesi çok yüksek hem de fotoğraf oldukça nettir. *Set* kapalı alan olduğu için ışık

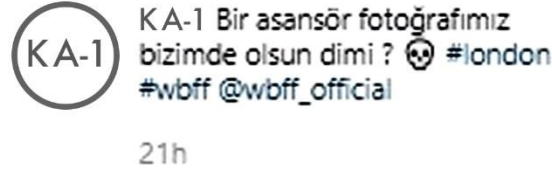
profesyonelce ayarlanmıştır. Ayrıca KA1'in arkadaki perdeye gölgesinin düşmesinden poz verdiği platformun ortam aydınlatmasından hariç ekstra aydınlatıldığı da anlaşılmaktadır ve bu ışık 45° önünden geldiği için hem KA1'i arka plandan ayırarak öne çıkarmış hem de vücudundaki tüm kasların belirgin şekilde görünmesini sağlamıştır. *Performans* olarak düşünüldüğünde ilk fotoğrafta poz vermemiş ve anlık olarak yakalanmış bu yüzden de herhangi bir *izlenim verme* şansı bulamamıştır. İkinci fotoğrafta ise muhtemelen yarışma olduğu için pozunu kendi seçmemiş olsa da fotoğraf çekileceğinin bilincinde olduğu için en azından kişisel vitrinini kendinden emin bir *izlenim verecek* şekilde ayarlamış; gülümsememesi ve objektife bakmıyor olması *izleyiciye* modelin önemli ve güçlü olduğuna dair bir *izlenim yaymıştır*. *Setin dekoratif unsurları* düşünüldüğünde, biri arkada ağaçların olduğu sıradan bir ortamken, diğeri perde, özel aydınlatma ve platformun bulunduğu törensel bir yerdir. İlki, ortamın sıradanlığından dolayı izleyicide KA1'in sıradan ve basit biri olduğuna dair izlenim yaratırken; ikincisi KA1'in özel ve önemli biri olduğuna dair *izlenim yaymaktadır*. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte incelendiğinde; KA1'in teknik kaliteyi, *seti*, *performatif* ve *dekoratif unsurları* kullanarak iki hali arasındaki farkı *dramatize ederek* büyük bir gelişim süreci deneyimlemiş *izlenimi veren bir performans sergilediği* düşünülebilir.

4.1.5. Kişisel fotoğraf

4.1.5.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf asansör içinde aynadan çekilen bir selfiedir. Ayna kadrajın tamamında kullanılmamış, toplam alanının yaklaşık beşte biri aynanın altındaki boş duvara ayrılmıştır. Ayna içindeki alanda ise KA1 ayak bileklerine kadar görünmektedir. Asansörde toplam üç kişi bulunmaktadır. KA1, aynanın dibinde KA1'in pozunu izleyen, yüzünün ve vücudunun yaklaşık üçte biri ile kadrāja giren, spor kazaklı biri ve KA1'in arkasında asansörün kapısına yakın, yüzü kapıya dönük, kalın, kırmızı montlu, kot pantolonlu, spor ayakkabılı biri. KA1'in üzerinde ise oldukça kalın, lacivert, spor bir kapüşonlu kazak, altındaysa şort vardır. Şortu slip iç çamaşırı gibi görünecek biçimde kıvrılarak bacaklarını sergilemektedir. Fotoğrafta KA1 selfieyi çekerken objektife bakmamıştır ve kadrāja aynanın altındaki duvar kısmı dahil edildiği için KA1'in bacakları kadrājaın merkezinde yer almaktadır.

4.1.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.4. KA1, Kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Bizim de olsun dımi” söylemi ile KA1, onun fotoğrafından önce başkalarının da asansörde benzer fotoğraflar paylaşmış olduklarını vurgulamaktadır. Kafatası emoji, KA1’in asansörde bacaklarını sergileyen bir selfie çekmenin tuhaf karşılanabileceğinin bilincinde olduğuna ve bu durumu sempatik hale getirmeye çalıştığına yorulabilir. Bu tuhaflık asansörün *bedensel sermayenin* sergilenmesi için doğru bir set olmaması ile ilgilidir. Ancak KA1, bunun bilincinde olmasına rağmen, *bedensel sermayesini* sunma arzusunu bastıramamış; durumu başkalarının da çektiğini *ima ederek* normal, kafatası emoji kullanarak da sempatik göstermeye, bir diğer deyişle, *ifadesel bütünlük* yaratmaya çalışmıştır.

4.1.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta Londra ve WBFF etiketi olması, fotoğrafın muhtemelen KA1’in WBFF yarışması için Londra’ya gittiği dönemde çekildiğini göstermektedir. Aynanın kenarındaki kişinin KA1’in pozuna bakışından ve KA1 ile *kişisel vitrinlerinin* benzerliğinden (ikisinin de spor giyinmesi ve üzerlerinde mont olmayışı) birlikte oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca bakışlarından KA1’in aynada bacaklarını sergileyen bir fotoğraf çekmesini yadırgamadığı anlaşılmaktadır. Bu durum aralarında bir *aşinalık ilişkisi* olduğuna dair *izlenim yaymaktadır*. Kapı tarafındaki üçüncü kişinin üzerinde mont olmasından ve kapı yönüne dönmüş olmasından yabancı olduğu anlaşılmaktadır. KA1 ve birlikte olduğu kişinin üzerindeki kazakların kalınlığından ve yabancının montundan havanın oldukça soğuk bir dönem olduğu bellidir. KA1’in yarışma döneminde olduğu düşünüldüğünde bedensel formunun en yüksek konumda olduğu varsayılabilir. KA1’in,

bu nedenden dolayı havanın soğukluğuna aldırmadan şort giydiği ve *setin* beden sergileme *performansına* uygun olmamasına rağmen asansörde böyle bir fotoğraf çektiği düşünülebilir. Aynanın altındaki duvarı kadraja dahil ederek fotoğrafın merkezine bacaklarını yerleştirmesinden ve yüzüyle izleyiciye bakmamasından fotoğrafı kendini değil, kasları çok belirgin konumdaki bacaklarını göstermek için çektiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda KA1'in aynada kendini çekiyor olması narsizm eğilimli biri olduğuna da işaret edebilir. Özetle fotoğraf altı yazısı ile birlikte düşünüldüğünde KA1'in *bedensel sermayenin* kullanılabileceği, sunulabileceği alanları ve *setleri* bildiği, ancak bedensel sermayesi yüksek olması nedeni ile farklı alan ve *setlerde* de *bedensel sermayesini* sunma eğilimi taşıdığı söylenebilir.

4.1.6. Strateji fotoğrafı

4.1.6.1. Düz anlamsal açıklama

KA1 kadrajın merkezinde, sarı renkli ahşap ek mutfak tezgahının arkasında bir elinde içinde yumurtalı bir yiyecek olan tava, diğer elinde ise tahta kaşık ile poz vermektedir. Üst bedeni çıplak, kasları belirgindir ve altında da kot pantolon bulunmaktadır. Ancak mutfak tezgâhı alt bedenini kapattığı için pantolonun sadece bel bölgesindeki kısmı görünmektedir. Tavanın bir ucu KA1'in elinde diğer ucu ise tezgâhın üstündedir. KA1 tavayı içinde yiyeceğin görünmesini sağlayacak bir eğimle tutmaktadır. Tavanın sağında beyaz boş bir tabak, solunda ise içinde sıvı konumda bir yiyecek bulunan, yaklaşık 20cm yüksekliğinde cam bir kâse bulunmaktadır. Arkada yeşil bir perde, üst kapağında mıknaatıslı süsler bulunan buzdolabı, üzeri beyaz örtüyle kaplanmış bir masa bulunmaktadır. Masanın üzerinde birkaç kap olduğu görünmektedir. Aynı zamanda masanın arkasındaki duvarda yeşil kelebeklerin olduğu sarı renkli bir tablo asılıdır. Fotoğrafta KA1 ve mutfak tezgâhı net arka plan ise bulanık bir biçimdedir.

4.1.6.2. Fotoğraf Altı Yazısı



Görsel 4.5. KA1, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Kişisel metabolizma ve rutinlerin farklılığının vücuda etkisi doktor ve diyetisyenlerin uzman olduğu bir alandır. Bu bilgiye ek olarak yanlış yemek ve egzersizlerle sağlık sorunları yaşanabileceğine dair yaptığı uyarıyla durumu ciddi bir risk gibi göstererek daha da *dramatize etmiştir*. Kişiselliğe yapılan vurgunun alt metninde vücut geliştirme konusunda gerekli besin programlarına internetten ulaşılamayacağı ve bu nedenle bir ücret karşılığı danışmanlık alınması gerektiği vardır. Paylaştığı fotoğraftaki ideal kaslı beden aracılığı ile bu konuda bilgili olduğunu *ima etmiş* ancak *can alıcı atlamaya* başvurarak besin programı yazma konusunda kendi yeterliliğinin nereden geldiğine değinmemiş hem beslenme eylemini hem de kendini *gizemlileştirmiştir*.

4.1.6.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta *set* olarak mutfak kullanılmıştır. KA1 arka planı bulanık hale getirerek izleyiciyi kaslı bedenine yönlendirmiştir. Tava ve içindeki yiyeceği gösteren bir poz vererek yemek ve beslenme temalı bir *izlenim vermeyi* amaçlamıştır; ancak fotoğrafın

merkezine üst bedenini yerleştirmesi, kasların çok belirgin bir şekilde görünüyör olması ve tam tersi tavadaki yiyeceğın ne olduğunun anlaşılmaması, bedeni fotoğraftaki merkezi göstergeye dönüştürmüştür. Bu nedenle KA1'in *verdiğı izlenim*, yemek ve besin temalı olsa da, *izleyiciye* bedenini sunmak için tema olarak mutfağı kullanmışçasına bir *izlenim yaymaktadır*. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte değerdendirildiğinde ise izleyiciye “Ben vücut geliştirmek için neler tüketmem gerektiğini biliyorum, bunun kanıtı da kendi bedenim” diyerek potansiyel müşterilerine beslenme konusunda yeterli bilgi sahibi olduğunu bedeni aracılığı ile göstermektedir. Bu anlamda KA1'in vücut geliştirmek için gerekli beslenme bilgisini bedeni aracılığı ile göstergeye dönüştürdüğü söylenebilir. Ancak bedenindeki kas oranı ve simetrisine bakıldığında antrenman ve beslenmenin ötesinde farklı yollara başvurmuş olduğuna dair bir *izlenim yaymaktadır*. Bu bağlamda fotoğraf altı yazısı ile birlikte düşünüldüğünde KA1'in kişisel antrenör olarak vücut geliştirmeyi *gizemli* bir hale getirdiğı ve *bedensel sermayesini* ekonomik sermayeye çevirebilmek için beslenme pratiklerini *stratejik sır* olarak kendine sakladığından bahsedilebilir.

4.1.7. Grup fotoğrafı

4.1.7.1. Düz anlamsal açıklama

KA1'in yanında beş kişiyle birlikte spor salonunda poz vererek çekildiğı bir fotoğraftır. Spor salonu genel sarı ve siyah renkler ile dekore edilmiştir; spor aletleri, duvarlar, dekoratif tabloların hepsi bu renklerden oluşmaktadır. Dört kişi ayakta ve arkada, iki kişi önde ve diz çökerek poz vermiştir. KA1 ayaktaki dört kişiden solda en önde olandır. Arkadaki diğerdüç kişiden yarım adım önde olduğı için ayrı gibi durmaktadır. KA1 kol kaslarının şişirerek ellerini önde birleştirmiş, bacakları açık şekilde durmaktadır. Üzerinde sarı, slogan yazan askılı bir tişört, altında gri eşofman ve yine gri spor ayakkabı vardır. Tişörtte yalnızca be yazısı okunabilmekte, geriye kalanını elleri kapatmaktadır. Kadraja bakarak ve gülümseyerek poz vermektedir. Yanındaki yani soldan ikinci kişinin üzerinde gri askılı tişört, altında kırmızı bir şort ve çizgili lacivert çorap ve beyaz spor ayakkabı giymekte, ellerini beline yumruk şeklinde koyarak hem kol hem göğüs kaslarını göstererek poz vermektedir. Soldan üçüncü kişi ise grup içerisindeki hem en yaşlı hem de en kapalı giyenen kişidir. Beyaz uzun kollu kazağını dirseklerine kadar kıvrımıştır, üzerindeki kazak bol olmasına rağmen göğüs kasları hala belli

olmaktadır, top sakalı vardır ve iki eliyle beğenme ikonundaki her şey yolunda anlamında kullanılan işareti yaparak poz vermektedir. Soldan dördüncü kişi ise KA1 e benzer şekilde ellerini önünde yumruk yaparak kol kaslarını göstererek poz vermektedir. Üzerinde slogan yazan yeşil bir tişört, altında buz mavisine yakın bir şort ve beyaz spor ayakkabıları vardır. Önde diz çökerek poz verenlerden sol tarafta olan kişinin mavi bir tişörtü, siyah bir eşofmanı vardır; o da bir yandan sağ kol kasını göstererek bir yandan daher şey yolunda anlamına gelen işareti yaparak gülümsemektedir. Yerdeki diğer kişi de siyah tişört, lacivert eşofman ve spor ayakkabı giymekte, aynı işareti sol koluyla yapmakta, diğer elini ise yanındaki kişinin sırtına koymaktadır. KA1 ve yanındaki kişi kadrajdaki diğer kişilere göre daha gençtir. Poz verdikleri alanın yanında 50cm yüksekliğinde bir dolap vardır ve dolabın üzerinde birçok ödül kupası ve madalyası yığılıdır.

4.1.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 3.6. KA1, Grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Metinden altı kişinin birlikte antrenman yaptıkları anlaşılmaktadır. Yeni video haftaya kanalda denmesinden KA1'in bir video kanalı olduğu ve yaptıkları bu antrenmanı kanala koymak için kaydettiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda kendi giyim markası ve fotoğraftaki bir diğer kişinin spor salonunu etiketlemesinden kanal içeriğinin kişilerin, giyim markasının ve spor salonunun reklamını yapabilme amacı taşıdığı çıkarımı yapılabilir. KA1 ve bu alanda profesyonel olan diğer isimlerin etkileşimini ve tanınırlıklarını arttırmak için böyle bir proje yaptıkları, *bedensel sermayeleri* aracılığı bir ağ oluşturup *sosyal sermayelerini* yükseltmeye çalıştıkları söylenebilir.

4.1.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta *set* olarak spor salonu seçilmiştir. Duvar rengi, duvardaki tablo ve spor aletlerinin hepsinin benzer renkte olmasından ve yandaki kupa ve madalyalar *setin* kalitesinin göstergelerini oluşturmaktadır. Setin kalitesi ile doğru orantılı olarak fotoğraftaki altı kişinin de kas oranları yani *bedensel sermayeleri* yüksektir. Fotoğrafın video sitesine konmak için bu salonda yapılan antrenmanın duyurusunu yapmak için konduğu düşünüldüğünde, kurumun kurumsal kimliğinin kalitesi, ödüller, kadrajdaki kişilerin yüksek *bedensel sermayeleri* ve hepsinin kaslarını göstererek poz vermeleri gibi unsurlar birlikte yapılmış bir halkla ilişkiler çalışması *izlenimi yaymaktadır*. Harvey ve diğerlerinin (2014) yaptığı kategoriye göre değerlendirildiğinde bu fotoğrafın herkesin vücudundaki bir bölümünü göstermesi yönüyle *fizik* kategorisine, spor salonunun kurumsal kimliği ve bir kişi hariç herkesin kaslarını görünür kılacak kıyafetler tercih etmesi *süsleme* kategorisine göndermede bulunmaktadır. Birlikte çektikleri antrenman videosu da *kapasite* kategorisiyle uyumlu olduğundan dolayı fotoğrafın *estetik emek bağlamında bedensel sermayeyi* her unsuruyla temsil ettiği düşünülebilir. Fotoğraftaki kişilerin kişisel vitrinleri düşünüldüğünde hem kas kütlesi ve vücut biçimi olarak hem giyim tarzları hem de verdikleri pozlar birbirine benzemektedir. Bu bağlamda fotoğraftaki kişilerin bir takım oluşturduğu düşünülebilir. KA1 yerde diz kenlere katılmamış hem de arkada sıralananların tam yanında durmayıp yarım adım ne çıkmıştır. Fotoğrafta tepeden tırnağa her şeyiyle görünen tek kişi KA1'dir. Bu açıdan KA1'in kendini karedeki diğer kişilerden ayırarak *takımın yıldıza* dönüşmeye çalıştığı, ancak *bedensel sermaye* bakımından hepsi birbirine yakın konumda olduğu için istediği *performansı* tam anlamıyla sergileyemediği ve *yıldıza* dönüşemediği ileri sürülebilir.

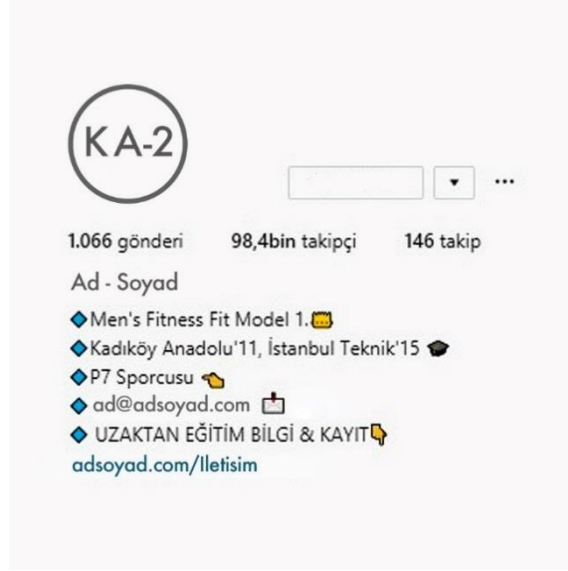
4.1.8. KA1 genel değerlendirme

Farklı konumlardaki *performansları* genel olarak değerlendirildiğinde, KA1'in *bedensel sermayesinin* yüksek olduğu ve kendinin de bunun bilincinde olduğu söylenbilir. Öncelikle hem profil fotoğrafı ve biyografisi hem de incelenen postlar göz önüne alındığında KA1'in Instagram üzerinde kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiği ileri sürülebilir. Bedenini sürekli ön plana çıkarması (*bedensel sermaye gerektiren performanslar sergilemesi*), bedenini görünür kılacak giysiler tercih etmesi (*kişisel vitrinini bedensel sermayesine göre oluşturması ve süslemesi*), profesyonel

görünmek için sağlık önerileri vermesi ve katıldığı yarışmaları sergilemesi (*kurumsallaşmış kültürel sermayesini* kullanması) gibi unsurlar KA1'in fitness alanını ve doksalarını iyi tanıdığını, bu alan içerisinde başarılı bir *performans sergileyebildiğini* göstermektedir. Instagram özelinde düşünüldüğünde ise kişisel web sitesinin ve Youtube kanalının olması, bir yandan dijital okuryazarlığının yüksek olduğunu gösterirken diğer yandan Instagram'ın *bedensel sermayeyi* sunma açısından yetersiz bir *sahne* olduğunu göstermektedir. Takipçi sayısının fazla olmasının sergilediği başarılı performansın sonucu olduğu düşünülebilir. Sağlıklı olmak, umut etmek, inanmak gibi kavramlara yaptığı vurgulardan bedeni bir makine, vücut geliştirmeyi ise Shilling'in (1993) deyimiyle bitmeyen bir proje olarak gördüğü söylenebilir. Buna ek olarak bedenini referans olarak göstererek çevrimiçi ortamdan antrenman programları satması, beslenme ve antrenman tüyoları vermesi, kendine ait bir web sitesi ve giyim markası olması, çeşitli yiyecek ve protein markalarından sponsorluk alarak profilinden URL'ler aracılığı ile onların sayfalarına yönlendirmesi gibi unsurlar KA1'in *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirme konusunda oldukça hevesli olduğunu göstermektedir. Bu amaç bağlamında iş birliği geliştirerek *takım* oluşturması ise *bedensel sermayesi* aracılığı ile *sosyal sermaye* oluşturmaya örnek verilebilir. Yarışmalar için çeşitli ülkelere gidiyor oluşu, hem coğrafi olarak yeni bölgeler görmesini hem de profesyonel oluşum ve organizasyonları deneyimlemesini sağlamaktadır. Bu durumdan yola çıkarak KA1'in *bedensel sermayesi* aracılığı ile *kültürel sermayesini* artırdığı savunulabilir. KA1'in yaydığı *genel izlenime*, bir diğer deyişle *sembolik sermayesine* ait göstergeler arasında, ideal bir bedene sahip olması, bu ideal bedeni daha da ideal gösterecek şekilde giyinmesi, bedeninin başarılı olduğunu çeşitli belgeler ile de meşrulaştırması, bedensel sermayesi yüksek diğer insanlar tarafından kabul görmesi ve takipçi sayısı referans alınarak, vücut geliştirmek isteyen insanlar tarafından da ciddiye alınması gibi durumlar sayılabilir. Böylece KA1'in başarılı bir vücut geliştirmeci ve kişisel antrenör şeklinde bir *izlenim yaydığı*, *sembolik sermayesinin* yüksek olduğu, bedensel pratiklerle ilgili meselelerde *geçerli mutabakatta sembolik sermayesi* aracılığı ile söz sahibi olabileceği söylenebilir.

4.2. Kişisel antrenör 2

4.2.1. Profil biyografisi



Görsel 4.7. KA2, Profil Biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Men's Fitness Türkiye'de yayınlanan bir erkek dergisidir ve her yıl, Fit Model adı altında yılın modelini seçmektedir. KA2 biyografisinin en üst kısmında bu yarışmadan aldığı birinciliği yazmış, sonunda görsel olarak da taç emoji ile bu başarısını vurgulamıştır. Burada KA2'nin vücut geliştirme konusunda *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* vurgulama ihtiyacı duyduğundan bahsedilebilir. Bir alt satırda mezun olduğu lise ve üniversiteye yer vermiştir; lisesi İstanbul'un prestijli semtlerinden birindeki bir Anadolu lisesi, Üniversitesi ise Türkiye'nin prestijli üniversitelerinden biridir. Lisesine kadar detay vermesine rağmen üniversite bölümüne yer vermemesi dikkat çekicidir. Profilini genel olarak *bedensel sermayesi* üzerinden kurguladığı düşünüldüğünde, biyografisinde bölüme yer vermemesinin amacının sebebi beden eğitimi, sağlık, beslenme gibi fitness alanı ile ilişkilendirilmeyecek bir bölümde eğitim aldığını *gizlemek* olduğu düşünülebilir. Bir alt satırdaki P7 sporcusunun ne olduğuna ise ulaşamamıştır ancak fitness ile ilgili bir unvan yani *kurumsallaşmış kültürel sermaye* olduğu anlaşılmaktadır. Bir alt satırdaki mailin ise isim@isimsoyisim şeklinde olması profesyonel bir *izlenim vermektedir*. Onun altında uzaktan eğitim verdiğine dair kullandığı ibare ise diğer açıklamaların neden yapıldığının anlaşılmasını sağlamaktadır. KA2 uzaktan eğitim verdiği için potansiyel müşterilerine güvenilir *izlenim vermek* adına

profil fotoğrafı ile *bedensel sermayesini*, biyografisindeki eğitim durumuyla *kültürel sermayesini*, aldığı dereceler ile ise de *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* gösterge olarak kullandığı düşünülebilir.

4.2.2. Profil fotoğrafı

4.2.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA2'nin profil fotoğrafı gri düz bir fonun olduğu bir stüdyo fotoğrafıdır. Yirmili yaşların sonunda ve beyaz tenlidir. Fotoğrafta belden yukarısı çıplak bir şekilde görünmektedir. Saçları dazlak, kirli sakallı ve bedeni kaslıdır. Sağ elini 90°lik açıyla kaldırmış ve kol pazısını göstererek poz vermiştir. Sol elini ise beline dayanmaktadır ancak dirseğinin altı kadrajın dışında kalmıştır. Sağ elinin pazusu, karın kasları ve adonis kası belirgin bir şekilde görülmektedir. Bakışları serttir ve direkt objektife bakarak poz vermiştir.

4.2.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

Profil fotoğrafının stüdyo fotoğrafı olmasından ve verdiği pozdan KA2'nin profesyonel olarak modellik yaptığı anlaşılmaktadır. *Dekor* olarak kullanılan arkadaki düz fon *izleyiciyi* direkt KA2'nin bedenine yönlendirmektedir. Kadrajda KA2'nin bedeninden başka bir şey olmaması KA2'nin zihinde kaslı bedenle kodlanmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda fotoğraftaki sadelik bir yandan da KA2'nin *kültürel sermayesinin* yüksek olduğuna dair bir izlenim yaymaktadır. Bir diğer dikkat çekici unsur ise *kişisel vitrin* unsurlarından beden, poz ve ifade arasındaki ilişkidir. Kaslı beden güçlü beden imgesi yaratmaktadır. Pazı göstermenin ise küresel ölçekte kültürel olarak güçlü olduğunu göstermek için kullanılan bir hareket olduğu söylenebilir. KA2'nin bakışlarındaki keskinlik, dudaklarındaki gerginlik ve direkt objektife bakması da, yine güçlülük ve erkeklik göstergesi olarak düşünülebilir. Bu bağlamda KA2'nin profil fotoğrafı, kaslı ve fit bedeni güçlülük ve erkeklik ile ilişkilendirdiğine dair izlenim yaymaktadır.

4.2.3. Antrenman fotoğrafı

4.2.3.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA2 bar kaldırırken arkasından çekilmiştir. Setin spor salonu olduğu anlaşılrsa da arka plan bulanık hale getirildiği için KA2 dışında hiçbir şey net olarak seçilememektedir. Barın ucundaki ağırlıklar ve dirsekten itibaren kollar kadrajın dışında bırakılmıştır. KA2'nin sırtı, kafası ve kolları kadrajın merkezinde bir üçgen oluşturmaktadır. Arkadan çekildiği için fotoğrafta herhangi bir yüz ifadesi de bulunmamaktadır. Ayrıca kaldırdığı bar sayesinde bütün sırt kasları tek tek görünür hale geldiği için Fotoğrafta net olan tek şey KA2'nin sırt kaslarıdır.

4.2.3.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.8. KA2, Antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA2 bu metinde öğretmen *rolü* oynayarak antrenör *performansı* sergilemektedir. İzleyiciye yani takipçilerine ve potansiyel müşterilerine kas bölgelerini tanıdığını ve böylece hangi kas bölgesini geliştirmek için hangi egzersizlerin yapılması gerektiğini bildiğini *ima etmektedir*. Aynı zamanda bütün kaslarının görünür olması nedeniyle nerede hangi kasın olduğunun anlaşılması açısından kendi sırtının modellik yapabileceğini *ima ederek* kendi *kişisel vitrinini dekor* olarak kullanmıştır. Etiketlere bakıldığında ise altı İngilizce, iki Türkçe etiket kullanmıştır. Metin Türkçe olmasına rağmen İngilizce etiketler kullanmasından içerikten ziyade sırt kaslarını göstermeye daha fazla önem verdiği düşünülebilir. Aynı zamanda İngilizce etiket kullanımı daha fazla görünme ve etkileşimi artırma isteği olarak da yorumlanabilir. Ancak etiketlerin hepsinin fitness, antrenman ve fitness modelliği ile ilgili olması ve fotoğrafın da bunu desteklemesi yönüyle KA2'nin

etiketleri doğru şekilde kullandığını göstermektedir. Bu durumun KA2'nin dijital okur yazarlığının yüksek olduğunun göstergesi olduğu düşünülebilir.

4.2.3.3. Yan anlam değerlendirme

Fotoğrafta arka planın bulanık tutulması ve KA2'nin kafasının arkası görünmesi nedeni ile net olarak görünebilen tek şey bar çubuğu ve sırt kaslarıdır. Sırt kaslarının her biri ise o sırada çalışıyor olması nedeni ile ayrı ayrı görünmektedir. KA2'nin kaslarını çarpıcı bir şekilde sunmak için kasıtlı olarak böyle bir fotoğraf çekildiği düşünülebilir. Ancak sadece bedenini sunmanın çok narsistik bir *izlenim yayacağı*nın farkında olduğu için; antrenörlük *rolü* aracılığı ile takipçilerine fotoğrafta görünen kas gruplarını sorarak, bilgi vermek için fotoğrafı gösteriyormuş gibi bir *performans sergilemiş* olduğu düşünülebilir. Aynı zamanda KA2'nin fotoğraf ile Harvey ve diğerlerinin (2014) estetik emek bağlamında oluşturdukları bedensel sermaye kategorilerinden *fizik* ve *egzersiz* kategorilerini vurgu yaptığı da söylenebilir.

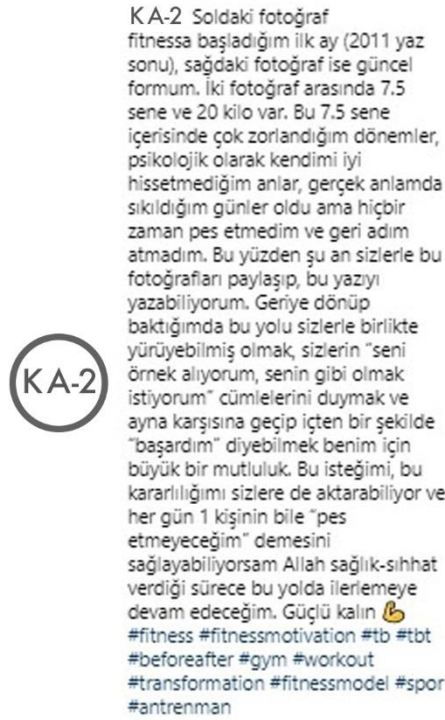
4.2.4. Önce sonra fotoğrafı

4.2.4.1. Düz anlamsal açıklama

Kare iki farklı fotoğrafın kolajlanması ile oluşturulmuştur. Soldaki ilk fotoğraf KA2'nin genç hali, sağdaki ise güncel halidir. Fotoğraf kalitesi ve fotoğraflarda kullanılan mekanlar birbirine benzer özellikler gösterir; ikisi de muhtemelen cep telefonunun fotoğraf makinesi ile çekilmiş gündelik yaşamı yansıtan fotoğraflardır. Genç hali arkada deniz ve ormanın görüldüğü yazlık bir yeri andırmaktadır. Güncel hali ise kişisel fotoğrafla aynı gün aynı yerde çekilmiş başka bir fotoğraftır, arabaya dayandığı bellidir ancak arabanın nasıl bir araba olduğuna dair izlenim edinebilecek kadar görünmemektedir. Gençlik fotoğrafında KA2 bel üstünden itibaren kadrja dahil edilmiştir. Güncel halinde ise KA2 üst bacağından itibaren kadrja dahil edilmiştir. Gençlik halinde yan bir şekilde durmakta ve bedeni tam görünmemektedir. Güncel halinde ise hafif eğimle de olsa kadrja dönük bir biçimdedir ve bütün olarak görünmektedir. Gençlik fotoğrafında KA2'nin kafası yan profilden görünmekte olup objektife bakmamakta ve elinin havada hareket halinde olduğu görünmektedir. Güncel halinde ise objektife bakarak gülümseyerek poz vermektedir. Gençlik halinde beyaz

üzerine siyah baskıyla “Easy Riding Jack’s Roadhouse Tavern” yazan, Easy Rider filminden bir karenin illustre edilmiş hali bulunan baskılı bol bir tişört giymektedir. Güncel halinde ise üzerinde göğüs kısmını kaplayacak büyüklükte siyah renkte CK yazan, harflerin ortasında ise beyazla Calvin Klein Jeans yazan, dar, gri bir tişört giymektedir. Altında ise üzerindeki grinin tonuna yakın bir tonda dar bir eşofman vardır.

4.2.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.9. KA2, Öncesi Sonrası Fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

İkinci fotoğraftaki forma sahip olmak için zorlandığı dönemler, psikolojik olarak kendini iyi hissetmediği anlar ve gerçek anlamda sıkıldığı günler olduğunu belirtmesi ile *beden çalışmasının zihinsel ve sosyal boyutuna gönderme* yapmaktadır; kendini adadığını, sosyal hayatında keyifli olmamasına rağmen vücut geliştirmek için gereken sosyal kısıtlamalardan kaçınmadığını ifade etmektedir. Bu durum aynı zamanda ideal, kaslı bir bedene sahip olmanın kolay olmadığı, bedensel sermaye biriktirme sürecinin bir hayli zor olduğu, herkesin başaramayacağı ancak onun başardığı *iması* olarak da yorumlanabilir. “Bu yüzden şu an sizlerle bu fotoğrafları paylaşıp, bu yazıyı

yazabiliyorum” söyleminden ise sahip olduğu bedeni, kendini adama karşılığında aldığı mükâfat olarak gördüğü anlaşılmaktadır. “sizlerin “seni örnek alıyorum, senin gibi olmak istiyorum” cümlelerini duymak ve ayna karşısına geçip içten bir şekilde “başardım” diyebilmek benim için büyük bir mutluluk” söyleminden ise başkaları tarafından bedensel sermayesinin referans alınmasından hoşlandığı, aynanın karşısında kendi bedenini bir başarı unsuru olarak seyrettiği, bedenini proje gibi şekillendirdiği ve bedenini projenin başarılı bir çıktısı olarak gördüğü imge karşısında narsist bir hayranlık yaşadığı çıkarımında bulunulabilir. Bu bağlamda KA2’nin benlik ve kimliğini bedeni aracılığı ile inşa ettiği sonucuna ulaşılabilir.

4.2.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle iki fotoğrafta da dış mekân kullanıldığı için setlerin benzer özellikler gösterdiği söylenebilir. Sete benzer şekilde fotoğrafın teknik kalitesi açısından da iki fotoğraf birbirine benzerlik gösterir. İki fotoğrafta birbirinden farklı olan göstergeler kişisel vitrin ve performans biçimleridir. Öncelikle genç halindeki fotoğrafta tişörtün bol olmasından ve fotoğrafın sadece bel üstü bölgeyi kapsamasından o dönemlerde KA2’nin bedeninin benlik sunumu açısından önemli bir işlevi olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak güncel halinde bakıldığında kadrja bedeninin daha fazla bir bölümünün dahil edildiği ve daha dar parçalar giyildiği görülmektedir. Tişört ve eşofman dar olduğu için vücut hatları giysilere rağmen belli olmaktadır, hatta tişörtün kol kısmının kola dar geldiği görülmektedir. Buradan yola çıkarak KA2’nin vücut geliştirme ile ilgilenmeye başladıktan sonra kişisel vitrinini bedensel sermayesini temsil edecek şekilde süslediği söylenebilir. Elin hareket halinde olmasından ise gençlik hali fotoğrafının rastgele yakalanmış bir hal olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın güncel fotoğrafta kollarını kavuşturarak poz vermiştir. Bu bağlamda gençlik fotoğrafında KA2’nin kendi kontrolünden bağımsız oluşu izleyiciye zayıflık izlenimi yaymaktadır. Diğer yandan güncel halinde kollarını kavuşturmasından ve direkt izleyiciye bakmasından poz verdiği bellidir ve kontrolün kendinde olması izleyicide KA2’nin güçlü olduğuna dair bir izlenim yaymaktadır. Beden imgesi de bu zayıflık ve güçlülük izlenimlerini destekler niteliktedir. Diğer yandan eski ve yeni halini karşılaştırmak için koyduğu düşünüldüğünde her iki fotoğrafta da net bir şekilde görünen tek ortak nokta koldur. Birinde zayıf, diğerinde kalın ve kaslı kol vardır. Metin altı yazıda geçirdiği dönüşümden bahsettiği düşünüldüğünde,

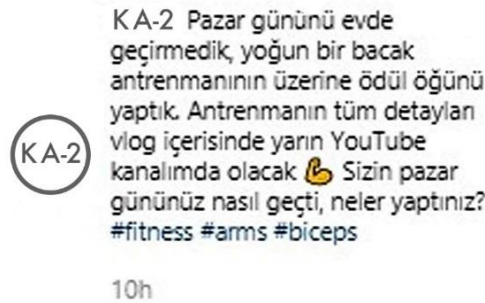
KA2'nin fotoğrafı kolların karşılaştırılması için koyduğu, performansın ana unsurunun kişisel vitrinler arasındaki fark olduğu anlaşılmaktadır. Ayna karşısında başardım demesi ise ilk fotoğraftaki herhangi bir efor gerektirmeyen doğal kolu, ben çalışması aracılığı ile ikinci kola dönüştürme konusunda aktif olmaktan haz aldığı ve bedenini verdiği eforun somut çıktısı olarak gördüğü anlaşılmaktadır.

4.2.5. Kişisel fotoğraf

4.2.5.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta yolda gri bir arabanın önünde çekilmiştir. KA2 arabanın ön kısmına dayanmıştır. Üzerinde gri bir tişört ve gri bir eşofman bulunmaktadır. Tişörtün üzerinde büyük harfler ile Calvin Klein markasının kurumsal kimliğini temsil eden siyah renkte CK harfleri, bu harflerin ortasında ise beyaz renkte Calvin Klein Jeans bulunmaktadır. KA2 gülümseyerek profil fotoğrafında verdiği aynısını vererek sağ pazısını göstererek poz vermektedir. Sol eli ise kol kaslarını göstererek üçgen oluşturacak biçimde belinde dayanmıştır. Fotoğraf dış mekandadır. Kadrajın merkezinde KA2 ve arkasındaki araba vardır. Hem ön hem de arka plan oldukça net bir şekilde görünmektedir. Araba yolda park halinde durmaktadır. KA2'nin bacağına arabanın logosunu kapatmasına rağmen Mercedes logosunun ucu görünmektedir. Yolun kenarında boş kaldırım ve kaldırımın arkasında dizi dizi ağaçlar vardır.

4.2.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.10. KA2, Kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA2 “Pazar gününü evde geçirmedi” derken normalde insanların dinlendiği hafta sonunda dahil dinlenmeyerek çalıştığını ima etmiştir. Burada *beden çalışmasının fiziksel, zihinsel ve sosyal boyutlarına* gönderme vardır; antrenman *fiziksel boyutuna*, kendini adayıp dinlenme zamanında yapması *zihinsel boyutuna*, günlük programını ve beslenmesini spor düzenine göre planlaması ise *sosyal boyut* ile ilişkilidir. Antrenmanını videoya çekerek Youtube’da paylaşması ise Instagram üzerinde Antrenör *performansını* sergilediğini göstermektedir. Youtube kanalını vlog olarak tanımlaması ise hem dijital okuryazarlığının hem de *kültürel sermayesinin* yüksek olduğunu göstermektedir. Takipçilerine ne yaptığını sorması ise onlardan gelecek yorumlar aracılığı ile paylaşımının etkileşimini yükseltmek olduğu düşünülebilir. Kullandığı üç etiket de fotoğraftaki göstergeler ile ilintilidir.

4.2.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

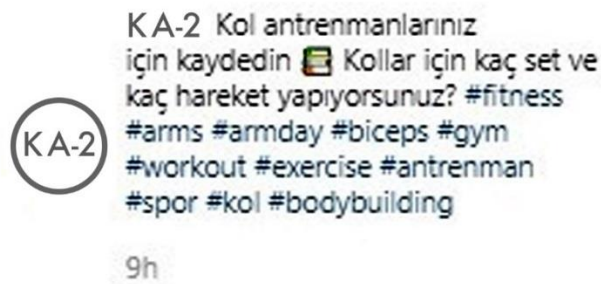
Fotoğraf için set olarak sokak seçilmiştir. Sokak, set olarak fotoğraf çekilmek için geniş bir yelpaze sunmaktadır. Alternatifler arasında KA2’nin yolun kenarına çekilmiş muhtemelen kendine ait arabanın önünde poz vermeyi tercih etmesi dikkat çekicidir. Bu anlamda araba KA2’nin *ekonomik sermayesini* gösteren bir gösterge yani *dekor* olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan lüks bir marka olan Calvin Klein’in bütün göğüs bölümünü kaplayan logosunun basılı olduğu bir tişörtü seçmesi de *ekonomik sermaye* göstergesi olarak değerlendirilebilir. KA2, seçtiği *dekor* konusunda olduğu gibi *kişisel vitrinini* de *ekonomik sermayesini* gösterecek şekilde tasarlamıştır. Diğer yandan üzerindeki hem tişört hem de pantolon dardır. Bu durum *kişisel vitrinini* düzenlerken *bedensel sermayesini* gösterebilmeye de önem verdiğini göstermektedir. Fitness *alanı* ile ilgili olmayan bir *sette* pazı kasını göstererek *performans sergilemesi* yani poz vermesi ise dikkat çekicidir. Bu bağlamda KA2’nin günlük yaşamdaki *performanslarını kişisel vitrinine* ve *bedensel sermayesine* göre tasarladığı söylenebilir. Diğer yandan lüks marka araba ve tişört ekonomik anlamda güce, dar beden içinde görünen kaslı beden ve pazı göstererek poz vermek de fiziksel anlamda güce gönderme yapmaktadır. Buradan yola çıkarak KA2’nin güç ile ilgili göstergelere önem verdiği de söylenebilir.

4.2.6. Strateji fotoğrafı

4.2.6.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf spor salonunda muhtemelen arka arkaya çekilmiş iki fotoğrafın kolajlanmasından oluşmaktadır. İki fotoğrafın kadrajı ve KA2'nin pozu aynıdır. Kadraj KA2'nin dizlerinden kesilmektedir. Arka fonda birçok spor aleti bulunmaktadır. KA2 yan durmuş, yüzünü ise hafifçe objektife doğru yönlendirmiştir ancak gözleri ile objektife değil kendi koluna bakmaktadır. Dik bir posturla yan durmaktadır ve bu yüzden geniş ve kaslı sağ kolu bütünü ile görülmektedir. KA2 dambıl kaldırmaktadır ve fotoğraflar arasındaki tek fark dambılı tutuş biçimidir. İlk fotoğrafta dambılı 90°lik bir açıyla ikincisinde ise biraz daha kaldırarak kolu V şeklinde görülecek şekilde kaldırmaktadır. İlkinde dizinden omuzuna kadar yeşil kesik bir çizgi, omzundan dambıla kadar da kolunun açısını gösteren 90°lik bitişik bir çizgi vardır. İkincisinde ise omza kadar olan çizginin kırmızı renkteki versiyonu vardır, bitişik çizgi ise yine kol hareketini gösteren şekilde V şeklindedir. İlk fotoğrafın sol üstünde yeşil beğenme ikonu vardır ve yanında doğru yazmaktadır. İkinci fotoğrafta ise kırmızı renktedir ve beğenmeme ikonunun yanında yanlış yazmaktadır. İki fotoğrafın ortasında, kadrajın tam merkezinde ise vektörel biçimde çizilmiş, beğenme işareti yapan kaslı bir adam vardır ve üzerinde KA2 yazmaktadır.

4.2.6.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.11. KA2, Strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Kol antrenmanları için kaydedin uyarısı aracılığı ile KA2 antrenman konusunda uzman olduğunu ve takipçilerine yardımcı olmaya çalıştığını vurgulamaktadır. KA2'nin bu fotoğraf aracılığı ile antrenör rolü oynadığı ileri sürülebilir. Fitness, kollar, kol günü, pazı, spor salonu, antrenman, egzersiz, spor etiketlerinin de hepsinin fotoğraf ile ilintilidir. Bu bağlamda KA2'nin Instagram etiketlerini amacına uygun bir şekilde kullandığı söylenebilir. Kollar için kaç saat çalışıldığının ve hangi hareketlerin yapıldığı sorusunun ise etkileşimi artırmaya yönelik olduğu ileri sürülebilir ve *beden çalışmasının* etkileşim arttırmak için strateji olarak kullanıldığı düşünülebilir.

4.2.6.3. Yan anlam değerlendirme

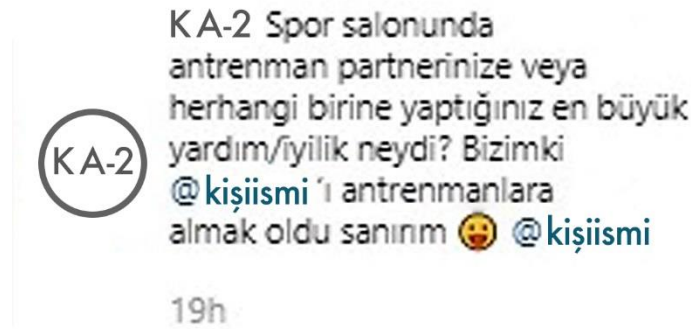
Fotoğrafta set olarak spor salonu, dekorasyon olarak da spor aletleri kullanılmıştır. KA2 içinde bulunduğu sete uygun olarak egzersiz yaparak poz vermiştir. Yüzündeki ifadeden KA2'in dambılı kaldırırken zorlanmadığı anlaşılmaktadır. Ancak yine de tek koluyla ağırlık kaldıran biri için yüzünde fazla rahat bir ifade vardır. Bu durum Harvey ve diğerlerinin (2014) kategorilerinden *kapasiteye* ve Wacquant'ın *beden çalışması* kavramının *fiziksel boyutuna* örnek verilebilir. Bir hareketin doğru yapılış biçimini gösteriyor olması antrenörlük *rolü* oynadığını gösterir. Kol hareketini gösterirken kolunun kalınlığının ve kas oranının çok belirgin şekilde görünmesi dikkat çekmektedir. Pozundaki yan duruş, hareketi göstermek için gerekli de olsa da, bilgi verme eyleminin altında örtük bir biçimde *bedensel sermayesini* göstermek istediğine dair *izlenim yaymaktadır*. Fotoğraftaki diğer dikkat çekici unsur ise fotoğrafın görsel tasarım öğeleri ile desteklenmesidir. Antrenörlük kimliğini görsel bir platformda sergilemek için tasarım öğrenmesi ya da bir tasarımcıdan destek kalması KA2'nin *kültürel sermayesinin* göstergesi olarak düşünülebilir. Fotoğrafın tasarımını kendi bile yapmış olsa kadrajın merkezindeki logonun bir tasarımcıya yaptırıldığı bellidir. Buradan KA2'nin *ekonomik ve kültürel sermayesinin bedensel sermayesini* yükseltmeye yardımcı olduğu söylenebilir.

4.2.7. Grup fotoğrafı

4.2.7.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf spor salonunda çekilmiş, yatay kadraj kullanılmıştır. KA2 ve antrenman yapan bir erkek üst bacaklarından itibaren kadrajın merkezine alınmış, arka plan bulanıklaştırılmıştır. Arka planda birçok spor aleti vardır ancak bulanıklık nedeni ile hiçbirisi tam olarak seçilememektedir. Bu nedenle mekâna fotoğrafın çekildiği alana dair sadece spor aletleri, kırmızı renkte, desenli bir duvar kâğıdı ve tavandaki spot ışıklar görünmektedir. Tavanda görünen ışıklardan ve fotoğrafın aydınlığından mekânda oldukça yüksek bir aydınlatma kullanıldığı anlaşılmaktadır. Diğer kişinin elleri ile bir spor aletinin ucunu tutmakta, o an mekik benzeri bir egzersiz yaptığı anlaşılmaktadır. KA'nin ise sağ eli diğer kişinin karnında, sol eli ise sırtındadır. KA2'nin üzerinde çivit mavisi uzun kollu dar bir altında siyah bir eşofman, diğer kişinin üzerinde ise lacivert askılı bir tişört, altında ise siyah bir eşofman vardır. Kadraj ikisinin de üst bacağından başladığı için altlarındaki eşofmanın uzun veya kısa olduğu görünmemektedir. KA2'nin eliyle belini tutuşu ve diğer kişiye bir şeyler anlatıyor oluşundan egzersizi yaparken nasıl durması gerektiği ile ilgili bir şeyler söylediği anlaşılmaktadır.

4.2.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.12. KA2, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA2'nin takipçilerine spor salonundaki birine yaptığı en büyük iyiliği sorduktan sonra X'i antrenmana aldığını söylemesinden X kişisi ile birbirlerini tanıdıkları ve KA2'nin X'e takıldığı anlaşılmaktadır. Buradan yola çıkarak KA2'nin sosyal çevresi ile

etkileşimlerinde antrenör kimliğini kullanmaktan hoşlandığı, spor salonu dışındaki rutinlerinde antrenör rolünü oynamaya devam ettiği düşünülebilir. Her ne kadar şaka yollu bir takılma bile olsa, bu etkileşimde KA2 X ile arasında bir hiyerarşi oluşturarak kendini bilgi veren, yardımcı olan üstün, karşısındakini ise pasif ve edilgen konumda sunmuştur. Metindeki diğer dikkat çekici unsur ise takipçilerine soru yöneltmesidir. KA2'nin takipçilerine antrenmanları ile ilgili soru sorarak hem antrenörlük performansı sergilediği hem de gelen yorumlar aracılığı ile sayfasındaki etkileşimi arttırarak profilini Instagram'da ön plana çıkarmayı amaçladığı söylenebilir. Antrenörlük rolü açık amacı, etkileşimi arttırmak ise örtük amacı olarak değerlendirilebilir.

4.2.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak spor salonu kullanılmıştır. Spor aletleri ise *setin dekorasyonunu* oluşturmaktadır. Bu bağlamda set ve dekor antrenörlük *performansı* sergilemek için uygundur. KA2'nin üzerindeki çivit mavisi, diğer kişinin üzerindeki lacivert olması nedeni ile ikisi de kadrajın merkezinde bile olsalar fotoğraf izleyiciyi direkt KA2'ye yönlendirmektedir. Elinin hareket halinde olması nedeni ile ise, göz KA2'den ele geçmektedir. Elin diğer kişinin karnını tutarak ona nasıl durması gerektiğini göstermesi ise bir şeyler öğreten, antrenörlük *rolüne* gönderme yapmaktadır. KA2 her ne kadar uzun kollu giymiş bile olsa, badinin çivit rengi olması *izleyiciyi* bedene yönlendirmekte, bedenin ise kaslı yapısı dikkat çekmektedir. Buradan KA2'nin *kişisel vitrinini* kaslı bedenini gösterecek şekilde *süslediği* ileri sürülebilir. Altyazı ile birlikte değerlendirildiğinde fotoğrafın antrenörlük *performansı* sergilemek ve antrenörlük kimliğini vurgulamak için paylaşıldığı söylenebilir.

4.8. KA2 genel değerlendirme

KA2'nin incelenen performanslarına bakıldığında; kişisel vitrininden, içinde bulunduğu setlerden ve setlerdeki dekoratif unsurlardan ekonomik sermayesinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim aldığı kurumlardan, dijital okur yazarlığının yüksekliğinden, yazdığı metinlerdeki dil kullanımından ise kültürel sermayesinin de yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumu ve eğitim aldığı kurumlardan sosyal sermayesinin yüksek olduğu da ön görülebilir. Sahip olduğu atletik bedenden,

kurumsallaşmış kültürel sermayesi olan Men's Fitness Fit Model birinciliğinden ve P7 sporcusu olmasından bedensel sermayesinin yüksek olduğu da anlaşılmaktadır. Aynı zamanda KA2 profilinde, Harvey ve diğerlerinin (2014) yaptığı bedensel sermaye kategorilerinden; fizik, süsleme ve kapasiteyi temsil edebilmesi de bedensel sermayesinin yüksek olduğunu gösterir niteliktedir. Ancak profil fotoğrafı olarak iç çamaşırı ile olduğu bir fotoğraf kullanmasından, biyografisinde bedensel sermayesinin göstergesi olan dereceyi paylaşmasından, sürekli dar giyinmesinden, sırt kaslarını tanıtırken kendi sırtını model olarak kullanmasından, insanların senin gibi olmak istiyorum demelerinden hoşlanmasından, eski hali ve yeni halini kas kütlesine göre karşılaştırmasından, ayna karşısında bedenini seyretmesinden dolayı KA2'nin bütün sermaye tiplerinin yüksek olmasına rağmen kimlik ve benliğini bedensel sermayesi aracılığı ile inşa ettiğini gösterir niteliktedir.

Yine aynı göstergelerden ve aynanın karşısında bedenini izleyip başardım demesinden bedeni proje olarak gördüğü anlaşılmaktadır. KA2'nin antrenör olarak dikkat çeken bir diğer özelliği ise antrenörlük kimliğinin sunumu için kişisel vitrinini gösterge olarak kullanmasına rağmen performanslarını kültürel sermayesi üzerinden yapmasıdır; takipçilerine antrenmanlar ile ilgisi soru sorması, onları bilgilendirmesi, hatta bilgi vermek için tasarımlar yapması ya da yaptırması bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu bağlamda KA2'nin kültürel ve ekonomik sermayesini bedensel sermayesini arttırmak için kullandığı söylenebilir. Spor salonunda ve çevrimiçi ortamlarda antrenörlük yapması ise bedensel sermayesini ekonomik sermaye çevirmeye çalıştığını göstermektedir.

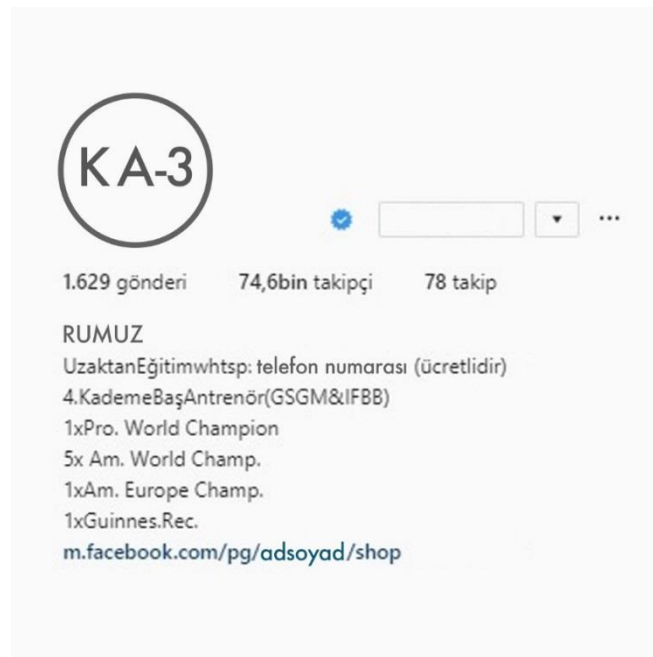
Kişisel web sitesinin olması, sahip olduğu Youtube kanalı ve Instagram'dan Youtube'daki içeriklerine yönlendirmesi KA2'nin Instagram'ı sosyal ağların bir parçası olarak gördüğünü göstermektedir. Bu durumdan aynı zamanda antrenörlük kimliğini sunma konusunda, Instagram'ın performans sergilemek için sahne özelliklerini yetersiz bulduğu düşüncesinde olduğu da çıkarılabilir. KA2 farklı sahnelerin farklı özelliklerini birleştirerek antrenör kimliğini kapsamlı bir şekilde sunmaya çalışmakta, URL'ler ise bu farklı sahneleri bir araya getirebilmektedir.

Tüm bu yönleri ile birlikte bakıldığında KA2'nin antrenörlük anlamında sembolik sermayesi oldukça yüksektir. Doksan sekiz bin civarında takipçisi olması ve antrenörlük kimliğini birçok farklı sosyal medya platformunda kullanması sembolik sermayesinin yüksek olduğunu gösterir niteliktedir. Sabit kişisel vitrini; yani bedeni, daha hareketli

kişisel vitrini; yani giyimi, aksesuarları; diğer sermaye tiplerinin yüksek oluşu; sahne ve vitrini ile uyumlu performans sergilemesi ifadesel bütünlük yaratarak güvenilir bir antrenör izlenimi yaymaktadır.

4.3. Kişisel antrenör 3

4.3.1. Profil Biyografisi



Görsel 4.13. KA3, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA3’ün adının ve soyadının ilk harfleri ile yeni bir isim türetmesi, kendi kendini markalaştırma eğilimi olarak görülebilir. Kendini markalaştırması, bunu biyografisinin en üst satırına büyük harfler ve kalın bir tipografi kullanarak yazması, KA3’ün narsistik eğilimlere sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir. Hemen altındaki “UzaktanEğitimWhatsapp:telefon numarası(ücretlidir)” ibaresi ise *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* dönüştürme çabalarını göstermektedir. Bunu direkt biyografisinin üst satırlarında belirtmesi bu konuda oldukça istekli olduğu şeklinde yorumlanabilir. Fitness ile ilgili uzaktan eğitim almak isteyen birçok Instagram kullanıcısı bu eğitimin ücretli olduğunun farkındadır. KA3’ün biyografisinde ücretlidir vurgusu yapması, fitness

ve vücut geliştirme alanını ekonomik gelir elde etme biçimi olarak gördüğüne dair *izlenim* yayan bir *performans* olarak değerlendirilebilir. Her ne kadar uzaktan eğitim vermenin amacı ekonomik gelir elde etmek olsa da KA3'ün bunu açık bir biçimde belirtmesi, *kültürel sermayesinin* düşük olduğunun göstergesi olarak görülebilir. Aynı zamanda KA3'ün bunu belirtmeye ihtiyaç duyması, müşteri profilinin de *kültürel sermayesinin* düşük olduğunu düşündürmektedir. Bir alt satırda 4.kademe baş antrenör olduğunu belirtmesi ise antrenörlük kimliğini *kurumsallaşmış kültürel sermayesi* ile meşrulaştırma *performansı* olarak değerlendirilebilir. Alt satırlarda verdiği yarışma dereceleri ile ise bedenini, vücut geliştirme alanının *doxalarını* uygun bir şekilde şekillendirdiğinin göstergesi olarak sunduğu söylenebilir. En altta yer alan Guinness rekorunun ise ne konuda olduğunu belirtmemiştir. Ancak diğer tüm ibarelerin fitness ve vücut geliştirme ile ilgili olduğu göz önünde bulundurulduğunda, rekorunda bu alan ile ilgili olduğu varsayılabilir ve rekor göstergesi ile *rolünü dramatize ettiği* savunulabilir.

4.3.2. Profil fotoğrafı

4.3.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA3 esmer ve otuzlu yaşların sonlarında görünmektedir. Fotoğraf bej bir zeminin üzerinde çekilmiştir. KA3'ün arkasında bir masa ve masanın arka üst kısmında duvar kâğıdı ya da tablo vardır. Sol arkada yerden büyük bir cam mevcuttur ve duvarlar düz beyazdır. KA3 kadrajın merkezindedir ve kadrāja kafasından ayakkabısına tüm bedeni ile dahil edilmiştir. İki eli yanlara yanlara doğru açık şekilde, sağ eli ile tişört tutarak poz vermiştir. Üst bedeni çıplak, kas kütlesi her bir kası ayrı ayrı görünecek kadar yüksek ve belirgindir. Altında gri bir kapri pantolon vardır. KA3'in sol bacağında protez bulunmaktadır, protez bacak da diğer sol bacak gibi beyaz spor ayakkabı giymektedir.

4.3.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

KA3'ün profil fotoğrafı olarak üstünün çıplak olduğu bir fotoğrafı seçmesi, Instagram'da kimliğini bedeni aracılığı ile inşa ettiğinin *ıması* olarak değerlendirilebilir. Set olarak değerlendirildiğinde *bedensel sermaye* kullanılabilecek bir alan olduğunu gösteren herhangi bir *dekoratif unsur* bulunmamaktadır. Bu duruma ek olarak tişörtünü elinde tutuyor olması, fotoğraf çekilmek için soyunduğuna dair *izlenim yaymaktadır*.

Buradan KA3'ün gündelik yaşamın farklı alanlarında da bedensel sermayesini kullanma eğiliminde olduğu sonucu çıkarılabilir. Fotoğrafın boydan olması ve *kişisel vitrininde* alt bacağını görünür kılacak bir kapri kullanması KA3'ün fiziksel engeli ile ilgili herhangi bir rahatsızlık duymadığının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kol ve bacaklarını açarak fazla fiziksel alan kapsaması ise özgüveninin yüksek olduğu *izlenimi yaymaktadır*.

4.3.3. Antrenman fotoğrafı

4.3.3.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA3'ün kafasının üzerinden çekilmiştir. KA3 pectoral fly aletinde egzersiz yapmaktadır. Aletin kolları sarı renktedir. Arka planda siyah dambıllar ve iki adet kırmızı bench bulunmaktadır. KA3'ün üzerinde beje yakın tonda yeşil baskılı, uzun kollu, üzerinde yasal güç anlamına gelen legal power yazılı bir kazak bulunmaktadır. Kazağın kolları dirseğe kadar kıvrılmıştır. Fotoğraf KA3'ün kafasının üzerinden çekildiği için saçlarının 1/3'ü görünmektedir. Kadrajın merkezinde pectoral fly aletinin kolları ve KA3'ün bu kolları önünde birleştiren kolları görünmektedir.

4.3.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı



Görsel 4.14. KA3, Antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA3 burada her zaman legal power yani yasal güç diyerek çifte anlam kullanmıştır. Birincisi, üzerindeki tişörtün markasının sloganına göndermede bulunmaktadır. İkincisi ise fitness alanının sağlıklı yaşam söylemi bağlamında, kimyasal ve ilaç kullanımına karşıtlığını *ima etmektedir*. Buradan kişisel vitrinini bedensel sermaye alanı ile ilgili duruşunu temsil edecek şekilde kurguladığından bahsedilebilir.

Fotoğraf altı yazıdan direkt markanın web sitesine yönlendirmesi KA3'ün markadan sponsorluk aldığına ya da markanın sahibini tanıdığına dair bir izlenim yaymaktadır. Eğer sponsorluk aldıysa bu durum bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürmesine, tanıdığı birine yardımcı olmak için paylaştıysa ise bedensel sermayesini sosyal ilişkilerinde kullandığı ya da sosyal sermayeye çevirdiği sonucuna ulaşılabilir.

Altta ise bir çizgi çekerek kişisel fotoğrafta kullandığı aynı metni ve etiketleri kullanmıştır. Metnin yorumu için kişisel fotoğrafın Fotoğraf Altı Yazısı (Metin Analizi) başlığına bakılabilir.

4.3.3.3. Yan anlam değerlendirme

KA3 antrenman fotoğrafında kendinden ziyade yaptığı egzersizi vurgulamıştır. Bank, dambıl ve pectoral fly aletinden setin spor salonu olduğu anlaşılmaktadır. Fotoğrafta kendinin yer almaması, yaptığı eylemin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu bağlamda bu fotoğraf görüntüden ziyade eyleme gönderme yapmaktadır. Buradan KA3'ün Wacquant'ın bedensel çalışma kavramının fiziksel, Harvey ve diğerlerinin ise kapasite kategorilerine göndermede bulunan bir performans sergilediği düşünülebilir.

4.3.4. Öncesi sonrası fotoğrafı

4.3.4.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf genel anlamda eski ve yeni halini karşılaştırdığı bir fotoğraf değil, sadece eski halini gösteren bir fotoğraftır. Ancak güncel paylaşımları ile birlikte alındığında öncesi sonrası fotoğrafı kategorisinde değerlendirilebilir. Fotoğraf dört farklı fotoğrafın kolajlanmasından oluşmaktadır. Kadraj önce sağ ve sol olmak üzere ikiye, sonra alt üst

olmak üzere tekrar ikiye bölünmüştür. Sol bölüm eşit bir şekilde ikiye ortadan ikiye ayrılmış, sağ alttaki fotoğraf bölümün 3/4'ünü kapsarken üstteki fotoğraf ise 1/4'lük alana sığdırılmıştır.

Sol üstteki karenin kadrajı KA3'ün bel üstü bölgesini kapsamaktadır. Üzerinde bol, yeşil bir tişört vardır ve iki ile bir ısırık alınmış bir simit tutmaktadır. Arkada içinde bir üst üste dizilmiş bir dizi su damacanası olan bir kamyonet kasası görünmektedir. Önde ise bir palet ve paletin içinde poşetle kaplanmış su damacaneleri vardır. KA3'ün paletin üzerindeki damacaneleri kamyonetten indirdiği anlaşılmaktadır. Poz verirken sol dirseğini paletin üzerindeki damacanalardan birine dayamaktadır.

Sağ üstteki kare yerde tahta plakaların olduğu oldukça dağınık ve pis görünen bir depoda çekilmiştir. KA3 kadrajın sağında sol elini duvara dayayıp sağ elini beline koyarak poz vermiştir. Kadraja diz üstünden itibaren dail olmuştur ve duvara dayadığı kolu dirsekten kesilmiştir. KA3 toplam kadraj alanının üçte birini kaplamaktadır. Üzerinde uzun kollu, ince, bol, beyaz bir kazak, altında ise açık mavi kot bir kapri vardır. Üzerindeki kazağın göğüs bölgesinden karın bölgesine kadar olan kısmı ıslaktır.

Sol attaki karede KA3 yolda siyah bir motosiklet sürmekte ve arkasında tekerlekli bir sepet ve sepetin içinde de poşet ile kaplanmış su damacaneleri vardır. KA3 siyah bir kapri ve beyaz bir tişört giymektedir. KA3 yola bakmaktadır ve fotoğraftan motorun hareket halinde olduğu anlaşılmaktadır.

Sağ alttaki karede ise KA3 bir evin verandasındadır ve önceki karedeki aynı giysilerle. Sağ omzundaki damacanayı sağ eliyle ağzından kavramakta, sol eli ise evin zilindedir. Evin kapısının önünde hasır bir sandalye bulunmakta ve KA3'ün zilini çaldığı kapı açıktır.

4.3.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.15. KA3, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA3'ün metin ile geçmişte yaptığı işi; taşıdığı ağırlıkları rakam olarak vererek, tek bacağı ile taşıdığını vurgulayarak, tek tek ve kırk derece sıcaklık ifadesini kullanarak, hayal edin demesiyle *dramatize ettiği* söylenebilir. Ülkemi temsil etmişim söylemi ile ise milliyetçi bir *izlenim yaymaktadır*. “Kimse bana bahane üretmesin kimse...” söyleminin alt metninde ise en zoru ben başardım, en uzun mesafeyi ben katettim vurgusu olduğu ve bu *performansla* kendini fitness alanında yıldız konumuna getirmeye çalıştığı söylenebilir. Bu söylem aynı zamanda agresif bir *tutum* olarak da değerlendirilebilir.

4.3.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

Sağ ve sol üstteki fotoğraf *dekoratif* göstergeler, sağ ve sol alt fotoğraf ise *performatif* göstergeler üzerine kurulmuştur.

Sol üst fotoğrafta bir sürü damacana olması ve tişörtündeki ter ya da ıslaklık, yaptığı işin zorluğuna gönderme yapan *dekoratif unsur* ve *kişisel vitrin*dir. İşe dair göstergelerin yanında elinde simit tutuyor olması ise çalışırken öğün olarak simitle beslendiğine dair *izlenim yaymaktadır*. Simitle beslenmek ise düşük *ekonomik sermayeye* göndermede bulunmaktadır. İkinci fotoğrafta ise *setin* kendisi, yani dağınık ve pis olan depo ve *setin dekoratif unsuru* olan yerdeki derme çatma tahtalar, işin zorluğuna gönderme yapmaktadır. *Kişisel vitrindeki* kazağın ön kısmının komple terlemiş olması yine benzer şekilde işin zorluğunu *dramatize etmektedir*.

Sol altta motor ve arkasına takılan sepet, KA3'ün damacanaları oldukça ilkel ve dolayısı ile zor koşullarda taşıdığına dair *izlenim yayan dekoratif unsurlardır*. Sağ altta bir eliyle damacana taşıırken diğer eli ile zili çağıyor olması ise yine aynı şekilde koşulların zorluğuna gönderme yapmaktadır.

Metin altı yazısı ile birlikte değerlendirildiğinde KA3'ün geçmiş dönemlerde içinde bulunduğu *set, dekoratif öğeler, kişisel vitrin* ve *performanslar* aracılığı ile bugünkü konumunu *dramatize ederek* kendini diğer kişisel antrenörlerden ayırarak *yıldız* konumuna getirmeye çalıştığı söylenebilir.

4.3.5. Kişisel fotoğraf

4.3.5.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf banyo ya da tuvalette çekilmiştir. KA3 aynanın karşısında saçlarını kurutmaktadır. Banyonun fayansları kahverengi, duvarları beyazdır. Kadrajın büyük bölümünü ayna kaplamaktadır. Aynanın altında iki beyaz lavabo, lavaboların ortasında şeffaf renkte sabunluk, sabunluğun içinde beyaz renkte sıvı sabun bulunmaktadır. Aynanın bitişinde ise mavi renkte kâğıt havlu aparatı vardır. Fotoğraf KA3'ü yan açıdan alacak şekilde çekilmiştir. Aynada ise ön profilinin yansıması vardır. Ancak fotoğrafta KA3 dışındaki alan bulanıklaştırıldığı için ön profili görünmektedir. Üzerinde kırmızı, baskılı bir tişört bulunmaktadır ancak baskı aynadan görüldüğü ve aynadaki görüntü de net olmadığı için ne yazdığı okunamamaktadır. KA3 sol eli ile siyah saç kurutma

makinesini tutmakta, sağ eliyle ise saçını düzeltmektedir. Fotoğraf yandan çekildiği için yaklaşık 30cm civarında kalınlığa sahip sol kolu tamamen görünmektedir.

4.3.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.16. KA3, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA3 fotoğraf altı yazısında saç ve sakal konusunda oluşturacağı imaj hakkında takipçilerine danışmaktadır. Ancak fotoğrafta net olan KA3'ün koludur, ne saç ne de sakalı net olarak görünmemektedir. Bu nedenle KA3'ün sahte bir performans sergilediği görülmektedir. Ancak durumun bu kadar açık bir şekilde görünür olması KA3'ün dijital okuryazarlığının oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde kişisel fotoğrafının altında uzaktan eğitim programları yazdığını belirtmesi yine dijital okuryazarlığının düşüklüğünü göstermektedir. Ev programları yazdığını belirtmesi ise hedef kitlesinin düşük ekonomik sermaye sahibi grup olduğunu göstermektedir.

Kullandığı etiketlerin ise fotoğraf özelinde olmadığı, kişisel antrenörlük ile ilgili çeşitli etiketler kullandığı görülmektedir. Kendi isim ve soy ismini etiket olarak

kullanması yine narsistik bir eğilim olarak değerlendirilebilir. Etiketleri paylaşma özel değil genel kullanması, word (dünya), top (en üst), magazine (dergi) gibi alakasız etiketler kullanması ise yine dijital okuryazarlığının göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

4.3.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak banyo/tuvalet kullanılmıştır. İki lavabo ve ayndan görünen iki kabin olmasından buranın bir evden ziyade spor salonunun banyosu yani *dinlence bölgesi* olduğu düşünülebilir. *Setin* ayna, kağıt havluluk, sabunluk, duvar fayansları gibi *dekoratif göstergeleri*, mekânın eğer varsa kurumsal kimliğinin bütün alanlara yansıtılmadığını göstermektedir ve düşük kalitede görünmektedir. Bu bağlamda dekorlar setin orta alt gelir grubuna hitap eden bir spor salonu olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Fotoğrafın yandan çekilmesinin nedeni ise KA3'ün izleyiciyi koluna yönlendirmek istemesi olabilir. Kadrajın merkezinde KA3'ün kolu vardır. Diyaframın kısık olması nedeni ile sadece KA3'ün kolu net bir şekilde görünmektedir, geriye kalan alan ise bulanıktır. O an elinde tuttuğu saç kurutma makinesi ise direkt kolu paylaşmamak adına üretilen *sahte bir performans* için kullanılan bir dekoru andırmaktadır. Fotoğraf kolu sergilemek için paylaşıldığına dair bir *izlenim yaymaktadır*. Kol ise yaklaşık 25-30cm genişliğindedir. Bu durumdan KA3'ün bedeninin erişilebilen en kaslı ve geniş halini en ideal beden olarak gördüğü sonucuna ulaşılabilir.

4.3.6. Strateji fotoğrafı

4.3.6.1. Düz anlamsal açıklama

Strateji paylaşımı olarak fotoğraf yerine direkt Türkiye Vücut Geliştirme ve Fitness Federasyonu'ndan aldığı IV. Kademe Baş Antrenör Belgesini paylaşmıştır.

4.3.6.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.17. KA3, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Burada KA3'ün antrenörlük kimliğini *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* gösteren antrenörlük sertifikası ile meşrulaştırdığı görülmektedir. Müşterilerine işinin uzmanı olduğunu *ima etmektedir*. Aynı zamanda KA3'ün dört yıldızı sadece futbol formalarında görürsünüz söylemi ile dördüncü derece antrenörlük belgesini *gizemlileştirerek* kendini daha ideal bir biçimde sunmak için gösterge olarak kullandığı ve bu belge ile kendini diğer kişisel antrenörlerden ayırmaya çalıştığı söylenebilir. Güneş gözlüğü ise takan kişi karşısındakinin gözlerini görebilirken, karşıdaki kişi gözlük takan kişiyi göremez, bu nedenle güneş gözlüğü takan tarafa üstünlük sağlar. Günlük yaşamda ise 'havalı' ve 'özel' olmak ile ilişkilendirilir. Bu bağlamda, kullandığı güneş gözlüklü ikon, KA3'ün yarattığı *gizemlileştirmeyi* destekleyen görsel bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Altta ise kişisel fotoğrafta kullandığı aynı metni ve etiketleri kullanmıştır. Etiketlerin yorumu için kişisel fotoğrafın Fotoğraf Altı Yazısı başlığına bakılabilir.

Belge yazılı bir metin olduğu için ayrıca bir yan anlam değerlendirmesi yapılmamıştır.

4.3.7. Strateji fotoğrafı II

4.3.7.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA3'ün çevrimiçi antrenörlük yaptığı yirmili yaşların başında görünen üç numara saçlı ve kirli sakallı bir öğrencisine aittir. Kadraj ortadan ikiye bölünmüş, soldaki ilk fotoğrafın üzerine 15.12.2018, ikinci fotoğrafın üzerine ise 15.03.2019 tarihi atılmıştır. İlk fotoğraf evde çelik kapının önünde çekilmiştir. Öğrencinin üst bölgesi çıplak, altında ise siyaha yakın koyu mavi bir kot pantolon vardır. İkinci fotoğrafta yine üst bölge çıplak altta ise gri bir eşofman vardır ve spor salonunun soyunma odasında çekilmiştir. Öğrenci ilk fotoğrafta zayıf ve düz bir vücuda sahipken ikinci fotoğrafta göğüs kol ve karın kasları belirgin şekildedir. Soyunma odasının tavanında akıntı izleri mevcuttur. Arkasında ise siyah beyaz dama desenli lake giyinme dolapları ve giyinmeyi tamamlamak üzere olan gri kapüşon ceketli biri vardır ve pvc bir kapının ucu görünmektedir. İki fotoğraf da diz bölgesinden itibaren başlamaktadır. Pozlar hemen hemen aynı olmakla beraber ilkinde elleri açık ve hazır ol pozisyonunda dururken, ikinci fotoğrafta kolları biraz daha açık, elleri önde ve yumruk yapılmış şekildedir.

4.3.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.18. KA3, strateji II fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA3 İki fotoğraf arasındaki farkı kendi antrenörlük başarısının göstergesi olarak görmüş, öğrencisinin bedenini kendine referans oluşturacak şekilde sunmuştur. Bu bağlamda, öğrencisinin bedeninin KA3'ün nesneleşmiş kültürel sermayesine dönüştüğü söylenebilir. Metnin sonundaki '...'nın ise iki fotoğraf arasındaki farkı daha *dramatize etmek* için kullanıldığı söylenebilir.

4.3.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öğrenci zayıf halinde daha çekingen bir *görünüşe* sahiptir. İki fotoğrafta da objektife baksa da ilkinde yüzünde daha naif bir ifade, ikincisinde ise kendinden daha emin ve sert bir şekilde bakmaktadır. İlk fotoğrafta hazır ol pozisyonunda el ve bacakları vücuduna bitişik bir şekilde daha az alan kaplarken ikinci fotoğrafta hem kolları hem de bacakları açıktır. İkinci pozisyonda, kol kaslarını gösterebilmek için kollarını açarak daha fazla alan kaplamış olabileceği düşünülse de; iki fotoğrafta da altında uzun pantolon, eşofman vardır ve buna rağmen ikinci fotoğrafta bacaklarını açarak daha fazla alan

kaplamıştır. Daha kaslı haliyle daha fazla yer kaplaması öğrencinin bedensel değişimi sonrası özgüveninin yükseldiğine dair *izlenim yaymaktadır*. Öğrencinin fotoğrafındaki bir diğer dikkat çekici nokta ise ikinci fotoğrafın *setini* oluşturan spor salonu ve onun *dekoratif* öğeleri ile ilgilidir. Spor salonunun tavanındaki akıntı ve ucu görünen pvc kapı, salonunun orta alt gelir grubuna hitap ettiğine gönderme yapan göstergeler olarak değerlendirilebilir. KA3'ün fotoğraflarında da benzer *dekoratif* unsurlar yani göstergeler olduğu düşünüldüğünde, fitness *alanında* çevrimiçi eğitim almak isteyen insanların kendi *habitusundan* antrenörlere yöneldiği varsayımına götürebilir.

4.3.8. Grup fotoğrafı

4.3.8.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA3'ün iki kişiyle birlikte poz verdiği bir karedir. Demir sac tavanından ve tavanın yüksekliğinden mekânın kamusal bir spor salonu olduğu anlaşılmaktadır. Çekilmiştir. Arka planda paravan, paravanın duvarına yığılmış sırt çantaları ve çantaların önünde 5 litrelik su şişesi bulunmaktadır. Paravanın duvarları ve zemin beyaz, tavandaki saclar kırmızı, arkadaki gerçek duvarın rengi ise sarıdır. KA3 kadrajın sağında, hafif yan durarak beğenme işareti yaparak poz vermektedir. Saçları kısa, kirli sakalı ve pos bıyıkları vardır. Üzerinde kırmızı üzerine beyaz baskılı, askılı bir tişört, altında beyaz çizgili, lacivert renk Adidas eşofman ve ayağında beyaz tabanlı, gri spor ayakkabı vardır. Ortada ise kır sakallı, saçları önden açılmış, ellili yaşların başında görünen biri vardır. Üzerinde siyah üzerine sarı yuvarlak baskılı bir tişört, altında mavi yine baskılı bir eşofman ve gri spor ayakkabıları vardır. Sol kısımda ise otuzlu yaşlarda görünen kirli sakallı, kırmızı tişörtlü, mavi kot pantolonlu ve kırmızı spor ayakkabılı biri KA3'e benzer şekilde hafif yan durarak beğenme işareti yaparak poz vermektedir.

4.3.8.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.19. KA3, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Rüyalarınızdan sözcüğü yanlış yazılmıştır. KA3'ün genel olarak fotoğraf altı yazılarında birçok yanlış olması, paylaşımını yaparken vermek istediği izlenime çok fazla odaklanmadığını dolayısıyla *gerçek performanslar* sergilediği düşünülebilir. Metin, fotoğraf ile birlikte düşünüldüğünde, fotoğraftaki kişilerin 'uyumadan', yani rahatlarını düşünmeden, kendilerini adayarak çalıştıklarını ve hayallerini gerçekleştirdikleri *iması* taşımaktadır. Bu bağlamda fotoğrafın, *bedensel çalışma* kavramının fiziksel, metninse *zihinsel boyutuna* gönderme yaptığı savunulabilir. Aynı zamanda KA3'ün kaslı bedeni, Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) *proje bedenin performatif cezbedicilik* kategorisi altındaki *üretken bedenle* eşleştirdiği görülmektedir. KA3, üretkenlik göstergesi olan kaslı bedeni aracılığı ile kendini bu bedene sahip olmayan 'tembel' insanlardan ayırmaktadır. Bu bağlamda KA3'in bedensel sermayesini sergilerken agresif bir *tutum* sergilediği düşünülebilir.

4.3.8.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğraftaki *setin* ne olduğu tam olarak anlaşılmamaktadır. Ancak kadrajdaki üç kişinin *hareketli kişisel vitrinleri* yani giyimleri incelendiğinde iki kişinin eşofman

giydiği gör÷lmektedir. *Sabit kişisel vitrinleri* yani bedenlerine bakıldığında üçünün de kaslı olduğu gör÷lmektedir. Buna *setin dekoratif öğelerini* oluşturan yüksek tavan, tavandaki demir sac, arkada gör÷nen sırt çantaları eklendiğinde; *setin* stadyum olduğu ve fotoğrafın çekildiği sırada stadyumun spor faaliyeti için kullanıldığını anlaşılmaktadır. Üç kişi birlikte fotoğraf çekirmek istediğinde alanın dar olması, arkada gör÷nmesini istedikleri bir şey olması vb. gibi özel durumlar olmadığı sürece yan yana durarak poz verirler. Ancak burada özel bir durum olmamasına karşın, kadrajın solundaki KA3 ve sağındaki diğer kişi yan durarak poz verdiği gör÷lmektedir. Buradan KA3 ve diğer kişinin, beğenme işareti yaparak *kişisel vitrinlerini* yani geniş anlamda bedenlerini, daha özel anlamda kollarını göstermek istedikleri anlaşılmaktadır. KA3 ve kadrajın solundaki kişinin dikkat çeken bir renk olan kırmızıyı tercih etmeleri, KA3'ün askılı, diğer kişinin dar bir tişört giymesi de benzer şekilde dikkati bedenlerine çekmek istemeleri şeklinde yorumlanabilir. Ortadaki kişi ise KA3 ve sağ kenardaki kişiye göre kadrajda daha az yer kaplamakta ve bedenin daha az alan kapladığını gör÷lmektedir. Birlikte fotoğraf çekilmeleri, kişisel vitrinlerindeki benzerlik üçlünün bir *takım* oluşturduğuna dair *izlenim yaymaktadır*. Ancak ortadaki kişinin yaş olarak daha büyük olması; *kişisel vitrinini* kendini sunacak şekilde *süslememiş* olması ve kadrajda daha az yer kaplaması bağlamında düşün÷ldüğünde, bedensel formunun diğerleri kadar yüksek olmadığı *izlenimini yaymaktadır*. Ortadaki kişinin bedensel formunun düşmesi nedeni ile *bedensel sermayesinin* azaldığı ve bu yüzden de *bedensel sermayenin* hegemonyasındaki spor *alanındaki* iktidarının azalmış olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ortadaki kişinin bunu kabul ederek daha geri planda durduğu, KA3 ve kadrajın solundaki kişinin ise her ne kadar aynı *takımda* da olsalar *takımın yıldızına* dönüşebilmek için birbirleri ile rekabet ettikleri söylenebilir.

4.3.9. KA3 genel değerlendirme

Öncelikle KA3'ün biyografisinde önemli derecelere değinmiştir. Bu, *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* yüksekliğine işaret etmektedir. Ancak takipçi sayısının, daha az *kurumsallaşmış kültürel sermayesi* olan antrenörlerden daha düşük olduğu gör÷lmektedir. Kişisel web sitesinin ve farklı içerik türü üreten bir sosyal medya platformunda kanalının (örneğin Youtube) olmaması, etiketleri her paylaşım için özel olarak hazırlamaması; KA3'ün dijital okuryazarlığının düşük olduğunu göstermektedir. Herhangi bir eğitim

bilgisine yer vermeyişi, yazım hataları, takipçilerine bilgi veren paylaşımlarda bulunmaması ve dijital okuryazarlığının düşük olması ise *kültürel sermayesinin* düşüklüğünün göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde önceden yaptığı meslek, içinde bulunduğu *setler* ve *setlerin dekoratif unsurlarından* KA3'ün düşük *ekonomik sermayeye* sahip bir *habitus*tan geldiği anlaşılmaktadır. Bedensel sermayesinden, yaptığı meslekten, içinde bulunduğu *setlerden* ve faaliyetlerden KA3'ün şuan *ekonomik sermayesi* bağlamında orta sınıf olduğu anlaşılmaktadır. Ancak *habitusun* genel olarak çocukluk ve gençlik döneminde şekillendiği düşünüldüğünde; şuan *ekonomik sermayesinin* ortalama, *kurumsallaşmış kültürel sermayesi* ve *bedensel sermayesinin* yüksek olmasına rağmen, neden *sermayelerini* birbirine dönüştürerek çoğaltmadığı anlaşılabilir. *Bedensel sermayesinin* yüksekliğine oranla takipçi sayısının düşük olması, profilinde yeteri kadar sponsorluk alamamış olması, her postunun altında *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* dönüştürme girişimi bu durumla açıklanabilir.

İkinci dikkat çekici nokta, direkt bedenın kendisini gösterge olarak kullanma çabası ile ilgilidir. *Kültürel sermayesinin* düşük olması, KA3'ün bilgi sahibi ve uzman bir izlenim verecek *performanslar* sergilemesini engellemiştir. Bu tür *performanslar* sergileyemeyen KA3'ün de, stratejik olarak görünür olan sertifikalara ve bedenin kendisine yöneldiği söylenebilir. Antrenörlük belgesini paylaşması, sürekli bedeninin kaslı olduğunu gösterecek pozlar vermesi, antrenörlüğünü müşterisinin bedeni üzerinden tanımlaması, kendini adama ve üretkenliğe aşırı vurgu yapması, bedenini söylemleri ve pozları aracılığı ile diğerlerinden farklı olarak konumlandırmaya çalışması bu bağlamda değerlendirilebilir.

Üçüncü dikkat çekici nokta, KA3 ve müşterisinin *habituslarındaki* benzerliktir. Her ne kadar tek örnek üzerinden genelleme yapılamayacak olsa da çevrimiçi ortamlarda antrenörlerin *performanslarının* kendi *habituslarından* insanlar tarafından daha fazla ciddiye alındığı ya da tam tersi, çevrimiçi ortamda antrenör arayan kişilerin kendi *habituslarından* antrenörlere yönlendiği söylenebilir.

Son ve dördüncü olarak ise her ne kadar fitness *alanında bedensel sermayenin* başat konumda olduğu ve *doxaların* bunun üzerinden şekillendiği söylenebilse de, diğer *sermaye tiplerindeki* eksikliğin *simgesel sermayeyi* etkilediği ve *sembolik sermayenin* düşüklüğünün de hareket alanını kısıtlayarak elde edilecek *illusioyu* azalttığı söylenebilir.

4.4. Kişisel antrenör 4

4.4.1. Profil Biyografisi



Görsel 4.20. KA4, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Ad ve Soyadının hemen altında strong (güçlü), brave (cesur), humble (mütevazı) şeklinde kendini üç kelime ile özetlemiştir. Güçlü ve cesur fitness alanına göndermede bulunurken mütevazı kelimesi ile kendini Instagram profilinde isminin altında sahip oldukları sermayelerden bahseden (belgeler, dereceler, eğitimler) diğer kişisel antrenörlerden ayırdığı düşünülebilir. Ancak bu durum aynı zamanda biyografisinde bahsedecek herhangi bir göstergesi olmadığı gerçekliğinin üstünü örten bir can alıcı atlama olarak da değerlendirilebilir. Baştaki dağın ardında batan güneş ikonu ise ‘güçlü’ bir enerji kaynağı olan güneşin, en az ışık yaydığı yani en ‘mütevazı’ anında bile muhteşem görüldüğü düşüncesi yaratmaktadır. Böylece ikonun yanında yazan kelimeleri destekleyen bir görsel öge olduğu savunulabilir.

Temel güçlenme, Harvey ve diğerlerinin (2014) bedensel sermaye kategorilerinden kapasite, kas gelişimi ise fizik kategorisinde uzmanlık iması olarak değerlendirilebilir.

Bunların gerçekleşebilmesi için beden alanının kritik meselelerinden olan beslenme konusunda uzman olduğunu ileri sürmektedir.

Birebir ders ve uzaktan koçluk için iletişim çağrısı ise bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürme performansı olarak değerlendirilebilir.

Youtube kanalının linkini vermesi ise antrenör olarak Instagram'ın sahne özelliklerinin yetersiz geldiğini ve Instagram'ı antrenör kimliğini oluşturmaya yardımcı olabilecek platformlardan biri olarak gördüğüne işaret etmektedir. Aynı zamanda farklı sosyal medya platformlarından farklı performans sergilemesi ve bu performanslarını linkler ile birbirine eşleştirmesi KA4'ün dijital okuryazarlığının yüksek olduğunun göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

4.4.2. Profil fotoğrafı

4.4.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA4 yirmili yaşların ortalarında, siyah saçlı, beyaz tenlidir. Profil fotoğrafında KA4 basamak ya da bankın üzerinde oturmaktadır. Arka fonda bölmeli camlı beyaz bir kapı ve hemen bitişiğinden benzer şekilde bölmeli camlı bir pencere vardır. Pencerenin yanında ise yine benzer yapıda Fransız bir balkona açılan cam kapı vardır. KA4 kollarını dizlerine dayamış ve parmaklarını birbirine kenetleyerek ellerini önde kavuşturmuştur. Fotoğraf karşıdan değil, 45°lik bir açıyla çekilmiştir. Saçları ortalama uzunlukta ve top sakallıdır. KA4 poz vermiş ancak objektife bakmamıştır. Üzerinde yakaları kalkık, lacivert, bol bir ceket, altındaysa siyah uzun kot pantolon vardır. Kadraj, KA4'ün alt bacağından kesilmiştir.

4.4.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

Profil fotoğrafında set olarak şık bir apartman ya da benzeri bir binanın önü kullanılmıştır. Arkadaki pencereleri ve camları binanın estetik kaygıyla yapılmış bir mimari olduğunu göstermektedir. KA4'ün bu binayı fotoğrafında dekor olarak kullanması, çekildiği fotoğrafların arka planındaki estetiğe dikkat ettiğini düşündürmektedir. Bu bağlamda KA4'ün profil fotoğrafı estetik ile ilgilenen biri olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Aynı zamanda fitness alanı ile ilgili olmayan bir sette,

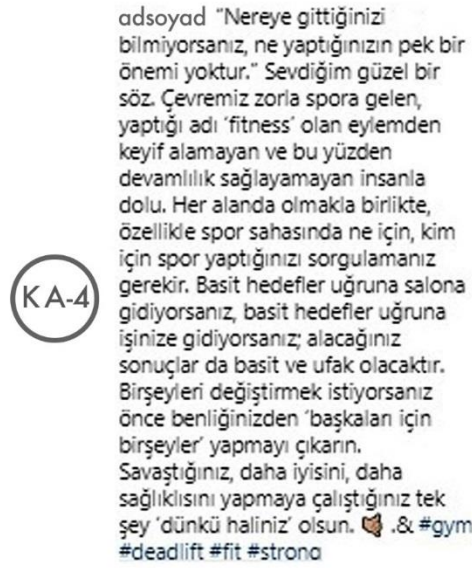
bedeninin görünmediği bir fotoğrafı profil fotoğrafı olarak seçmesi, KA4'ün Instagram'daki kimlik ve benliğini direkt bedeni üzerinden tanımlamadığının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kişisel vitrinini vücut hatlarını belli etmeyen giysilerle süslemesi, günlük hayatta da kimliğini bedeni ile inşa etmediğine dair izlenim yaymaktadır. Bu durum aynı zamanda biyografisindeki mütevazilik iddiasını destekler niteliktedir.

4.4.3. Antrenman fotoğrafı

4.4.3.1. Düz anlamsal açıklama

KA4'ün, spor salonunda halter kaldırırken 60° yan açıdan çekildiği bir fotoğraftır. Fotoğraf KA4'e netlenmiş, o ve elindeki halter dışında kalan arka plan bulanıklaştırılmıştır. Halterin iki ucuna da üçer bar takılıdır. Fotoğraf yandan çekildiği için halterin objektife dönük kısmı kadrajda fazla alan kaplamaktadır. KA4 yerden yaklaşık 15cm yüksekliğindeki halteri eğilerek tutmaktadır. İki el bileğinde de sarı bandaj sarıdır. Işık KA4'ün omzuna düşmektedir ve bu nedenle fotoğrafın en aydınlık yeri koludur. Üzerinde siyah, askılı, baskılı bir tişört; altında ise koyu gri, uzun bir eşofman vardır. Ayağında ayakkabı yoktur ve siyah çorap giymektedir. Bu nedenle KA4'ün sadece yüzü, kolları ve koltukaltı açık bir şekilde görünmektedir. Kolları kaslı fakat çok geniş değildir, vücut tipi atletik olarak tanımlanabilir. Yüzünde o an zorlandığını gösteren bir ifade vardır. Tavan, yaklaşık 50cm aralıklarla gelen kolonlardan oluşmaktadır ve aydınlatma kolonların arasındaki boşluklardadır. Fotoğrafın filtre ile düzenlendiği anlaşılmaktadır.

4.4.3.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.21. KA4, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA4 fitnessı sevmeyen insanların başarılı olamayacağını vurgulayarak; kendi başarısını fitnessı sevmesi ile ilişkilendirmiştir. 'Kim için' spor yapıldığının sorgulanması gerektiği düşüncesi; KA4'ün, insanların başkaları için spor yaptıklarını düşündüğünü göstermektedir. "Benliğinizden başkaları için birşeyler yapmayı çıkarın" söylemi ise kendini başkaları için spor yapan insanlardan ayırarak; sevdiği için spor yapan biri *izlenimi verme* çabası olarak görülebilir. "Yarıştığınız tek şey dünkü haliniz olsun" söylemi ise KA4'ün bedeni bitmeyen ve sürekli geliştirilmesi gereken bir *proje* olarak gördüğü şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda metnin sevdiğinizi yapın, kendinizle yarışın, daha sağlıklı olun gibi vurgularının boş zaman aktivitesi olarak spor yaklaşımını ve orta sınıf ideolojisini temsil ettiği söylenebilir. Bu nedenle metin, KA4'ün *ekonomik sermayesinin* ortalama ya da ortalama üstü, *kültürel sermayesinin* ise yüksek olduğuna dair izlenim yaymaktadır.

4.4.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

KA4, hem sabit kişisel vitrini olan bedeni, hem de hareketli kişisel vitrini olan giyimi ile fotoğraf altı yazısını ve biyografisindeki mütevazı tanımını desteklemektedir. KA4'ün kasları belirgindir fakat vücudu çok geniş değildir. Bu nedenle güçlüden ziyade

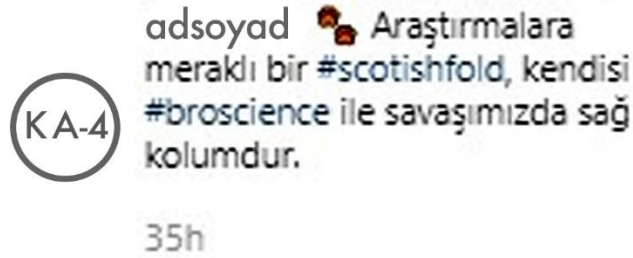
çevik bir izlenim vermektedir. Aynı zamanda kaslarının belirginliği düşünüldüğünde; istese geniş bir vücuda sahip olabileceği, atletik vücudun kendi tercihi olduğu şeklinde izlenim yaymaktadır. Bütün vücudunu gösterecek giysilerle kendini *süslememiş* olması ise mütevaziliğini göstermektedir. Bu bağlamda KA4'ün güçlü ve kaslı bedene sahip olan antrenörden ziyade; atletik, sağlıklı, işini seven ve mütevazi bir antrenör şeklinde kimliğini inşa ettiği savunulabilir. Ancak buna rağmen halterin üzerindeki barların büyüklüğü ve fazlalığının kadrajın merkezine getirilmesi; KA4'ün dekor aracılığı gücünü göstermeye çalışıyor olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Aynı zamanda yüzündeki zorlanan ifade kendi kendiyi yarışmaktan ve kendini spora adamaktan haz aldığını düşündürmektedir. Tavandaki kolonlar ise binanın spor salonu olarak inşa edildiğini göstermektedir. Bu bağlamda setin dekoratif unsuru olan tavandaki kolonlar setin orta üst düzey gelir grubuna hitap ettiğine dair izlenim yayan bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Salonun sade bir tasarıma sahip olması da yine spor salonunun lüks olmasına gönderme yapmaktadır. Son olarak fotoğrafın filtre ile düzenlenmiş olması ise KA4'ün dijital okuryazarlığının yüksekliğine ve Instagram'da yaptığı paylaşımlarında estetik kaygı güttüğüne işaret etmektedir. Tüm bunlar bağlamda, KA4'ün hem bedensel hem ekonomik hem de kültürel sermayesinin yüksek olduğu söylenebilir.

4.4.4. Kişisel fotoğraf

4.4.4.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf evde çekilmiştir. KA4 sarı bir çekyatın üzerinde kucağında dizüstü bilgisayar kullanmaktadır. Kadraj bacağından diz bölgesinden kesilmiştir. Bu nedenle ayakları görünmemektedir ancak üst bacağının yüksekte oluşundan bacaklarını çekyatının önündeki bir şeyin üzerine uzatıyor olduğu anlaşılmaktadır. Üzerinde düz, koyu gri bir tişört, altında ise açık gri bir pantolon vardır. Sağ elinin ucu bilgisayarın köşesine değmektedir ve koltukaltında scotishfold cinsi bir kediye sarmaktadır. KA4'ün el bileği kedinin karnına denk gelmektedir. Hem kedi hem de KA4 bilgisayar ekranına bakmaktadır. Arkada perde, yanda ne olduğu anlaşılmayan şifonyer yüksekliğinde olan bir şeyin ucu görünmektedir ve üzerinde ahşap bir gemi bulunmaktadır.

4.4.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.22. KA4, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Konum olarak Cihangir, İstanbul bildirimi yapılmıştır. Cihangir İstanbul'un orta üst düzey gelir grubuna mensup insanların yaşadığı bir semttir. KA4'ün kendi evinde olduğunu belli eden bir fotoğrafta konum olarak Cihangir'i etiketlemesinin, *ekonomik sermayesinin* ortalama üzeri olduğuna dair *izlenim vermek* için sergilenmiş bir *performans* olduğu söylenebilir. "Araştırmalara meraklı bir #scotishfold" söylemi ile o anda kendinin araştırma yaptığına dair bir *izlenim vermektedir*. Diğer yandan kedinin adını değil cinsini etiket olarak kullanması ise, evcil hayvanını metalaştırması olarak yorumlanabilir. Brosience ise İngilizce erkek kardeş anlamına gelen brother ve bilim anlamına gelen science kelimesinin kısaltılıp birleştirilmesi ile oluşturulmuş; erkek kardeş bilimi anlamına gelen bir kelimedir. Burada ise KA4, yaptığı araştırmanın fitness ile ilgili olduğunu ima etmiştir.

Brosience etiketi ile fitness ile ilgilenen Instagram kullanıcılarıyla, scotishfold etiketiyle ise kedi sever Instagram kullanıcılarıyla etkileşim yaratmak istediği söylenebilir.

4.4.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak dinlence bölgesi olan ev seçilmiştir. Kare oldukça sıradan ve gündelik hayatın içinden görünmektedir. KA4'ün konum bildiriminde lüks bir semti belirtmiş olduğu düşünüldüğünde, evin kendi yaşam alanı olduğu izlenimini vurgulamak

için böylesine sıradan bir fotoğraf paylaştığı ileri sürülebilir. Burada gerçek hayattaki sahne ile Instagram'ın sahne olmasının birbiriyle çakıştığı söylenebilir. Gerçek hayatın sahne olarak alındığında dekoratif eşyaların ve KA4'ün kişisel vitrininin basit ve mütevazı bir izlenim yaydığı söylenebilirken, Instagram sahne olarak alındığında lüks bir semtte yaşadığını gösteren bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Fotoğraftaki bir diğer dikkat çekici nokta ise, bedeninin geri planda kalması, çalışıyor olduğunun ön plana çıkmasıdır. Bu bağlamda, fotoğrafın KA4'ün bedensel sermayesinden ziyade kültürel sermayesine göndermede bulunduğu söylenebilir. KA4 burada antrenör olarak fitness alanına dair araştırma yaptığına dair izlenim vermektedir. Buradan yola çıkarak yine KA4'ün antrenör kimliğini bedensel sermayesinden ziyade kültürel sermayesi ile inşa ettiği sonucuna ulaşılabilir.

4.4.5. Strateji fotoğrafı

4.4.5.1. Düz anlamsal açıklama

KA4 strateji olarak takipçilerine bilgi veren slaytlar hazırlamayı tercih etmiştir. Strateji görseli olarak serinin yalnızca ilk görseli değerlendirilecektir. Görselin arkasında elli yaşlarının ortalarında görünen polo yaka tişörtlü, kararsız gözlerle kadrāja bakan bıyıklı bir adam vardır. Kollarını göğsünde kavuşturarak objektife bakmaktadır. Fotoğraf siya beyazdır ve fon olarak kullanılmıştır. Önde ise kadrāja yaklaşık üçte birini kapsayan kırmızı, transparan bir diktörtgen vardır. Kırmızı kare kadrāja sol kenarından başlamış, sağ kenardan hafif bir boşluk bırakacak şekilde bitmiştir. Kare aynı zamanda fondaki adamın çene, göğüs ve kol bölgesinin üzerine gelmiştir. Karenin içinde tırnaksız bir font ile “iyi bir vücut ‘iyi eğitmen’ anlamına mı gelir?” yazmaktadır.

4.4.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.23. KA4, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Büyüteç, araştırmayı temsil eden bir göstergedir. Bu bağlamda KA4'ün metnin başına koyduğu büyüteç ikonu ile araştırma yapan bir antrenör olduğunu vurguladığı söylenebilir. Metinde kitap ve yazar adı vermesi, hatta kitapta alıntı yapılan yazarın adını vermesi, *kültürel sermayesinin* yüksek olduğuna işaret etmektedir. Aynı zamanda bilgi veren bir sunum hazırlaması, KA4'ün fitness alanında, *kültürel sermayesini* bedensel sermayeye çevirme girişimi olarak değerlendirilebilir. Alanda *koruma*, *takip etme* ve *altüst etme* şeklinde üç şekilde mücadele verilmektedir (Palabıyık, 2011: 137). Burada fitness alanında geçerli mutabakatı oluşturabilmek için *doxanın* kaslı beden olduğu düşünüldüğünde “Sağlam kaslar her zaman iyi bir eğitmenin göstergesi midir?” sorusu ile KA4'ün alanın *doxalarını altüst ettiği* savunulabilir. Bu durumda KA4'ün fitness alanında *kültürel sermayesini* iktidara dönüştürecek bir *performans* sergilediği söylenebilir.

KA4 metnin altında 30 etiket kullanmıştır. Bunlardan 25'i Türkçe 5'i İngilizcedir. Sunumun genel olarak sporla ilgili kapsayıcı bir bilgi verdiği düşünüldüğünde, kapsamlı

ve birçok etiket kullanılmasının uygun olduğu ileri sürülebilir. Aynı zamanda bodybuildingturkiye, powerliftingturkiye, fitnessturkiye, fitturkiye etiketleri ile Hogan'ın (2010) deyimiyile küratör için konulmuş etiketler olduğu söylenebilir. KA4, içeriğini Türkiye'de fitness ile ilgilenen herkesin ulaşabileceği şekilde kategorize etmiştir.

4.4.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

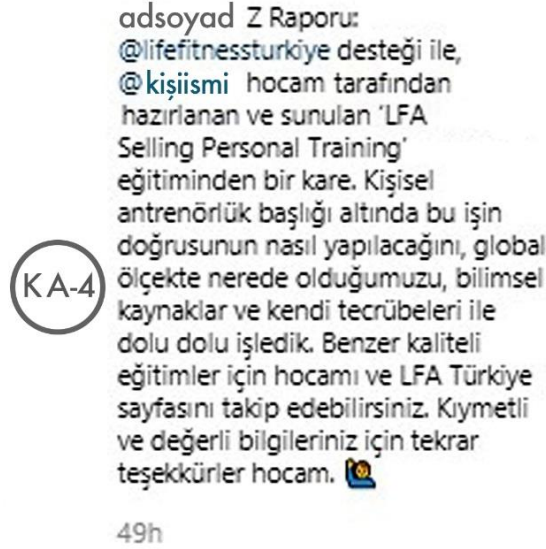
Fondaki adam yaşlı ve kilolu olmasının “İyi bir vücut ‘iyi bir eğitmen’ anlamına mı gelir?” sorusuna gönderme yaptığı ve iyi bir vücudun iyi bir antrenörlük konusunda gösterge olarak kabul edemeyeceğini *ima ettiği* söylenebilir. Tasarım basitliği ve yalınlığı ile amatör durmaktadır. Bu amatörlük ise KA4'ün tasarımı kendinin yaptığına dair *bir izlenim yaymaktadır*. KA4'ün tasarım yapması, yaptığı tasarımları Instagram'da paylaşması *kültürel sermayesinin* yüksekliğine işaret etmektedir.

4.4.6. Grup fotoğrafı

4.4.6.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf gri bir duvarın önünde KA4 sandalyede otururken çekilmiştir. Sağında ise yine sandalyede oturan KA4'le benzer yaş ve fizikte, ondan biraz daha uzun boylu, kirli sakallı biri vardır. KA4 diz altı bölgesine kadar görünmektedir. Yanındaki kişinin ise sağ bacağı görünmekte, sol bacağının önüne ise masa denk gelmektedir. İkisi de objektife bakarak hafif tebessüm etmektedir. Masa ahşap bir masadır ve üzerinde bir adet cep telefonu, iki adet de içinde çerez ya da tahıl bir yiyecek olduğu belli olan şeffaf poşet bulunmaktadır. KA4'ün üzerinde düz renk, açık gri, yakalı bir tişört, altında ise koyu mavi kot pantolon vardır. Sol pazısında dirseğe kadar inen bir dövme ve yine aynı kolunda açık gri, metal ya da gümüş kordonlu, kasası lacivert bir kol saati vardır. Yanındaki kişinin ise üzerinde siyahın üzerine parlak bir şekilde yine siyah renkle ‘asics’ yazan, baskılı bir tişört, altındaysa açık mavi kot pantolon vardır.

4.4.6.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 3.24. KA4, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Metinde KA4 aldığı eğitimden bahsederek *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* göstermektedir. “bu işin doğrusunun nasıl yapılacağını, global ölçekte nerede olduğumuzu, bilimsel kaynakla” söyleminde eğitimin bilimsel yönüne dikkat çekmektedir.

Metindeki bir diğer dikkat çekici nokta ise eğitimin adıdır. Eğitimin adı, ‘Selling Personal Training’ yani ‘Kişisel Eğitim Satmak’ tır. Burada KA4’ün kişisel eğitimin nasıl olması gerektiğinden ziyade, kişisel eğitimin nasıl satılacağına gönderme yapmaktadır. Bir başka deyişle eğitim fitnesstan ziyade fitness pazarlaması eğitimidir. Bu durum KA4’ün bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürme girişimi olarak değerlendirilebilir. *Kültürel sermayesinin* yüksek olduğu düşünüldüğünde, *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürürken yine kültürel sermayesini* referans aldığı düşünülebilir.

4.4.6.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta KA4 ve yanındaki kişinin anlık olarak takım oluşturdukları söylenebilir. İki de hafif bir tebessümle objektife bakmaktadır ve bedenlerini ön plana çıkaracak bir poz vermemektedir. Bu bağlamda ikisinin de *bedensel sermayeleri* bağlamında mütevazi bir izlenim vermeye zen gösterdikleri söylenebilir. Benzer fiziklerinin yanı sıra, masa üzerindeki iki tahıl paketi, ikisinin de beslenme konusunda özenli davrandıklarına dair *izlenim yaymaktadır*. İki de kadrajda ön plana çıkmak için hamle yapmamış olması, aralarında bir rekabet olmadığını göstermektedir.

Hem KA4 hem de yanındaki kişi sabit kişisel vitrinleri yani bedenleri bağlamında değerlendirildiğinde; atletik bir yapıya sahiptir. İki de vücutlarını genişleyerek değil sıkılaşarak geliştirmişlerdir. KA4 ve yanındaki kişinin bedenleri, Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013: 545) tablosu bağlamında değerlendirilirse; ikisinin beden de *görsel cezbedicilik* kategorisindeki *zayıf, kaslı, sıkı* ve *ekici* bedeni temsil edecek yapıda olduğu söylenebilir.

Hareketli kişisel vitrinleri yani giysileri değerlendirildiğinde; her ikisinin de sade, bedenlerini aşırı ön plana çıkarılmayacak, günlük kıyafetler tercih ettikleri söylenebilir. KA4'n kolundaki dövmenin görünmesine rağmen fotoğraf çekilirken dövmeyi ön plana çıkaracak özel bir hamle yapmadığı belli olmaktadır. Yanındaki kişinin tişörtünün üzerindeki göğüs bölgesini kaplayacak büyüklükte 'asics' yazısı, tişörtün markasına gönderme yapmaktadır. Asics fiyatları ve hedef kitlesi ile 'premium' kategorisinde değerlendirilebilecek bir markadır. zerindeki tişört *ekonomik sermayesinin* yüksek olduğuna dair, bu tişörtü tercih etmesi ise *ekonomik sermayesini* göstermekten hoşlandığına dair *izlenim yaymaktadır*.

4.4.7. KA4 genel değerlendirme

KA4'n genel olarak en belirgin özelliği *bedensel sermayesinin* yüksek olmasına rağmen, antrenör kimliğini *kültürel sermayesi* aracılığı ile inşa etmesidir. *Hareketli kişisel vitrinini* yani giysilerini genel olarak bedenini ön plana çıkarılmayacak şeyler ile tasarlamasının yanı sıra, *sabit kişisel vitrini* olan bedenini de benzer şekilde geniş ve çok kaslı görünecek biçimde değil; sıkı ve evik görünecek biçimde şekillendirmiştir.

Bedensel sermayesini geri planda tutmasına karşın; *kültürel sermayesini* mümkün olduğunca görünür kılmaktadır. İnsanların sevdikleri ve sağlıklı olmaları için fitness yapmalarını tavsiye etmesi, araştırma yapması, fitness ile ilgili sunum hazırlayıp paylaşması, kişisel antrenörlük ile ilgili eğitimlere katılması bu bağlamda değerlendirilebilir.

Yaşadığı yer, içinde bulunduğu *setlerdeki dekoratif öğeler* ve *takım* oluşturduğu insanların *kişisel vitrinlerinden ekonomik sermayesinin* de ortalama üzeri olduğu anlaşılmaktadır.

Geniş ve kaslı bedenini, *kurumsallaşmış kültürel sermayenin* fitness alanında kişisel antrenörlük *rolünün doxalarını* oluşturduğu düşünüldüğünde; KA4'ün *bedensel sermayesinin alan* içerisinde düşük kaldığı söylenebilir. Buna karşın *kültürel ve ekonomik sermayesi* de yüksektir. Bu nedenle KA4'ün, *bedensel sermayesini* geri planda tutup *kültürel ve ekonomik sermayesini* ön plana çıkararak fitness alanının *doxalarını* altüst edecek stratejiler izlediği söylenebilir.

Not: KA4'ün öncesi sonrası kategorisinde değerlendirilebilecek bir fotoğrafı bulunmamaktadır. Bu durum, antrenörlük kimliğini bedensel sermayesi aracılığı ile inşa etmemesi ile ilişkilendirilebilir. Diğer antrenörlerin eski ve yeni bedenleri arasındaki farkı göstererek bedenlerini nasıl başarılı bir proje olarak şekillendirdiklerini gösterirken, KA4 kültürel sermayesini kullanarak antrenör kimliğini; fitness zevk alan ve sağlıklı yaşama önem veren biri olarak kurguladığı için, geçirdiği dönüşümü paylaşmaya gerek duymadığı söylenebilir.

4.5. Kişisel antrenör 5

4.5.1. Profil Biyografisi



Görsel 4.25. KA5, profil biyografisi, ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Sağlıklı&Fit Bir Yaşam Tarzı Sıkıcı Olmak Zorunda Değildir” söylemi profil fotoğrafındaki poz ile birlikte düşünüldüğünde, KA5’in bedensel çalışmanın zihinsel boyutuna gönderme yaptığı söylenebilir. Bedenin illa bir savaş ve mücadele gibi algılanarak şekillendirilmesine gerek olmadığı, İnsanların eğlenerek de vücutlarını geliştirebileceğini ima etmektedir. Yeşil elma ikonunun ise sağlıklı ve fit kelimelerini vurgulamak için kullanıldığı söylenebilir.

Uzaktan eğitim için -mail ikonu- ve alttaki whatsapp linki ise KA5’in antrenörlük vurgusu olarak değerlendirilebilir ve bu bilgiye biyografisinde yer vermesi, bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirme girişimi olarak değerlendirilebilir. Whatsapp linkinin telefon numarasını açığa çıkardığı düşünüldüğünde, KA5’in mahremiyete çok fazla önem vermediği ve insanlarla hızlı bir şekilde etkileşime geçmek istediği anlaşılmaktadır.

4.5.2. Profil fotoğrafı

4.5.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA5 profil fotoğrafında ellerini kafasının arkasında kenetlemiş şekildedir. Fotoğraf KA5'in arkasından çekilmiştir. Bu nedenle sırtı, kolları, kafasının arkası ve kafasının arkasına kenetlediği elleri görünmektedir. Kadraj bel bölgesinden kesilmiştir. Bel bölgesindeki birkaç cm alandan altında lacivert renk bir şey giydiği anlaşılmaktadır. Bedeni çok geniş olmamakla birlikte oldukça kaslıdır; sırt, omuz ve kol kaslarının hepsi belirgin bir şekilde görünmektedir. Arka fon bulanıklaştırılarak KA5 ön plana çıkarılmıştır. Bu nedenle fonda ne olduğu anlaşılmamaktadır. Fon bir çizgi ile ikiye ayrılmaktadır; bir kısmı yeşil ve bir kısmı beyazdır. KA5'in ellerini başının arkasına koyarak uzakları seyrederek poz verdiği göz önünde bulundurulduğunda, yeşil kısmın orman, beyaz kısmın da göl ya da deniz olduğu düşünülebilir. Fotoğraf filtre ile düzenlenmiştir.

4.5.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

Yüzünün görünmediği ancak bütün sırt ve kol kaslarının görüldüğü bir fotoğrafı profil fotoğrafı olarak kullanması, KA5'in kendini bedensel sermayesi ile tanımladığına dair izlenim yaymaktadır. Buna ek olarak biyografisinde “Sağlıklı&Fit Bir Yaşam Tarzı Sıkıcı Olmak Zorunda Değildir” söylemi düşünüldüğünde, bedenini sıkıcı olmayan koşullarda geliştirilmiş bir vücut olarak göstergeye dönüştürdüğü de söylenebilir. Fotoğrafın filtre ile düzenlenmiş olması ise KA5'in kendini sunarken estetik kaygı güttüğünün göstergesi olarak düşünülebilir.

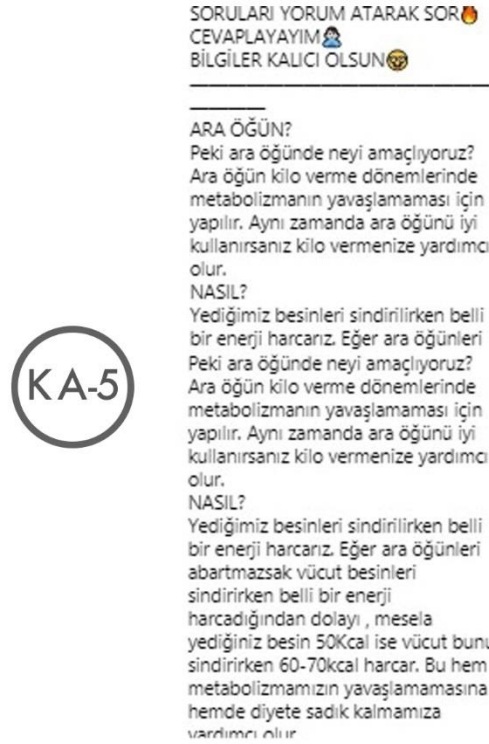
4.5.3. Antrenman fotoğrafı

4.5.3.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA5 barbell curl makinesi* üzerinde oturarak bir ön kol egzersizi yapmaktadır. Arkada bej rengi düz bir duvar ve yeşil bir zemin görünmektedir. KA5 ve barbell curl makinesi kadrajın yarısından fazlasını kaplamaktadır. KA5 duvar kenarında olduğu için mekânın spor salonu mu yoksa ev mi olduğu anlaşılmamaktadır. Kadraj üstten, KA5'in kafasının ucundan, saçlarının bir kısmı dışarıda kalacak şekilde; alttan ise

üst bacağının hizasından kesilmiştir. Esmer, kirli sakallı ve yirmili yaşların başlarında ya da ortalarında görünmektedir. Aletin bir kısmı KA5'in karnının görünmesini engellemektedir. KA5 sağ eli ile egzersiz yaparken sol eli ise alete dayanmaktadır. Üzerinde siyah askılı bir tişört, altında yine aynı renk şort ya da eşofman bulunmaktadır. KA5 fotoğraf çekilirken objektife değil, egzersiz yaptığı sağ koluna bakmaktadır. Antrenman yaptığı için sağ kolu kaslı ve damarlı, sol kolu ise kaslı bir şekilde görünmektedir. Fotoğraf filtre ile düzenlenmiştir.

4.5.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı



Görsel 4.26 KA5, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Merak ettiğin soruları sor, cevaplayayım söylemi ile KA5, kendini fitness alanına hakim olduğu *izlenimini verecek* bir *performans* sergilemiştir. Aynı zamanda takipçilerinden yorumla soru isteme *performansı*, Instagram'daki etkileşimini artırma girişimi olarak da değerlendirilebilir. 'Bilgiler kalıcı olsun' söylemi ise fitness *alanında* herkesin ihtiyaç duyacağı bilgiler vereceğini *ima ederek, performansını dramatikleştirme*

abası olarak değerlendirilebilir. Altında ise kullanıcıların sorduğu cevaplara yanıt vermiştir. Bu sorulara yanıt verebilmesi KA5'in fitness alanına *dair kültürel sermayesinin* yüksek olduğunu göstermektedir.

Kullandığı etiketler ise fitness alanında kullanılan genel etiketlerdir. Etiketler arasından gittiği spor salonunun adını kullanması dikkat çekicidir. Bu durum gerçek hayatta içinde bulunduğu setler ile Instagram profili arasında etkileşim yaratmaya çabalamak olarak değerlendirilebilir.

4.5.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğraf *bedensel çalışma* kavramına ve Harvey ve diğerlerinin (2014) estetik emek bağlamında *bedensel sermaye* kategorilerinden *kapasite* kategorisine gönderme yapmaktadır. Üzerindeki tişörtün askılı olması kol ve omuz kaslarının görünür olmasını sağlamaktadır. KA5, sağ koluyla egzersiz yapmakta olduğu, sol kolu ise bedenini desteklemek için barbell curl makinesine dayanıyor olduğu için her iki kolunun kasları belirgin bir şekilde görölmektedir. Arkada herhangi bir şey olmaması ve KA5'in kadrajın büyük bölümünü kaplaması, fotoğraf altındaki yazının yaptığı egzersizden bağımsız olması; KA5'in fotoğrafı *bedensel sermayesini* göstermek amacıyla paylaştığına dair *izlenim yaymaktadır*. Fotoğrafın filtre ile düzenlenmiş olması ise *bedensel sermayesini* sunarken bunu en estetik biçimde yapma kaygısı taşıdığını göstermektedir. Giyim nasıl ki bedenın sunumunu etkileyen *kişisel vitrinin* bir parçasıysa; filtrenin de Instagram'da bedenın sunumunu etkileyen bir unsur olduğu ileri sürülebilir. Hatta Harvey ve diğerlerinin (2014) *süsleme* kategorisi içinde değerlendirilebilir.

4.5.4. Kişisel fotoğraf

4.5.4.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf ormanlık bir alanda çekilmiştir. Arkada göl ve dağlar görünmektedir. KA5, gölün kenarındaki kütük bir bankın üzerinde bir bacağını uzatıp diğerini ise kıvırarak oturmaktadır. Sağ elini banka dayamış, sol eli ise dizinin üzerindedir. Üstü ıplak, altında ise beyaz şeritli siyah bir şort vardır. Ayağında ise beyaz tabanlı, turuncu

bağcıklı koyu yeşil bir ayakkabı vardır. Fotoğrafta poz vermiştir ancak objektife bakmamaktadır.

4.5.4.2 Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.27. KA5, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Yeşil elmanın faydaları” söylemi KA5’in antrenörlük kimliğini beslenme bilgisi aracılığı ile inşa etmesi ile ilişkilendirilebilir. KA5 burada fotoğraftaki fiziğin doğru beslenme sonucu ortaya çıktığını *ima etmektedir*. 2 ile numaralandırması ise daha önceden aynı söylem ile farklı bir fotoğraf paylaşmış olması ile ilişkilendirilebilir.

Kullandığı etiketlere bakıldığında estetiğin İngilizcesi olan aesthetics etiketi dikkat çekicidir. Bu etiketten KA5’in kendi bedenini estetik bulduğu ve Instagram’da bedenini estetik bir gösterge olarak sunmaktan hoşlandığı anlaşılmaktadır.

Etiketler ile ilgili bir diğer dikkat çekici nokta ise nike ve basketbol etiketidir. Sponsorluk almamış olmasına rağmen Nike markasının etiketini kullanmış olması, KA5’in kendini bedenini *süslediği kişisel vitrin* parçalarına modellik yapabilecek *bedensel sermayeye* sahip şekilde konumlandığını göstermektedir. Aynı şekilde fotoğrafta basketbol ile ilgili bir set ya da *dekoratif* unsur olarak değerlendirilebilecek tek şey ayağındaki ayakkabının *Nike*’in basketbol için geliştirdiği *Air* serisinden olmasıdır. Buradan KA5’in kendini spor markalarına modellik yapan kişilerle özdeşleştirdiği ve *kişisel vitrinini süslemeye* önem verdiği düşünülebilir.

4.5.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle *setin*; ormanlık bir alan olması, arkada plaj ya da suya girmek için herhangi bir alan görünmemesi, havanın güneşli olmaması gibi özelliklerine bakıldığında çıplak bir *kişisel vitrine* uygun olmadığı görülmektedir. Bu nedenle *setin* uygun olmamasına rağmen KA5'in üst bedenini çıplak olması, KA5'in fotoğraf çekilmek için soyunmuş olduğuna dair *izlenim yaymaktadır*.

Verdiği poz itibariyle omuz, kol, göğüs, karın ve bacak kaslarının hepsi görünmektedir. *Sabit kişisel vitrini* yani bedeni ortalama genişlikte ve oldukça kaslıdır. Çok geniş ve kas kütesinin çok yoğun olmaması nedeni ile KA5'in bedeni atletik ve çevik görünmektedir. Beden Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013: 545) tablosundaki *görsel cezbedicilik* altındaki *kaslı* ve *çekici beden* kategorilerinde değerlendirilebilir.

Bir diğer dikkat çekici nokta ise *kişisel vitrinini süsleme* biçimidir. KA5 görünüş itibariyle sportif bir *izlenim veren sabit kişisel vitrinini*, şort ve spor ayakkabı gibi sportif *izlenim veren hareketli kişisel vitrin* öğeleri ile desteklemiştir. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte değerlendirildiğinde, KA5'in *set* ve *hareketli kişisel vitrinini*; *sabit kişisel vitrinini* daha estetik bir şekilde sunabilmek için kurguladığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda KA5'in *somutlaşmış kültürel sermayesi* ya da *sabit kişisel vitrinine* hayranlık duyduğu ve sosyal medyadaki performanslarında bedenini görünür kılmaktan hoşlandığı söylenebilir. Poz verirken objektife bakmaması da, fotoğrafta bedenine öncelik veriyor olması ile ilişkilendirilebilir.

4.5.5. Strateji fotoğrafı

4.5.5.1. Düz anlamsal açıklama

Görsel yemek fotoğrafıdır. Fotoğrafta KA5'in elinde tuttuğu düz siyah bir tabak ve tabağın içinde kek benzeri bir yiyecek vardır. Kekin üzerine pudra şekeri, çikolata ve fındık kırıntıları tarzından bir şeyler serpilmiştir. KA5'in sadece sağ el bileği ve başparmağı ve alttan ayak bilekleri görünmektedir. Fotoğrafta filtre kullanılmıştır.

4.5.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.28. KA5, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA5 antrenörlük kimliğini beslenme konusunda bilgi verme yoluyla inşa etmektedir. Takipçilerine hazırlamayı düşündüğü e-kitap ile ilgili tavsiye alma yoluyla, beslenme konusunda kitap yazacak kadar bilgili olduğunu ima etmektedir. Aynı zamanda kitap hakkında bilgi vererek kitabının reklamını da yapmaktadır. Protein, karbonhidrat, yağ, lif ve kalori değerlerini vereceğini söyleyerek bilimsel bir izlenim vermeye çalışmıştır. Sporcu yemek tarifleri ile ilgili kitap yazmak hem kültürel sermayenin bedensel sermayeye hem bedensel sermayenin kültürel sermayeye hem de ikisinin ekonomik sermayeye dönüştürme çabası olarak değerlendirilebilir.

Kullandığı etiketler ise beslenme ile ilgili olduğu için paylaşım ile uyumlu olarak değerlendirilebilir.

4.5.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Tabağın ve kekin üzerindeki çikolata ve fındık parçacığı benzeri şeylerle süslenmiş olması, tabağın fotoğraf çekmek için özel olarak hazırlandığına dair *izlenim yaymaktadır*. Fotoğrafın filtre ile düzenlenmiş olması ise tabağın sunumu kadar fotoğrafın sunumu için de uğraşıldığını göstermektedir. KA5’in yemek tarifleri konusundaki bilgisi onun *kültürel sermayesi* olarak değerlendirilebilir. Kendini göstermeden kadrajda sadece yiyeceğe yer vermesi ise *dekoratif unsur* aracılığı ile performans sergilediği şeklinde düşünölebilir. Bu bağlamda KA5’in *kültürel sermayesini* yiyecek aracılığı ile göstergeye dönüştürdüğü ve fitness alanında bu göstergeyle ilgili yani *kültürel sermayesi* ile antrenör kimliğini inşa ettiği söylenebilir.

4.5.6. KA5 Genel değerlendirme

KA5’in biyografisinde yer verdiği “Sağlıklı&Fit bir yaşam tarzı sıkıcı olmak zorunda değildir” söyleminden *bedensel çalışmanın zihinsel boyutundaki* kendini adama ve mücadele gibi durumlardan hoşlanmadığı anlaşılmaktadır. Ancak bütün fotoğraflarında görönen bedenini estetik biçimde sunma kaygısından bedensel sermayeye önem verdiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle kendini adama, azim, disiplin ve çalışmanın *doxaları* oluşturduğu fitness alanında KA5’in bu *doxaları* daha konforlu bir şekilde yerine getirebilme vaadi ile antrenör kimliğini ‘lezzetli’ yemek tarifleri ile inşa ettiği söylenebilir.

Biyografisinde uzaktan eğitim verdiğini belirtmesi ve yemek tariflerini içeren bir e-kitap yazmayı planlaması; *Nesneleşmiş kültürel sermayesini* temsil eden yemek yapabilme yeteneğini ve yüksek *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* dönüştürme girişimi olarak değerlendirilebilir.

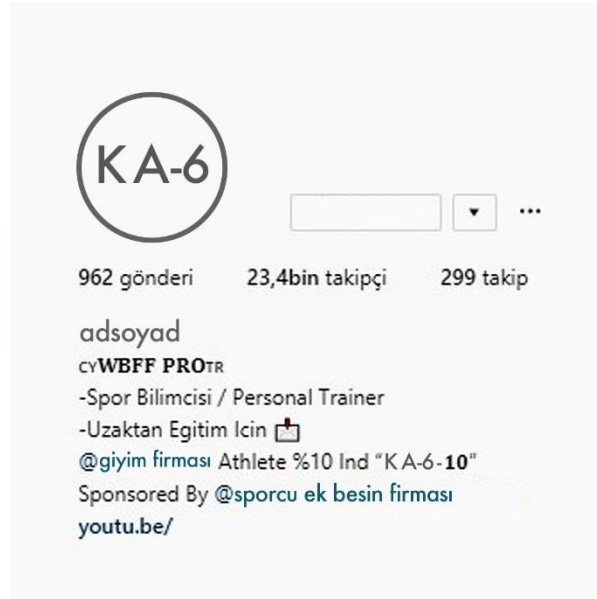
KA5 ile ilgili bir diğer dikkat çekici nokta ise fotoğraflarındaki kadrajları set, *dekor*, *kişisel vitrin* ögelerini estetik biçimde sunma kaygısıdır. KA5 sunuma o kadar önem vermektedir ki, fotoğraflarda içinde bulunduğu set ve *faaliyetin* ne olduğuna dair *izlenim* verecek ya da *yayacak* göstergelere ulaşılamamaktadır. Strateji fotoğrafı dışındaki bütün fotoğraflarda estetik bir beden ve onu daha estetik gösterecek destekleyici unsurlar vardır. Hiçbir fotoğrafında objektife bakmaması da bedenini kendinden daha öne çıkarma girişimi olarak değerlendirilebilir. Bütün fotoğraflarında filtre kullanması da taşıdığı

estetik kaygının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle KA5'in profilinden *ekonomik, kültürel* ve *sosyal sermayesine* dair çıkarımda bulunulabilecek göstergelere ulaşılamamaktadır. Bu bağlamda KA5'in kendini ve Instagram profilini estetik bir göstergeye dönüştürdüğü söylenebilir. Kendini estetik göstergeye dönüştürmesi ise narsistik eğilimler taşıdığı ile ilişkilendirilebilir.

Not: KA5'in 344 paylaşımı arasında başkası ile birlikte yer aldığı bir fotoğraf ve öncesi sonrası kategorisinde değerlendirilebileceği bir fotoğraf bulunmamaktadır. Bu durum profilinde *ekonomik, sosyal* ve *kültürel sermayesine* ait göstergeleri kısıtlı tutması ile ilişkilendirilebilir.

4.6. Kişisel antrenör 6

4.6.1. Profil biyografisi



Görsel 4.29. KA6, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

WBFF, World Beauty Fitness & Fashion Fedaration'ın kısaltmasıdır. Bu federasyon düzenlediği yarışma Avrupa'nın büyük vücut geliştirme yarışmasıdır. Bu yarışmada başarı elde edenler kazandıkları Pro kartı (Profesyonel) ile uluslararası arenada vücut geliştirme konusunda başarılı olduklarını belgelendirmiş olmaktadır. KA6'nın WBFF Pro Fitness Model'i biyografisinde vurgulamak için kalın bir şekilde yazdığı

söylenebilir; bu vurguyla fitness alanında uluslararası boyutta bir yeterliliği olduğunu vurgulamak istediği söylenebilir. Aynı zamanda bu vurgu, KA1'in *bedensel sermayesi* aracılığı ile *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* yükselttiği ve bunu gösterme isteği şeklinde de yorumlanabilir. Önündeki cy Kıbrıs'ın kısaltılması sondaki tr ise Türkiye'nin kısaltmasıdır.

Spor bilimcisi şeklinde bir ibare kullanması ise bu alanda kültürel sermayesi olduğunu ima etmektedir. Ancak spor bilimcisi kavramı fazla geniş bir kavramdır; bu alanda herhangi bir bilimsel çalışma mı yaptığı, beden eğitimi öğretmeni mi ne olduğu ya da kişisel antrenörlük ile ilgili aldığı eğitime gönderme yaparak mı kendini böyle tanımladığı anlaşılmamaktadır. Katıldığı yarışmayı spesifik bir şekilde belirtmesine karşın spor bilimcisi şeklinde genel bir ifade kullanması *stratejik belirsizlik* yarattığına dair *izlenim yaymaktadır*.

Personal trainer olduğunu belirtip hemen altında uzaktan eğitim için mail adresi koyması ise bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürme girişimi olarak değerlendirilebilir.

Giyim markası ve ek besin takviyesi firmasından sponsorluk alması da benzer şekilde bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirdiği şeklinde yorumlanabilir. Buna ek olarak bedenini sunduğu kişisel profilinden markaların sayfasına link aracılığı ile yönlendirme yapması; bu kişisel vitrin, bu marka besin takviyesi ile inşa edildi ve bu markanın ürünleri ile süslendi, siz de böyle bir kişisel vitrine sahip olmak istiyorsanız, yazan linkler aracılığı ile erişebilirsiniz anlamına gelmektedir. Bu bağlamda KA6'nın Instagram profilini, kendini ve bedenini göstergeye dönüştürdüğü söylenebilir.

En altta verdiği Youtube linki ise KA6'nın Instagram'ın sahne olarak istediği performansı sergilemek açısından yeterli bulmadığını, benliğini daha geniş bir ağda sunduğu, Instagram'ı bu sunumun bir parçası olarak kullandığını göstermektedir.

4.6.2. Profil fotoğrafı

4.6.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA6 beyaz tenli, koyu kumral saçlı ve otuzlu yaşların başında görünmektedir. Arka fonda ağaçlar ve binalar görünmektedir. Şehrin içindeki bir park ya da bahçede olduğu

söylenebilir. Yan durup bedenini öne çevirerek poz vermiştir. Göğüs, karın, omuz, boyun ve kol kasları belirgin şekilde görünmektedir. Kas kütlelerinin fazla olması nedeni ile biraz geniş bir bedene sahip olduğu söylenebilir. Sol el bileğinin üzerinden kol dirseğine kadar olan alanda Marilyn Monroe dövmesi ve kol saati vardır. Sağ kolunda ise bileklik benzeri bir şey olduğu görülmektedir. Kadraj belinden kesildiği için alt bölgesi görünmemektedir. Arka plan bulanıklaştırıldığı için KA6 fotoğrafta ön plana çıkmıştır.

4.6.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle profil fotoğrafının kişinin profili ziyaret edildiğinde görünen ilk fotoğraf olması nedeni ile KA6'nın üstsüz olduğu bir fotoğrafı profil fotoğrafı olarak seçmesinden sosyal medyada benliğini ve kimliğini bedensel sermayesi üzerinden tanımladığı şeklinde yorumlanabilir. Arka planın bulanıklaştırılarak bedeninin ön plana çıkarılması da aynı durumun göstergesi olarak değerlendirilebilir.

El bileğinden dirseğine kadar bir dövmesinin olması, bedenini ile ilgilenmekten ve onu süslemekten zevk aldığının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu dövmenin Marilyn Monroe olması ise popüler kültürden hoşlandığı şeklinde yorumlanabilir. Omuzlarının genişliği, kas kütlelerinin fazla olması gibi unsurlar KA6'nın bedeni ile estetik kaygının ötesinde bir düzeyde ilgilendiğine dair *izlenim yaymaktadır*.

4.6.3. Antrenman fotoğrafı

4.6.3.1. Düz anlamsal açıklama

Kare art arda çekilmiş iki fotoğrafın kolajlanması ile oluşturulmuştur. Fotoğraflardaki mekân spor salonudur. Arkada yeşil ve siyah ekose ile desenli bir kap ile örtülmüş bir kalorifer peteği vardır. Peteğin önünde yerde birtakım spor aletleri dağınık bir şekilde durmaktadır. Görünen diğer duvarda ise boydan cam vardır. Dışarıda park etmiş arabalar bulunmaktadır ve güneş ışığından fotoğrafların öğle saatlerinde çekildiği anlaşılmaktadır KA6 her iki karede de barfiks aletine asılmaktadır. Fotoğraflar arasındaki tek fark soldaki ilk karede ayak uçları yere değmektedir, diğerinde ise tamamen havada asılıdır. Üzerinde siyah bir tişört altındaysa siyaha kaçan lacivert bir şort vardır. Sol bacağına dizinden ayak bileğine kadar inen bir dövme vardır. Ayağında ise beyaz spor

ayakkabı vardır ve çorapsız bir şekilde giymiştir. KA6 tişörtünü ağzı ile ısırarak karın bölgesini açmakta ve objektife bakmadan poz vermektedir. Göğüs, karın ve adonis kasları belirgin şekilde görünmektedir.

4.6.3.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.30. KA6, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA6 burada antrenmanların karın kaslarını çıkarmayacağını söyleyerek *bedensel çalışmanın fiziksel boyutunu* ve Harvey ve diğerlerinin *bedensel sermaye kategorilerinden egzersiz boyutunun* önemini küçültmüş, diyet ve kardiyoyu *dramatize* etmiştir. Arkasından KA6'ya sponsor olan sporcu ek besin firmasından bahsetmesi; KA6'nın sponsor olduğu firmanın reklamını yapmak için antrenmanları önemsizleştirerek diyet programını ön plana çıkardığına dair *izlenim yaymaktadır*.

Kullandığı etiketler arasında WBFFPro, WBFF, Fitnessmodel, MrOlympiaa, IFBB, MensPhsyique gibi fitness ve vücut geliştirme ile ilgili yarışmaların, organizasyonların ve dergilerin etiketlerini kullanması, bu içerikle yarışmaya girecek kişiler ile etkileşime girmek istediğini göstermektedir. Türk ve Türkiye etiketlerinin ise sadece etkileşimi yükseltmek için kullanılan etiketler olduğu söylenebilir. Diğerlerinin ise görseli temsil eden fitness ile ilgili etiketler olduğu söylenebilir. Bu bağlam KA6'nın etiket kullanımının etkileşimi yükseltme amacına dönük olduğu ve başarılı bir şekilde kullandığı söylenebilir.

4.6.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

Soldaki ilk fotoğrafta KA6 parmak uçları ile yere basıyor olduğu için bacak kasları net bir şekilde görünmektedir. İkinci fotoğrafta ise havada olduğu ve bu nedenle vücut ağırlığını kolları taşıdığı için kol kasları net bir şekilde görünmektedir. Diğer her şeyin aynı olması KA6'nın aynı anda hem kol hem de bacak kaslarını göstermek için böyle bir kolaj oluşturduğuna dair *izlenim yaymaktadır*. *Set, dekor ve kişisel vitrin* ile ilgili göstergeler sportif *izlenim vermek ve yaymak* için uygundur. Kalorifer peteğinin giydirme ile kapatılması ve boydan cam kullanılması ise spor salonunun orta veya orta üst gelir düzeyine hitap ettiğinin göstergesi olarak alınabilir. Dişleri ile tişörtünü açması ise *bedensel sermayesini* sunma isteğinin göstergesi olarak görülebilir. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte düşünıldüğünde karın kaslarının belirginliğini *geçerli mutabakat* oluşturmak için gösterge olarak kullandığı söylenebilir. KA6'nın paylaşımın altında sponsorluk aldığı firmayı etiketlediğı de düşünıldüğünde; KA6'nın fitness alanında *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirebilmek için *geçerli mutabakatı* yaratmaya çalıştığı söylenebilir. Bu durum aynı zamanda kaslı bedene erişmiş bir antrenör olarak KA6'nın kas yapabilme konusundaki bilgisini *stratejik sıra* dönüştürmesine örnek olarak da verilebilir.

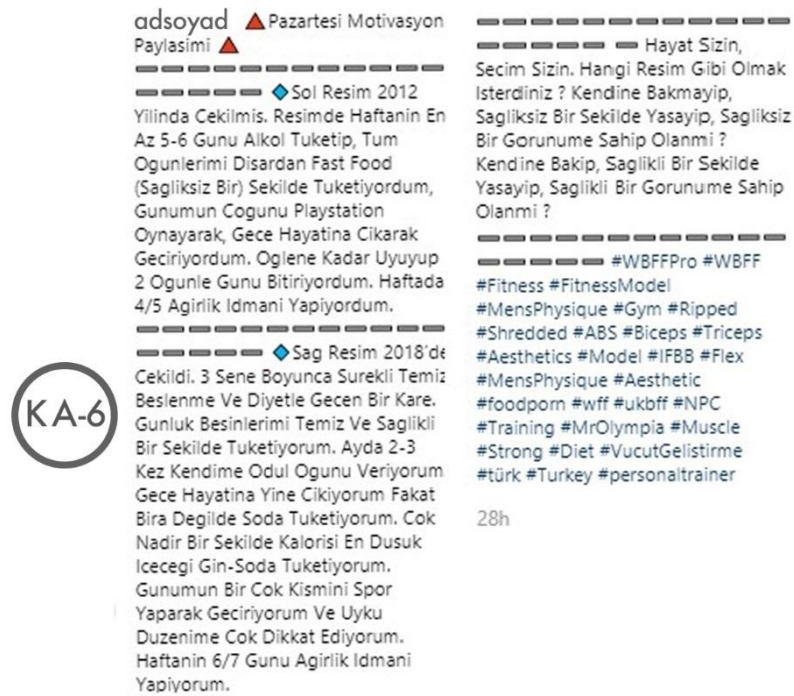
4.6.4. Öncesi sonrası fotoğrafı

4.6.4.1. Düz anlamsal açıklama

Kare iki farklı fotoğrafın kolajlanması ile oluşturulmuştur. Soldaki ilk karenin üzerinde 2012, sağdaki karede ise 2018 yazmaktadır. 2012 yazan karede KA6 ev olduğu anlaşılan bir mekânda, duvarın önünde bilgisayarın arkasında oturmaktadır. Saçları kısa ve doğal, hafif kirli sakallıdır ve kulağında küpe vardır. Uzun kollu, ince, düz bir kazak giymektedir ve kollarını dirseğe kadar kıvrımıştır. Kadraj bel bölgesinden kesilmiştir. Sağ bileğinde bileklik, bilekliğin üzerindeki bölgede ise 5-6cm uzunluğunda bir dövme vardır. Dövmede ne yazdığı anlaşılmamaktadır. Önünde bilgisayar monitörünün ucu, klavye ve küllük görünmektedir. KA6 elinde tuttuğu bir şişesini havaya kaldırarak ve ağızından sigara dumanı üfleyerek poz vermektedir. Kadraja hafif baygın gözlerle bakmaktadır.

Diğer fotoğraf ise kafe, bar benzeri bir dış mekândadır. Kadraj yine bel bölgesinden kesilmiştir. Saçları jöle ya da sprey benzeri bir sabitleyiciyle yapılıdır. KA6'nın kirli ve top sakalı vardır ve kadrāja bakarak gülümsemektedir. Boyununda göğsüne inen gümüş ya da metal bir kolye vardır. Siyah kısa kollu bir tişört giymektedir. Sağ omzunda mor ojeli bir el vardır ve uzun, dalgalı bir saç kadrājın ucundan kareye girmiştir. Sağ elini kahverengi bir masanın üzerine dayamaktadır. Kadraj masa nedeni ile belden kesilmiştir. KA6'nın önünde içinde limon olduğu belli olan bir kokteyl bulunmaktadır. KA6 sağ kolunu masanın üzerine koyarak poz vermiştir. Sol kolu ise kadrājın dışında kalmıştır. Kolu oldukça kalın ve kaslı görünmektedir ve el bileğinin üzerinde dövme bulunmaktadır.

4.6.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.31. KA6, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Cekilmis. Resimde Haftanın En Az 5-6 Gunu Alkol Tuketip, Tum Ogunlerimi Disardan Fast Food (Saglıksız Bir) Sekilde Tuketiyordum, Gunumun Cogunu Playstation Oynayarak, Gece Hayatina Cikarak Geciriyordum. Oglene Kadar Uyuyup 2 Ogunle Gunu

Bitiriyordum.” Söylemindeki alkol tüketimi, oyun bağımlılığı, gece hayatı, uyku düzensizliği, iki öğünle beslenme; sağlıklı bir yaşama dair göstergeler olarak kullanılmıştır.

“3 Sene Boyunca Surekli Temiz Beslenme Ve Diyetle Gecen Bir Kare. Gunluk Besinlerimi Temiz Ve Saglikli Bir Sekilde Tuketiyorum, Bira Degilde Soda Tuketiyorum Gunumun Bir Cok Kismini Spor Yapararak Geciriyorum Ve Uyku Duzenime Cok Dikkat Ediyorum.” Söylemlerindeki ise sağlıklı beslenme, egzersiz yapma, düzenli uyku gibi unsurlarla sağlıklı yaşamı göstergelere çevirmiştir.

Hepsini bir arada ve birbirinin tersi şeklinde kullanması ise yaşadığı dönüşümü daha dramatik bir şekilde sunma amacı taşıdığı söylenebilir. “Hayat Sizin, Secim Sizin. Hangi Resim Gibi Olmak Isterdiniz ? Kendine Bakmayip, Sagliksiz Bir Sekilde Yasayip, Sagliksiz Bir Gorunume Sahip Olanmi ? Kendine Bakip, Saglikli Bir Sekilde Yasayip, Saglikli Bir Gorunume Sahip Olanmi ?” söyleminin ise bu dramatik etkiyi daha da yükseltmek ve vurgulamak için kullanıldığı söylenebilir.

Anlatımının bozukluğu, kelime hataları, soru ekini ayırmayışı, yanlış büyük harf kullanımı gibi durumlar ise KA6’nın kültürel sermayesinin düşüklüğünün göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

Sabit olarak aynı etiketleri kullandığı için KA6’nın etiket kullanımı ile ilgili antrenman fotoğrafı, fotoğraf altı yazısına bakılabilir.

4.6.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

KA6’nın iki fotoğraf arasındaki farkı belirginleştirebilmek için ev ve kafe/bar *setini* seçmiş olduğu söylenebilir. Ev setinde insanlar *hareketli kişisel vitrinlerini* en rahat edecekleri şekilde *dekore ederler*. Buna karşın dışarı çıkarken ise *hareketli kişisel vitrinlerini* güzel ve bakımlı görünecek şekilde ayarlarlar. Evde çekilen ilk fotoğrafta KA6’nın saçları yapılı değildir ve üzerinde sıradan bir kazak vardır; buna karşın ikinci karede ise saçlar yapılı, üzerinde kaslarını gösteren bir tişört vardır.

İlk fotoğrafın KA6’nın objektife bakıyor olmasına rağmen, ağzındaki dumanı üflerken çekilmesinden, elindeki şişenin duruşundan ve gözlerinin kısıklığından fotoğrafı çekenin KA6’ya toparlanması için süre vermediği anlaşılmaktadır; ikinci karede ise

gözlerin direkt objektife bakıyor oluşundan ve kolun sabitliğinden çekim öncesi poz vermek için hazırlanacak bir süre bulabildiği anlaşılmaktadır.

Buna ek olarak ilk fotoğrafta; bira şişesi ve küllük gibi sağlıksız yaşama gönderme yapan *dekoratif öğeler* kullanılmış olmasına karşın, ikinci karede sağlıklı yaşama gönderme yapan limon kullanılmıştır. Son olarak ise ilk fotoğrafta bedeninin herhangi bir bölgesini göstermeye yönelik poz vermemişken ikinci fotoğrafta sağ kol kaslarını gösterecek şekilde poz vermiştir.

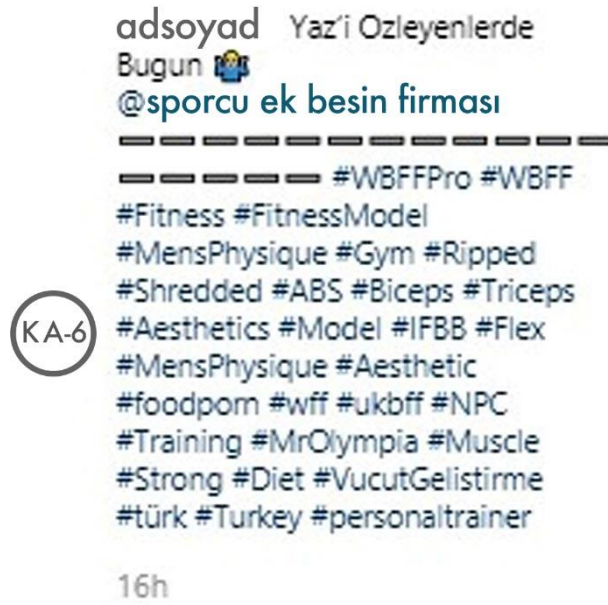
Bu bağlamda KA6'nın *set* ve *dekoratif* öğeler aracılığı ile 2012 ve 2018 yılları arasında yaşadığı dönüşümü *dramatize* ederek sunduğu ve sahip olduğu kaslı bedeni sağlıklı yaşam koşullarının sonucu/ödülü gibi görünecek şekilde bir *izlenim verdiği* söylenebilir.

4.6.5. Kişisel fotoğraf

4.6.5.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf yüzme havuzunun önünde güneşli bir havada çekilmiştir. KA6'nın başında gri, baskılı bir şapka, üzerinde askılı bir tişört, altında yırtık, mavi bir kot şort, kot şortun üzerinde siyah bir kemer, ayağında ise beyaz bir spor ayakkabı vardır. Arkada içi dolu yüzme havuzu görünmektedir. Havuzun kenarları sarı ve kahverengi taşlarla kaplıdır. KA6 kadrajın merkezinde bütünü ile görünmektedir. KA6'nın üzerinde bulunduğu zemin ise yeşil karolarla kaplıdır fakat iki karo havuzun kenarındaki kaplama ile aynı renkte sarıdır. Zemin çizik ve bakımsız görünmektedir. Arkada ise kirli beyaz, hafif akıntı izleri bulunan bir duvar ve üzerinde yine bakımsız görünen yeşil çit vardır. Çitlerin üzerine aralıklarla asılmış içine çiçek olan saksılar bulunmaktadır. KA6 karnına doğru bakmakta, şapka önünü kapattığı için yüzü görünmemektedir. Bacakları hafif açık ve kadrajda görünecek bir açı objektife dönüktür. Sağ kolu ile göğüs ve karın bölgesini açmakta, sol kolu ise kolundaki dövmenin ve kol kaslarının görünebileceği şekilde boşta durmaktadır.

4.6.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.32. KA6, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Yaz'ı şeklinde yazması özel bir isim olmadığında eklerin kesme işareti ile ayrılması kuralını bilmediği anlaşılmaktadır. Temel düzeyde dil kuralını kullanamayışı kültürel sermayesinin düşüklüğünün göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Yazı özleyenlerde bugün ile yaz mevsimini özlediği için bu fotoğrafı paylaştığına dair imada bulunmaktadır. Ancak fotoğraf yaz mevsiminden çok KA6'nın bedenine gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda, KA6'nın, fotoğraf altı yazısı aracılığı ile yazı özlemiş izlenimi vermesinin sahte bir performans olduğu söylenebilir. Sponsorluk aldığı firmayı etiketlemiş olması da bu izlenimi güçlendirmektedir.

Sabit olarak aynı etiketleri kullandığı için KA6'nın etiket kullanımı ile ilgili antrenman fotoğrafı, fotoğraf altı yazısına bakılabilir.

4.6.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak havuz başı kullanılmıştır. Havuzun dolu olması, güneşli hava ve kısa giysilerden oluşan hareketli kişisel vitrin, yeşil çiçekler gibi *dekoratif unsurlar* yaz mevsimine gönderme yapmaktadır. Fotoğrafta KA6'nın bütün üst bölge kaslarının

görünmesi ve yüzünün görünmemesi; KA6'nın bedenini, bir bütün olarak kendinden daha ön planda tuttuğuna dair *izlenim yaymaktadır*. Kaslı bedeni ise *bedensel sermayesinin* yüksek olduğunun göstergesidir. Bu duruma ek olarak kol ve bacağındaki dövmenin objektife dönük olması, bedenini *süslediği* öğelere de önem verdiğine dair izlenim yaymaktadır. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte düşünüldüğünde ise, KA6'nın yazı özlediğine dair *sahte bir performans* aracılığı ile bedenini göstergeye dönüştürerek, sporcu ek besin firmasının reklamını yaptığı ve *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirmeye çalıştığı söylenebilir.

4.6.6. Strateji fotoğrafı

4.6.6.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf afiş şeklindedir. KA6 güneş gözlüğü ile sağa bakmaktadır. Kirli sakallı olduğu fotoğrafta ağzında gergin, sert bir ifade vardır. Fon kahverengi taş desenlidir fakat KA6'yı ön plana çıkarmak için karartılmıştır. KA6'nın bedeni ise öne dönüktür ve sağ 45°'lik bir açıdan aydınlatılmıştır. Işık belirgin olan omuz, kol ve göğüs kaslarını daha da belirgin hale getirmiştir. Omuz, göğüs ve kol kasları hacim olarak yüksek ve fit görünmektedir. Kolunda, dirseğe kadar olan Marilyn Monroo dövmesi görünmektedir. Ancak afişin yazıları nedeni ile KA6'nın üst bedeninin çıplak olmasına rağmen afişte sadece kafası, omzu göğsü ve bileklerine kadar elleri görünmektedir.

Göğüs hizasından afişin yazıları başlamaktadır. İlk satırda sarı renkle 10 HAFTALIK, onun altında daha büyük bir şekilde beyaz renkle DEĞİŞİM, onun alt satırında yine ilk satırdaki renk ve boyutta YARISMASI yazmaktadır. Tasarımda yazının üzerine leke efekti uygulanmıştır. Altta yazılara oranla çok küçük bir şekilde KATILIM UCRETİ: 50TL yazmaktadır. Onun altında ise yuvarlak üç form bulunmaktadır. Ortadaki yuvarlakta beyazla 1.ye 1000 TL yazmakta ve altında siyah beyaz, kaslı erkek illüstrasyonu vardır. Soldaki yuvarlakta 2.ye yazmakta ve altında sporcu besin takviyesi ürünleri görünmekte, altındaysa marka ve miktarı yazmaktadır. Sağdaki yuvarlakta ise 3.ye yazmakta ve altında fıstık ezmesi görünmekte, altında ise bu ürünleri satan firmanın adı yer almaktadır.

Afişin altında ise Sarı içine siyah fontla "Sadece Katilimcılara Özel:" yazmakta, onun altında ise 10 uzaktan eğitim değişim paketi alana %30 indirim, sporcu ek besinleri

sitesinden yapılacak supplement (ek besin) ürünlerinde geçerli %20 ve sporcu yiyecekleri satan sitede geçerli %10 indirim yapılacağı bilgisi yer almaktadır.

4.6.6.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.33. KA6, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Metnin genel anlamda sıradan bir reklam metnini andırdığı; katılımcı sayısını artırmak için bedensel değişimin yanı sıra para ödülünden bahsederek müşteri sayısını artırmaya çalıştığı söylenebilir. Afişte çok küçük yazdığı için metinde katılımın ücretli olduğu tekrar vurgulanmıştır. Sponsor firmaların etiketlenmesi de KA6'nın takipçilerini sponsora yönlendirme girişimi olarak değerlendirilebilir. elmasın sert, güçlü, dayanıklı olmasının bedensel dönüşüm kavramına gönderme kavramına gönderme yapmak için kullanıldığı söylenebilir. Sponsor firmalar ile olan ilişkiler *sosyal sermaye* olarak değerlendirilebilir ve KA6'nın fitness alanındaki *sosyal sermayesini ekonomik sermayeye* dönüştürmeye çalıştığı söylenebilir.

4.6.6.3. Yan anlam değerlendirmesi

KA6 burada kendi bedenini göstergeye dönüşerek takipçilerine onların bedenlerini de kendi bedenine benzer bir şekilde şekillendirebileceğine dair imada bulunmaktadır. Işık ise KA6'nın kasları belirgin olan bedenini daha da belirginleştirmek için kullanılmıştır. Herhangi bir set ya da *dekor* kullanılmaması da benzer şekilde KA6'nın bedeninin ön plana çıkmasını sağlamıştır. *Hareketli kişisel vitrin* gesi olarak kullanılan gözlük KA6'nın daha güçlü bir izlenim yaymasını sağlamıştır. Yazı zerindeki uygulanan kirlilik efekti ise askeri ve erkeksi bir izlenim yayarak KA6'nın güçlülük imajını daha da belirgin hale getirmiştir. Katılım ücretinin afişteki tüm yazılardan daha küçük kullanılması ise ücretin önemsiz gibi algılanmasını sağlamaktadır. Alttaki dl görselleri ise arkadaki vücutla birleşerek; öyle bir vcoda sahip olmak için kullanılması gereken ürünler şeklinde algı yaratmaktadır. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte KA6'nın yarışma düzenleme performansı bir bütün olarak değerlendirildiğinde; KA6'nın *bedensel sermayesi* aracılığı ile *sosyal sermayesini* geliştirdiği, fitness alanında geliştirdiği sosyal sermayesini ise *ekonomik sermayeye* dönüştürdüğü söylenebilir. Afişte kendi bedenini reklam unsuru olarak kullanması ise kendini olması gereken ideal tip olarak gördüğünün göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.6.7. Grup fotoğrafı

4.6.7.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA6 kadrajın en solunda, yanında bir erkek, ve onun yanındaki iki kızla birlikte bir gece kulübünde bistronun önünde durmaktadır. Arkadaki ışıklardan büyük bir kulüp olduğu anlaşılmaktadır. Kadrajdaki dört kişi de yirmili yaşların ortalarında görünmektedir ve gülümseyerek, objektife bakarak poz vermiştir. KA6'nın saçları yapılıdır ve yüzünde kirli sakal vardır. Objektifin direkt karşısında durmak yerine hafif eğimli bir şekilde durmuş, sağ omzunu hafif kaldırarak kolunu ön plana çıkarmıştır. Bileğinde bileklik ve bilekliğin altında görünen bir dövme vardır. zerinde sol göğsünde arma olan, desensiz, beyaz bir tişört vardır. Tişörtün çok dar olmamasına rağmen, KA6'nın bedeni oldukça geniş ve kaslı olduğu için vücut hatlarını belirgin şekilde göstermektedir. Yanındaki erkek ise esmer ve top sakallıdır, objektife dişleri görünecek

şekilde gülümseyerek poz vermiştir. Üzerinde KA6'ya benzer şekilde düz beyaz bir tişört, boynundaysa yuvarlak formlu gümüş bir kolye vardır. Bir kolu KA6'nın sırtındadır, diğer kolu ise diğer yanındaki kadının arkasında kalmıştır. Yanındaki kadın ise KA6'nın yanındaki diğer erkeğe hafif yaslanarak poz vermiştir. Yanındaki kişi gibi dişleri görünecek şekilde gülümseyerek poz vermiştir. Saçları düz, göğsüne inen uzunlukta ve röflelidir. Boynunda bir kolye, üzerinde ise parlak deri ceket vardır. Onun yanındaki diğer kadın ise askılı, tek parça, beyaz bir elbise giymiş ve KA6 gibi sadece tebessümle gülümsemektedir. Esmer, dalgalı, uzun ve siyah saçlıdır, kulağında halka küpe vardır. Kadraj bel hizasından kesilmiştir ancak bistro önlerini kapattığı için sadece KA6 ve diğer uçtaki kadın bel hizasına kadar görünmektedir. Bistronun üzerinde bir kova, kovanın içinde çeşitli alkoller vardır. KA6'nın önünde cüzdan, diğer kadının önünde ise siyah bir çanta, telefon, sigara ve su şişesi bulunmaktadır. Fotoğrafın altında ise kulübün adı yazmaktadır. Buradan fotoğrafın kulüp tarafından çekildiği anlaşılmaktadır.

4.6.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.34. KA6, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“A Little Party Never Killed Nobody” ya da Türkçesiyle “küçük bir parti kimseyi öldürmedi” söylemi KA6'nın gece saatinde alkollü bir ortamda bulunmayı ona zarar

veren bir etkinlik olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Kimseyi öldürmedi vurgusu değerlendirildiğinde, zarar vermesine rağmen ara sıra böyle zararlı eylemleri kendine ödül olarak verebileceğini düşündüğü anlaşılmaktadır. Bu durum, KA6'nın *beden çalışması* kavramının zihinsel ve sosyal boyutunu içselleştirdiğini göstermektedir. Alkol tüketme ve uyku düzenini bozmanın bedenine zarar vereceği düşüncesiyle rahatsız olması beden çalışmasının *zihinsel boyutu*, sosyal ilişkilerini kendine minimum zarar verecek şekilde tasarlaması ise *sosyal boyutuyla* değerlendirilebilir.

İngilizce bir metin kullanması ise *kültürel sermayesinin* göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Etiketler ise fotoğraftan bağımsız olarak fitness alanı ile ilgilidir. KA6'nın fitness ile ilgili olmayan set ve performansında fitness alanı ile ilgili etiketler kullanması, sosyal medya profilini bedensel sermayesi ve antrenör kimliği merkezinde kullandığını göstermektedir.

4.6.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak *gece kulübü*, *dekor* olarak ise bistro ve alkoller kullanılmıştır. Mekânın büyüklüğü, müşterileri fotoğraflaması için özel bir fotoğrafçısının olması KA6'nın *ekonomik sermayesinin* ortalama ya da ortalama üstü olduğunu gösteren göstergeler olarak değerlendirilebilir. Yabancı erkeğin yanındaki kadınla temasından ilişkileri olduğu anlaşılmaktadır. KA6 ve diğer uçtaki kadın ise diğer ikiliden farklı olarak daha ciddi ve iddialı durmaktadır. Buradan yola çıkarak aralarında bir şeyler olduğu söylenebilecek olsa da net olarak bir şey anlaşılmamaktadır. KA6'nın *hareketli kişisel vitrinini* vücut hatları belli olacak biçimde *süslemesi* sosyal alanda da bedenini ön plana çıkarmaktan hoşlandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca poz verirken kol kasları görünecek şekilde objektife çevirmesi de bu durumu desteklemektedir. Buradan KA6'nın sosyal alanda *sosyal sermayesini* yükseltmek için *bedensel sermayesini* kullandığı söylenebilir.

4.6.8. KA6 genel değerlendirme

KA6'nın biyografisinden bedensel sermayesini kurumsallaşmış kültürel sermayesi ile desteklediği görülmektedir. Kurumsallaşmış kültürel sermayesini ise aldığı sponsorluklar aracılığı ile ekonomik sermayeye dönüştürmektedir.

Youtube kanalının olması, fotoğraflarında fitness alanı ile ilgili etiketler kullanması dijital okuryazarlığının çevrimiçi ortamda antrenörlük yapabilmek için yeterli olduğunu göstermektedir. Ancak biyografisinde kanalının değil de kanalındaki videonun linkini vermesi, sabit olarak aynı etiketleri kullanması, kişisel bir web sitesinin olmaması gibi göstergelerin; dijital okuryazarlığın çok da yüksek olmadığına gönderme yaptığı söylenebilir.

Yazım ve imla hataları, dininin akıcı olmaması, metinlerinde birçok anlatım bozukluğu olması, çevrimiçi ortamda antrenörlük yapıyor olmasına rağmen dijital okuryazarlığının düşük olması, takipçileriyle herhangi bir bilgi paylaşmaması gibi göstergelerin KA6'nın kültürel sermayesinin düşüklüğüne gönderme yaptığı söylenebilir.

Her ne kadar uzaktan eğitim verse de, KA6'nın takipçilerine verdiği bilgi ve önerilerin temel düzeyde kaldığı, o bilgilerin de genelde beslenme ile ilgili olup sponsor firmalara gönderme yaptığı görülmektedir. Buradan KA6'nın antrenörlük rolü ile çok ilgilenmediği görünmektedir.

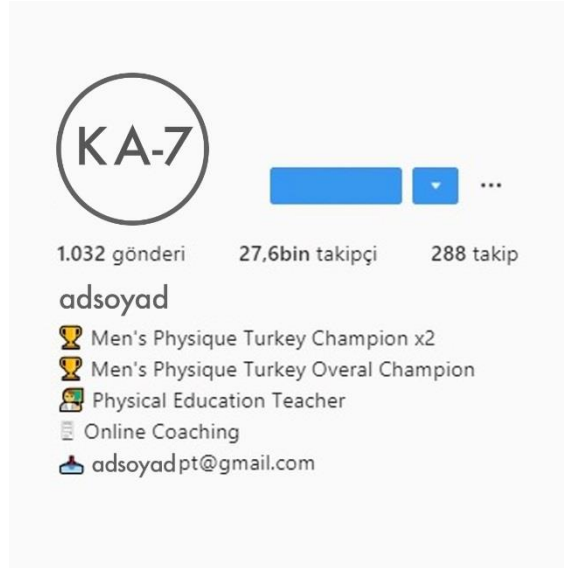
Beslenme önemlidir demesine rağmen ne tür besinlerin tüketilmesi gerektiğine dair bilgi ya da yemek tarifleri vermemesi, egzersizler ile ilgili tüyolara değinmemesi gibi kültürel sermayesinin düşük olduğuna dair izlenim yayan göstergelerin KA6'nın antrenör rolü oynamasına engel olduğu söylenebilir.

Diyet ve beslenmeyi vurgulaması ve sponsorluklarının sporcu ürünleri ve ek besinleri ile ilgili olması, alakasız fotoğraflarının altında sponsor firmalara değinmesi, onlar aracılığı ile yarışmalar düzenlemesi KA6'nın bedensel sermayesini antrenörlük yerine sponsorlukları aracılığı ile ekonomik sermayeye çevirdiğini gösteren göstergeler olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda KA6'nın kültürel sermayesinin bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirmesini engellediği; bu yüzden de KA6'nın, bedensel sermayesini sosyal sermayeye çevirdikten sonra, bu sosyal sermayeyi de ekonomik sermayeye çeviren bir strateji izlediği savunulabilir.

4.7. Kişisel antrenör 7

4.7.1. Profil Biyografisi



Görsel 4.35. KA7, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

İsmini büyük harflerle ve harfler arasında boşluk bırakarak yazması KA7'nin özgüvenin yüksekliğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Altta aldığı iki dereceden bahsetmesi ise bedensel sermaye alanındaki kurumsallaşmış kültürel sermayesini gösterme isteği olarak değerlendirilebilir. Derecelerinin başına koyduğu kupa ikonunun da başarılarına vurgu amacı taşıdığından bahsedilebilir. Beden eğitimi öğretmeni olduğundan bahsetmesi de mesleğinin de fitness alanı ile ilgili olduğunu gösterme amacının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Yine yeşil tahta önündeki öğretmen ikonuyla biyografisinde belirttiği durumu vurgulamıştır. Kurumsallaşmış kültürel sermayelerini sıraladıktan sonra ise çevrimiçi eğitim verdiğini belirtmiştir. Aslında yukarıdaki göstergelerin çevrimiçi eğitim konusunda başarılı olabileceğini meşrulaştırmak için için kullanıldığı söylenebilir. En altta ise mailini vererek çevrimiçi müşterilerin ona ulaşabileceği bir kanal sunmuştur.

Biyografisini İngilizce yazması, KA7'nin Instagram profilinde kendini uluslararası bir kitleye sunmak istediğinin ve kültürel sermayesinin yüksek olabileceğine dair bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Ancak kişisel web sitesinin olmayışı (ya da bunu profilinde belirtmemiş olması) dijital okuryazarlığının çok yüksek olmadığına ya da dijital alanda kendini temsil etmeye çok önem vermediğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.7.2. Profil fotoğrafı

4.7.2.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA7'nin sahnede olduğu bir fotoğraftır. Sağ ve solunda takım elbiseli ve kravatlı iki erkek vardır. Soldaki adamın ceketinin ön düğmesi açık ve kravatı kırmızıdır, sağdaki adamın ise ön düğmesi ilikli ve kravatı lacivettir. İkisi de ortalarındaki KA7'ye bakmaktadır. KA7 bacakları açık ve muhtemelen sadece iç çamaşırı ile elleriyle üzerinde Atatürk fotoğrafı olan bir Türk Bayrağı tutmaktadır. Bayrak üst göğsünden dizlerine kadar olanı kapatmaktadır. Yerde KA7'nin önünde muhtemelen bir başarı ya da derece aldığını belirten bir yazı vardır fakat görsel çok küçük olduğu için üzerinde ne yazdığı okunmamaktadır. Durdukları alan ise bir sahnedir. Arkada bir ekran ekrana beyaz bir short ve kaslı bir adamın göğüs ve bacakları görünmektedir. Kaslı bedenin yanında yine iki takım elbiseli adam ve yanlarında da Atatürklü Türk Bayrağı vardır. Buradan muhtemelen aynı etkinliğin başka bir karesi olduğu anlaşılmaktadır. Ekranın altında ise siyah üzerine beyaz ile yazı yazan bir pankart vardır. Yazıdaki sadece milli kelimesi görünmektedir. Profil fotoğrafı olarak geniş bir kadraj seçildiği için KA7'nin yüz ve beden özellikleri tam olarak seçilememektedir.

4.7.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

KA7'nin profil fotoğrafının biyografide yazanları destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Set olarak bir yarışma ya da ödül töreni kullanılmıştır. Setin dekorlarını oluşturan arkadaki ekran, platform ve KA7'nin elindeki Türk Bayrağı törenin göstergeleri olarak değerlendirilebilir. KA7'nin çıplak, diğer iki kişinin takım elbiseli olması törenin beden ile ilgili bir konuda olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Elinde bayrak tutuyor olması, önünde yazılı bir kâğıdın duruyor olması ise KA7'nin bu törende ya da yarışmada başarılı olduğuna dair göstergeler olarak değerlendirilebilir.

Profil fotoğrafında kadrajda kendi görünecek şekilde daraltmaması, sahne ve dekorların da görünmesini istediği şeklinde yorumlanabilir. Profil fotoğrafının, kişinin sayfasına girdiğinde ilk görülen görsel olduğu düşünüldüğünde, KA7'nin benliğini beden

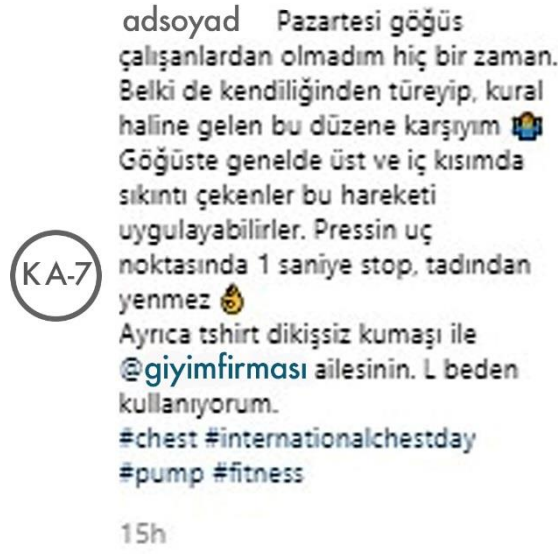
alanındaki kurumsallaşmış kültürel sermayesi ile sunmak istediğini göstermektedir. Biyografisindeki göstergeler de bu durumu destekler niteliktedir.

4.7.3. Antrenman fotoğrafı

4.7.3.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA7 pec fly* aletinde kol ve göğsünü çalıştıran bir antrenman yapmaktadır. KA7'nin kullandığı ve arkadaki diğer aletlerden mekânın spor salonu olduğu anlaşılmaktadır. Ancak kadraj KA7 ve onun kullandığı pec fly aleti ile sınırlandırdığı için mekâna dair diğer unsurlar tam görünmemektedir. Alet siyah ve gri renktedir. KA7 sağ eli ile aleti tutmaktadır ve bileğinde turkuaz rengi bir bileklik vardır. Sağ kolundaki kaslardan ve göğsünden o an egzersiz yaptığı anlaşılmaktadır. KA7'nin saçları yapılıdır, kulağında küpe, yüzünde kirli sakal vardır. Üzerinde kırık beyaz, omuz ve göğüs bölgesi nokta dokulu, vücut hatlarını gösterecek darlıkta bir tişört vardır. Sol kolunun üzerinde olimpiyat halkalarının dövmesi vardır. KA7 yan profilden, kadrajın sağ yarısında, yaptığı egzersize odaklanmış şekilde gözleri yerde, objektife bakmadan poz vermiştir; kadrajın diğer yarısında ise pec fly aleti görünmektedir.

4.7.3.2. Fotoğraf Altı Yazısı



Görsel 4.36. KA7, antrenman fotoğrafı altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Pazartesi göğüs çalışanlardan olmadım hiç bir zaman. Belki de kendiliğinden türeyip, kural haline gelen bu düzene karşıyım” söylemi ile KA7’nin antrenörlük *rolünü* göstermek için genel geçer bilinen bir şeyin mecburi olmadığını vurguladığı söylenebilir. Elleri havada erkek ikonunun ise neden böyle olduğunu anlamadığını vurgulamak için kullandığı söylenebilir.

“Göğüste genelde üst ve iç kısımda sıkıntı çekenler bu hareketi uygulayabilirler. Pressin* uç noktasında 1 saniye stop, tadından yenmez” ise yine antrenörlük *rolünü* oynayarak takipçilerine bilgi veren bir *performans* sergilediği söylenebilir.

“Ayrıca tshirt dikişsiz kumaşı ile @-giyim markası- ailesinin.” şeklinde tişörtün markasını vermesi ve markanın yerel, ufak bir giyim markası olması; KA7’nin sponsorluk aldığına ya da fitness alanında iş birliği oluşturduğu takım arkadaşlarına destek olduğuna dair *izlenim yaymaktadır*. Bu durum eğer sponsorluk aldıysa *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirdiğine, eğer destek amacı ile yaptıysa *sosyal sermayeye* çevirdiğini göstermektedir.

4.7.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta *set* olarak spor salonu, *dekorasyon* olarak da spor aletleri kullanılmıştır. Yerdeki bakışları ve yüzündeki ciddi ifadeden KA7'nin yaptığı egzersize konsantre olduğu anlaşılmaktadır. Kolunun objektiften bütünüyle görünüyör olmasından KA7'nin kolunu gösterebilmek için pozisyonda poz verdiği anlaşılmaktadır. Bir nevi geniş kolu aracılığı ile egzersiz konusundaki uzmanlığını meşrulaştırmaktadır. Burada KA7'nin *kişisel vitrinini* ile *rolünü* pekiştirdiği söylenebilir.

Kolundaki dövmenin olimpiyat halkaları olmasından ise kimliğini kişisel antrenör ya da beden eğitimi öğretmeni olmak üzerinden aracılığı *bedensel sermayesi* ile inşa ettiği anlaşılmaktadır. Ayrıca dövme yaptırmış olması KA7'nin bedenini *süslemeye* önem verdiği de anlaşılmaktadır.

KA7'nin ifadesi, bedeni ve metnin altına yazdığı ileti birleştiğinde, KA7'nin *ifadesel bütünlük* yaratarak antrenörlük *rolü* oynadığı düşünölebilir. Genel geçer birçok antrenörün kullandığı yöntemin kritik bir önemi olmadığını öne sürmesi ise kendini fitness *alanındaki* diğer antrenörlerden ayırarak *yıldıza* dönüşmek için sergilediği bir performans olarak değerlendirilebilir.

4.7.4. Öncesi sonrası fotoğrafı

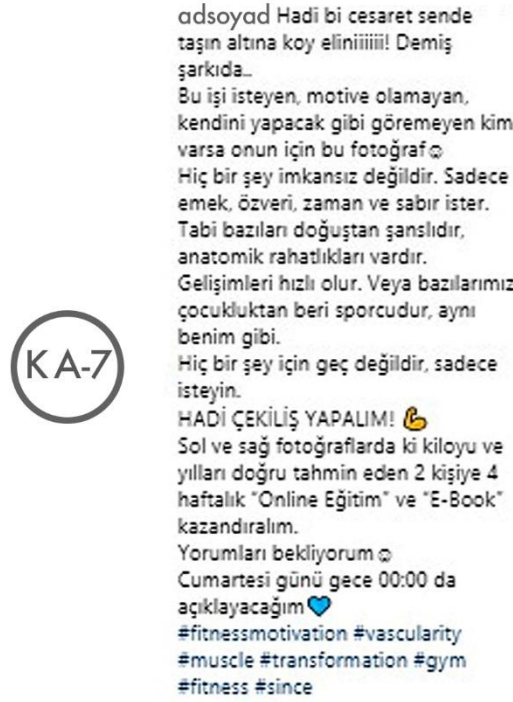
4.7.4.1. Düz anlamsal açıklama

Kadraj iki fotoğrafın kolajlanması ile oluşturulmuştur. Solda eski, sağda ise yeni hali vardır. İlk fotoğrafta 17-18 yaşlarında görünmektedir. Spor salonunda bir aletin üzerinde otururken çekilmiştir ancak alet tam olarak görünmemektedir. Üzerinde mürdüm rengi askılı atelet, altındaysa mavi bir şort vardır. Fotoğraf hafıf eğimli bir açıdan KA7 karşıya bakarken çekilmiştir ve kadrajın hemen hemen tamamını kaplamaktadır. Kadrajda çok fazla yer kapladığı ve üzerinde askılı alet olduğu için yüzü dışında sadece kolları görünmektedir ve onlar da oldukça zayıftır.

İkinci fotoğraf benzer şekilde yine spor salonunda çekilmiştir. KA7 üst üste dizilmiş step platformlarının üzerinde elleri bacaklarının üstünde bir pozisyonda oturmaktadır. Üzerinde askılı, kırmızı ve baskılı bir tişört, altında uzun siyah bir tayt ve ayağında beyaz spor ayakkabı vardır. Saçları üç numaradır. İlk fotoğraf eğimli açıdan çekilmiş olmasına karşın, ikinci fotoğraf direkt yandan ekişmiştir. Sol kolu, kolundaki

olimpiyat halkaları şeklindeki dövmesi ve taytın altından görünen bacak kasları oldukça belirgindir. Özellikle kolu yaklaşık 30cm genişliğinde ve oldukça damarlıdır. Yere bakarak poz vermiştir.

4.7.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.37. KA7, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

“Hadi bi cesaret sende taşın altına koy eliniiii! Demiş şarkıda..” söylemi ile KA7 ilk kareden ikinci karedeki bedene geçmek için cesur olmak gerektiğini *ima etmiştir*.

“Bu işi isteyen, motive olamayan, kendini yapacak gibi göremeyen kim varsa onun için bu fotoğraf” ve “Hiç bir şey imkânsız değildir” söylemleri ile iki fotoğraf arasındaki farkı *dramatize etmiştir*.

“Sadece emek, özveri, zaman ve sabır ister” söylemi ise beden çalışmasının *zihinsel boyutuna* gönderme yapmaktadır. Buradan KA7’nin vücut geliştirmeyi bir yaşam tarzına dönüştürdüğü ve yaşamının merkezine oturttuğu sonucuna ulaşılabilir. Aynı zamanda

zaman ve sabır vücut geliştirmeyi *bitmeyen bir proje* olarak gördüğünün göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

“Sol ve sağ fotoğraflarda ki kiloyu ve yılları doğru tahmin eden 2 kişiye 4 haftalık “Online Eğitim” ve “E-Book” kazandıralım” ve “Yorumları bekliyorum” söyleminin ise profilinin görünürlüğünü arttırmak için etkileşimi yükseltme girişimi olarak görülebilir. Aynı zamanda çevrimiçi antrenörlüğünün reklamı olarak da değerlendirilebilir.

Kullandığı etiketlere bakıldığında ise fitness alanı ile ilgili olduğu görülmektedir ancak metnin Türkçe olup etiketlerin İngilizce oluşu dikkat çekicidir. Hem Türkçe hem İngilizce kullanması daha fazla kişiye erişmek için bir strateji olarak değerlendirilebilecekken, Türkçe metne sahip bir içeriğin sadece İngilizce etiketler kullanarak içeriği metni anlamayacak insanlara yönlendirmesi paylaşılması dijital okuryazarlığın düşük olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.7.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle ilk fotoğrafın kadrajında KA7’ye fazla yer verilmiş olması zayıf bedeni bir yandan göstermek isterken bir yandan da saklama girişimi olarak değerlendirilebilir. Fotoğrafın açısından orijinalinde bacaklarının da görüldüğü anlaşılmaktadır. Ancak kolajlanırken kadraj sadece kolları görünecek şekilde kolajlanmıştır.

Aynı zamanda metin altı yazısında ikinci fotoğraftaki görünüme kavuşmak için emek, özveri, zaman ve sabır gerektiğinden bahsetmiştir. Ancak ikinci fotoğraf hem toplumsal alanda genel geçer estetik sınırlarından kaslı bir haldedir, hem de kas kütlelerinin fazlalığından dolayı sağlıklı bir izlenim yaymaktadır. Birinci fotoğrafta ise oldukça atletik ve sağlıklı görünmektedir. Buradan KA7’nin bedenin sağlıklı ya da estetik olmasından ziyade gelişmiş olması ile ilgilendiği anlaşılmaktadır. İkinci fotoğrafta sabit kişisel vitrinin oldukça kaslı olması, hareketli kişisel vitrininin ise kol ve omuzlarını gösterecek açıklıkta bir tişört ve bacak kaslarını gösterecek şekilde bir tayt seçmesinden anlaşılmaktadır.

Aynı zamanda bu görselin altındaki fotoğraf altı yazısında antrenman paketi kampanyası yapması ise KA7’nin antrenörlük rolünü meşrulaştırma aracı olarak bedenini göstergeye dönüştürdüğünü göstermektedir. Yani bir anlamda “Benim yazdığım programlarla birinci fotoğraftaki bedenden ikinci fotoğraftaki bedene geçebilirsiniz”

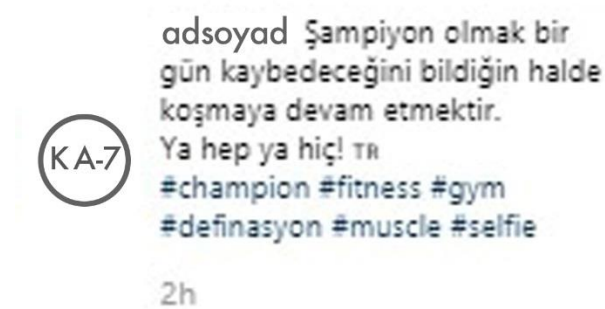
demektir. KA7'nin bu yüzden aradaki farkı dramatize ederek kendini daha başarılı bir antrenör olarak göstermeye çalıştığı söylenebilir.

4.7.5. Kişisel fotoğraf

4.7.5.1. Düz anlamsal açıklama

KA7 Fotoğrafta KA7 pencere kenarında, bir berjer üzerinde oturmaktadır. Arkada Bej düz bir perde ve geniş bir cam bulunmaktadır. Oturduğu berjerin renkleri de perde ile uyumludur. Camdan Berliner Fernsehturm Kulesi görünmektedir. KA7'nin üst bedeni çıplak, altındaysa siyah parlak bir şort ya da saten bir çarşaf bulunmaktadır. Kadraj bel bölgesinden kesildiği için altındakinin ne olduğu tam olarak anlaşılmamaktadır. KA7 yan profilden görünmektedir ve objektife bakmadan dışarıyı seyreder gibi poz vermektedir. Yirmili yaşların ortaları ya da sonlarında doğru görünmektedir. Beyaz tenli siyah saçlı ve kirli sakallıdır. Saçları dağınıktır ve sağ eliyle saçının ucunu tutmaktadır. Sol kulağında gümüş halka bir küpe vardır. Aynı kolunun bileğinde üzerinde siyah fontla bir şeyler yazan sarı bir bileklik vardır. Omuzları ve üst bedeni oldukça geniş ve kaslıdır. Omzunda bir dövmenin ucu görünmektedir. Kol damarları hafif çıkmıştır. Göğüs ve karın kasları oldukça belirgin bir şekilde görünmektedir. Sol göğsünün üstüne güneş ışığı düşmektedir.

4.7.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.39. KA7, kişisel fotoğraf altı yazısı, ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Şampiyon olmak bir sürecin sonucunu temsil eder, o süreci rakiplerinin arasından en başarılı şekilde tamamlayan kişiye verilen bir sıfattır. Ancak KA7'nin "bir gün kaybedeceğini bildiğin halde koşmaktır" söylemi, şampiyonluğu sonucu olan bir süreç olarak değil, yaşam tarzı olarak gördüğünün göstergesi olarak değerlendirilebilir. Biyografisinde şampiyonluklarından bahsettiği düşünüldüğünde; metindeki şampiyonluğun fitness alanındaki şampiyonluğu göndermede bulunduğu söylenebilir. Bu bağlamda bir gün kaybedeceğini bilmek derken yaşlanmayı, *bedensel sermayenin* düşeceğini kastettiği söylenebilir. Koşmanın ise *bedensel sermayenin* azalsa bile sürekli onun için bedensel sermayeye etmek anlamına geldiği düşünülebilir. Bu bağlamda KA7'nin yüksek *bedensel sermayeye* sahip olmayı şampiyonluk; bedeni ise bu sermayeyi çoğaltmaya yarayan, *bitmeyen bir projenin aracı* olarak gördüğü savunulabilir.

Kullandığı hashtaglere bakıldığında selfie hariç hepsinin fitness alanı ile ilgili olduğu görülmektedir. İngilizce etiketler kullanması bedenini küresel boyutta Instagram kullanıcılarına sunmak istemesi olarak değerlendirilebilir.

Definasyon, kasların daha görünür hale gelmesi için uygulanan egzersiz ve sporları kapsar; fotoğraf ile birlikte düşünüldüğünde KA7'nin kaslarının belirginliğinin definasyon sürecinde olduğuna gönderme yapar. Çevrimiçi antrenörlük yaptığı düşünüldüğünde KA7'nin bedenini göstergeye dönüştürerek definasyon sürecinde uygulanması gereken egzersiz ve diyet konusunda bilgi sahibi olduğunu gösterip *geçerli mutabakat* elde etmeyi amaçladığı söylenebilir.

Fotoğrafın selfie olmamasına rağmen, selfie etiketinin kullanılması ise KA7'nin fitness *alanı* dışında, gündelik yaşam *alanında* çekici bir *izlenim vermek* için de bedenini kullandığı şeklinde yorumlanabilir.

4.7.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta kadrajın merkezine bedenin yerleştirildiği düşünülürse, paylaşımın *kişisel vitrin* sunum amaçlı bir *performans* olduğu söylenebilir. Set olarak bir otel odası seçilmiştir. *Setin* otel odası olduğu, perde, pencere ve Berlin'de bulunan bir kulenin manzarası gibi *dekoratif unsurlardan* anlaşılmaktadır. Kadrajın merkezinde KA7'nin üst bedeninin olması, üst bölgesinde *hareketli kişisel vitrin ögesi* bulunmaması, fotoğrafın güneş ışığının kaslarını gösterecek bir yerde çekilmesi gibi göstergelerden KA7'nin

kişisel vitrinini sunmak için bu fotoğrafı paylaştığına dair izlenim yaymaktadır. Fotoğrafta dışarı bakması ve saçını tutuyor olması gibi unsurlarla KA7 bir şeyler düşünür izlenimi verecek şekilde poz vermiştir. Ancak duruşunun bütün kaslarını belirgin şekilde göstermesinden ve bu izlenimi bozacak herhangi bir unsur olmamasından; kısacası kadraj ve pozun kusursuz olması düşünceli duruşun *sahte bir performans* olduğunu açığa çıkarır niteliktedir. Fotoğraf altı yazısı ile birlikte değerlendirildiğinde KA7'nin bedenini onu şampiyonluğa taşıyan *projenin* bir parçası olarak gördüğü anlaşılmaktadır.

4.7.6. Strateji fotoğrafı

4.7.6.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA7 kendi fotoğrafını ayna yöntemi ile kopyalayarak aynı kareye iki adet kendini yerleştirmiştir. Başında yeşil bir şapka vardır ve kadraj şapkanın ucundan ve belinden kesilmiştir. Yüzünde kirli sakal vardır ve yukarıdan aşağı bakarak, objektife yönelmeden poz vermektedir. Sol kolunda olimpiyat halkalarından oluşan bir dövme, aynı omzunda farklı bir alfabe ve tipografi kullanılarak yazılmış bir dövme vardır. Sağ omzunda da yuvarlak ya da hilal formuna benzeyen bir başka dövme vardır ancak ne olduğu tam olarak görülmemektedir. Omuz, kol, göğüs ve karın kasları oldukça belirgin ve damarlıdır. Altında gri bir şortun ucu görünmektedir, ancak bel bölgesindeki ten rengi farkından şortun olması gereken seviyenin hafif altında olduğu anlaşılmaktadır. Arka planda tavanları giderek alçalan, çatı katı bir evdir. Tavanda spot lamba vardır, arka plandaki eşyaların ise ne olduğu tam olarak anlaşılmamaktadır. Ancak genel olarak renklerin uyumundan odanın dekorasyonu ile ilgilenildiği anlaşılmaktadır. İki KA7'nin arasında ise kırmızı renkte düz bir font ile alt alta sırası ile E-Book, 2018, “2” yazmaktadır.

4.7.6.2. Fotoğraf altı yazısı



adsoyad E-BOOK TANITIM
VİDEOSU İÇİN SOİA KAYDIR 📌📌
E-Book 2018 "2" artık çıkıyor! Üstelik
E-Book alanlar arasında yapılacak bir
çekiliş ile!
E-Book 2018 "2" de 1. E-Bookta olsun
istediğiniz, bunu da ekleyebilir miyiz
dediğiniz ve benim de 2.ye
sakladığım bilgiler mevcut.
Hadî biraz göz atalım!
•Antrenman Programları
-Ağırlık Antrenmanları
-Cardio Antrenmanları
-Evde Antrenman Programı
•Beslenme Programları
-Fit Yemek Tarifleri
-Beslenme Kürleri
-Kilo Alma
-Kilo Verme
-Kalori Hesabı
•Supplement Kullanımı ve Kombinleri
Dolu dolu bir sanal kitap!
Üstelik E-Book alanlar arasından 1
Kişiye yapılacak çekilişle 3 aromayı da
içeren 15 adet PROTEİN TOZU !
25\$ fiyat ile 2 Eylül 2018 Pazar günü
kayıt olanların mail adresilerine
gönderilecek ve 3 Eylül 2018
Pazartesi günü Protein tozu için
çekiliş yapılacaktır.
Kayıtlar başladı!

34h

Görsel 4.40. KA7, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Burada KA7'nin antrenman, beslenme ve ek besinler şeklinde ayırdığı üç kategori dikkat çekicidir. Bu üç kategori, fitness *alanın*, *bedensel sermayeyi* yükseltmek için gerekli olan üç temel *doxası* olarak değerlendirilebilir. KA7 bu konuları kapsayan bir kitap yazması hem fitness *alanında* hem de genel anlamda *kültürel sermayesinin* yüksekliğine işaret eder. Buna rağmen, profilinde sadece antrenmanlar ile ilgili tüyolar vermektedir. Kitap bu çalışma kapsamında değerlendirilmediği ve profili genel olarak tarandığında beslenme ve ek besinler hakkında bilgi vermediği için kültürel sermayesinin yüksek ya da düşük olduğuna dair bir çıkarım yapılamamaktadır. Ancak e-kitap yazmasına rağmen profilinde bu bilgilere yer vermemesi, dijital okuryazarlığının düşük olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, KA7'nin *kültürel sermayesi* yüksek bile olsa, dijital okuryazarlığının düşük olmasının, Instagram *sahnesinde*, *kültürel sermayesi* aracılığı ile antrenör *rolünü* oynamasını engellediği savunulabilir.

Aynı zamanda böyle bir tanıtım görseli ve metnin altında hedef kitlesine yönelik etiketler kullanmamış olması da KA7'nin dijital okuryazarlığının düşüklüğü olarak değerlendirilebilir.

4.7.6.3. Yan anlam değerlendirmesi

KA7'nin görselde kendini çoğaltması narsistik bir eğilim olarak değerlendirilebilir. Ev, herhangi bir hareketli kişisel vitrin ögesi kullanmamak için uygun bir set değildir. Buna rağmen üstünde herhangi bir giysi olmaması hatta altındaki şortun olması gereken seviyenin altında olması KA7'nin fotoğraf çekilmek için üstündekini çıkardığına dair izlenim yaymaktadır. Bu durum KA7'nin Instagram performanslarını bedeni aracılığı ile gerçekleştirdiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bunu yazdığı e-kitabın tanıtım görseli olarak kullanması ise antrenörlük kimliğini bedeni ile meşrulaştırdığının göstergesi olarak düşünülebilir.

4.7.7. Strateji fotoğrafı II

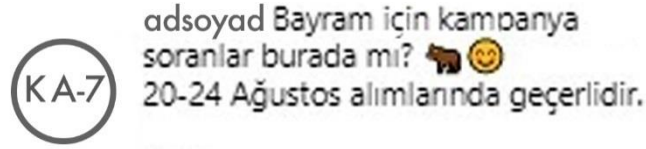
4.7.7.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf KA7'nin kendi fotoğrafını kullanarak hazırladığı kampanya görselidir. Fotoğrafın sağ yarısı yazılara, sol yarısı ise KA7'ye ayrılmıştır. KA7 ormanlık alanda, üst bedeni çıplak, altında mavi kot pantolon ve ayağında beyaz spor ayakkabılarla, ağaca dayanarak, objektife bakmadan, ağaca dayanarak poz vermektedir. Işıktan fotoğrafın öğle saatlerinde çekildiği anlaşılmaktadır. KA7'nin saçları arkaya doğru taranarak şekillendirilmiştir, kirli ve top sakal vardır. Yüzünde herhangi bir ifade olmadan karşıya bakmaktadır. Fotoğraf direkt KA7'nin karşısından değil, 45°lik bir açı ile çekilmiştir. Buna ek olarak KA7 de yine 45°lik bir açıyla durmuştur. Bu nedenle hem sağdan beli hem de karnının yaklaşık %70'i görünmektedir. Sağ eli ile pantolonunu aşağı doğru çekmekte, sol eli ise yumruk şeklinde sol bacağının üzerindedir. Bedeni oldukça geniştir ve omuz, kol, göğüs ve karın kasları belirgin şekilde görünmektedir. Arka plan hafif bulanıklaştırılmıştır ve böylece KA7 ön plana çıkmıştır.

KA7'nin kafasının üzerinde ve kadrajın en üstünde yeşil bir fontla BAYRAM KAMPANYASI yazmaktadır. Yazının hemen yanında gri keçi, beyaz koç ve kahverengi

dana ikonu vardır. KA7'nin omuz hizasında yine aynı fonda ancak bu sefer siyah renkte 4 HAFTA 80TL, onun altında 12 hafta 200TL yazmaktadır. Yazıların arkasında KA7'nin ad ve soyadından türetilmiş bir logo vardır ve logonun arka planı beyazdır. Onun altında ise kırmızı kontür çizgili beyaz renkle %50 + hediye e-boook yazmaktadır. Afişin en altında ise kırmızı renkle “kişinin yaşantısına uygun BESLENME programı, hedefine yönelik ANTRENMAN programı, hediye E-BOOK, Whatsapp iletişim, Fit yemek tarifleri” yazmaktadır. Afişin sağ altında ise beyaz renkle 20-24 Ağustos yazmaktadır.

4.7.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.41. KA7, strateji II fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Bayram kampanyasını soranlar burada mı derken KA7, kendisinden kampanya yapmasının talep edildiğini vurgulamıştır. Bu durum, KA7'nin çevrimiçi antrenörlükte popüler olduğuna dair izlenim yaymaya çalıştığı bir performans olarak yorumlanabilir.

4.7.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle afişin amatörliğünden KA7 tarafından tasarlandığı anlaşılmaktadır. Afişte beş farklı renkte yazı kullanılması, seçilen font, logonun png formatında arka planının şeffaf olarak kullanılmaması gibi unsurlar tasarımın amatörliğünün göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

Kişinin günlük yaşamına uygun yerine kullanılan ‘Kişinin yaşantısı’ söylemi ve tasarımın amatörlüğü KA7'nin *kültürel sermayesinin* düşüklüğüne gönderme yapmaktadır.

Antrenman paketine ek olarak kendi e-kitabını vermesi profesyonel bir *izlenim* vermeye yönelik bir hamle olarak değerlendirilebilir.

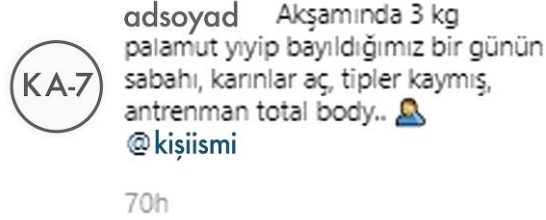
Arka plandaki fotoğraf için ise *set* olarak orman seçilmiştir. Ancak *hareketli kişisel vitrin* diğer görsellerde olduğu gibi yine *sete* uygun değildir. Ormanda üstü çıplak olarak fotoğraf çekilmesi ise KA7'nin günlük yaşamın farklı *alanlarında* bedenini mümkün olduğunca görünür kılmaya çalıştığının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bunu eğitim satmak için hazırladığı paylaşımın arka planına yerleştirmesi ise KA7'nin antrenörlük kimliğini *kışisel vitrini* yani bedeni üzerinden meşrulaştırdığını göstermektedir.

4.7.8. Grup fotoğrafı

4.7.8.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf, KA7'nin yanındaki iki kişi ile birlikte asansörün aynasından çekildiği bir karedir. Kişiler fotoğraftan çok aynada görünmektedir. Üçü de yirmili yaşların ortalarında görünmektedir. Biri asansörün dışından fotoğrafı çekmekte ve telefonun kamerasına bakmaktadır. Kadrajın solunda KA7, sağında diğer yabancı ise aynada kendi bedenlerini seyretmektedir. KA7'nin üzerinde askılı, siyah, baskılı bir tişört, altında ise beline bağlanmış gri bir ceket vardır. Aynada kendini seyreden yabancının ise üzerinde askılı, düz, siyah tişört, altında bele bağlanmış, kolları beyaz, bedeni siyah bir ceket vardır. KA7 ve bedenini seyreden diğer yabancının her ikisinin boynunda kulaklık bulunmaktadır. Fotoğrafi çeken yabancının üzerinde ise lacivert, düz, uzun kollu bir kazak, altında gri, baskılı bir şort vardır. Fotoğrafi çeken yabancı sarışın, kıvrıkcık saçlıdır ve beden olarak diğer ikisinden daha ince ve atletik görünmektedir. KA7'nin kolu oldukça kalın ve damarlı görünmektedir. Hafif bir tebessüm ile kolunu izlemektedir. Elini yumruk yaparak önünde tutmaktadır. Kolunu seyreden diğer yabancı da benzer şekilde kolunu yumruk yapmıştır ancak o ağzı açık ve coşkulu bir ifade ile gülmektedir. Kolu kalındır ancak KA7'ninkinden daha incedir. Üçünün de saçları dağınıktır.

4.7.8.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.42. KA7, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA7 yedikleri balığın kilosunu vermesi, miktarın fazlalığından mutlu olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Fazla yemekten mutlu olmasının sebebinin ise kaslı ve geniş bir bedeninin daha fazla yiyeceği ihtiyaç duyacağını düşünüyor olması olabilir. “Karın aç, tipler kaymış” söylemi ise KA7’nin kendini fotoğrafta estetik bulmadığı, normalde daha ideal bir görünüme sahip olduğunu *ima ettiği* şekilde yorumlanabilir. Metnin sonundaki yüzünü kapatan erkek ikonu ise KA7’nin salaş halinden utandığını ifade etmek için kullanıldığı söylenebilir. Fotoğraftaki diğer kişiyi etiketlemesi, KA7’nin bu fotoğraf aracılığı ile bir *takım performansı* sergilemek istediğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.7.8.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta *set* olarak asansör kullanılmıştır. Kadrajdaki üç kişinin de *hareketli kişisel vitrinlerindeki* benzerlik, bu üçlünün spor ile ilgili bir performans için bir araya gelerek bir *takım* oluşturduklarını göstermektedir. İki kişinin kollarını gösteriyor olması, üçüncü kişinin de bunu fotoğraflamaya değer bulması aralarında bir *aşinalık ilişkisi* olduğunu göstermektedir. Diğer yandan ceket giyilecek kadar soğuk bir hava olmasına karşın, KA7 ve yanındaki kişinin ceketini bellerine bağlamaları fotoğrafta bedenlerini

sunmak istedikleri şekilde yorumlanabilir. İki kişinin birden aynı pozunu vermesi, aralarında takımın *yıldızı* olmak için yaşadıkları bir rekabet olarak değerlendirilebilir. Fotoğrafı çeken kişinin bedeninin, diğer ikisinden daha ince olması ve *hareketli kişisel vitrinini* uzun kollu seçmesi, bu konuda diğerleri ile rekabete girmediğini göstermektedir. Ancak KA7 ve yanındaki kişinin kollarını gösterişlerini fotoğraflaması, diğer yabancının da geniş ve kaslı beden tipini ideal bulduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda bu üç kişinin *takım arkadaşı* olmasının yanı sıra benzer *habituslara* sahip oldukları (en azından KA7 ve kolunu gösteren diğer kişinin) söylenebilir. Asansörün kişisel vitrin sergilemeye uygun olmayan bir set olmamasına rağmen sergilemeleri, KA7 ve yanındaki kişinin günlük yaşamlarında kimliklerini bedenleri ile inşa ettiklerinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.7.9. KA7 genel değerlendirme

KA7 biyografisinde kendini kurumsallaşmış kültürel sermayeleri ile sunduğu görülmektedir. Yarışmalardan aldığı derecelerin yanı sıra beden eğitimi öğretmeni olması da, KA7'nin bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirme konusunda önemli bir gösterge sunmaktadır.

Kişisel web sitesinin olmaması, profilinden herhangi başka bir sosyal medya profiline yönlendirmemesi, çoğunlukla etiket kullanmaması, kullandığı zaman da yanlış kullanması gibi unsurlar KA7'nin dijital okuryazarlığının düşük olduğunu göstermektedir.

KA7'nin hem bedensel sermayesinin hem de kurumsallaşmış kültürel sermayesinin yüksek olmasına rağmen, dijital okuryazarlığının düşük olması nedeni ile takipçileri ile fitness alanındaki doxaları öğreten bilgiler (yemek tarifleri, beslenme kürleri vb.) sunamadığı için Instagram sahnesinde antrenörlük rolünü başarı ile sergileyemediği söylenebilir.

Aldığı derecelerin yüksekliği ve üniversite eğitimini fitness alanında aldığı düşünüldüğünde herhangi bir sponsorluk ilişkisi almamış olması, KA7'nin bedensel ve kurumsallaşmış kültürel sermayesini sosyal ve ekonomik sermayeye başarılı bir biçimde çeviremediğini göstermektedir.

KA7; Ev, otel, ormanlık alan gibi giysi giymesi gereken birçok sette üstü çıplak olarak fotoğraf çekilmiştir. Bu durum KA7'nin kimlik ve benliğini bedeni aracılığı inşa ettiği ve bedeninden oldukça memnun olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Aynı zamanda sürekli bedenini göstermesi, bedensel sermayesini diğer sermaye tiplerine çevirebilmesi konusundaki yetersizliğinin sonucu olarak değerlendirilebilir. Yazdığı e-kitabı tanıtırken, eğitim programı kampanyası düzenlerken çıplak üst bedenini kullanması, KA7'nin sadece bedenin kendisi ile bedensel sermayesini ekonomik sermayeye çevirebildiğinin göstergelerine örnek verilebilir.

Her ne kadar e-kitap yazması kültürel sermayesi ile ilişkilendirilebilecek olsa da; profilinde kitapta sunduğunu iddia ettikleri ile ilgili bir bilgi bulunmamaktadır. Ayrıca tanıtım paylaşımı hariç, kitap sadece düzenlediği kampanyalarda promosyon ve antrenörlük rolü için gösterge olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda KA7 yazdığı e-kitap aracılığı ile kültürel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştüremediğine dair izlenim yaymaktadır.

Son olarak KA7'nin bedeninin sağlıklı ve estetik olarak tanımlanabilecek sınırların ötesinde bir genişliği, kas kütlesi olması ve bedensel sermayesini sadece bedeni ile diğer sermaye tiplerine dönüştürebildiği birlikte düşünüldüğünde; KA7'nin kendini daha ideal olarak sunabilmek için sürekli bedenini geliştirmek ve genişletmek zorunda kaldığı savunulabilir.

4.8. Kişisel Antrenör 8

4.8.1. Profil biyografisi



Görsel 4.43. KA8, profil biyografisi, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Öncelikle ismini iki tr ikonunun arasına alması milliyetçi eğilimler taşıdığını ima eden bir göstergedir. Hemen altında ise Definasyon Kürü & Planlaması söyleminde kür yani beslenmeyi önce belirtmesi, kasların belirgin hale gelmesinde ilaç ve kimyasal ürünlerin rolünü *dramatize etmek* şeklinde değerlendirilebilir. Burada KA8'in sporcu kürlerini** dramatize ettiği söylenebilir.

Onun altında belirttiği “8-10-12 haftalık değişim paketleri” söylemi ise *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirmek istemesi ile ilişkilendirilebilir. Satırın başındaki yukarı işaret eden el ikonu ise yine kürleri ve kürler konusundaki bilgisini ön plana çıkartmak istemesi ile ilişkilendirilebilir.

Onun altında milli sporcu olduğunu belirtmesi ise yukarıdaki antrenörlük iddiasını *kurumsallaşmış kültürel sermayesi* ile meşrulaştırmaya yönelik bir performans olarak değerlendirilebilir. Başta ve sonda kullandığı TR ikonları ise hem milli sporculuğunu vurgulayan hem de milliyetçi *izlenimi veren ve yayan* göstergeler olarak değerlendirilebilir.

Onun altında “Toptaan/Parakende Supplement” ifadesi ise KA8’in bedensel sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürmesine yönelik farklı bir rol ve performansının olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu durum aynı zamanda KA8’in antrenör kimliğinin yanı sıra mal sağlayan bir girişimci rolü olduğunu da göstermektedir. Bu söylem ile birlikte düşünüldüğünde, KA8’in bedensel dönüşüm için kürleri ön plana çıkarması, sporcu ek besini satabilmek için antrenör kimliğini kullandığı şeklinde yorumlanabilir. KA8 antrenör olduğu için sahip olduğu bedensel dönüşüm bilgisini, ticari kâr elde edecek şekilde kullanmaktadır. Bu durum, aynı zamanda KA8’in antrenör kimliği sayesinde sahip olduğu bir stratejik sırra örnek olarak da verilebilir.

4.8.2. Profil fotoğrafı

4.8.2.1. Düz anlamsal açıklama

KA8 50’li yaşların başında görünmektedir. Esmer ve top ve keçi sakallıdır. Kadraj kafasının üzerinden başlayıp dizlerine kadar olan bölgeyi kapsamaktadır. Bedeni bronz ve yağlıdır. Sadece siyah bir iç çamaşırı giymektedir. Ellerini önde, bel bölgesinde birleştirmiştir. Kaslarını daha belirgin hale getirebilmek için vücudunu kasmaktadır. Omuz, kol, karın ve bacakları oldukça geniş ve kaslıdır ve verdiği poz nedeni ile daha da belirgin hale gelmiştir. Yüzünde gülümseme ile objektife bakarak poz vermektedir. Arka planda ise spor aletleri ve sporcu ek besinleri markalarının yazdığı kâğıt bir maket vardır.

4.8.2.2. Yan anlam değerlendirmesi

Dekoratif unsur olarak kullanılan arkadaki kâğıt maketten KA8’in bir organizasyonun içinde olduğu, maketin üzerindeki markalardan ise bu organizasyonun fitness ve vücut geliştirme ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. KA8’in sadece iç çamaşırı ile olması ve vücudunun yağla ön plana çıkarılmış olmasından ise KA8’in bu etkinlikte bedenini sergilediği anlaşılmaktadır. KA8’in böyle bir organizasyon içinde olduğunu göstermesi, bu alanda profesyonel olduğuna dair izlenim vermek istemesi ile ilişkilendirilebilir. Bu fotoğrafı profil fotoğrafı olarak seçmesi ise profiline giren kullanıcılara göstermek istediği ilk şeyin bu alanda profesyonel olduğu olduğuna dair

izlenim yaymaktadır. Fotoğraf bir anlamda KA8'in biyografisinde iddia ettiği şekilde bedensel değişim için gerekli şeyleri bildiğini bedenini göstergeye dönüştürerek kanıtladığının göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.8.3. Antrenman fotoğrafı

4.8.3.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA8 spor salonundadır. Arkada birçok spor aleti vardır ancak spor aletlerinin ne olduğu anlaşılmamaktadır. Duvarlar kırmızı ve siyahtır. Siyah olan alanların üzerinde kırmızı led aydınlatma vardır. Spor aletleri de kırmızı, siyah ve sarı renklerde. Sarı renkli spor aletlerinden birinin boyasının bir kısmı sökülüdür. Fotoğrafta KA8 arkasını dönmüş bir şekilde iki eliyle sırtını işaret etmektedir. Üzerinde yeşil bir tişört vardır. Sırt kısmında KA8 yazmaktadır ve sırt bölgesinin terli olduğu görünmektedir. Kadraj bel bölgesinden kesildiği için KA8'in altında ne olduğu görünmemektedir. Uzakta birbiri ile sohbet eden iki kişi de fotoğraftan bağımsız olarak kadraja dahil olmuştur.

4.8.3.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.44. KA8, antrenman fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Ter dökmeden hiçbir şey olmaz söylemi *beden çalışmasının zihinsel boyutu* ile değerlendirilebilir. Ter; çok çalışmak, mücadele etmek, kendini adanmak ve yorulmak gibi durumların göstergesi olarak görülebilir. Bu bağlamda KA8'in bu *performansı* Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) *proje bedenin performatif cezbedicilik* kategorisi altındaki *üretken beden* ile ilişkilendirilebilir.

Parmağı yukarıyı işaret ederek bir şeyler anlatmak genelde önemli bir şey söylendiğinde kullanılan bir harekettir. Metnin üstünde bir şey olmamasına rağmen KA8'in yukarıyı işaret eden parmak ikonu kullanmasının kendini zorlamak ve yorulmanın ne kadar önemli olduğunu vurgulamak için kullandığı söylenebilir.

Metnin sonunda kullandığı *aga* kelimesi ise orta alt ve alt sınıfın kullandığı argo bir kelimedir. Buna ek olarak hiçbir kelimesini yanlış yazmıştır. Bu iki durum KA8'in *kültürel sermayesinin* düşük olduğuna dair *izlenim yaymaktadır*.

Etiketler incelendiğinde ise steroid ve anabolik etiketleri dikkat çekicidir. Araştırmanın örneklem grubundaki birçok antrenörün steroid kullandığı beden genişliğinden anlaşılabilir da profillerinde steroidler ile ilgili herhangi bir söylem bulunmamaktadır. KA8'in steroid kullandığını saklamaması Instagram sahnesinde samimi performanslar sergilediğine dair izlenim yaymaktadır. Öte yandan KA8'in bu dürüstlüğü, antrenör kimliğinin yanında, kimyasal ek besinler satan ticari kimliğinin olması ile de ilişkilendirilebilir.

KA8'in kullandığı diğer Kişiselantrenör, kilovermek, beforeandafter, bodybuilding, birebirders, tattoo, kilovermekistiyorum, personaltrainer, formdakal, diyet, fit, kiloalma, kiloverme, gym, fitnessmotivation, vücutgeliştirme, bulk, bodybuilding, karıncası etiketlerinin çevrimiçi antrenör arayan kullanıcılara hitap eden etiketler olduğu söylenebilir.

KA8'in gittiği spor salonunun kurumsal kimliğinden Macfit olmamasına rağmen Türkiye'deki en büyük spor salonu ile ilgili Macfittrumptowers, Macfit gibi etiketler kullanması etkileşimi yükseltmeye yönelik bir *performans* olarak değerlendirilebilir. İstanbul, Seyrantepe etiketleri de bu bağlamda değerlendirilebilir.

4.8.3.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak spor salonu seçilmiştir. Setin spor salonu olduğunu gösteren göstergeler ise spor aletleridir. Işıklandırma, duvar renkleri ile spor aletlerinin aynı renk olması gibi unsurlar spor salonun kurumsal kimliği için çaba sarf edildiğinin göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Ancak buna karşın boyası kalkmış bir alet kullanılması ise bakımsızlığın göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu iki durum dahilinde spor salonunun hitap ettiği hedef kitleyi kestirmek zordur.

KA8'in arkasını dönüp sırtını göstermesinin ise iki farklı nedeni olduğu söylenebilir. Birincisi tişörtünün arkasında etnik lakabı ile KA8 yazmaktadır. İkincisi ise sırtındaki terdir. Hareketli kişiisel vitrini lakabı ve adını yazdığı bir tişörtle süslemesi KA8'in özgüvenin yüksek olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak metin alt yazısı ile birlikte düşünüldüğünde asıl vurgu tişörtünün arkasındaki teredir. Beden çalışmasının zihinsel boyutu ve Smith ve Moroney'nin (2013) *proje bedeninin performatif cezbedicilik* kategorisi altındaki *retken beden* kavramı altında değerlendirilebilir.

4.8.4. ncesi sonrası fotoğrafı

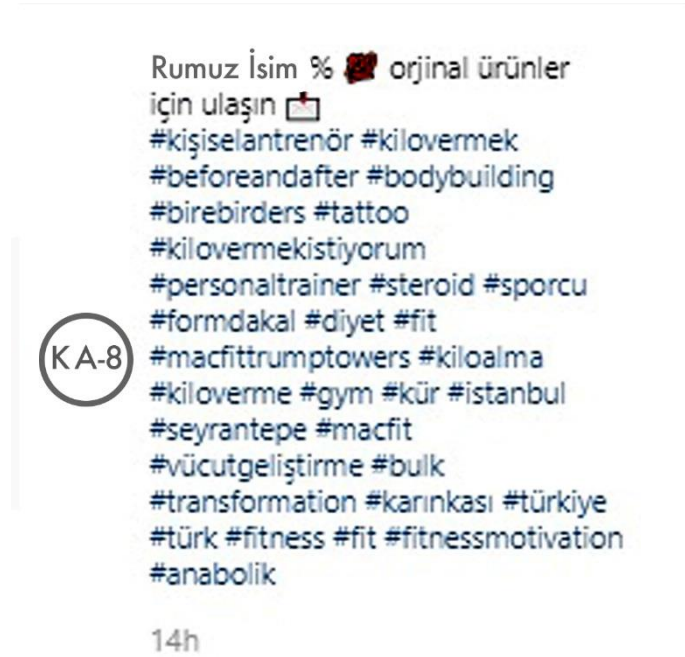
4.8.4.1. Düz anlamsal açıklama

Kare kadrajın ortadan ikiye bölünerek iki farklı fotoğrafın kolajlanması ile oluşturulmuştur. Solda KA8'in genç hali, solda ise günümüz hali vardır. Genç halinde KA8 30'lu yaşların ortalarında, güncel halinde ise 50'lerin başlarında görünmektedir. İki fotoğrafta da saçları  numaradır, gençlik halinde top sakallı, güncel halinde ise uzun sakallıdır.

Gençlik fotoğrafı sokakta çekilmiştir; arkada siyah bir minibüs ve beyaz bir minibüsün n ucu görünmektedir. Yer akıl taşları, toprak ve otlardan oluşmaktadır. Arkada tuğla bir inşaat ve bir gecekondur görünmektedir. Boynunda kolye vardır ve st bedeni çıplaktır. Elinde ise beyaz atlet tutmaktadır. Belinde siyah bir kemer, altında ise mavi bir kot pantolon bulunmaktadır. Sağ eliyle beyaz bir atlet tutmaktadır, dudaklarını bükerek yere bakmaktadır. Fotoğraf 45° yandan çekilmiş, kadraj st bacak seviyesinden kesilmiştir. Sağ kol, omuz; göğüs ve karın kasları görünmektedir. KA8'in gençlik halindeki bedeni atletik olarak tanımlanabilir.

Güncel hali ise spor salonunda aynanın yanında, yan profilden çekilmiştir fakat KA8 kendi hafif eğimli durarak bedeninin görünmesini sağlamıştır. Boynunda kolye vardır, üst bedeni çıplaktır, altında ise dizlerine kadar gelen siyah, dar bir sporcu taytı bulunmaktadır. Arkada koşu bantları ve koşu bantlarının üzerinde açık bir televizyon görünmektedir. Kadraj ayaklarından kesilmiştir ve ayağındaki spor ayakkabının mavi bilekleri görünmektedir. Boynunda yine kolye vardır. Sağ üst kolunda bir dövme vardır ancak dövmenin ne olduğu anlaşılmamaktadır. Hafif eğimli, kalçasını çıkartarak ve ellerini karnının önünde birleştirerek tutarak poz vermiştir. Omuz, kol, göğüs, karın, kalça ve bacak kaslarının hepsi görünmektedir. Bedeni oldukça geniş, kaslı ve damarlıdır. Kadraja bakarak ve gülümseyerek poz vermiştir. Alnında da bedeninde olduğu gibi damarı çıkmıştır.

4.8.4.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.45. KA8, öncesi sonrası fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA8, eski ve yeni hallerini karşılaştırdığı fotoğrafın altına orijinal ürünler için ulaşın yazarak aradaki farkı kullandığı ürünlerin ortaya çıkardığını ima etmiştir. %100 orijinal söyleminden aynı zamanda Instagram’da sahte sporcu ek besinlerinin satıldığı

çıkarımı da yapılabilir. Bu durum aynı zamanda *bedensel sermayeyi ekonomik sermayeye* dönüştürmeye dair bir performans olarak da değerlendirilebilir.

KA8 antrenman fotoğrafında da aynı etiketleri kullandığı için etiketlerin yorumları antrenman fotoğraf altı yazısı başlığında incelenebilir.

4.8.4.3. Yan anlam değerlendirmesi

KA8'in kaslı *kişisel vitrine* sahip olduğu bir fotoğrafta genç diğesinde ise orta yaşlı olmasından uzun yıllardır vücut geliştirme ile ilgilendiği anlaşılmaktadır. Ancak iki *kişisel vitrindeki* kas miktarı ve bedenlerin görünüşü arasında farklılıklar vardır; ilkinde atletik ve estetik, ikincisinde ise fazla geniş ve kaslı görünmektedir. Bu durum beden çalışmasının zihinsel boyutu ile ilişkili olarak kendini adama ve sürekli daha fazlasını isteme durumu ile ilişkilendirilebilir. Benzer şekilde Sassatelli'nin (1999) de öne sürdüğü gibi fitness alanında ideal beden *bitmeyen bir proje* olarak tasarlandığı ve böylece vücut geliştirenlerin sürekli daha fazlasını istemelerine düşüncesini de destekler niteliktedir. Böylece KA8'in bedeninin ikinci fotoğrafta estetik olmaktan çıkarak aşırı kaslı bir hale geldiği söylenebilir.

Set ve dekorlar açısından değerlendirildiğinde ilk fotoğrafta *set* olarak sokak kullanılmıştır. *Dekoratif unsurlar* değerlendirildiğinde zeminin hem taş, hem çimen olmasından, bulunduğu yerin asfaltsız bir yol olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum KA8'in içinde bulunduğu *setin* düşük ekonomik sermayeye gönderme yaptığı söylenebilir. Benzer şekilde minibüsler ve gecekondu da *yayılan* bu *izlenimi* destekler niteliktedir. İkinci fotoğrafta ise *set* spor salonudur. Orta ve orta lüks spor salonlarında koşu bandının üzerinde televizyon ekranı olur. Ancak KA8'in içinde bulunduğu spor salonunda televizyon duvarda asılıdır. Buradan *setin dekoratif unsurunun* spor salonunun orta alt gelir grubuna hitap ettiğine dair *izlenim yaydığı* söylenebilir.

4.8.5. Kişisel fotoğraf

4.8.5.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğrafta KA8 rottweiler cinsi bir köpekle yeşil bir alandadır. KA8 uzun sakallı ve hafif uzun saçlıdır. Üzerinde kırmızı kapüşonlu bir kazak, altında mavi, yan kısmında

kırmızı oklardan şeriti olan, parlak hummel marka bir eşofman, ayağında ise kırmızı spor ayakkabı vardır. Sağ elinin parmağı havada bir şekilde köpeğe bakarak bir şeyler anlatmaktadır. Köpek de KA8'i dinlemektedir. Yerler çimen, arkada ise duvar gibi görünecek sıklıkta çam ağaçları mevcuttur. Fotoğrafın ışığından, sabah saatleri olduğu anlaşılmaktadır.

4.8.5.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.46. KA8, kişisel fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

KA8'in köpeğe kanka demesi onu arkadaşısı gibi gördüğü şeklinde yorumlanabilir. 2 öğün daha yemeğimiz var sonra idman söyleminden ise köpeği antrenman arkadaşısı gibi gördüğü düşünülebilir. Bu söylem aynı zamanda KA8'in günlük rutinini antrenmanlarına göre organize ettiğinin de göstergesidir. Bu bağlamda, bu söylem beden çalışması kavramının zihinsel ve sosyal boyutları ile ilişkilendirilebilir. Yukarı doğru kalkan parmak ikonu ise söylediğinin önemli olduğu vurgusu ve üstünlük göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Kullandığı bodybuilding, fitness, fit, gym, workout, kişiselantrenör, workoutmotivation etiketlerinin KA8'in fitness alanındaki kullanıcılara ulaşmak amacı taşıdığı söylenebilir.

İstanbul ve Seyrantepe etiketlerinin ise genel olarak görünürlüğü arttırmak için kullanıldığı söylenebilir.

Diğer etiketler ise konu ve fotoğrafla ilgili olarak köpek ve köpek-sahip ilişkisi ile ilgili etiketlerdir.

4.8.5.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta *set* olarak park kullanılmıştır. KA8 parkta köpeği ile oynamaktadır. KA8'in *hareketli kişisel vitrininin* eşofman olması evine yakın bir alanda olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda dışarıda eşofman giyiyor oluşu günlük rutinlerini de sportif bir biçimde yaşadığının göstergesi olarak da görülebilir. Bu durum *beden çalışmasının zihinsel ve sosyal boyutları* ile ilişkilendirilebilir. KA8'in fitness eyleminin spor salonu ile sınırlı kalmadığı, günlük rutinlerini de fitness alanında yapacaklarına göre belirlediği, sosyal etkinliklerini de buna göre kurguladığı söylenebilir. Fotoğraf altı yazısı da bu durumu destekler niteliktedir.

Fotoğraftaki bir diğer dikkat çekici unsur ise KA8'in köpeğe işaret parmağını yukarı kaldırarak bir şeyler anlatmasıdır. Bu durum KA8'in özgüvenin yüksek olduğu ve genel olarak lider *rolünü* oynamaktan hoşlandığı şeklinde yorumlanabilir.

Son olarak *set* ve *hareketli kişisel vitrin* birlikte değerlendirildiğinde KA8'in ağaçlarla kaplı, peyzaj düzenlemeye sahip bir bölgeye eşofmanla çıkabilecek kadar yakın mesafede oturduğu anlaşılmaktadır. Bu durum KA8'in orta ya da orta üst *ekonomik sermaye* sahibi olduğunun göstergesi olarak görülebilir.

4.8.6. Strateji fotoğrafı

4.8.6.1. Düz anlamsal açıklama

KA8 strateji olarak öğrencilerinin öncesi sonrası fotoğrafını göstermektedir. Kadraj öğrencinin iki fotoğrafının kolajlanması ile oluşturulmuştur. Önceki hali kadrajın solunda sonrası hali ise solundadır. İlk Fotoğrafın çekildiği mekân spor salonudur. Öğrenci, otuzlu yaşların başında görünmektedir. İlk halinde üzerinde PRİ sports team yazan, üzerinde dambıl ikonu olan, siyah, askılı bir tişört giymektedir. Kadraj belden kesildiği için alt bölgesi görünmemektedir. Beyaz tenli, sakalsızdır ve saçlarını arkaya doğru yatırmıştır.

Kol kasları belirgin şekilde görünmektedir ve fotoğraf elindeki telefonla uğraşırken, objektife bakmadan çekilmiştir.

İkinci fotoğrafın ise çekildiği mekânın ise ne olduğu anlaşılmamaktadır. Arkada düz beyaz bir duvar ve duvara bantlanmış mavi bir branda vardır. Brandanın önünde beyaz ve sarı iki farklı çarşaf serilidir ve çarşafların üzerinde çeşitli poşet ve giysiler mevcuttur. Öğrencinin bütün bedeni kadrada görünmektedir. Saçları spreyli, uzun sakallı ve bronzdur. Ellerini bel bölgesinde birleştirip vücudunu kasarak objektife bakarak poz vermiştir. Elleri bel bölgesinde olduğu için iç çamaşarı giyip giymediği anlaşılmamaktadır; ya çıplak ya da tangalıdır. İlk halinde kaslı görünürken ikinci halinde ilk haline göre çok daha kaslıdır. Boyun, omuz, kol, göğüs, kalça, bacak kaslarının hepsi poz verirken kasılmasının ve bronzluğunun da etkisi ile oldukça belirgin bir biçimde görünmektedir.

4.8.6.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.47. KA8, strateji fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

SIRA BENDE diyorsan söylemi ile KA8 öğrencinin eski ve yeni halleri arasındaki farkı *dramatize etmiş* ve değişimi yaratanı kendisi gibi göstererek antrenörlük *rolü*

oynamıştır. Metnin sonundaki kırmızı ünlemin vurgu amaçlı kullanıldığı söylenebilir. Aynı zamanda KA8'in öğrencisinin bedenini göstergeye dönüştürerek kendi antrenörlük bilgisini *ekonomik sermayeye* çevirme girişiminde bulunduğu da ileri sürülebilir.

Görselin altına öğrencisini etiketlemesi ise fotoğrafın kendi öğrencisine ait olduğunu göstermek ve güvenilir *izlenim vermeye* yönelik bir hamle olarak değerlendirilebilir.

KA8 antrenman fotoğrafında da aynı etiketleri kullandığı için etiketlerin yorumları antrenman fotoğraf altı yazısı başlığında incelenebilir.

4.8.6.3. Yan anlam değerlendirmesi

Öncelikle öğrencinin iki fotoğrafta da kaslı olduğu da görülmektedir. İlk fotoğraftaki hali estetik olarak tanımlanabilecek düzeyde kaslıyken ikinci fotoğrafta doğal olmayacak derecede kaslıdır. İlk fotoğrafta *set* olarak spor salonu seçilmiştir. Ancak ikinci fotoğrafta kasların aşırı belirgin ve bedenin bronz olması gibi *kişisel vitrin unsurları* ve *hareketli kişisel vitrin kullanılmaması* bu fotoğrafın bir yarışma öncesi ya da sonrası çekildiğine dair *izlenim yaymaktadır*. Benzer şekilde duvara bantlanmış branda, yerdeki çarşaflar ve poşetler de bir organizasyonun sahne arkası olduğunu gösteren *dekoratif öğeler* olarak değerlendirilebilir.

Yarışma döneminde sporcuların beslenme ve bronzlaşma gibi çeşitli tekniklerle kaslarını daha belirgin hale getirdiği düşünüldüğünde; her ne kadar ikinci fotoğrafta daha kaslı da olsa, iki fotoğraf arasında eşit koşullarda değerlendirilmeyecek bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda KA8'in arada fark olmasına karşın bu farkı daha da *dramatize* bir şekilde sunduğu söylenebilir.

Diğer dikkat çekici unsur ise KA8 ve öğrencisinin bedene bakış açıları arasındaki benzerliktir. KA8'in öncesi ve sonrası fotoğrafında önceden kaslıyken zaman içerisinde *beden çalışmasının zihinsel boyutunun* etkisinde kalarak bedeni *bitmeyen bir proje* olarak görüp daha da kaslı hale geldiği anlaşılmaktaydı. Aynı durum KA8'in öğrencisinin fotoğrafında da görülmektedir. Buradan yola çıkarak kullanıcıların kendileriyle benzer eylem kalıplarına ya da *habitus*a sahip, benzer stratejiler izleyen antrenörler ile çalıştıkları varsayımına ulaşılabilir.

Son olarak ise kaslılık oranına bakıldığında, doğal koşullarda böyle bir bedenin ortaya çıkmayacağına dair *izlenim yaymaktadır*. Yarışmalara katılan birçok vücut geliştirmecinin steroid kullandığı da bu durumla beraber düşünüldüğünde, öğrencinin steroid kullandığı ileri sürülebilir. KA8'in sporcu ek besinleri satan ticari girişimci kimliği düşünüldüğünde, KA8'in bu kimliğinin antrenör kimliğine avantaj sağladığı ileri sürülebilir.

4.8.7. Strateji fotoğrafı II

4.8.7.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf bir sporcu ek besininin* fotoğrafıdır. Arkada kırmızı beyaz bir raf ve rafın üzerinde çeşitli sporcu ek besin ürünleri görünmektedir. Fotoğrafta ise rafın önündeki bir masanın üzerindeki sporcu ek besin ürünü görünmektedir. Ürün; siyah parlak, yaklaşık 35cm yüksekliğinde plastik bir kutunun içindedir. Kutunun kapağı sarı renkli bir ambalaj ile kaplıdır. Ürünün ön ambalajının üst kısmında ise kapaktaki aynı sarı tonunda bir şerit bulunmaktadır. Hem kapaktaki ambalajda hem de şeritte ufak aralıklarla AS All Stars yazmaktadır. Kadraja ambalajın marka görünen kısmı çevirilmiştir ve şeritin altında All Stars logosu bulunmaktadır. Logonun altında ise alt alta gelecek şekilde ULTIMATE MASS GAIN yazmaktadır. Ultimate mass beyaz, gain ise sarı renkte yazılmıştır. Ultimate ve gainin boyutları aynı mass kelimesinin boyutu ise diğerlerinin iki katı kadardır.

4.8.7.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.48. KA8, strateji II fotoğraf altı yazısı, ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Tik işaretinin doğru anlamına gönderme yaptığı, yeşil renginin de güven veren bir renk olduğu düşünüldüğünde ürünün güvenilir bir *izlenim yayması* için adının iki yeşil tik arasına yazıldığı söylenebilir. Menşei Almanya ifadesi ise Avrupa standartlarında üretildiğini vurgulamak için kullanılmıştır. Bu söylemin de güvenilir bir *izlenim yaymak* için kullanıldığı söylenebilir.

KA8'in kullandığı; zayıflamak, zayıflamakistiyorum, zayıflamazamani, kiloverme, kilovermekistiyorum, kilovermekçokkolay, kilovermekiçin, kiloveriyoruz, kiloverenler, kiloalma, kiloalmakistiyorum,, kiloalmakistiyorumkiloalmak etiketlerin takipçilerine kilo alma ve verme konusunda antrenörlük yapabileceğini göstermek için kullandığı söylenebilir.

Hacim gainer, mass, protein, İstanbul, ankara, sporcu, fitness, sporcubeslenmesi, supplement, takviyegıda, besintakviyesi, beslenme etiketler ise fitness ile ilgilenip kas yapmak isteyen kişilere antrenörlük yapabileceğini göstermek için kullandığı söylenebilir.

Macfitaxisistanbul, macfitness, türkiye, İstanbul, ankara etiketlerinin ise etkileşimi yükseltmek ve daha görünür olmak adına kullanıldığı düşünülebilir.

4.8.7.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak spor salonunun bir kısmı kullanıldığı diğer görsellerle karşılaştırıldığında anlaşılmaktadır. KA8'in bütün fotoğraflarında aynı kurumsal kimliğe sahip spor salonu bulunmaktadır. Bu fotoğraftan ise aynı sette sporcu ek besinleri sattığı da anlaşılmaktadır. Buradan spor salonunun sahibi, ortağı olduğu ya da bu spor salonunun KA8'in sosyal çevresine dahil olduğu anlaşılmaktadır. Buradan KA8'in bedensel sermayesini *ekonomik ya da sosyal sermayeye* evirebilme kapasitesinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

rnlerin *bedensel sermaye alanı* ile yakından ilişkili olduğu düşünüldüğünde, KA8'in *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* virdiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda antrenör kimliğinden bağımsız olarak ticari kimliği ile kazanç elde edebilmek için steroid kullandığını gizlemediği ve görsellerinin altında etiket kullanarak kullanıldığı söylenebilir.

Ancak birçok fotoğrafının altında steroid ve anabolic etiketini kullanırken sporcu ek besinin altında kullanmaması ise dikkat çekicidir. Ek besinler genel olarak içerik olarak kimyasallardan ayrılırlar. KA8'in bu fotoğrafın altında steroid ve anabolic etiketlerini kullanmaması, sporcu ek besinlerinin zararlı kimyasallar şeklinde algılanmasını engellemeye yönelik olduğu düşünülebilir.

Aynı zamanda fotoğraf alt yazısı ve etiketleri düşünüldüğünde, KA8'in ürün satışının yanında aynı paylaşım ile antrenörlük kimliği ile de ekonomik gelir elde etmeye çalıştığı grlmektedir. Bu bağlamda KA8'in fitness *alanının* farklı konumlarındaki farklı rolleri aracılığı ile *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* dönüştürmeye çalıştığı söylenebilir.

4.8.8. Grup fotoğrafı

4.8.8.1. Düz anlamsal açıklama

Fotoğraf bir odanın içinde KA8 tarafından yanındaki iki kişi ile birlikte aynadan çekilmiş bir fotoğaftır. Fotoğraftaki  kişide alt bacaklarına kadar görünmektedir. Diğer iki kişi de 20'li yaşların sonunda ya da 30'lı yaşların başında görünmektedir. Kadrajın

solundaki kişinin üzerinde KA8'in lakabının yazdığı kırmızı, baskılı bir tişört vardır. Lakabın önünde aşırı kaslı turuncu bir figür vardır. Altında ise kırmızı tonlarında ebruli bir iç çamaşırı vardır ve slip gibi görünecek şekilde iç çamaşırını yukarı doğru çekmektedir. Boynundan dövmesinin ucu görünmektedir. Saçlarının yanları kısa, üstleri uzundur ve havaya kaldırarak şekil vermiştir. Hafif uzun sakallıdır. Kol ve bacakları belirgin ölçüde kaslıdır. KA8'in telefon ekranına bakmaktadır. KA8 ortadadır ve dudaklarını bükerek aynadan sert bir ifade ile objektife bakmaktadır. Üst bedeni çıplak, altında ise gri bir boxer vardır. Penisini iç çamaşırından belirgin bir şekilde görünmektedir. Sağ omzunda, göğsünde karmaşık desenli; her iki bileğinden dirseğe kadar olan bölgede tipografik dövmeleri vardır. Saçları arkaya doğru taranmış, sakalları ise uzundur. Kadrajın sağındaki kişi ise kel ve uzun sakallıdır. O da, diğer kişi gibi KA8'in telefon ekranına bakmaktadır. Elleri belindedir. Üzerinde düz, lacivert, omuzları şeritli bir tişört, altında ise siyah bir iç çamaşırı vardır. İç çamaşırının önündeki potluktan, onun da diğer kişi gibi çamaşırın kenarlarını kıvırdığı anlaşılmaktadır. Bacak kasları KA8'den daha az, diğer kişiden ise daha fazla belirgindir. Aynanın çerçeveleri sarı ahşap desenlidir. Aynanın önünde aynı renk ve desende bir şifonyer bulunmaktadır. Şifonyerin üzerinde siyah bir telefon ve beyaz bir şapka vardır. Arkada iki adet tek kişilik yatak ve yatakların kenarında komodin bulunmaktadır. Komodinlerden birinin üzerinde telefon vardır. Yatağın üstüne ise şehir silüeti şeklinde, çerçevesiz bir tablo vardır.

4.8.8.2. Fotoğraf altı yazısı



Görsel 4.49. KA8, grup fotoğraf altı yazısı, Instagram ekran görüntüsü, 2019

Kaynak: <https://www.instagram.com/>

Metinden KA8'in yarışmaya katıldığı gece olduğu anlaşılmaktadır. Fotoğraf ile birlikte düşünüldüğünde müsabakanın vücut geliştirme ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Vücut geliştirme ile ilgili yarışmalarda yarışmacılar kasların daha görünür hale gelmesi için belli diyet programlarını takip ederler. Aç adamlar söyleminin ise yarışma nedeni ile bir şey yiyemediklerine gönderme yaptığı söylenebilir. Bu göndermenin ise fitness alanında oldukça yaygın olan azim, inanç ve kendini adama gibi değerlere işaret eden bir performans olduğu söylenebilir.

KA8 antrenman fotoğrafında da aynı etiketleri kullandığı için etiketlerin yorumları antrenman fotoğraf altı yazısı başlığında incelenebilir.

4.8.8.3. Yan anlam değerlendirmesi

Fotoğrafta set olarak otel odasının kullanıldığı arkadaki komodinin üzerinde telefonda anlaşılmaktadır. Diğer *dekoratif unsurları* oluşturan ayna ve şifonyerin ahşabı, arkadaki tablonun baskı kalitesi ve çerçevesiz olması gibi durumlar otelin çok lüks olmadığına dair izlenim yaymaktadır. Buna ek olarak odanın görünürde en az iki kişilik

olması da benzer şekilde konaklama konusunda ekonomik hareket edildiğini göstermektedir. Müsabakalarda konaklama ücretlerinin organizasyon tarafından karşılandığı, en azından anlaşmalı oteli organizasyonun seçtiği düşünüldüğünde; otelin sıradanlığının müsabakanın büyük bir organizasyon olmadığına gönderme yaptığı söylenebilir. Bu bağlamda metinde müsabaka olduğunun belirtilip hangi müsabaka olduğunun belirtilmemesi, KA8'in bu konuda *stratejik bir belirsizlik* yarattığı şeklinde yorumlanabilir.

Fotoğrafta diğer iki kişinin *sabit* ve *hareketli kişisel vitrinlerindeki* benzerlik, bu üçlünün bir takım oluşturduğuna dair izlenim yaymaktadır. Diğer iki kişinin tişört giymiş, KA8'in ise üst bedeninin çıplak olması, diğerleri telefonun ekranına bakarken KA8'in kendini izlemesi ve KA8'in gerisinde durmaları KA8'in takımın *yönetmeni* olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Benzer şekilde sağdaki kişinin KA8'in lakabı ve adını taşıyan bir tişört giymesi de bu durumu destekler nitelikte bir göstergedir.

Aynı zamanda KA8'in benzer *kişisel vitrine* sahip kişiler ile sosyalleşmesi, vücut geliştirme ve fitness *alanında* kişiler ile sosyal ilişki geliştirmeye önem verdiğinin göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

4.8.9. KA8 genel değerlendirme

Öncelikle KA8'in profil fotoğrafı olarak fitness ile ilgili bir etkinlikte çekildiği bir fotoğrafı kullanması ve biyografisinde *kurumsallaşmış kültürel sermayesini* yani milli sporcu olduğunu belirtmesi; KA8'in Instagram sahnesinde kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiğinin göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

Kişisel bir web sitenin olmaması, takipçilerini farklı sosyal medya platformlarına yönlendirmemesi dijital alanda çok aktif olmadığını göstermektedir. Diğer yandan sabit olarak kullandığı etiketlerin yanı sıra paylaşım ile ilişkili etiketler kullanması, çok sayıda etiket kullanması, kullandığı etiketlerle doğru hedef kitleyi seçip etkileşimi yükseltmeye uygun anahtar kelimeler seçmesi gibi durumlar dijital okuryazarlığının ortalama üstü olduğunu göstermektedir.

Diğer yandan sahibi olduğu ya da sponsorluk aldığı sporcu ek besinleri sitesine biyografisine yer vermesi KA8'in fitness *alanında bedensel sermayesini ekonomik ve sosyal sermayeye* çevirebildiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde

çevrimiçi ortamda antrenörlük yapması da *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirebildiğini göstermektedir.

KA8'in öncesi sonrası fotoğrafından yıllardır vücut geliştirme ile ilgilendiği anlaşılmaktadır. Önceki halinde kaslıyken sonraki halinde öncekine göre çok daha kaslı olması; KA8'in bedeni *bitmeyen bir proje* olarak görüp sürekli geliştirdiğini göstermektedir. Aynı zamanda terlemekten, kendini zorlamaktan zevk alması, günlük rutinlerini ve sosyal ilişkilerini antrenmana göre belirlemesi KA8'in *beden çalışmasının* zihinsel ve sosyal boyutunu da içselleştirdiğini göstermektedir.

Sporcu ek besini satması ve bu işi kullandığı spor salonunda da yapması; KA8'in fitness alanında antrenörlük kimliği haricinde ticari bir kimliği olduğunu da göstergeleridir. KA8'in kullandığı etiketler ve fotoğraf altı yazıları düşünüldüğünde *bedensel sermayesini ekonomik sermayeye* çevirmek için antrenör *rolünden* ziyade ticari *rolünü* oynadığı anlaşılmaktadır. Zararlı kimyasallardan kaçılması gerektiği söylemini üretmek fitness *alanında* antrenör rolünün *doxalarından* biri olarak görünebilir. KA8'in bu *doxaya* uymamasının ticari kimliğinden geldiği söylenebilir. Bu bağlamda KA8'in *bedensel sermayesini sosyal ve ekonomik sermayeye* çevirebilme kapasitesinin yüksek olduğu düşünülebilir.

KA8'in *kurumsallaşmış kültürel sermayesi*, *bedensel sermayesi*, ticari girişimleri, çevrimiçi antrenörlükleri; ekonomik sermayesinin ortalama üstü olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Ancak içinde bulunduğu *dekoratif öğeler* ve *setler*, kendini ifade biçimi, antrenör olarak takipçilerine bilgi veren içerikler kullanmaması gibi unsurlar göz önünde bulundurulduğunda genel anlamda kültürel sermayesinin düşük olduğu söylenebilir. *Bedensel sermayesinin* yüksekliğine rağmen *kültürel sermayesinin* düşük olmasının KA8'i antrenör *rolünden* ziyade ticari girişimci *rolünü* oynamaya yönelttiği düşünülebilir.

Buraya kadar olan bölümde, 8 antrenörün 49 paylaşımı göstergebilim kullanılarak düz anlamsal olarak betimlenmiş ve betimlemelerdeki göstergeler yan anlamsal olarak değerlendirilmiştir. Buna ek olarak, profil biyografileri, fotoğraf altı yazıları, ve kullandıkları etiketler söylem analizi ile incelenmiştir. Bundan sonraki bölümde ise antrenörlerin sahip olduğu sermaye türleri Bourdieu'nun yaklaşımı çerçevesinde kategorize edilecek, ürettikleri stratejiler ve benlik sunuş biçimleri spesifik biçimde ele alınacaktır.

4.9. Bulguların Sermaye Türlerine Göre Yorumlanması

Kişisel antrenörlerin *bedensel sermaye* sunumlarını değerlendirirken Bourdieu'nun *habitus* kavramı çatı görevi görmektedir. Bourdieu'ya göre *habitus* “bir konumun içkin ve bağlantısal özelliklerini birlikçi (üniter) bir yaşam stilinde, yani insanların, malların/varlıkların, pratiklerin tercihindeki birlikçi bir bütünde dile getiren can verici ve birleştirici kökendir” (Bourdieu, 1995, s. 23). Daha sade bir ifade ile ise “insanların belirli kültürler veya alt kültür içerisinde yaşamaları sonucunda zihinlerinde sahip oldukları temel bilgi stoku” şeklinde tanımlanabilir (Palabıyık, 2011, s. 128). Ancak tanımlamalardan da görüldüğü gibi *habitus* kavramı içselleştirilmiş kalıplar, yaşam tarzı, sahip olunan bütün bilgiler gibi oldukça geniş ve kapsamlı bir kavramdır.

Bourdieu, bu nedenle, *habitus* kavramının anlaşılabilmesi için farklı kavramlar kullanmış ve bu kavramları oyun üzerinden metafora dönüştürerek açıklamıştır. Öncelikle oyun sosyal alanda oynanır ve oyuncular yani bireyler sahip oldukları *sermayelerle* hareket ederler (Bourdieu, 2010). Bourdieu'ya göre *ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel* olmak üzere dört farklı sermaye türü vardır (Kaplan, 2018, s. 618). Wacquant ise bunlara beşinci olarak *bedensel sermayeyi* eklemiştir (Wacquant, 1995; Stewart, Smith ve Moroney, 2013, s. 546).

Her ne kadar bireylerin sahip oldukları *sermayeler* ile hareket ettikleri düşüncesi bir bağlam oluştursa da bu bağlamı oluşturan unsurların kategorize edilmesine yardımcı olmaz. Goffman'ın (2014) sahne performans yaklaşımında kullandığı dramaturjik kavramlar ise kişilerin sahip oldukları sermayeleri ve bu *sermayeler* ile nasıl hareket ettiklerini somutlaştırarak açıklamaya yardımcı olur.

“Kişi ve bedeni sadece ortak çalışma sonucunda oluşturulan bir şeyin bir süreliğine asılacağı bir askıdan başka bir şey değildir. Benlik oluşturma ve yaşatma araçlarıysa bu askının kendisinde bulunmaz; aslında bu araçlar çoğu kez toplumsal kurumlarda bulunur. Vücudu biçimlendirmek için aletlerin olduğu bir arka bölge ve sabit dekoruyla bir vitrin bölgesi vardır” (Goffman, 2014, s. 235).

Goffman'a göre (2014, s. 16 – 17) bireyin kendini ifade edecek bir eylemde bulunması durumu, gözlemcinin de bu eylemden izlenim edinmesi durumunu doğurur. Goffman (2014) eylemde bulunanı oyuncu, eyleme şahit olan kişiyi *izleyici*, gerçekleştirilen eylemi ise *performans* olarak tanımlar. Eylemin gerçekleştiği alanı *set*, *setin* içerisinde yer alan unsurları ise *dekor* olarak görür (Goffman, 2014, s. 33). *Habitusun* insanların belirli kültürler veya alt kültür içerisinde yaşamaları sonucunda

zihinlerinde sahip oldukları temel bilgi stoku olduğu düşünülürken, içinde bulundukları set ve setin *dekoratif unsurlarının*, bireyin sahip olduğu *sermaye tiplerinin* yansıması olduğu ve *sermayenin* göstergelerine dönüştükleri savunulabilir. Aynı zamanda bireyin *performansının* sahip olduğu *habitus*a göre şekillendiği de söylenebilir.

Sadece set ve *dekoratif unsurlar* değil; kişinin bedeni, hareketleri ve giyimi de *habitusunu* yansıtır. Goffman (2014, s. 33) kişinin yaş, etnik kökeni, cinsiyeti, gibi unsurlarını *sabit kişisel vitrin* olarak değerlendirirken duruş, jest, mimik, giyim gibi hareket ve tercihleri ise *hareketli kişisel vitrin* olarak tanımlar. Bourdieu ise bu durumu *simgesel sermaye* kavramı ile açıklar. Hayat tarzı ve zevklerdeki farklılığın sınıflar arasındaki farkın, bir başka deyişle *habituslar* arasındaki farkın ortaya çıkardığı simgesel bariyerler olduğunu ileri sürer (Ünal, 2017, s. 380). Bu temel noktalara değindikten sonra, kişisel antrenörlerin, Instagram’da sahip oldukları *sermayeler* bağlamında kendilerini nasıl sundukları Goffman ve Bourdieu’nun kavramlarının harmanlanması ile değerlendirilebilir. Ancak antrenörlerin *sermayeleri* bağlamında *performanslarının* ve stratejilerinin belirlenebilmesi için sahip oldukları *sermayelerin* derlenmesi gerekir.

4.9.1. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve ekonomik sermaye

Bourdieu’ya (2010, s. 49) göre *ekonomik sermaye*; doğrudan paraya çevrilebilen mülkiyet haklarının kurumsallaşmış halidir. Ancak ekonomik sermaye Marxist söylemdeki gibi iktisadi alan ile sınırlı kalmaz; sürekli diğer *sermayeler* ile etkileşim halindedir (Göker, 2014, s. 282). Bu neden ile ekonomik sermaye sadece sahip olma ile sınırlandırılmamalı, bireylerin erişebildikleri ya da erişmeyi tercih ettiklerinin de *ekonomik sermaye* içinde değerlendirilmelidir. Bu bağlamda kişisel antrenörlerin içinde bulunduğu *setler*, setteki *dekorlar*, *sabit* ve *hareketli kişisel vitrinleri* sahip oldukları *ekonomik sermayenin* göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

KA1’in çevrimiçi antrenörlük yapması, kendine ait bir giyim firması olması, sporcu ek besini ve sporcu beslenme firmalarından sponsorluk alması, *hareketli kişisel vitrini* kapsamında değerlendirilebilecek olan giysiler ve içinde bulunduğu *setlerin* yani evinin dekorasyonu, spor gittiği spor salonunun kurumsal kimliğinin kaliteli ve profesyonel *izlenim vermesi* gibi unsurlar bir arada düşünülürken *ekonomik sermayesinin* orta sınıf düzeyinde olduğunu gösteren göstergelerdir.

KA2'nin hem çevrimiçi hem de spor salonunda antrenörlük yapması, içinde bulunduğu *setlerin* içindeki *dekoratif öğelerin* sunduğu kaliteli izlenim; antrenörlük yaptığı salonun kurumsal kimliği ve malzemelerin kalitesi, İstanbul'un nezh semtlerinden birinde lise okumuş olması, giydiği markalar, arabasının markası, tasarım için profesyonel destek alması gibi göstergeler KA2'nin *ekonomik sermayesinin* ortalama üzeri olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Öncesi sonrası fotoğrafındaki *kişisel vitrini* antrenör olmadan önce de ekonomik sermayesinin orta sınıf düzeyinde olduğuna dair izlenim yaymaktadır.

KA3'ün birçok yarışma derecesine sahip olması, antrenörlük aracılığı ile orta sınıf düzeyinde gelir elde edebildiğini göstermektedir. Ancak içinde bulunduğu *setler*; gittiği spor salonunda aletlerin kalitesi, orta sınıf markalar kullanmasına rağmen kapri gibi ekonomik anlamda orta alt sınıfa gönderme yapan giysiler giymesi gibi unsurlar orta sınıf olmasına rağmen orta alt sınıf *izlenimi yaymaktadır*. Geçmişte su satması ve giydiği giysiler alt sınıftan geldiğine dair göstergeler olarak değerlendirilebilir.

KA4'in hem çevrimiçi hem spor salonun antrenörlük yapması, kişisel antrenörlük ile ilgili pazarlama eğitimi alması, içinde bulunduğu *setler* ve *dekoratif unsurları*; İstanbul'un en pahalı semtlerinden birinde yaşaması, antrenörlük yaptığı spor salonunun kurumsal tasarımı ve aletlerin kalitesi, cins bir kedi beslemesi ekonomik olarak orta sınıf olduğuna işaret eden göstergelerdir.

KA5 araştırma kapsamında değerlendirilen antrenörler arasında istisnai bir profildir. Instagram hesabında 344 fotoğraf olmasına rağmen bu fotoğraflar KA5'in *ekonomik* ve *sosyal* sermayesinin anlaşılmasını sağlayacak yeterli düzeyde göstergeden yoksundur. Ancak çevrimiçi antrenörlük yapması, *hareketli kişisel vitrini* için seçtiği markalar açık bir şekilde olmasa da orta sınıf olduğuna işaret etmektedir.

KA6'nın antrenörlük yapması, giyim firmasından ve sporcu ek besin firmasından sponsorluk alması birbirinden farklı birçok gelirinin olduğunu göstermektedir. İçinde bulunduğu *setler* düşünüldüğünde, spor salonunun ve sosyalleştiği gece kulübünün kalite ile ilgili göstergeleri ve aktivite olarak havuza gitmesi KA6'nın orta sınıf olduğunun göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Buna ek olarak geçmişte gününün büyük bir kısmını playstation oynayarak geçirmesi, hem playstationa sahip olması, hem de gününün büyük kısmını onu oynayarak geçirebilecek zamanının olması bağlamında düşünüldüğünde KA8'in geçmişte de orta sınıf olduğu düşünülebilir.

KA7'nin de çevrimiçi antrenörlük yapması ve beden eğitimi öğretmeni olması, içinde bulunduğu *setler* ve *dekoratif unsurları* değerlendirildiğinde gittiği spor salonunun kurumsal kimliği ve dekorasyonun kalitesi, yurtdışına seyahat edebilmesi gibi unsurlar KA7'nin orta sınıf olduğunun göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

KA8'in de benzer şekilde çevrimiçi antrenörlük yapması, sporcu ek besin ürünleri satması orta sınıf düzeyinde ekonomik gelir elde edebildiğinin göstergeleridir. Buna ek olarak köpek beslemesi de orta sınıf olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak içinde bulunduğu *setlerin* göstergeleri birbiri ile çelişmektedir. Evine yakın bir mesafede geniş yeşil bir alana bulunması orta sınıf göstergesi sunarken gittiği spor salonunun kurumsal kimliği ve dekorasyonu orta alt gelir grubuna gönderme yapmaktadır. Ancak gittiği spor salonunda sporcu ek besini satıyor oluşu, bu spor salonu ile ticari bir ilişkisi olduğunu göstergesidir. Bu bağlamda spor salonunun hedef kitlesi orta alt gelir grubu bile olsa spor salonu ile ortaklık ilişkisi olması ya da buradan ek gelir elde etmesi KA8'in ekonomik olarak orta sınıf olduğuna gönderme yapmaktadır.

Bourdieu'ya göre *habitus* ağırlıklı olarak çocukluk ve ilk gençlik dönemlerinde bilinçsiz bir şekilde içselleştirilen ve süreklilik arz eden 'üretken eğilimler şeması' dır (Meder ve Çeğin, 2011, s. 248). Buradan yola çıkarak KA3 ve KA8'in bugün fitness gibi orta sınıfa hitap eden bir alanda olmalarına ve ekonomik olarak orta sınıf olmalarına rağmen, *habituslarının* alt sınıfta şekillenmesi nedeni ile içinde bulundukları *set, dekorasyon ve hareketli kişisel vitrinleri* alt sınıfa gönderme yaptığı söylenebilir.

Bourdieu'ya göre bedenın şekillendirilen bir nesne konumu alması orta sınıf *habitusu* ile ilişkili bir durumdur (Bourdieu, 1984'ten aktaran Hacısöfuoğlu ve Elması, 2015, s. 29). Bu noktadan referansla, fitnessın orta sınıfa hitap eden bir alan olduğu söylenebilir. İncelenen sekiz kişinin de orta sınıf olması da bu yüzden şaşırtıcı değildir.

4.9.2. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve kültürel sermaye

Bourdieu'ya göre hiçbir *sermaye* türü tek başına bir anlam ifade etmez; *ekonomik sermaye kültürel, sosyal, sembolik* kaynaklar ile hareket ettiğinde bir anlam kazanır (Meder ve Çeğin, 2011, s. 248). Bu bağlamda kişisel antrenörlerin *ekonomik sermayelerini* kullanım biçimleri ve arttırmaya yönelik stratejilerinin diğer *sermaye*

tipleri ile yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Bu sermaye tiplerinden en önemlilerinden biri de *kültürel sermayedir*.

Kültürel sermaye en kapsayıcı tanımla “kişinin elde ettiği bilgi, yetenek, beğeni, eğitim biçimleri ve bunların sağladığı avantajlardır” (Misci Kip, 2010, s. 28). Bourdieu’ya göre üç farklı tip *kültürel sermaye* vardır: konuşma tarzı, duruş, bedensel form gibi kişide somutlaşan, *somutlaşmış kültürel sermaye*; kişinin sahip olduğu bilgiler dahilinde ortaya çıkardığı kitap, makine, resim gibi nesneler aracılığı ile göstergeye dönüşen *nesneleşmiş kültürel sermaye*; içinde bulundukları kurumlardan öğrendiklerini somutlaştıran diploma, sertifika gibi unsurları kapsayan *kurumsallaşmış kültürel sermaye* (Bourdieu, 1984’ten Aktaran Featherstone, 2005, s. 174).

Kişisel antrenörlerin kültürel sermayeleri derlenmeden önce ufak birkaç parantez açmak gerekir. Öncelikle Bourdieu bedeni somutlaşmış kültürel sermaye içerisinde fiziksel sermaye diye değerlendirmektedir. Sonrasında ise Wacquant bu sermayenin biriktirme biçimini *beden çalışması* kavramı ile açıklayarak *bedensel sermaye* kavramı olarak genişletmiştir. Goffman ise *kişisel vitrin* olarak görmektedir. *Somutlaşmış kültürel sermaye* ve *bedensel sermaye* ikiciliğinin kafa karıştırmaması ve Goffman’ın diğer kavramları ile bütünlük teşkil etmesi için bulgular kısmında beden *sabit kişisel vitrin* olarak alınmıştır. Araştırmada daha kapsamlı olan *bedensel sermaye* kavramı tercih edildiği için bu bölümde *somutlaşmış kültürel sermaye* olarak bedene pek değinilmeyecek, bedensel sermaye başlığında daha fazla irdelenerek incelenecektir.

Bir diğer nokta ise kişisel antrenörlerin *kurumsallaşmış kültürel sermayeleri* ile ilgilidir. Antrenörlerin genel anlamda aldıkları eğitim ve yetkinlikleri bağlamında sahip oldukları *kurumsallaşmış kültürel sermaye* ile fitness alanında sahip oldukları *kurumsallaşmış kültürel sermayeleri* farklı olabilir: biri günlük yaşamın tümünde avantaj sağlarken diğeri ağırlıklı olarak fitness *alanında* avantaj sağlar. Bu bağlamda antrenörlerin fitness *alanındaki* kurumsallaşmış kültürel sermayeleri ayrı olarak değerlendirilmelidir.

Ve son olarak eğer kişinin kendini ifade etme biçimi olan konuşma tarzı, üslubu, hareketleri *somutlaşmış kültürel sermaye* olarak tanımlanıyorsa, benzer şekilde siber alanda kendilerini ifade ediş biçim ve yetenekleri de *somutlaşmış kültürel sermaye* olarak değerlendirilebilir.

KA1'in fitness alanı ile ilgili bilgileri kapsayan kişisel web sitesinin ve Youtube kanalının olması; *nesneleşen kültürel sermayesinin* yüksek olduğunu gösteren göstergeler olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan etiketleri doğru kullanımı, takipçileriyle yemek, antrenman gibi farklı konularda çeşitli bilgiler paylaşması, giysilerinin kalitesi, birbiriyle uyumu ve fotoğraflarının teknik kalitesi *somutlaşmış kültürel sermayesinin* yüksek olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Diğer yandan WBFF Pro Fitnes Model olması durumu ise fitness alanında *kurumsallaşmış kültürel sermayeye* sahip olduğunu da göstermektedir.

Benzer şekilde KA2'nin de kişisel web sitesinin ve Youtube kanalının olması, kullanıcılarına bilgi vermek için kullandığı tasarımlar, kendi logosunun olması *nesneleşmiş kültürel sermayesinin* yüksekliğine işaret etmektedir. Etiketleri paylaşma özel düzenlemesi, kullanıcılarına bilgi sunabilmesi, kurumsal bir salonda antrenörlük yapabilmesi, yazımının düzgün, dilinin akıcı olması ise *somutlaşmış kültürel sermayesinin* yüksek olduğunu göstermektedir. Son olarak okuduğu lise, üniversite, antrenörlük belgesi (profilinde direkt görülmese de kurumsal bir spor salonunda antrenörlük yapabilmesinden çıkarım yapılmıştır), P7 Sporcusu olması, Men's Fitness Fit Model birinciliği ise *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

KA3'ün kişisel bir web sitesinin ya da Youtube kanalının olmayışı, *nesneleşmiş kültürel sermayesinin* düşük olduğunu göstermektedir. Diğer yandan sürekli aynı etiketleri kullanması, bazı metinlerin tümünü büyük harfle yazması, her paylaşımının altında telefon numarasını vermesi, biyografisinde çevrimiçi eğitimlerin ücretli olduğunu belirtmesi, orta sınıf markalar kullanmasına giyim konusunda seçtiği modeller gibi unsurlar *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğüne işaret etmektedir. Diğer yandan dördüncü kademe baş antrenörlük belgesi, profesyonel vücut geliştirme dünya şampiyonluğu, amatör vücut geliştirme beş kez dünya bir kez Avrupa şampiyonluğu KA3'ün *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

KA4'ün Youtube kanalının olması ve kullanıcılarına sunumlar hazırlaması *nesneleşmiş kültürel sermayesinin* göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Bunun dışında başarılı etiket kullanımı, kullanıcıları ile çeşitli bilgiler paylaşması, kurumsal bir spor salonunda antrenörlük yapabilmesi, giyim tarzındaki sadelik *somutlaşmış kültürel sermayesinin* yüksekliğine işaret etmektedir. Ancak KA4'ün fitness alanında

kurumsallaşmış kültürel sermayesi ile ilgili bir veriye ulaşamamıştır. Kurumsal bir spor salonunda antrenörlük yapmasından antrenörlük ile ilgili bir *kurumsallaşmış kültürel sermayesi* olduğu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde kişisel eğitim pazarlama ilgili eğitime katılmasından bu konuda da bir sertifika ya da belgeye sahip olduğu varsayılabilir. Fakat genel anlamda değerlendirildiğinde, KA4'ün fitness alanında *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* düşük olduğu söylenebilir.

KA5'in genel anlamda *kültürel sermayesi* ile ilgili çok fazla veriye ulaşamamıştır. Yazdığı e-kitap KA5'in *nesneleşmiş kültürel sermayesi* olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan takipçileri ile kalorisi düşük yemek tarifleri paylaşması, giyim tarzında trendleri takip etmesi, kurumsal bir spor salonunda antrenörlük yapabilmesi *somutlaşmış kültürel sermayesinin* göstergeleridir. Kurumsal spor salonunda antrenörlük yapabilmesinden dolayı bu alanda aldığı bir eğitim olduğu varsayılabilir. Ancak farklı herhangi bir şeye rastlanmamış olması nedeni ile *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* düşük olduğu varsayılabilir.

KA6'nın Youtube kanalının olması da *nesneleşmiş kültürel sermayesinin* göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak buna rağmen sürekli aynı etiketleri kullanması, yerli yersiz fotoğraflara sponsorlarını eklemesi, metinlerdeki yazım hataları ve anlatım bozuklukları nedeni ile dijital okuryazarlığının ortalama, *somutlaşmış kültürel sermayesinin* ise düşük olduğu söylenebilir. WBFF Pro Fitness Model olması ve antrenörlük belgesi ise KA6'ın *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* yüksek olduğunun göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

KA7'nin yazdığı e-kitap *nesneleşmiş kültürel sermayesini* temsil eder. Ancak kişisel web sitesi ya da Youtube kanalının olmaması, sayıca az ve içerikle uyumsuz etiketler kullanması, takipçileri ile fitness alanına dair bilgiler paylaşmaması gibi unsurlar nedeni ile KA7'nin dijital okuryazarlık seviyesinin ve *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşük olduğunun göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan beden eğitimi öğretmeni olması, iki defa Men's Physique Türkiye birincisi olması ve bir kere de aynı yarışmanın Türkiye tüm zamanlar birincisi olması gibi göstergelerden KA7'nin fitness alanında *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

KA8'in ise kişisel web sitesinin ve Youtube kanalının olmaması *nesneleşmiş kültürel sermayesinin* düşük olduğunu göstermektedir. Her fotoğrafın altında içerik ile ilgili etiketler kullanması, buna ek olarak etkileşimi yükseltmek için kurumsal spor

salonlarının ve dergilerin etiketlerini kullanmasından dijital okuryazarlığının yüksek olduğu söylenebilir. Giyim tarzı, giysilerinde kullandığı renklerin canlılığı ve uyumsuzluğu, genel olarak içinde bulunduğu set ve setin *dekorlarından somutlaşmış kültürel sermayesinin* de düşük olduğu anlaşılmaktadır. Profil fotoğrafının fitness ile ilgili bir yarışmada çekilmesi, milli sporcu olması, çeşitli yarışmalara katılıyor oluşundan ise *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

4.9.3. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve sosyal sermaye

Sosyal sermaye, “az ya da çok az kurumsallaşmış karşılıklı tanıma ve tanıma ilişkisine sahip dayanıklı bir ağa sahip olmakla veya başka bir deyişle bir gruba üye olmakla bağlantılı olan gerçek veya potansiyel kaynakların toplamıdır” (Bourdieu, 1986: 51). Ağın üyeleri; kimlikleri, diğer tip sermayeleri ve ağdaki diğer üyeler aracılığı ile hem sosyal hem de diğer sermayelerini arttırırlar; aile, okul, parti gibi kurumlar aracılığı ile kendilerini meşrulaştırıp ilişkilerini düzenleyebilirler ve aralarındaki sembolik alışverişin karmaşıklığı nedeni ile fiziksel, ekonomik ve sosyal ilişkilere ‘kısmen de olsa’ indirgenemezler (Bourdieu, 1986, s. 51).

Fitness ile ilgili çeşitli organizasyonlar ve bu organizasyonların düzenlediği etkinlikler, fitness alanını meşrulaştıran, alandaki bireylere *sosyal sermaye* sunan ağlar olarak tanımlanabilir. Her *alanın* kendine ait dinamikleri olduğu düşünüldüğünde, fitness *alanını* meşrulaştıran bu tür ogranizasyon ve etkinliklerin kişisel antrenörler için kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

Fitness alanındaki günlük rutinlerin büyük çoğunluğu spor salonunda gerçekleşmektedir. Bir başka deyişle aktörler, *performanslarını* spor salonu setinde sergilerler ve bu *performanslar* bireysel ve *takım ilişkileri* ile ortaya çıkar. Goffman’a (2014, s. 82) göre sunumu sadece kişiliğin ifade ediliş biçimi olarak görmek yetersiz kalır; *kişisel vitrinin* kullanılma sebebi kişinin kendini görünmek istediği gibi sunmasından ziyade *görünüüş* ve *tutumun* daha geniş ölçekli bir *sahne*de işe yarayabilmesidir ve bu da *takım ilişkileriyle* ortaya çıkar. Buradan yola çıkarak, kişisel antrenörlerin Instagram *sahnesindeki* performanslarında, yani fotoğraflarında, birlikte yer aldıkları kişilerin antrenörlerin *sosyal sermayelerinin* bir parçasını oluşturdıkları söylenebilir.

Son olarak çevrimiçi eğitim veren antrenörlerin çevrimiçi sunumlar yaptıkları düşünüldüğünde, sahip oldukları takipçi sayısının da antrenörlerin sosyal sermayesi olarak görülebilir.

KA1'in 480.000 takipçisi olması, Instagram sahnesinde fenomen olarak tanımlanabilecek düzeyde yüksek *sosyal sermayeye* sahip olduğunun göstermektedir. Sahip olduğu pro fitness model derecesi KA1'in dünyanın fitness alanındaki en büyük organizasyonlardan biri olan World Beauty Fitness & Fashion'ın ağına dahil olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda WBFF KA1'in *sosyal sermayesi* olarak değerlendirilebilir. KA1 iki sporcu beslenme firması ve bir sporcu ek besin firmasından sponsorluk almaktadır. Bu firmalar ile kurduğu ilişki de KA1'in *sosyal sermayesi* dahilinde değerlendirilebilir. Youtube kanalı için kendi gibi bedensel sermayesi yüksek kişiler ile video çekmesi de KA1'in *sosyal sermaye* göstergesi olarak görülebilir. Tüm bu göstergeler dahilinde KA1'in *sosyal sermayesini* fitness alanı çerçevesinde oluşturmaya özen gösterdiği söylenebilir.

KA2'nin 98.400 takipçisi Instagram sahnesinde geniş bir *sosyal sermayesi* olduğunu göstermektedir. Fitness alanı ile ilgili *sosyal sermayesinin* göstergeleri katıldığı Men's Fitness Fit Model yarışmasından aldığı derece ve spor salonunda antrenörlük yapıyor oluşudur. Okuduğu lise ve üniversite, tasarım için destek aldığı kişi ise KA2'nin *sosyal sermayesine* ait diğer göstergeler olarak değerlendirilebilir. Bu göstergelerin çoğunun fitness ve *bedensel sermaye* alanından ziyade *kültürel sermayeye* gönderme yaptığı söylenebilir. Bu bağlamda KA2'nin, *sosyal sermayesini bedensel* değil, *kültürel sermayesi* ekseninde şekillendirdiği savunulabilir.

KA3'ün 74.600 takipçisi olması Instagram *sahnesindeki sosyal sermayesinin* yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Yedi farklı yarışma derecesi ve bir Guinness rekorunun olması, dördüncü derece baş antrenör olması KA3'ün sosyal sermayesini çeşitli kurum ve organizasyonlar aracılığı ile oluşturduğunu göstermektedir. Ancak bu kadar farklı organizasyon içinde bulunması ve başarı elde etmiş olmasına rağmen herhangi bir sponsorluğunun olmaması ve bu sosyal çevreden birileriyle ortaklaşa içerik üretmemesi gibi unsurlar KA3'ün sosyal çevresini *sosyal sermayeye* dönüştürme konusunda güçlük yaşadığını göstermektedir. *Kültürel sermayesinin* düşüklüğü ve agresif *performanslarının* bu durumu ortaya çıkardığı söylenebilir.

KA4'ün spor salonunda antrenörlük yapması ve 12.300 civarı takipçisinin olması Instagram *sahnesinde* orta düzey bir *sosyal sermayeye* sahip olduğunu göstermektedir. Bunun dışında antrenörlük yaptığı kurumsal spor salonu ve aldığı kişisel eğitim pazarlama eğitimini veren Life Fitness Türkiye KA4'ün *sosyal sermayesini* gösteren diğer göstergelerdir. Life Fitness küresel ölçekte spor aletleri sektörünü yönlendiren bir şirkettir. Buna ek olarak KA4, eğitimi veren kişi ile birlikte sohbet edip birlikte fotoğraf çekilerek etkin olarak, aldığı eğitimi *sosyal sermayeye* dönüştürmüştür. “Belirli bir grup tarafından sahip olunan sosyal sermayenin hacmi, etkin bir şekilde mobilize edebileceği bağlantı ağının büyüklüğüne ve her birinin kendi haklarında sahip olduğu sermayenin (ekonomik, kültürel veya sembolik) hacmine bağlıdır” (Bourdieu, 1986, s. 51). Bu bağlamda, KA4'ün *sosyal sermayesinin* nicel anlamda küçük olmasına rağmen; dahil olduğu ağın büyüklüğü nedeni ile sosyal sermayesinin yüksek olduğu ve bu *sermayeyi* etkin bir şekilde kullanabildiği söylenebilir. Bu durum ise KA4'ün *kültürel* ve *ekonomik sermayesinin* yüksekliği ile ilişkilendirilebilir. Ortalama üstü gelir grubuna hitap eden bir spor salonunda antrenörlük yapıyor oluşu gündelik yaşamda sosyal sermayesini kullanabildiğini gösterirken; Instagram'daki takipçi sayısının diğer antrenörlere göre düşüklüğü, diğer sermaye tiplerinin yüksekliğinin KA4'e çevrimiçi ortamda avantaj sağlamadığını göstermektedir.

KA5'in 31.800 civarı takipçisi bulunmaktadır. Bu bağlamda Instagram üzerindeki *sosyal sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. Ancak profilinde, kurumsal spor salonunda antrenörlük yapıyor olması dışında herhangi bir *sosyal sermaye* göstergesine rastlanmamıştır. Bu bağlamda KA5'in *sosyal sermayesinin* düşük olduğu söylenebilir.

KA6'nın 23.400 civarı takipçisi vardır. Bu bağlamda Instagram'daki *sosyal sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. Bunun dışında KA1 gibi WBFF Pro Fitness Model derecesi ve antrenörlük eğitimi almış olması da fitness alanında *sosyal sermayeye* sahip olduğunu gösteren göstergelerdir. Bunun dışında giyim ve sporcu ek besin firmalarından aldığı sponsorluklar *sosyal sermaye* bağlamında değerlendirilebilir. Genel olarak dahil olduğu organizasyonlar, aldığı sponsorluklar ve takipçi sayısı KA6'nın *sosyal sermayesinin* yüksek olduğunu göstermektedir.

KA7'nin 27.600 civarı takipçisi olması nedeni ile Instagram'daki *sosyal sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. Beden eğitimi öğretmeni olması nedeni ile spor *alanı* içerisinde geniş bir *sosyal sermayeye* sahip olduğunun göstergesi olarak

değerlendirilebilir. Uluslararası Fitness ve Vücut Geliştirme Federasyonu'nun düzenlediği yarışmalardan farklı zamanlarda aldığı üç derece göz önünde bulundurulduğunda KA7'nin fitness alanında güçlü bir sosyal ağa dahil olduğu söylenebilir. Ancak herhangi bir sponsorluk almamış olması ve sahip olduğu sosyal ağdan biriyle herhangi bir işbirliğine girmemiş olması KA7'nin sahip olduğu *sosyal sermayeyi* etkin bir şekilde kullanamadığını göstermektedir.

KA8'in 56.100 civarı takipçisi olması Instagram üzerinde yüksek bir *sosyal sermayeye* sahip olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Buna ek olarak milli sporcu olduğunu belirtmesi, fitness *alanında* yüksek sosyal sermayeye sahip olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir. Yarışmaya katılan diğer yarışmacılarla fotoğraf çekilmesi de KA8'in yarışmalar aracılığı ile *sosyal sermayesini* yükselttiğini göstermektedir. Kendi adının basılı olduğu tişörtün bir başkası tarafından giyilmesi, KA8'in sosyal çevresinde önemli bir figür olduğunu göstermektedir. Bunlara ek olarak, fitness alanında kullanılan sporcu ek besinleri satıyor olması ve gittiği spor salonu ile arasındaki profesyonel ilişki de KA8'in *sosyal sermayesi* ile ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda KA8'in *sosyal sermayesinin* oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

“İlişkiler ağı, kısa veya uzun vadede doğrudan kullanılabilecek sosyal ilişkilerin kurulmasını veya yeniden üretilmesini amaçlayan, bireysel veya kolektif, bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde oluşturulan yatırım stratejilerinin bir ürünüdür” (Bourdieu, 1986, s. 52). Buradan yola çıkarak, antrenörlerin *bedensel sermayeleri* aracılığı ile ürettikleri stratejilerin onlara sosyal bir çevre ya da sermaye sunduğu söylenebilir. Fakat KA3 ve KA7'nin yüksek *sosyal sermayeye* sahip olmalarına, hatta yüksek *bedensel ve kurumsallaşmış kültürel sermayeye* sahip olmalarına rağmen *sosyal sermayelerini* başarılı bir yatırıma dönüştüremedikleri görülmektedir. İkisinin bir diğer ortak özelliği ise fitness *alanı* dışında kalan *kültürel sermayelerinin* düşüklüğüdür. Buradan yola çıkarak *sosyal sermayenin* başarılı bir yatırım strateji sunabilmesinde *kültürel sermayenin* kilit bir konuma sahip olduğu söylenebilir.

4.9.4. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve simgesel sermaye

Simgesel sermaye, diğer bütün sermaye tiplerinin anlam ya da tanınırlık kazanması yoluyla ortaya çıkan bir sermayedir (Bourdieu 2000, s. 242). Diğer bir deyişle, *simgesel*

sermaye diğer sermaye tipleri gibi görünürlüğü olan bir sermaye türü değildir; kişinin *ekonomik, sosyal, kültürel* ve onun altındaki *bedensel* sermayesinin kişi üzerindeki yansımasıdır (Pedersen ve Tjørnhøj-Thomsen, 2017, s. 432). Bu nedenle *simgesel sermaye*, bir nevi kişinin *habitusunun* izin verdiği ölçüde oluşan bilişsel kapasite ya da kişinin *habitusunun* sembolik yansıması olarak da değerlendirilebilir (Bourdieu, 1986, s. 52). Goffman açısından bakıldığında kişinin hem *verdiği* hem de *yaydığı izlenimin* kişinin *simgesel sermayesi* ile yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Bu bağlamda kişinin sahip olduğu *sermayeleri* etkin bir şekilde kullanabilmesinin ya da performansları ile istediği sonuçları elde edebilmesinin *simgesel sermayeye* bağlı olduğu ileri sürülebilir. Kişinin bedeninin sahip olduğu *ekonomik ve kültürel sermayesini* yansıttığı göz önünde bulundurulduğunda *simgesel sermayenin* en görünürlük kazandığı alanın *bedensel sermaye* olduğu düşünülebilir.

4.9.5. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörler ve bedensel sermaye

Kültürel sermayenin bedende cisimleşmesinden dolayı, kişinin kim ve ne olduğu bedeni üzerinden öngörülebilir (Bourdieu, 1986, s. 48). Bir başka deyişle, kişinin genel olarak sahip olduğu kültürel ve diğer sermaye tiplerinin, kişinin bedeninde cisimleşmiş olduğu söylenebilir. Aynı zamanda ‘somutlaşmış/bedenleşmiş’ biçimdeki *kültürel sermaye* formu, yani *bedensel sermaye*; benimseme ve içselleştirme gibi zaman ve emek isteyen süreçler sonucunda inşa edilir. Bu süreçteki pratikler (bronzlaşma, kasları geliştirme vb.) aynı zamanda *bedensel sermayeyi* ikinci elden elde edinilemez bir konuma getirir (Bourdieu, 1986, s. 48).

Wacquant (1995) ise Bourdieu’nun benimseme ve içselleştirmeyi kapsayan bedensel sermayenin biriktirme sürecini anlayabilmek için boksörler ile etnografik bir çalışma yapmış ve spor alanında *bedensel sermayeyi* arttırmaya yönelik pratikleri *beden çalışması (bodywork)* adıyla kavramlaştırmıştır. *Beden çalışmasının* birbiriyle oldukça bağlantılı üç boyutu vardır: ilki fiziksel egzersiz ve yoğun antrenman programları ile kas kütlelerini arttırmaya ve vücudun biçimini dönüştürmeye yönelik fiziksel boyuttur. İkincisi, sporcunun istediği fiziğe sahip olabilmek için gereken günlük yaşam pratiklerini ve algısını dönüştürmeye yönelik zihinsel boyuttur. Sonuncusu ise ilk iki boyutun sonucu olarak sosyal ilişki ve günlük rutinlerin bedensel sermayeyi korumaya ve arttırmaya

yönelik şekilde organize edilmesini kapsayan sosyal boyuttur (Pedersen ve Tjørnhøj-Thomsen, 2017, s. 432).

“Tüm beden kısıtlamaları, günlük yaşam rutinlerini düzenleyerek beden üzerinde hakimiyet kuracak ve savaşçı ömrünün tamamını yeniden düzenlemesine ve en üst düzeyde bedensel performans sağlama ihtiyacını karşılamasına izin verecek şekilde tasarlandı. [...] 'Adanma,' 'disiplin,' 'her şeyden vazgeçme,' 'bağlılık' "doğru olanı yapma "temiz tutma ', tüm bu ifadeler sadece spor salonundaki bedensel emeğe değil aynı zamanda günlük yaşamın düzenlenmesine de atıfta bulunur” (Wacquant 1995, s. 76).

Harvey ve diğerleri ise bedensel sermayeyi birbiri ile ilişkilendirerek *fizik*, *kapasite* ve *süsleme* kavramları ile kategorize etmiştir. *Fizik*; yaş, boy, kilo ve yapı gibi fiziksel özellikleri kapsar. *Kapasite* fizik ile ilişkili olarak kişinin güç, hız veya zindelik konusundaki kapasitesini içerir. Son olarak, *süsleme* ise kapasitenin kullanılmasıyla şekillenen fiziğin görsel biçimde nasıl desteklendiği ile ilgilenir: Giyilen kıyafetler, kullanılan aksesuarlar, dövme *süsleme* kategorisi içerisinde değerlendirilebilir (2014, s. 458). Harvey ve diğerlerinin yaklaşımı, Wacquant’ın beden çalışması kavramının fiziksel boyutunun daha spesifik hale getirdiği söylenebilir.

Stewart, Smith ve Moroney (2013, s. 545) ise direkt bedenin görüntü ve performansına odaklanarak spor salonlarında inşa edilen vücut tiplerini şekil 2.1.deki gibi kategorize etmiştir. Bir önceki çalışmaya benzer şekilde bu kategorilerin de *bedensel sermaye* ve *beden çalışması* kavramının *fizik* boyutuna gönderme yaptığı söylenebilir.

Son olarak ince ve kaslı bedenin, orta sınıfa, medya ve fitness kültürü aracılığı ile sunulan; ideal, hegemonik beden tipi olduğuna değinmek gerekir (Hutson, 2015: 52; Bourdieu, 1986; Featherstone, 1991; Connel 1987). Burada fitness ve vücut geliştirme arasında bir ayrım yapılmalıdır. Vücut geliştirme alanında vücudun kas kütlelerinin arttıkça bedensel sermayenin yükseldiği, fitness alanında ise sağlıklı, güçlü, atletik ve estetik görüntünün bedensel sermayeyi yükselttiği, kas kütlelerinin belli miktarın üzerine çıktığında değinilen özellikler kaybolduğu için bedensel sermayenin tekrar düşüşe geçtiği söylenebilir. Ancak görünümünün yüksekliği nedeni ile vücut geliştirmecilerin bedensel dönüşümün gerçekleştiği bütün alanları domine ettiği söylenebilir. Bu nedenden dolayı antrenörlerin bedensel sermayeleri bu ayrım göz önünde bulundurularak yapılmalıdır.

Tüm bunlar göz önüne alındığında, kişisel antrenörlerin vücut tipleri, kas oranları, giyimleri, kullandıkları aksesuarlar, sahip oldukları dövme ve beden üzerine düşünceleri; onların *ekonomik*, *kültürel* ve *simgesel sermayelerinin* yansımaları olarak

değerlendirilebilir. Aynı zamanda kapsayıcı temsil gücü nedeni ile antrenörlerin bedenlerinin aynı zamanda *habituslarını* temsil ettiği de öne sürülebilir. Goffman açısından düşünüldüğünde ise *sabit* ve *hareketli kişisel vitrinlerin* sahip olunan *sermayeler* ve *habitus* bağlamında oluşturulduğu söylenebilir.

KA1'in kas kütlesi oldukça yüksek, bedeni ise oldukça geniştir. Bunlara, bütün kaslarının tek tek belirgin şekilde görünmesi de eklendiği zaman KA1'in *bedensel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Aynı zamanda doğal olmayan bu kaslı görünümünden KA1'in bedenini şekillendirmek disiplinli bir şekilde kendini adadığı anlaşılmaktadır. Buradan yola çıkarak KA1'in bedeni bir *proje* gibi görerek *bedensel sermayesini* yükseltmek için günlük rutinlerini beden çalışmasının aşamalarına göre organize ettiği de anlaşılmaktadır. Eski hali ve yeni halini karşılaştırdığı fotoğrafın altına “yaşıyorsanız umut var demektir” yazması da bedeni *proje* olarak gördüğünü ve *beden çalışmasını* içselleştirmiş olmaktan haz aldığını destekler niteliktedir. Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) oluşturdukları kategori bağlamında (Şekil 2.1.) KA1'in vücut tipinin görsel açıdan *kaslı* ve *çekici*; *performatif* açıdan ise *güçlü* ve *dayanıklı* bedene gönderme yaptığı söylenebilir. Harvey ve diğerleri (2014) açısından değerlendirildiğinde ise KA1, *fizik* ve *kapasite* kategorilerinde yüksek *bedensel sermayeye* sahiptir. *Süsleme* yönünden değerlendirildiğinde ise KA1'in *ekonomik*, *kültürel* ve *bedensel sermayelerinin* izlerini taşıdığı görülmektedir. Öncelikle *bedensel sermayesi* yüksek olduğu için onu görünür kılacak şekilde dar ve mümkün olduğunca açık giyinmekte, fırsat buldukça ise *süslemeden* direkt sergilemeyi tercih etmektedir. Profil fotoğrafı olarak sadece iç çamaşırı ile olduğu fotoğrafı tercih etmesi de bu durumu destekler niteliktedir. Tercih ettiği renkler, markalar ve kumaşların dokusundan da *ekonomik sermayesinin* yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Fitness alanında *kültürel sermayesinin* yüksek olmasına rağmen genel olarak fazla açık giyinmesi zaman zaman ise giyinik olması gereken yerlerde hiçbir şey giymemesi, bedenini ısrarla göstermek istemesi; günlük yaşamdaki genel *kültürel sermayesinin* ortalama olduğuna dair izlenim yaymaktadır. Bir bütün içinde her şeyi ile birlikte değerlendirildiğinde ise KA1'in *sembolik sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir.

KA2'nin de kas kütlesi oldukça yüksektir ve bütün kasları belirgin şekilde görülmektedir. Ancak KA1'inki kadar geniş bir vücudu yoktur. Vücudun simetrisi ve kasların belirginliği nedeni ile KA2'nin *bedensel sermayesi* yüksek olarak tanımlanabilir.

Doğal olarak tanımlanamayacak kadar kaslı ve geniş bir vücuda sahip olmasından KA2'nin de bedeni *proje* gibi gördüğü ve *beden çalışmasının* fiziksel, zihinsel ve sosyal boyutunu içselleştirdiği anlaşılmaktadır. KA2'nin bedeni Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) oluşturduğu kategori bağlamında (Şekil 2.1.), *görsel cezbedicilik* açısından *kaslı* ve *çekici performatif cezbedicilik* açısından ise *güçlü* ve *dayanıklı* olarak değerlendirilebilir. KA1 kadar geniş bir vücuda olmadığı için KA1'e göre güç yönünden daha zayıf fakat daha çekici bir vücuda olduğu söylenebilir. Harvey ve diğerlerinin (2014) kategorilerine göre değerlendirildiğinde ise *fizik* ve *kapasitesinin* yüksek olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından değerlendirildiğinde ise giyiminin ekonomik sermayesini yansıtacak nitelikte lüks markalar giydiği görülmektedir. *Bedensel sermayesinin* yüksekliğinden dolayı dar ve vücut hatlarını sergileyecek kıyafetleri tercih etmektedir. Bunlara ek olarak spor salonu dışında askılı giymemesi, çok açık giysiler tercih etmemesi, düz ve doğal renklerde giyinmesi ise yüksek *kültürel sermayesinin* KA2'deki yansıması olarak değerlendirilebilir. *Beden çalışmasını* içselleştirmiş olmasına rağmen bedeninin çok geniş olmaması, günlük yaşamda bedenine karşı saplantılı olduğuna dair bir izlenim oluşmasını engellemektedir. Bu nedenden dolayı, KA2'nin fitness *alanı* ile gündelik yaşam alanı arasındaki dengeyi yönetebildiği ve her iki *alanda* da yüksek bir *simgesel sermayeye* sahip olduğu söylenebilir. Ancak yine de profil fotoğrafında üstünün çıplak olduğu bir fotoğraf kullanmasından dolayı KA2'nin Instagram'daki kimliğini *bedensel sermaye* aracılığı ile inşa ettiği söylenebilir.

KA3'ün estetik olarak tanımlanabilecek sınırların çok ötesinde bir düzeyde vücut genişliği ve kas kütlesi vardır. Ancak tek bacağının protez olması da KA3'ün *bedensel sermayesini* düşüren durumdur. Fakat tek bacağı olmasına aşırı kaslı ve geniş bedene sahip olması nedeni ile fitness alanında *bedensel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Gündelik yaşamda ise vücut bütünlüğünün vücut görüntüsünden önce gelmesi nedeni ile *bedensel sermayesinin* düşük olduğu söylenebilir. KA3'ün bedeninden gününün büyük bir kısmını vücudunu geliştirmekle uğraşarak geçirdiği anlaşılmaktadır. Buradan yola çıkarak *beden çalışmasının fiziksel, zihinsel ve sosyal* boyutlarıyla takıntılı düzeyde ilgilendiği anlaşılmaktadır. Fotoğraf altı yazıları Wacquant'ın "Adanma, disiplin, her şeyden vazgeçme, bağlılık, doğru olanı yapma" gibi söylemlerini birebir temsil etmektedir (Wacquant 1995, s. 76). Aynı zamanda Atlas'ın 1930'lu yıllarda vücut geliştirme üzerine yazdığı kitapta da azim, umut, cesaret, istikrar gibi kavramları vurgulaması göz önünde bulundurulduğunda, bu düşüncelerin vücut geliştirmenin

başlangıcından bu yana var olduğunu ve fitness *alanının korumacı doxalarını* oluşturduğu söylenebilir (Atlas'tan aktaran Reich, 2010, s. 457). Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) kategorisi bağlamında (Şekil 2.1.) KA3'ün bedeni *görsel* açıdan *kaslı, performatif* açıdan ise *güçlü* olarak tanımlanabilir. KA3'ün bedeninin çok kaslı olmasından dolayı estetik açıdan çekici olarak tanımlanamamaktadır. Harvey ve diğerlerinin (2014) kategorileri ile değerlendirildiğinde ise bedenin *fiziksel* anlamda sermayesinin yüksek olduğu söylenebilir. Tek bacağının olmaması ise *kapasite* boyutunda *bedensel sermayesini* düşürmektedir. Ancak tek bacağı olmasına rağmen, vücudunun incelenen diğer tüm kişisel antrenörlerden kaslı olması nedeni ile bu dezavantajı tam tersi bir başarıya ve dolayısı ile avantaja çevirdiği söylenebilir. Paylaştığı fotoğrafların çoğunda bacağındaki protezi göstermesi de KA3'ün bu durumu avantaja çevirdiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu durum eksik hissedilen alanın tam tersi yönünde hareket etme şeklinde bir savunma mekanizması olan tepki verme altında değerlendirilebilir. Ancak bu durum psikoloji ile yakından ilişkili olması nedeni çalışmanın kapsamının dışında kaldığı için bu konu üzerinde durulmamıştır. *Süleme* kategorisi açısından değerlendirildiğinde ise öncelikle tek bacağının olmadığını görünür kılacak şekilde giyinmektedir. Diğer yandan giydiği marka ve ürünler *ekonomik sermaye* açısından orta sınıf olduğunu gösterir niteliktedir. Ancak vücut hatlarını aşırı belirgin şekilde gösterecek giysiler tercih etmesi, otuzlu yaşların sonunda ya da kırklı yaşların başında olmasına rağmen çok canlı, parlak renkler kullanması, yine baskılı tişörtler giymesi, kapri giymesi gibi unsurlar *kültürel sermayesinin* oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Bu bağlam KA3'ün sahip olduğu fizik ve onu *süsleme* biçiminden *kültürel sermayesinin* düşük olduğunun anlaşıldığı savunulabilir. *Sembolik sermaye* boyutuyla değerlendirildiğinde ise KA3'ün *ekonomik sermayesinin* ortalama, *bedensel sermayesinin* yüksek, *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* çok yüksek olmasına rağmen, *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğünün (beden, üslup) *simgesel sermayesini* düşürdüğü ve böylece KA3'ün hareket alanının kısıtlandığı söylenebilir. Son olarak profil fotoğrafında yarı çıplak ve kaslı bir fotoğraf kullanması, Instagram'daki kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiği anlaşılmaktadır.

KA4 incelenen antrenörler arasında kas kütlesi ve vücut genişliği en düşük kişidir. Kas kütlesi ortalama üzeridir ve ince bir vücudu vardır. İnce ve kaslı olması bedenine atletik ve çevik bir görünüm kazandırmaktadır. *Bedensel sermayesinin* genel anlamda yüksek, fitness *alanında* ortalama olduğu söylenebilir. Vücut tipi, sağlık ve fitnessın

sevilerek yapılması gereken bir spor olduğunu vurgulayan söylemlerinden bedeni bir *proje* olarak görmediği, sağlıklı, çevik ve estetik olmak için fitness ile ilgilendiği anlaşılmaktadır. Buradan KA4'ün beden çalışmasının *fiziksel* boyutuna dikkat ettiği ancak *zihinsel* ve *sosyal* boyutlarını ileri düzeyde içselleştirmedeği çıkarımı yapılabilir. Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) kategorisine göre (Şekil 2.1.) KA4'ün bedeni *görsel* açıdan *zayıf*, *çekici* ve *sıkı*; *performatif* açıdan ise *üretken* ve *dayanıklı* şeklinde tanımlanabilir. Harvey ve diğerleri (2014) açısından incelendiğinde ise *fizik* ve *kapasite* açısından *bedensel sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından bakıldığında, *ekonomik sermayesinin* yüksekliğini gösteren lüks markalar tercih etmektedir. Spor salonu dışında vücut hatlarını belli edecek dar giysiler tercih etmektedir ancak incelenen kişisel antrenörler arasında en kapalı giyinen kişidir. Buradan KA4'ün diğer antrenörlere göre günlük yaşamda vücudunu sergileme eğiliminin daha düşük olduğu söylenebilir. Bu durum ve bu duruma ek olarak baskısız, sade, dikkat çekmeyen renk ve tonlarda giysiler tercih etmesi KA4'ün bedenini *süsleme* biçimiyle *kültürel sermayesinin* oldukça yüksek olduğunu gösterdiği söylenebilir. Genel anlamda değerlendirildiğinde ise bedeni ve vücut geliştirme pratikleri konusunda saplantılı olmaması, sağlık yaşama önem vermesi, takipçileriyle fitness ile ilgili bilgi veren paylaşımlar yapması gibi *kültürel sermayesi* ile ilgili unsurların bedeni ile bir bütünlük oluşturduğu ve *simgesel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Çok açık giyinmemesi ve profil fotoğrafı olarak vücut hatlarının belli olmadığı uzun kollu bir giysi giymesinden KA4'ün Instagram *sahnesinde* kimliğini antrenörlük aracılığı ile inşa etmediğini gösterir niteliktedir.

KA5'in kasları belirgin, kas kütlesi ise ortalama üzeridir. Vücut genişliği ise ortalama değildir. Bu bağlamda genel olarak KA5'in *bedensel sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. Beden görüntüsünden bedenini bir *proje* olarak görüp bu konuda saplantılı hareket etmediği anlaşılmaktadır. Ancak sağlıklı yaşam için fitness ile ilgilendiğini düşündürecek kadar sıkı ve atletik bir vücudu da yoktur. Buradan yola çıkarak KA5'ün fitness ile ilgi düzeyinin ikisinin ortasında kaldığı ve estetik kaygıyla beden ile ilgilendiği söylenebilir. Buna ek olarak profil biyografisinde fitnessın eğlenceli de olabileceğini söylemesi beden *çalışmasının zihinsel* boyutundaki “Adanma, disiplin, her şeyden vazgeçme, bağlılık” gibi kavramları içselleştirmedeğini göstermektedir. Dolayısıyla KA5'in beden çalışmasının *fiziksel* boyutuna önem verdiği, *zihinsel* ve *sosyal* boyutuna da dikkat ettiği ancak tam anlamıyla içselleştirmedeği söylenebilir. Stewart, Smith ve

Moroney'nin (2013) kategorisine göre (Şekil 2.1.) *görsel* anlamda *kaslı* ve *çekici*, *performatif* boyutta ise *güçlü* ve *dayanıklı* olarak değerlendirilebilir. Harvey ve diğerlerine (2014) ise *fizik* ve *kapasite* kategorilerinde *bedensel sermayesinin* yüksek olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından ise KA4'ün genel olarak bedenini *süslemeyen* çıplak olarak sergileme eğiliminde olduğu söylenebilir. Üzerinde giysi olan iki iki fotoğrafında ise yirmili yaşların başında ya da ortalarında birini şık gösterecek ölçüde renkli ve açık parçalar tercih ettiği ve modayı takip ettiği söylenebilir. Bu bağlamda KA5'in bedenini mümkün olduğunca estetik bir gösterge olarak sunma eğilimi olduğu söylenebilir. Bütün paylaşımlarının profesyonel olarak çekilmiş olması ve paylaşmadan önce filtre ile düzenlenmiş olması da bu durumu destekler niteliktedir. Genel anlamda değerlendirildiğinde takipçilerine yemek tarifi vermesi *fitness alanında kültürel sermayesinin* yüksek olduğunu göstermektedir ve bu durumun bedeninden de anlaşılacağı söylenebilir. Ancak mümkün olduğunca üstüne bir şey giymemesi, giydiğinde de bedenini ön plana çıkaran giysiler tercih etmesi, KA5'in gündelik hayatta *kültürel sermayesinin* çok yüksek olmadığını göstergesi olarak değerlendirilebilir. Genel anlamda değerlendirildiğinde ise KA5'in *bedensel sermayesinin* yüksek, *ekonomik sermayesinin* ortalama, *kültürel sermayesinin* *fitness alanında* yüksek, genel anlamda ortalama olduğu, *simgesel sermayesinin* de diğer sermaye tiplerini yükseltecek ya da düşürecek düzeyde olmadığı söylenebilir. Bu bağlamda KA5'in *simgesel sermayesi* ortalama olarak tanımlanabilir. Profil fotoğrafı ve diğer birçok fotoğrafında üst bölgesinin çıplak olması nedeni ile KA5'in Instagram'da kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiği söylenebilir.

KA6'nın vücudunun genişliği ve kas kütlesinin yüksekliği doğal koşulların çok ötesindedir. Vücudu oldukça geniş, kasları oldukça belirgindir. Dolayısıyla KA6'nın *bedensel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bedeninden, gece dışarı çıkmayı kaçamak olarak tanımlamasından, eski ve yeni halini disiplin açısından karşılaştırmasından KA6'nın beden çalışmasının *fiziksel, zihinsel ve sosyal boyutlarını* içselleştirdiği ve bu konuda takıntılı şekilde hareket ettiği anlaşılmaktadır. KA6'nın bedeni Stewart, Smith ve Moroney'nin (20013) kategorizasyonuna (Şekil 2.1.) göre *görsel* anlamda *kaslı* ve *çekici*, *performatif* anlamda *güçlü* ve *dayanıklı* olarak tanımlanabilir. Harvey ve diğerleri (2014) açısından bakıldığında *fiziksel* ve *kapasite* boyutuyla *bedensel sermayelerinin* yüksek olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından değerlendirildiğinde ise ekonomik olarak orta sınıfa gönderme yapan giysiler tercih

etmektedir. Düz ve sıradan renkler kullanmasından *kültürel sermayesinin* de düşük olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak çok dar giyinmesi nedeni ile bedensel sermayesini ön plana çıkarmaya özen gösterdiğinin anlaşıldığı söylenebilir. *Süsleme* konusunda dikkat çekici bir başka nokta ise dövmesinin olmasıdır. Bu durumun da bir üst cümlede söylenenleri destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Ancak *somutlaşmış kültürel sermayesi* açısından değerlendirildiğinde çok açık şeyler giymese de sürekli bedenini açarak poz verdiği görülmektedir. Bun ek olarak fotoğraf altı yazılarında çok fazla yazım, imla hatası ve anlatım bozukluğu vardır. Her şey dahil değerlendirildiğinde, *bedensel sermayesinin* yüksek, *ekonomik sermayesinin* ortalama üzeri, *kültürel sermayesinin* ortalama olduğu; ancak *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğünün *simgesel sermayesini* ortalama düzeyde bırakmış olduğu söylenebilir. Dar giyinmesi, dövmesinin olması, sürekli üstünü açarak poz vermesi, profil fotoğrafında üstü çıplak fotoğraf kullanması nedeni ile KA6'nın Instagram üzerindeki kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiği söylenebilir.

KA7'nin beden genişliği ve kas kütlesi oldukça yüksektir. Kaslarının belirginliği ve vücut simetrisi de göz önünde alındığında KA7'nin *bedensel sermayesinin* oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Yine beden genişliği ve kas kütlesinden yola çıkarak KA7'nin *beden çalışması* kavramının *fiziksel, zihinsel* ve *sosyal* boyutunu içselleştirerek günlük yaşamını *projeleştirdiği* ve bedenine göre organize ettiği söylenebilir. KA7'nin bedeni, Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) kategorisine göre (Şekil 2.1.) *görsel* yönüyle *kaslı* ve *çekici*, *performatif* açıdan ise *güçlü* ve *dayanıklı* olarak kategorize edilebilir. Ancak KA7'nin beden genişliğini ve kas kütlesini biraz daha arttırması durumunda bedeninin görsel açıdan çekici olma özelliğini kaybedeceği savunulabilir. Harvey ve diğerleri (2014) kategorileri açısından incelendiğinde ise *fizik* ve *kapasite* yönünden bedensel sermayesinin yüksek olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından ise *kültürel sermayesinin* düşüklüğünü gösterecek ölçüde dar ve askılı giysiler giydiği, KA5'e benzer şekilde sık sık da giysili olması gereken üst bedeni çıplak olarak sergilediği söylenebilir. Bu duruma ek olarak KA6'ya benzer şekilde bedenini dövme ile *süslemektedir*. Tüm bunlardan KA7'nin *bedensel sermayesinin* yüksek olduğunun bilincinde olduğu ve hem günlük yaşamda hem de Instagram'da kimliğini *bedensel sermayesi* aracılığı ile inşa ettiği anlaşılmaktadır. Beden eğitimi öğretmeni olması ve yarışmalardan aldığı çeşitli dereceler nedeni ile *kurumsallaşmış kültürel sermayesinin* yüksek olmasına rağmen giydiği giysilerden ve tasarım zevkinden *somutlaşmış kültürel*

sermayesinin çok yüksek olmadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle tüm sermaye tiplerinin ortalama ya da ortalama üstü olmasına rağmen *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğünün KA7'nin *simgesel sermayesini* orta seviyeye çektiği söylenebilir.

Son olarak KA8'in de beden genişliği, kas kütlesi oldukça yüksek, kasları ise oldukça belirgindir. Ancak kırklı yaşlarda olduğu için yaşlanmaya başlamış ve teni hafif buruşmaya başlamış ve damarları fazla belirgin hale gelmiştir. İdeal tip olan ince atletik bedenden ve gençlikten uzaklaşıldıkça *bedensel sermayenin* düşmeye başladığı söylenebilir (Hutson, 2015: 52). Bu bağlamda kas kütlesinin fazlalığı ve genişliği bağlamında vücut geliştirme alanında *bedensel sermayesinin yüksek*, gündelik hayatta ise ortalama olduğu söylenebilir. Beden tipinden *beden çalışması* kavramının *fiziksel, zihinsel* ve *sosyal* boyutlarını takıntılı biçimde içselleştirdiği anlaşılmaktadır. Terinin fotoğrafını paylaşması, ter olmadan olmaz söylemi bu durumu destekleyen göstergelerden biri olarak örnek verilebilir. Stewart, Smith ve Moroney'nin (2013) kategorisine göre (Şekil 2.1.) *görsel* boyutuyla *kaslı, performatif* boyutuyla ise *güçlü* ve *dayanıklı* vücut kategorisinde değerlendirilebilir. Harvey ve diğerlerine (2014) göre, *fizik* açısından ortalama, *kapasite* açısından yüksek *bedensel sermayeye* sahip olduğu söylenebilir. *Süsleme* açısından ise günlük yaşamda bedenini ön plana çıkaracak şekilde giyinmeye özen göstermediği söylenebilir. Ancak bedeni çok geniş olduğu için buna rağmen vücut hatları belli olmaktadır. Fitness alanında ise genelde vücudunu gösterme, bir şey giymeme eğilimi olduğu söylenebilir. Yaşına göre fazla canlı renkler, parlak tonlar tercih etmesi KA8'in *kültürel sermayesinin* düşüklüğünü gösteren *somutlaşmış kültürel sermayesi* olarak değerlendirilebilir. Kendine etnik bir lakap takması, gittiği spor salonu ve üslubu da bu durumu destekler niteliktedir. Tüm bunlar göz önüne alındığında KA8'in fitness alanında ortalama, gündelik yaşamda ise düşük *simgesel sermayeye* sahip olduğu söylenebilir.

İncelenen antrenörler bağlamında Bourdieu'nun söylediği gibi bedenin *kültürel sermayenin* yansıması olduğu öne sürülebilir. *Kültürel sermayesi* en yüksek olan KA4 antrenörler arasında en ince ve atletik bedene sahip olan kişidir. Bedenin atletikliği sağlıklı ve çevik olmaya gönderme yapmaktadır. Öte yandan *somutlaşmış kültürel sermayesi* en düşük olan KA3 en kalın ve kaslı bedene sahip kişidir. Diğer antrenörler arasında da benzer şekilde *kültürel* ve *ekonomik sermayenin* yükseldikçe bedenin sağlıklı ve estetik

bir görünüm aldığı, düştükçe ise daha geniş, kaslı ve güçlü bir görünüme evrildiği söylenebilir.

4.9.6. Çevrimiçi eğitim veren kişisel antrenörlerin sahip oldukları sermayeler bağlamında strateji ve performansları

Belli birtakım kalıplar olmasına rağmen her antrenörün önemli bulduğu, vurguladığı kavramlar ve kendini sunuş biçimi birbirinden farklıdır. Bütün *sermaye* tipleri biriktirilebilir ve diğer sermaye tiplerine çevrilebilir, buna ek olarak bireyler içinde bulundukları alanın gerektirdiği sermaye ve kendi sahip oldukları sermayeyi kesiştirerek hareket ederler (Dursun, 2018, s. 83). Bu bağlamda spor ve fitness *alanında bedensel sermayenin* egemen olduğunu söylemek yanlış olmaz. Antrenörlerin hemen hepsinin *bedensel sermayesi* en azından içinde bulundukları *alan* için oldukça yüksektir. Ancak *bedensel sermayelerini* diğer sermaye tiplerine çevirmek için hepsi güçlü oldukları diğer *sermaye tiplerine* yönelerek hareket etmektedir.

Öncelikle antrenörlerin hepsinin *bedensel sermayelerini ekonomik sermayeye* çevirdiği görülmektedir. Ancak bu durum zaten antrenörlüğün profesyonel bir meslek olmasından ortaya çıkan bir sonuçtur. Bu duruma ek olarak çevrimiçi ortamda antrenörlük yapabilmek, spor salonunda antrenör olmaktan farklı olarak *bedensel* ve *kurumsallaşmış kültürel sermaye* haricinde internet kullanabilmek, sosyal medyanın en azından temel düzeyde ne olduğunu ve nasıl paylaşım yapıldığını bilmek gibi farklı *somutlaşmış kültürel sermaye* dinamikleri gerektirir. İşte bu noktada kişisel antrenörlerin *kültürel sermayelerinin, bedensel sermayelerini ekonomik sermayeye* çevirebilme konusunda kritik bir konuma sahip olduğu söylenebilir.

Somutlaşmış kültürel sermaye, yalnızca dijital okuryazarlık özelinde değerlendirildiğinde en çarpıcı örnek KA5'tir. KA5'in takipçileri ile etkileşime geçmek için onlara soru sorması, doğru etiket kullanımı, bütün fotoğraflarının profesyonel olarak çekilmesi ve paylaşılmadan düzenlenmesi dijital okuryazarlığının oldukça yüksek olduğunun göstergesidir. Ancak fitness *alanı* ile ilgili *kurumsallaşmış kültürel sermayesine* dair herhangi bir şey belirtmemiştir. Hem araştırma bazında incelenen fotoğraflar hem de verilerin toplandığı süreçte profilinin genel incelenmesinde takipçilerine verdiği beslenme önerileri haricinde profilinde fitness ve antrenörlüğe dair

hemen hemen hiçbir şey yoktur. Fotoğrafların çoğu estetik beden sunumlarından ibarettir. Buna rağmen sahip olduğu takipçi sayısı açısından 31.800 civarı kişi ile incelenen antrenörler arasında 5. sıradadır. Buradan yola çıkarak *bedensel sermayeye* ek olarak, sadece yüksek dijital okuryazarlık sayesinde dijital *sahnenin* doğru kullanılması aracılığı ile *bedensel sermayenin sosyal sermayeye* çevrilebileceği söylenebilir. Antrenörlerin Instagram üzerindeki sosyal sermayelerinin ise potansiyel müşteri yani *ekonomik sermayeye* dönüştürme fırsatı olduğu söylenebilir. Böylece sadece dijital okuryazarlığın *sermaye* biriktirme konusunda kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

Bu durumun tam tersi ise KA3'te görülmektedir. *Bedensel sermayesi* fitness alanı için oldukça yüksek, genel anlamda ise ortalamadır. Aynı zamanda incelenen antrenörler arasında en yüksek *kurumsallaşmış kültürel sermayeye* sahip kişidir. Ancak giydiği giysiler, içinde bulunduğu mekânlar, yazım hataları, üslubu gibi unsurlar ele alındığında KA3, *somutlaşmış kültürel sermayesi* ise en düşük antrenördür. Turner'a (1991, s. 514) göre hediyenin maddi yönüyle övünenler sembolik alışverişin örtüklüğünün önemini kavrayamazlar ve böylece *simgesel* ve *sosyal sermayelerini* kaybederler. KA3'ün profil biyografisinde uzaktan eğitimin ücretli olduğunu belirtmesi de aynı durum üzerinden değerlendirilebilir; herkes tarafından bilinen bir durum olmasına rağmen bu durumun biyografide belirtmesi KA3'ün *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğünü göstermekte, *sembolik* ve *sosyal sermayesine* zarar vermektedir. Bu duruma benzer şekilde; sürekli sabit etiketler kullanması, fotoğraflarının teknik yetersizliği, fotoğraf ve fotoğraf altı yazılar arasındaki (kolunu netleyip kafasını bulanık bıraktığı fotoğrafta, saçlarının nasıl olması gerektiğini sorması) dijital okuryazarlığının da düşük olduğunu gösteren göstergelerdir. Aynı zamanda KA1 ve KA2'den daha kaslı olmasına ve *kurumsal kültürel sermayesinin* çok daha yüksek olmasına rağmen onlardan daha az takipçiye sahiptir. KA3'ün dijital okuryazarlığının ve *somutlaşmış kültürel sermayesinin* düşüklüğü nedeni ile *bedensel* ve *kurumsallaşmış kültürel sermayesini sosyal sermayeye* yeterli düzeyde çeviremediği söylenir. Buna ek olarak, her postunun altında 'profesyonel hizmet için ulaşın' diyerek telefon numarasını vermesi, *ekonomik sermayeye* dönüştürme konusunda da sıkıntılar yaşadığını göstermektedir.

Yukarıda bahsedilenlere benzer şekilde, her antrenörün farklı miktarda ve kategoride sermayeye sahip olması, farklı bir strateji izlemesi sonucunu doğurmuştur. Örneğin 80'lerde vücut geliştirme sporunun adı, sporcularda görülen birtakım bedensel

saplantılar nedeni ile kötüye çıkmış ve demode olmuştur. 2000'lerde ise fitness adında sağlıklı olmak ile özdeşleştirilerek yeni bir yüzle tekrar ortaya çıkmıştır. İlk halinin bedeninin kendisine, ikinci halinin ise daha geniş çerçevede yaşam tarzına gönderme yaptığı söylenebilir. Bourdieu'ya göre *koruma stratejisi*, sermaye dağılımından kârlı çıkanların *alanın doxalarını* korumaya yönelik olarak hareket etmesidir (Palabıyık, 2011: 137). O halde, yine yukarıdaki örnek bağlamında değerlendirilirse, KA3'ün Atlas'ın 1930'larda yazdığı kitabındaki aynı söylemlere gönderme yapması, fitnessı reddederek vücut geliştirme kültürünü *korumaya* yönelik bir strateji izlediği şeklinde yorumlanabilir. Bunun nedeni; vücut geliştirmenin sadece bedene, yaşam tarzının ise tüm *sermaye tiplerine* ve özellikle *simgesel sermayeye* gönderme yapmasıdır. KA4 ise bütün *sermaye tiplerine* hakim ve *simgesel sermayesi* yüksek olduğu için tam tersi bir strateji izleyerek bedensel çalışmanın *fiziksel, zihinsel ve sosyal* boyutlarını sorgulamakta ve kişinin fitness ile sevdiği için ilgilenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. *Bedensel çalışmanın* fitness ve vücut geliştirmenin *doxalarını* oluşturduğu düşünüldüğünde, KA4'ün bu hareketi *altüst etme* olarak değerlendirilebilir. *Altüst etme*, korumacı hareket edenlerle mücadele edip *alanın doxalarını* değiştirme stratejisi olarak tanımlanabilir (Palabıyık, 2011: 137). Bu konuda sahip oldukları sermayeler bağlamında KA1, KA2, KA5'in KA4'ü, KA6, KA7 ve KA8'in ise KA3'e benzer bir strateji izlediği savunulabilir.

Kültürel Sermayeleri ortalama ve ortalama üzeri olan KA1, KA2, KA4, KA5 takipçilerine kendi bedenlerini referans göstererek doğru egzersiz yöntemleri ve doğru beslenme hakkında bilgi vermektedir. Bu durum *bedensel sermayeyi kültürel sermaye* aracılığı ile *ekonomik sermayeye* çevirmek olarak değerlendirilebilir. *Bedensel sermayeyi kültürel sermayeye* çevirme konusunda yetersiz olan KA3 ise kendi bedeni ve bundan daha çarpıcı olarak çalıştığı öğrencisinin bedenini referans göstererek ve buna ek olarak bedeni aracılığı ile elde ettiği *kurumsallaşmış kültürel sermaye öğelerini* kullanarak *ekonomik sermaye* elde etmeye çalışmaktadır. KA3'e benzer şekilde, *kültürel sermayesi* düşük olan KA6 ve KA8 ise KA3'ün sahip olduğu düzeyde *kurumsallaşmış kültürel sermayeye* sahip olmadıkları için *bedensel sermayelerini sosyal sermayeleri aracılığı* ile *ekonomik sermayeye* dönüştürmeye çalışmaktadır. Bu nedenle KA6 sponsorlarının reklamını yapmakta ve onlar aracılığı ile yarışmalar düzenlemekte; KA8 ise sporcu ek besin ürünlerini pazarlamaktadır. Tüm bunlar, *bedensel sermayenin ekonomik sermayeye* dönüştürülebilmesi için *kültürel sermayenin* kritik bir öneme sahip olduğunu gösterir niteliktedir.

Son olarak ise incelenen 8 antrenörden 7'sinin profil fotoğrafının iç çamaşırı ile olduğu görünmektedir. Buradan yola çıkarak *bedensel sermayesi* yüksek olan antrenörlerin, sosyal medyada kimliklerini bedenleri aracılığı ile inşa ettikleri söylenebilir. İncelenen antrenörler arasında en fazla takipçiye sahip olan KA1'in 480.000 civarında, en az takipçiye sahip olan ise KA4'ün ise 12.300 civarında takipçisi vardır. Antrenörlerin *bedensel sermayeleri* ve fitness *alanındaki* birikimleri dışında takip edilmeleri için özel bir durumlarının olmadığı düşünüldüğünde, antrenörlerin yüksek sayıdaki takipçi sayılarının fitnessın günümüzde önemli bir kimlik inşa aracı olduğunu gösterir niteliktedir. Ayrıca KA3, KA6 ve KA8 antrenör olmalarına rağmen takipçilerine profillerinde *bedensel dönüşümleri* için herhangi bir bilgi sunmamaktadır. Buna rağmen sırasıyla 74.600, 23.400 ve 56.100 civarı takipçileri bulunmaktadır. Buradan yola çıkarak, Instagram'da *bedensel sermaye* aracılığı ile kimlik inşa etmek için başarılı bir *bedensel* göstergeye sahip olmanın yeterli olduğu, ancak bu göstergelyi diğer *sermaye* tiplerine çevirmek ve yüksek bir *simgesel sermaye* elde edebilmek içinse diğer *sermayelerin* de *bedensel sermaye* kadar önem arz ettiği söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bugün içinde yaşadığımız gündelik yaşamın birçok pratiği, ağırlıklı olarak 1960'lı yıllar ve sonrasında yaşanan dönüşümler aracılığı ile hayatımıza girmiştir. Hall'e (1995: 109-124) göre bu süreçte "kolektif toplumsal özneler, sınıf, ulus ya da etnik özneler parçalanmaya uğramış ve çoğullaşmış hale gelirken, birey özne daha çok önem kazanmaktadır". Ancak Featherstone'a göre ise (1996: 189) öznenin ön plana çıkması pek de özgürlük anlamına gelmemektedir. Bu durum kapitalist ekonominin biçim değiştirerek üretim odağından tüketim odağına kaymasının sonucudur; kimlikler, Frankfurt Okulu çalışmalarındaki bireyi bütüncül bir yaklaşımla değil, çeşitli alternatifler aracılığı ile parça parça ve sürekli yeniden inşa edilebilecek şekilde oluşmaya başlamıştır.

Giddens'in da kimliklerin bireysel olarak inşa edilmesi ile ilgili benzer kaygıları vardır. Kimliklerin bireysel düzeyde inşa edilmesine rağmen, etki ve sonuçlarının küresel düzeyde olduğunu ileri sürer ve ekler: "bugün sanayileşmiş ülkelerde büyük ölçüde salgın ile kıtlıktan uzak olsak da, şimdi kendi kendimizin serbest bıraktığı toplumsal güçlerle baş etmek zorundayız" (Giddens, 2012: 67).

Yaşanan bu dönüşümler ile birlikte 'kişiye ait olan' beden de bireysel kimliğin bir parçasına dönüşmüştür. Shilling'e (1993: 3) göre tüketim toplumu, popüler kültür ve beden üçgenindeki ilişki bedeni estetik ameliyatlar, genetik müdahaleler ve spor gibi eylemler aracılığı ile isteğe bağlı olarak sınırsız bir şekilde biçimlendirilmesi gereken bir projeye dönüştürmüştür.

"Sağlıklı olmak' pek çok durumda, 'istihdam edilebilir' – yani, fabrikada gerektiği gibi çalışabilir, iş gereği çalışanın fiziksel ve ruhsal gücü üzerinde düzenli bir baskı oluşturabilecek "yükleri taşıyabilir" – anlamında kullanılır. Fitness ise, aksine, hiçbir şekilde "katı" bir kavram değildir; doğası gereği, belli bir duruma indirgenemez ve sınırları herhangi bir kesinlikle belirlenemez." (Bauman, 2017: 123)

Bedeni biçimlendirme yöntemlerinden spor ve onun alt dalı olarak tanımlanabilecek fitness ise kapitalizme eklemlenebilme başarısı ve kimlik inşa süreçlerindeki konumu açısından dikkat çekici bir noktadadır. Yaşanan toplumsal dönüşümler aracılığı ile modernite ve postmodernite ayrımını katılık ve akışkanlık üzerinden yapan Bauman'ın yukarıdaki alıntısı ile fitnessın Featherstone'un kimliklerin "parça parça ve sürekli yeniden inşa edilebilecek" şekilde tasarlandığı söylemi ile ne kadar ilişkili olduğuna dikkat çektiği söylenebilir. Benzer şekilde bu söz bağlamında

fitness, Giddens'ın 'kendi kendimizin serbest bıraktığı toplumsal güçlerle' de örnek verilebilir.

Bedenin kimlik ile ilişkilendirilip biçimlendirilmesi kadar, biçimlenen bedenin sunumunun da kimlik inşası açısından önem arz ettiği söylenebilir. “Kimliğin arzu edilen yere sabitlenmesi için giyinme tarzlarından dil kullanım biçimlerine, boş zaman etkinliklerinden popüler müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine, farklı materyal ve kültürel öğelere başvurulur” (Binark, 2001: 75). Bu noktada medya kullanımına ayrı bir parantez açmak gerekir. Geleneksel medyanın modernite ile ilintili olarak üretilen kimlikleri içselleştirmek açısından dikkat çekici olduğu söylenebilir. Yeni medyanın ise geleneksel medyaya benzer şekilde üretilen şablonları içselleştirme özelliğinin yanı sıra bireylerin kendi inşa ettikleri kimliklerini sunabilme işlevi olduğu savunulabilir. Bedenin görsel bir unsur olması nedeni ile ise görsel içeriğe dayanan sosyal medya platformu Instagram'ın fitness ve kimlik inşası arasındaki ilişkisi açısından özel bir konuma sahip olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda, kişisel antrenörlerinin fitness kültürünü içselleştirdiği; bu işi çevrimiçi olarak yapan kişisel antrenörlerin ise buna ek olarak sosyal medyayı başarılı bir şekilde kullandığı varsayılmıştır. Bu varsayımdan yola çıkarak sekiz çevrimiçi hizmet sunan kişisel antrenörün sosyal medya fotoğrafları Goffman'ın dramaturjik yaklaşımındaki kavramlar ile okunmuş ve beden sunumları Bourdieu'nun yaklaşımı ile değerlendirilmiştir.

Öncelikle incelenen antrenörlerin hepsinin takipçi sayılarının oldukça yüksek olması, fitnessın sosyal medyada oldukça popüler bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Diğer yandan 8 antrenör arasından 7'sinin profil fotoğrafının çıplak olması, buna ek olarak profil fotoğrafında çıplak olmayan tek kişinin incelenen antrenörler arasında en düşük takipçi sayısına sahip olması, Instagram'da fitness konusunda antrenörlük ya da uzmanlığın bedenin sunumu ile yakından ilişkili olduğunu gösterir niteliktedir. Bu durum Featherstone'un (2010) beden imajı kavramı ile ilişkilendirilebilir, bedenin bir sunum ya da tüketim göstergesine dönüştüğü savunulabilir. Bu durumun aynı zamanda Mears'ın (2015) araştırmasının bedensel sermayenin bireylere daha geniş ağlar yaratabilme konusunda avantaj ya da dezavantaj sağladığı sonucunu da destekler nitelikte olduğu söylenebilir.

Kişisel antrenörlerin çevrimiçi olarak antrenörlük yapabilmeleri reel yaşamda sahip oldukları sermayeleri Instagram üzerinde kullanabildiklerini ve birbirlerine dönüştürebildiklerini göstermektedir. İncelenen tüm antrenörlerin ortalama ya da ortalama düzeyin üstünde kas kütlesine sahip olması çevrimiçi antrenörlük yapabilmek için öncelikle bedensel sermayeye sahip olmak gerektiğini göstermektedir. Kas kütlesi en düşük olan antrenörün en az takipçiye sahip olması bu durumu destekler niteliktedir. Benzer şekilde antrenör olduğunu belirtmesine rağmen, antrenörlük ile ilgili hiçbir paylaşım yapmayan kişisel antrenörlerin de oldukça yüksek sayıda takipçiye sahip olması da bu bağlamda değerlendirilebilir. Bu durumun Anderson ve diğerlerinin (2001) bedensel sermayesi yüksek doktorların daha güvenilir olduğu sonucuna ulaştıkları araştırmayı destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Aynı zamanda kaslı beden fitness alanının doxasını oluşturduğu söylenebilir.

Her ne kadar çevrimiçi antrenörlük yapabilmek için bedensel sermaye tek başına yeterli olsa da daha geniş boyutta, antrenörlerin sahip oldukları sermayeleri birbirine çevirebilmesi için bütün sermaye tiplerine belli ölçüde sahip olmaları ve simgesel sermayelerinin yüksek olması gerektiği söylenebilir. Simgesel sermayesi en yüksek antrenörler olan KA1 ve KA2 aynı zamanda en fazla takipçiye sahip olan antrenörlerdir. Ardından en yüksek takipçiye sahip olan antrenörler ise KA3 ve KA8 ise çeşitli vücut geliştirme yarışmalarından yüksek derece elde etmiş antrenörlerdir. Buradan yola çıkarak kurumsallaşmış kültürel sermayenin de Instagram’da popüler olmak açısından katkısının büyük olduğu sonucu çıkabilir. Simgesel ve kültürel sermayeler açısından en düşük seviyedeki antrenörler olmaları ise kurumsallaşmış kültürel sermayenin genel anlamdaki kültürel sermayenin önemini bastırdığı ileri sürülebilir. Yarışmaların referans olarak bedeni alıyor olması yine beden göstergesinin önemine vurgu yapmaktadır. Bu durum Harvey ve diğerlerinin (2014) kişisel antrenörlerin başarılı olabilmek için fizik, süsleme ve kapasite arasında denge kurmaları gerektiği sonucunu görece desteklememektedir. Bedensel sermayenin fiziksel boyutunun yeterli olması, antrenörlerin Instagram’da popüler olabilmeleri için yeterli görünmektedir.

Araştırma ile ilgili dikkat çekici başka bir nokta ise her antrenörün sahip olduğu sermaye bağlamında strateji izlemesidir. Örneğin KA3 ve KA8 kültürel sermayelerinin düşüklüğü nedeni ile takipçilerine bilgi verme konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu durum karşısında KA3 kurumsallaşmış kültürel sermayesini yükseltmeye yönelmiş, antrenör

kimliğini ise hem kendi hem de öğrencilerinin bedenini referans göstererek inşa etmiştir. KA8 ise KA3 ile benzer şekilde kurumsallaşmış kültürel sermayesini yükseltmiş ve onun aracılığı ile sosyal sermaye elde ederek sporcu ek besinleri satmaya başlamıştır. Kültürel ve simgesel sermayesi yüksek olan KA1, KA2 ve KA4 ise kurumsallaşmış kültürel sermayeye sahip olmalarına rağmen antrenörlük kimliklerini takipçilerine bilgilendirerek inşa etmişlerdir. Bu durum Bourdieu'nun insanların alandaki mücadelelerini sahip oldukları sermayeler bağlamında verdiklerini desteklemektedir. Aslında güncel konumlarında ekonomik ve bedensel sermaye açısından birbirlerine yakın konumda olmalarına rağmen her antrenörün farklı strateji izlemesi aynı zamanda habitusun içselleştirildiğini ve her bireyin kendi habitusunca hareket ettiği düşüncesini de desteklemektedir. George (2008) yaptığı araştırmada kişisel antrenörlüğün meslek kalıplarının tam olarak oturmadığını ve mesleği icra edenlerin antrenörlük kimliğini kişisel olarak oluşturdıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu durum aynı zamanda George'un araştırmasını destekler niteliktedir.

Antrenörlerin hemen hepsi günlük rutinlerini büyük ölçüde spora göre kurgulamaktadır. Günlerinin çoğunu spor salonunda geçirmekte, beslenme alışkanlıklarını kas kütlelerini arttıracak şekilde düzenlemekte, kendileri gibi fitness ya da vücut geliştirme ile ilgilenen kişiler ile sosyalleşmekte, rutinlerini bozan sosyal etkinliklerden kaçınmaktadırlar. Aynı zamanda hiçbir zaman ulaştıkları nokta ile tatmin olmamakta ve daha mükemmel şekilde uygulayabilmek için sürekli kendi kendileri ile yarış halindedirler. Bu noktada sadece KA4 ve KA5 bedensel çalışmaya uyma konusunda diğer antrenörlere benzemekle birlikte tatmin olmama ve kendi kendisiyle yarışma konusunda diğer antrenörlerden ayrılmaktadır. Bu durum KA4'ün kültürel sermayesinin yüksekliği nedeni ile fitnessın sağlıklı olma yönünü vurgulayarak kendini diğerlerinden ayırma çabasının sonucu olarak değerlendirilebilir. KA5'in ise beden ile sadece estetik görünüm elde edebilmek için ilgileniyor oluşuyla açıklanabilir. Ancak her ikisi de takipçilerine bilgi sunmalarına rağmen incelenen antrenörler arasında düşük takipçi sayısına sahip antrenörler arasında kalmaktadır. Buradan yola çıkarak beden çalışması kavramının fitness alanının doxalarını oluşturduğu sonucuna ulaşılabilir. Bu durum aynı zamanda Shilling'in (1993) proje beden yaklaşımını ve Sassatelli (1999) ile Frew ve McGillivray'nin (2005) yaptıkları araştırmada ulaştıkları; fitness alanının kapitalizmle yakından ilişkili olduğu, ideal bedene asla ulaşılmadığı sonucunu da destekler niteliktedir.

Goffman'ın (2014) dramaturjik yaklaşımı ise bulguları kategorize etme konusunda araştırmaya katkı sağlamıştır. Görselleri okurken Instagram'ı sahne fotoğrafın çekildiği mekânı ise set olarak ayırmak antrenörlerin fotoğraf çekilme konusundaki amacı ve fotoğrafı Instagram'a yükleme amacı arasında ayırım yapılabilmesini sağlamıştır. Set, dekor, sabit ve hareketli kişisel vitrin gibi kavramlar arasındaki ilişki, antrenörlerin içinde bulundukları mekân, bedenleri, giyim tarzları arasındaki ilişkinin belli bir bağlam içerisinde değerlendirilebilmesini sağlamıştır. Aynı zamanda bu kavramlar arasındaki bağlantılar antrenörlerin sahip oldukları sermaye miktarlarını ve sermaye kullanım biçimlerini açığa çıkarmıştır. Goffman'ın çalışmaya en büyük katkılarından biri ise izlenim verme ve izlenim yayma arasında yaptığı ayırmadır. Böylelikle antrenörlerin somut biçimde görünen hareketleri izlenim verme kavramıyla değerlendirilirken görünenin altındaki amaçları ise nitel bir yorum olarak izlenim yayma kavramı ile açıklanabilmektedir.

Donath (1998) ile Donath ve diğerleri (2004) yaptıkları araştırmanın sonucunda Goffman'ın kavramlarının sosyal medyada da gerçek hayattakine benzer şekilde işlediği sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışma, antrenörlerinin performansları ve niyetlerinin günlük yaşamdaki stratejilerine benzerliği yönü ile araştırmaları desteklemektedir. Ancak tam olarak istenen sunumun yapılabilmesi için dijital okuryazarlığın yani dolayısı ile kültürel sermayenin belli bir miktarda olması gerektiği ortaya çıkmıştır. Fitness birçok egzersiz içerdiği için antrenörler hareketlerin nasıl yapıldığını gösterebilmek için uzun videolar yayınlatabilecekleri platformlara ihtiyaç duymaktadır. KA1, KA2, KA4 ve KA6 bu nedenle Instagram profillerinden Youtube linklerine yönlendirmişlerdir. Bu bağlamda, her ne kadar bütün antrenörlerin çevrimiçi alanda antrenör kimliklerini sunmak isteseler de hareket kapasitelerinin kültürel sermayeleri ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Bu durum aynı zamanda Instagram'ın kişisel antrenörler için yeterli hareket alanına sahip bir sahne olmadığını göstermektedir. Ancak Instagram'a gelen direkt mesajlaşma, IGTV, alışveriş, hikâye ekleme gibi özellikler Instagram'ın her geçen gün kendini kullanıcılarını farklı bir platforma ihtiyaç duymayacak şekilde güncellediğini göstermektedir. Bu bağlamda artan teknolojik gelişmeler ve yakınsamalar ile birlikte kullanıcıların her geçen gün daha kapsamlı ve detaylı performanslar sergileyebilecek konuma geldikleri söylenebilir.

Hewitt ve Forte (2006) Goffman'ın yaklaşımıyla Facebook'un kimlik inşa süreçleri ve çoklu sahne nedeniyle ortaya çıkan çatışmaları incelemiştir. Araştırma kapsamında incelenen kişisel antrenörlerin hemen hepsi diğer kimliklerini bastıracak derecede fitness ve kişisel antrenörlük rolünü sunmaktadır. İncelenen paylaşımların seçildiği süreçte profillerinin genel anlamda diğer rollerine dair yapılmış çok az sunuma rastlanmıştır. Psikoloji alanındaki anahtar rol kavramına benzer şekilde sosyal medya kullanıcıların da sunum açısından bir kriz çıkmaması adına anahtar bir rol seçerek sunumlarını ona göre yaptıkları söylenebilir.

Hogan (2014) ise Goffman'ın kavramlarına küratör kavramını eklemiştir. Kullanıcıların sosyal medyadaki görünürlüğünü arttırabilmek için sosyal medya platformlarının algoritmalarına göre hareket ettiğini öne sürerek platformları küratör olarak tanımlamıştır. Antrenörlerin hepsinin benzer etiketler kullanması ve bu etiketleri kullanabilecek paylaşımlar yapmaları Hogan'ın küratör kavramını destekler niteliktedir. Bu konuda dikkat çekici başka bir nokta ise yabancı etiketler ve orada olmasalar bile kurumsal spor salonlarının etiketlerini kullanmalarıdır. Frew, ve McGillivray (2005), Johansson ve Andreasson (2016), Annavarapu (2018) yaptıkları araştırma sonucunda fitness kültürünün küresel ölçekte benzer özellikler özellikler gösterdiği ve benzer algılar yarattığı sonucuna ulaşmışlardır. Antrenörlerin benzer ve İngilizce etiketler kullanmaları fitnessın küreselliğinin yansıması olarak değerlendirilebilir. Buna ek olarak fitness alanında sunum yapan kişilerin küresel ölçekteki küratörlere göre hareket ettiği söylenebilir.

Daha geniş bir kapsama çıkıldığında ise incelenen kişisel antrenörlerin hepsinin bedenlerini gösterme eğiliminin olması ve antrenörlük rolünü vurgulayan performanslar sergilemeleri; kimliklerini antrenörlük rolü ile inşa ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda bedensel sermaye bir kimlik inşa aracı olarak değerlendirilebilir. Kişisel antrenörlerin sahip oldukları takipçi sayısının yüksekliği ise fitnessın popüler bir kimlik inşa kategorisi olduğunu göstermektedir. Bu durum aynı zamanda insanların neden bedeni bir proje olarak gördüğünü ve bedensel çalışma için neden mücadele verdiklerini de açıklar niteliktedir. Beden projesinin sürekli kendini güncellemesi ve sonun gelmemesi ise Bauman'ın mükemmelliğin sonu kavramı ve tüketim toplumu çalışmaları ile açıklanabilir.

Kişisel antrenörlerin Instagram üzerinde, fitness alanında bedensel sermayelerini diğer sermaye tiplerine çevirerek strateji üretebilmeleri ise Castells'in ağ toplumu yaklaşımı ile değerlendirilebilir. Castells'e (2010) göre günümüz iletişim sistemleri ihtiyaçlar dahilinde buluşup, ihtiyaç ortadan kalktıktan sonra ise dağılabilmeyi mümkün kılan dijital bir yapı geliştirmiştir ve kültür git gide bu yapıya göre şekillenmeye başlamıştır. Antrenörlerin ağlarını kendi güçlü oldukları sermaye türüne göre şekillendirmeleri, oluşturdukları ağlar aracılığı ile müşteri kazanmaları ve sponsorluk almaları, takipçilerini ihtiyaçları dahilinde farklı ağlara yönlendirmeleri (Biyografilerinde Youtube, Whatsapp, Facebook ve kişisel sayfalarına yönlendirmeleri) bu bağlamda değerlendirilebilir.

Fitness alanında kaslı beden göstergesinin tek başına uzmanlık izlenimi verebilmesi de benzer şekilde Featherstone'un tüketim toplumu yaklaşımı ile değerlendirilebilir. Featherstone'a (1996) göre tüketim toplumunun bireyleri kimliklerini parça parça ve sürekli yenileyerek gösterge değerine göre oluştururlar. Buradan yola çıkarak beden fitness alanında bir göstergeye dönüştüğü ve insanların bu konudaki izlenimlerinin beden göstergesi aracılığı ile oluştuğu söylenebilir.

Hatta bu durum Baudrillard (2011) ile bir adım ileriye taşınabilir. Kişisel antrenörlük belgesi alabilmek için gerekli derslerin sağlık, beslenme, güvenlik konusunda kapsamlı bir danışmanlık sunabilme açısından yetersiz kaldığı düşünüldüğünde, bu alandaki kurumsallaşmış kültürel sermayenin yetkinlik sunmadığı söylenebilir. Ancak bütün antrenörlerin biyografilerinde kurumsallaşmış kültürel sermayelerini ısrarla vurguladığı düşünüldüğünde antrenörlük belgesinin gösterge olarak yeterli olduğu ileri sürülebilir. Kaslı beden ve kurumsallaşmış kültürel sermayenin ise antrenörleri Instagram'da popüler hale getirdiği düşünüldüğünde, kişisel antrenörlüğün Instagram üzerinde bir simülakra dönüştüğü söylenebilir.

Aynı zamanda beden günde bir yaşamda bu kadar önemli bir noktaya yerleşmesi ve sosyal ilişkilerde belirleyici bir unsur haline gelmesi, Turner'ın bedenselleşmiş toplum kavramını da destekler niteliktedir. Turner'a (1992, s. 37) göre yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler sayesinde bireyler bedenlerini dönüştürülebilir hale gelmiş ve böylece beden, kültürün nesnesi olma durumundan kurtulmuş ve incelenebilir aktif ve özel bir konuma yerleşmiştir. Bu durum bir yandan da Lyotard'ın (1997) büyük anlatıların önemini yitirmesi söylemine de örnek teşkil eder. Her bireyin kendi habitusu

ve sahip olduğu sermayeler bağlamında bedenini özgün olarak şekillendirmesi, bedenin tümel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini zorlaştırır ve tikel yani mikro boyutta incelenmesini gerekli kılar.

Yukarıdaki durum Marx ve Frankurt Okulu temsilcileri gibi diğerklasik teoriler ile de ilişkilendirilebilir. Adorno (2011) ve diğerk Frankurt Okulu kitle iletişim araçlarının kapitalizme eklemlenerek kültürü bir endüstriye dönüştürdüğünü savunur. Vücut geliştirme ve fitnessın gündelik yaşama yerleşmesi konusundaki medyanın rolü ve küreselleşen spor endüstrisiyle içinde bulunduğuyum düşündüğünde Frankurt Okulunun bu yaklaşımının hala geçerliliğini sürdürdüğü görölmektedir. Benzer şekilde antrenörlerin bedensel çalışmayı saplantı haline getirerek yaşamlarındaki her noktada bedenlerini referans almaları Marx'ın insanın kendine yabancılaşması yaklaşımının halen etkin bir şekilde devam ettiğini gösterir niteliktedir. Ancak günümüzde yeni medya geleneksel medyadaki gibi gibi tek yönlü olmaktan ziyade Castells'in ağ toplumuna benzer şekilde çok yönlü etkileşimi mümkün kılmaktadır. Dolayısı ile medyanın da akışkanlaştığından ve herkesin kendi habituslarına benzer habitusa sahip kişilerin yayınlarını takip ettikleri söylenebilir ve antrenörlerin habitusları ile Instagram'daki öğrencilerinin habitusları arasındaki benzerlik bu duruma örnek verilebilir. Buradan yola çıkarak Yeni Medya paylaşımlarının makrodan ziyade mikro yapılara odaklanarak daha sağlıklı değerlendirilebileceğı söylenebilir.

Sonuç olarak günümüz toplumunda bireylerin kimliklerini içine doğdukları konumlar aracılığı ile elde etmedikleri, onun yerine kendi ilgi alanları ve çabaları aracılığı ile kendilerinin oluşturdukları, fitnessın bu konuda popüler bir kimlik kategorisi olduğu, kişisel antrenörlerin ise fitness alanının prestijli kişileri oldukları düşünülebilir. Antrenörlerin ise bu prestiji kullanarak benliklerini sahip oldukları beden göstergesi aracılığı ile ekonomik, kültürel, sosyal sermaye elde edecek şekilde sundukları ileri sürülebilir. Tüm bu ilişkilerin gündelik yaşama paralel olarak sosyal medyaya da eklemlendiğı, antrenörlerin sosyal medyadaki benlik sunumlarının tüketim, küreselleşme ve postmodern kimlik yaklaşımların söylemlerini destekler konumda olduğu söylenebilir.

Araştırma, fitness alanında kişisel antrenörlük yapan erkeklerin Instagram'daki kimlik inşa süreçlerine odaklanmıştır. Benzer bir bağlam ile farklı kimlik kategorilerinin kimlik inşa süreçlerine yönelik araştırmalar yapılabilir, konu farklı sosyal medya

platformları bağlamında incelenebilir; hatta ötesinde antrenörlerin reel yaşamdaki sunumları ele alınabilir.

Araştırmayı daha iyi yönetebilmek için çalışma, erkek kişisel antrenörler ile sınırlandırılarak toplumsal cinsiyet konusu kapsam dışında bırakılmıştır. Kadın ve erkek kişisel antrenörlerin Instagram’da benlik sunuş biçimleri karşılaştırılabilir, toplumsal cinsiyetin ortaya çıkardığı değişkenler irdelenebilir.

Araştırmada ortaya çıkan durumlardan biri ise estetik bir görünüm elde etmek isteyen antrenör ile vücut geliştirme yarışmalarına katılan antrenörler arasındaki ayrımıdır; estetik bir görüntü elde etme amacı ve daha kaslı bir bedene erişme amacı, antrenörlerin sunumlarını önemli farklılıklar yaratmıştır. Bu nedenle yarışmacı antrenörler ve diğer antrenörler birbirinden ayrı olarak incelenebilir.

Çalışmanın literatür kısmında, kişisel antrenörlük eğitiminin çok temel düzeyde olduğu ve antrenörlerin daha çok kişisel ilgileri ve katıldıkları eğitimlerden aldıkları sertifikalar aracılığı ile kariyer rotalarını çizdiği görülmüştür. Kişisel antrenörlük eğitimleri ve antrenörlerin kariyer planlamalarına odaklanan çalışmalar, alanyazına katkı sağlayabilir.

Çalışmada fitness kültürü ve tüketimin birbirine paralel çizgide oldukları dikkat çekmektedir. Fitness kültürüne tüketim özelinde odaklanan bir çalışma hem fitness hem de tüketim çalışmalarına katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2011). *Kültür Endüstrisi – Kültür Yönetimi* (Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel ve Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1995) *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. ve Farsani, H. (2012). Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)*, (1), 1-10.
- Akpınar, M. (2014), Max Weber'in Rasyonalizasyon (Ussallaşma) Yaklaşımı ve Türkiye Sağlık Sektöründe Performans Sistemi Düzenlemesi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 189-202.
- Alyakut, Ö. (2016). Kartepe Örneğinde Doğal Gıda Üretimi Yapan Üre-Tüketicilerin Sosyal Medyada Üretim Ve Tüketim Pratikler. *Akademik Bakış Dergisi*, 57, 125-150.
- Allan, K. (2006). *Contemporary Social and Sociological Theory: Visualizing Social Worlds*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- Anderson, C., John, O. P., Keltner, D. ve Kring, A. M. (2001). Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 116-132.
- Andreasson, J. ve Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution: Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport Science Review*, 23 (3-4), 91-112.
- Annavarapu, S. (2018). Consuming wellness, producing difference: The case of a wellness center in India. *Journal of Consumer Culture*, 18 (5), 414-432.
- Arslan, A. (2004) Temel Sorunları ve Açılımları ile Sınıf Teorisi Sınıf Bilinci ve Orta Sınıflar. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 126-143.

- Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek*, (Çev: Ayşe Tekin), İstanbul:Ayrıntı Yayınları.
- Asunakutlu, T. ve Coşkun, B. (2005), Frederick Winslow Taylor ve Fizyolojik Örgüt Kuramı". *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5 (10), 157-176.
- Atabek, G. ve Atabek, Ü. (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek: İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ataseven, Serpil (2018) Kitle Kültürünün Oluşumu ve Günümüz Sanatına Etkisi. *International Journal of Social Science*, 67 (3), 181-189.
- Aydoğan, E. (2015). Marx Ve Öncüllerinde Yabancılaşma Kavramı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 273-281.
- Aydoğan, E. (2013). Walter Benjamin ve Sanat Yapıtının 'aura'sı. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 1(2), 27-33.
- Baran, A. (1992). Sanayi Sonrası Enformasyon Toplumu Üzerine Tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 53-69.
- Bayhan, V . (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu : “Tüketiyorum Öyleyse Varım”. *Sosyoloji Konferansları*, 43, 221-248.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülasyon ve Simulakr* (Çev: Oğuz Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015). *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği* (Çev. Oğuz Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z.(2007). *Modernite ve Holocaust* (Çev: S.Sertabiboğlu). İstanbul: Versus Yayınları
- Bauman, Z. (2012), *Ölümlülük, Ölümsüzlük ve Diğer Hayat Stratejileri* (Çev: Nurgül Demirdöven). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2014). *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri* (Çev. İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite* (Çev. Sinan Okan Çavuş). İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Beck, U. (1986) *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne, Risk Society: Towards a New Modernity* (Çev. M. Ritter). London: Sage Publications.
- Beck, U. (2011). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru* (Çev. Kazım Özdoğan ve Bülent Doğan). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Belek, İ. (1997). *Post kapitalist Paradigmalar*, İstanbul: Sorun Yayınları.
- Benjamin, W. (1993). *Pasajlar - Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağdaş Sanat Yapıtı* (Çev: Ahmet Cemal). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Best, S., Kellner D. (1998). *Postmodern Teori* (Çev: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M. (2001). Kadının Sesi Radyo Programı ve Kimliği Konumlandırma Stratejisi. *Toplumbilim*, 14, 75-89.
- Binark, M., Bayraktutan, S. (2007). Teknogünlüklerdeki Çok(lu) Sessiz Yaşamlar: Yeni Medyanın Sessiz Enstrümanları-Yeni Orta Sınıf Gençlik. M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları* içinde (147-176). Ankara: Dipnot.
- Bourdieu P. (1986). The Forms of Capital. *Readings in economic sociology*, 280 – 291.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler* (Çev: Hülya Tufan). İstanbul: Kesit Yayınları.
- Bourdieu, P. (2000). *Pascalian Meditations*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P., Wacquant, L. J. D. (2003). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (Çev: Nazlı Ökten) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (2010). Sermaye Biçimleri. M. M. Şahin, A. Z. Ünal (Ed.), *Sosyal Sermaye*, İstanbul: Değişim.
- Bourdieu, P. (2006). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı* (Çev: N. Kamil Sevil). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Boyd, D. (2004). Friendster and publicly articulated social networking. In CHI '04. *Proceedings of the twenty-second annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems* New York, NY: ACM.
- Boyd, D. (2006). Friends, friendster and MySpace top 8: Writing community into being on social network sites. *Peer Reviewed Journal on The Internet*, 11(12), s. yok.
- Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* içinde (119-142). Cambridge: MIT Press
- Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B. (2007) "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Bridges, T. S. (2009). Gender capital and male bodybuilders. *Body & Society*, 15, 83-107.
- Bullingham, L., Vasconcelos, A.(2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities, *Journal of Information Science*, 39(1) 101–112.
- Cansabuncu, İ. (2013). *Türkiye’de Yeni Medya Yayıncılığı Ve Yeni Medya Ürünlerinden Bir Örnek: Magezin Tablet Dergisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Cevizci, A. (2001), *On yedinci Yüzyıl Felsefesi Tarihi*. Bursa: Asa Kitabevi
- Chapman, D. L. (1994). *Sandow the Magnificent. Eugen Sandow and the beginning of Bodybuilding*. Chicago: University of Illinois Press.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Cooley, C.H. (1902). *Human Nature and The Social Order*. New York: Charles Scribner’s Sons

- Crossley, N. (2001). The Phenomenological Habitus and Its Construction, *Theory And Society*. 30(1), s. yok.
- Çumraligil, B. (1999). *Osmanlı Devleti'nin Kuruluşunun 700. Yılı Münasebetiyle "Osmanlıda Spor" Sempozyumu*, Ankara.
- Çakmak, U. (2004). Esnek üretim sistemi: İstihdama etkisi ve toyota örneği. *Ekonomik Yaklaşım Association*, 15, 235-253.
- Çeğin, G. (2007). Muhalif Bir Entelektüelin Büyü Bozumu: Bourdieu ve Entelektüeli Sorunsallaştırmak, Ü. Tatlıcan (Ed), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi içinde*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çeken, B., Aypek-Arslan, A. (2016). İmgelerin Göstergibilimsel Çözümlemesi "Film Afışı Örneği", *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 507-517.
- Çelik, H., Ekşi, H. (2013). Söylem Analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27 (27), 99-117.
- Çetin, Z. (2017), Araçsal Aklın Eleştirisi: Horkheimer ve Adorno. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(1), 405-415.
- Çil, H. (2017). Toplumsal Dünyanın Bedensel Temelleri: Durkheim, Simmel Ve Weber Sosyolojisinde Bedenin Yeri. *SEFAD*, (37), 449-464.
- Çiydem, E. (2014) Modernite ve Kimlik. *21-ci əsrin pəncərəsindən Mədəniyyət və Kimlik Beynəlxalq Sempozyumunda sunulan bildiri*, Azərbaycan, Bakü, Xəzər Üniversitesi.
- Çuhacı, A. (2007) Ulrich Beck'in Risk Toplumu Kuramı. *Sosyoloji Dergisi*, 3(14), 130-157.
- Çuhadar, s. (2017), Aydınlanma, Eşitlik ve Kadın: Rousseau Üzerine Bir Değerlendirme. *Emek Araştırma Dergisi*, (8) 12, 145-156.
- Çüçen, K. (2005), Avrupa'da Aydınlanma. S. H. Bolay (Ed), *Batı Aydınlanmasının Düşünsel Kökleri ve Eleştirisi içinde*, Ankara: Gazi Kitabevi.

- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Dursun, O. (2018). Toplumu Pierre Bourdieu İle Düşünmek. *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16), 68-123.
- Erol, P. (2016). Modernite Projesinin Kökenleri, Dinamikleri ve Sonu. *Sosyoloji Dergisi*, 33, 49-66.
- Erol, T., Aydılek, E. (2017). Modernite ve Postmodernite Ekseninde Kamusal Yaşamın Dönüşümü. 21. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(17), 279-290.
- Foucault, M. (2003). *İktidarın Gözü* (Çev: Işıl Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2016). *Bilginin Arkeolojisi* (Çev: Veli Urhan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (1991). The body in consumer culture. M. Featherstone, M. Hepworth, B. S. Turner (Ed), *Body: Social process and cultural theory* içinde (170-196). London, UK: Sage Publications.
- Featherstone M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (Çev: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (Çev. Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body & Society*, 16(1), 193–221.
- Fırıncioğulları, S. (2017). Marks'ın Sınıf Kuramındaki Eksikliklere Erich Fromm'un Eleştirisi, *Akademik Bakış Dergisi*, 60, 477-493.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Frew, M., McGillivray (2005). Health Clubs and Body Politics: Aesthetics and the Quest for Physical Capital, *Leisure Studies*, 24(2), 161–175.

- George, M. (2008). Interactions in Expert Service Work: Demonstrating Professionalism in Personal Training. *Journal of Contemporary Ethnography*, 37(1), 108-131.
- Genç, T. (1991). Toplumsal İş Bölümü, *Eğitim ve Bilim*, 15(80), 48-56.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları* (Çev: Ersin Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve Bireysel Kimlik Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. Ankara: Say Yayınları.
- Giddens, A.(2012). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gimlin, D. (2002). *Body work: Beauty and self image in American culture*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Göker, E. (2007). “?”, içinde: Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan (der.) Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çeğin, G. (2007). Ekonomik İndirgemeci mi Dediniz, Ü. Tatlıcan (Ed), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göksun, D. O., Filiz, O. ve Kurt, A. A. (2018). Eğitim çantası: Web 2.0 araçlarını kategori bazlı sunan sosyal bir web sitesinin geliştirilmesi. *Ege Eğitim Dergisi / Ege Journal of Education*, 19(2), 505-533.
- Gölbaşı, H. (2018). Osmanlı Devleti’nde Spor Tekkeleri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 41-53.
- Grant, M. (1964). *The Birth of Western Civilization: Greece and Rome*. New York: McGraw-Hill.
- Gür, T. (2013). Post-Modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi,

Zeitschrift für die Welt der Türken, 5(1),185-202.

Güzel, M. (2015). Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları, *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*. 19, 65-84.

Hacısofuoğlu, İ. Elmas, S. (2015). “Kasların Efendisi”: Men’s Health Dergisinde Fitness Söylemi, *Fe Dergi: Feminist Eleştiri*, 7(2):21-34.

Haley, B. E. (1978). *The healthy body and Victorian culture*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hall, Stuart (1995). Yeni Zamanların Anlamı (Çev: Abdullah Yılmaz). M. Jacques (Ed) *Yeni Zamanlar içinde*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Harris, H.A. (1972). *Sport in Greece and Rome*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Harvey, G. Vachhani, S. & Williams, K. (2014). Working out: aesthetic labour, affect and the fitness industry personal trainer, *Leisure Studies*, 33(5), 454-470.

Hewitt, A., & Forte, A. (2006). Crossing boundaries: Identity management and student/faculty relationships on the Facebook. Poster session presented at CSCW, Banff, Alberta, Canada.

Hobsbawm, E. (2003). *Devrim Çağı: 1789-1848* (Çev: B. Sina Şener). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları

Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(6):377-386.

Horzum, M. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 araçlarından haberdarlığı, kullanım sıklıkları ve amaçlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1) 603-634.

Hutson, D. (2013). Your body is your business card: Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science & Medicine*, 90, 63-71.

Hutson, D. J. (2016). Training Bodies, Building Status: Negotiating Gender and Age

- Differences in the U.S. Fitness Industry. *Qualitative Sociology* 39(1), 49-70.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity*. Oxon: Routledge.
- Johansson, T. (1996). Gendered Spaces: The Gym Culture and the Construction of Gender. *Young*, 4(3),32-47.
- Johansson, T., & Andreasson, J. (2016). The Gym and the Beach: Globalization, Situated Bodies, and Australian Fitness. *Journal of Contemporary Ethnography*, 45(2), 143–167.
- Johansson, T., Andreasson, J., & Mattsson, C. (2017). From Subcultures to Common Culture: Bodybuilders, Skinheads, and the Normalization of the Marginal. Sage Open. <https://doi.org/10.1177/2158244017706596>.
- Kah, D., Scholz, P. (2004). *Das hellenistische Gymnasion*. Berlin: Akademie-Verlag.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Busi-ness Horizons*, 53(1), 59– 68.
- Kant, I. (1984). "*Aydınlanma Nedir?*" *Sorusuna Yanıt (1784)" Seçilmiş Yazılar* (Çev. Nejat Bozkurt). Istanbul: Remzi Kitabevi Yayınları
- Kaplan, M. (2018). Alan, Habitus Ve Sermaye Kavramları İle Pierre Bourdieu, *Social Sciences Studies Journal*, 4(14) 614-623.
- Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 34, 25-36.
- Kaygusuz, Ş. (2018). *İstanbul İli Avrupa Yakası Fitness Antrenörlerinin Tükenmişlik Duygu Durumu, Stresle Başa Çıkma Tarzları İle Yardım Arama Tutumlarının İncelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi), Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Kellner, D. (2004) Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 15, 187-220.

- Kılıç, S. (2015). Lyotard: Fark Ve Çokluğun Anlatısı Postmodernite. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, (3), 106-137.
- Kızılçelik, S.(1996). *Postmodernizm Dedikleri*. İzmir: Saray Kitabevleri.
- Kimmel, M. (1996). *Manhood in America, A Cultural History*. New York: The Free
- Kimmel, M. S., Aronson, A. (2004). *Men and masculinities: a social, cultural and histoical encyclopedia*. California: ABC – CLIO Publishing.
- Koluçık, İ. (2017). Eleştirel Teorisyenlerin kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde sanata ve sinemaya yaklaşımları, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, (2) 3, 135-156.
- Koytak, E. (2012). Tahakküme Hükmetmek: Bourdieu Sosyolojisinde Toplum ve Bilim ilişkisi, *Sosyoloji Dergisi*, 3(25), 85-101.
- Küçükkalay, M.(1997). Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,2, 51-68.
- Kwan, S., Trautner, M. N. (2011). Weighty concerns. *Contexts*, 10(2), 52-57.
- Lewis, K., Kaufman, J., ve Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 79-100.
- Lynn D. (2012). Men's-YMCA. The Oxford Encyclopedia of American Social History içinde (Cilt. 2, s. 547). Oxford: Oxford University Press.
- Lyotard, J. F. (1997). *Postmodern Durum* (Çev: Ahmet Çiğdem). Ankara: Vadi Yayınları.
- Mahiroğulları, A. (2005). Endüstri Devrimi Sonrasında Emeğin İstismarını Belgeleyen İki Eser: Germinal ve Dokumacılar, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 32, 41-53.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge. Massachusetts: The MIT Press.

- Marcuse, H. (2010). *Tek Boyutlu İnsan*. İstanbul: İdea Yayınevi.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü* (Çev: Osman Akınhay-Derya Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mears, A., & Finlay, W. (2005). Not just a paper doll: How models manage bodily capital and why they perform emotional labour. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(3), 317–343.
- Mears, A. (2015). Girls as elite distinction: The appropriation of bodily capital. *Poetics*, 53, 22-37.
- Meder, M., Çeğin, G. (2011). Bourdieu'yü Okumak: Post-Pozitivist Bir Sosyolojinin İmkânı Üzerine, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 233 – 256.
- Mendelson, A., & Papacharissi, Z. (2010). Look at us: Collective narcissism in college student Facebook photo galleries. Z. Papacharissi (Ed.), *The networked self: Identity, community and culture on social network sites* içinde (251-273). London, England: Routledge.
- McPhillips, S., Merlo, O. (2008). Media Convergence And The Evolving Media Business Model: An Overview And Strategic Opportunities. *The Marketing Review*, 8(3), 237-253.
- Menchik, D. A., Tian, X. (2008). Putting social context into text: The semiotics of email interaction. *American Journal of Sociology*, 114, 332-370.
- Misci Kip, Sema (2010). *Kültürel Sermaye ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mollaer, F. (2017). Kimlik Politikasını Yeniden Düşünmek: Çağdaş Tanınma Tartışmasının Birikimi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4), 1135-1147.
- Monaghan, L. (2001). *Bodybuilders Drugs And Risk Health, Risk and Society*. New York:

Routledge.

Monaghan, L. F., Hollands, R., Prtichard, G. (2010). Obesity epidemic entrepreneurs: types, practices and interests. *Body & Society*, 16, 37-71.

Mora, N. (2008) Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.

O'Reilly, T. (10 Aralık 2006). Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. Erişim 14 Şubat 2019, <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>

OECD. (2007). *Participative web and user-created content: Web 2.0, wikis, and social networking*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

Okuyan, H., Taslaman, C. (2018). Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramında Ayartma Kavramı. *Din ve Felsefe Araştırmaları*, 1 (1), 29-45.

Oskay, Ü . (2016). Kitle iletişimi açısından toplumsal egemenlik ve kültürel donanımları. Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi, 3 (3), 29-100.

Öncü, A. (2000). *Elias ve medeniyetin öyküsü*. Toplum ve Bilim, 84, 8-16

Ördem, Ö. (2018). Bryan S. Turner'ın Kuramı Çerçevesinde Kadın Beden ve Toplum, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2558-2572

Örs, H. B. (2014). *Modern Siyasal İdeolojiler*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özdemir, E. (2010) Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar, *Eğitim Toplum Bilim Dergisi*, 8(32), 9-29.

Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine, *Liberal Düşünce*, 16(61), 121 – 141.

Paoli, A., Bianco, A., Macro, N., Palma, A. (2015) What is Fitness:definition, history and helath benefits A review. *Iran J Public Health*, 44(5), 602-614.

- Parlak, Z. (2004). Sanayi Ötesi Toplum Teorilerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2) 95-125.
- Pedersen, P., Tjørnhøj-Thomsen, T. (2017) Bodywork and bodily capital among youth using fitness gyms. *Journal of Youth Studies*, 20(4), 430-445.
- Pope, H. G., Brower, K. J. (2009). Anabolic-androgenic steroid-related disorders. *Comprehensive Textbook of Psychiatry*, 9, 1419–1431.
- Quan-Haase, A., Collins, J. L. (2008). I'm there, but I might not want to talk to you. *Information, Communication & Society*, 11, 526-543.
- Rahimi, Z. (2015). *Sanal Medyada Sosyal Ağlarda Reklam Uygulaması "Facebook" Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Reijen, Willey, (2006). Aydınlanmanın Diyalektiğini Alegori Olarak Okumak, (Çev: H. Emre Bağce). H. Emre Bağce (Ed.), *Frankfurt Okulu* içinde, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Reich, J. (2010). The World's most Perfectly Developed Man. Charles Atlas, Physical Culture, and the Inscription of American Masculinity. *Men and Masculinities*, 12(4), 444-461.
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9, 93-110.
- Ritzer, George (2013). *Sosyoloji Kuramları* (Çev. Himmet Hülür). Ankara: De Ki Yayınları.
- Saguy, A. C., Gruys, K. (2010). Morality and health: news media constructions of overweight and eating disorders. *Social Problems*, 57, 231-250.
- Sassatelli, R. (1999). Interaction Order and Beyond: A Field Analysis of Body Culture Within Fitness Gyms. *Body & Society*, 5(2–3), 227–248.
- Saygın, U. (2017) Anthony Giddens'in sosyolojisinde modernliğin boyutları, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, Cilt 1(2), 69-80.

- Schroeder, R. (2002). The social life of avatars: Presence and interaction in shared virtual environments. R. Schroeder (Ed.), *Social Interaction In Virtual Environments: Key Issues, Common Themes, And A Framework For Research* içinde (1-18). Berlin, Germany: Springer-Verlag.
- Schwarzenegger A., Hall, D. (1993). *Arnold: The Education of a Bodybuilder*. New York: Fireside.
- Shilling, C. (1993). *The Body and Social Theory, Theory Culture & Society*, Sage Publications.
- Simmel, G. (1903). Metropol ve Tinsel Hayat (Çev. N. Kalaycı). *Modern Kültürde Çatışma* içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Stewart, B., Smith, A., Moroney, B. (2013). Capital building through gym work, *Leisure Studies*, 32(5), 542-560.
- Stöber, R. (2004), What Media Evolution Is, *European Journal of Communication*. 19(4), 483-505.
- Sunal, B. (2012). Özgür Yazılım - Açık Kaynak Hareketi Örneğinde Sosyal Hareketlerde Yeni Olanaklar: Çokluk, Ağ Örgütlenmeleri Ve Refleksif Direniş, E. Saka (Ed), *Türkiye’de Yeni Medya Çalışmaları I* içinde, (30-50). İstanbul: Taş Mektep Yayıncılık.
- Tanilli, S., (2010). *Uygarlık Tarihi*, İstanbul: Cumhuriyet Kitapları
- Taşkaya, M., Bakır, Z. (2018) Simgesel Sermayenin Yeniden Üretimi: Özel Müzelerin Kurumsal Kimlik Sunumunda Katalizör Olarak Kullanılması. *Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi folklor/edebiyat Dergisi*, 24(93), 105-122.
- Tecim, Erhan (2011). *Sosyal Güven*. İstanbul: Çizgi Yayınları.
- Teker, U. (2009). *Grafik Tasarımı ve Reklam*, İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.
- Toffler, A. (2008), *Üçüncü Dalga*, İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Toktamış, K. (2010) Durkheim’den Simmel’e Toplum Bilimine Giriş: Bir Varmış Bir

Yokmuş, *Sosyoloji Dergisi*, 21, 85-101.

Toku, N., (2003). *John Locke ve Siyaset Felsefesi*, Ankara: Liberte Yayınları.

Torun, İ., (2003), Endüstri Toplumunun Oluşmasında Etkili Olan İktisadi ve Sına-i Faktörler, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 181-196.

Touraine, A. (1995). *Modernliğin Eleştirisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Turner, Jonathan H. (1991). Constructivist Structuralism: Pierre Bourdieu, J.H. Turner (Ed) *The Structure of Sociological Theory* içinde. Wadsworth Publishing Company.

Turner, B.S. (1992). *Regulating Bodies: Essays in Medical Sociology*. London: Routledge.

Tüfekçi, E. (2004). Yapısalcı yöntem ve uygulama alanları. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, (17) 50-67.

Türk, E. (2015). Sosyolojik Düşünce de Sosyal Sermaye Tartışmaları: Pierre Bourdieu ve James Samuel Coleman Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2) 127-149.

Ünal, A. (2017). Bourdieu'nün Tabakalaşma Teorisi Bağlamında Üst Sınıftan Alt Sınıfa Doğru Hayat Tarzı Tahakkümü, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49) ss. 380-388.

Ünal, F. (2007). Anadolu üniversitesi bilgi yönetimi önlisans programı'nın eleştirel düşünme açısından incelenmesi. Yayınlanmamış doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi

Wesley, J. (2003). Exotic dancing and the negotiation of identity: The multiple uses of body technologies. *Journal of Contemporary Ethnography*, 32(6), 643–669.

Whorton, J. C. (1982). *Crusaders for fitness: The history of American health reformers*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Williamson, J. (2001). *Reklamların Dili*. (Çev. Ahmet Fethi), Ankara: Ütopya Yayınevi

- Wodak, R. ve Meyer, M. (2002). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications.
- Yarçı, S. (2011). Pierre Bourdieu’da Sosyal Sermaye Kavramı, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 125-135.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları
- Yayman, S. (2018). Kitle Kültürünün Oluşumu ve Günümüz Sanatına Etkisi, *International Journal of Social Science*, 67, 181-189.
- Yerküm, U., (2017), Küreselleşmenin Fordist-Kitlesel Üretim Tarzına Etkisi, *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 67-88
- Yıldız, Doğan. (1979). *Türk Spor Tarihi*. İstanbul: Ser Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yumul, A. (2000). Bitmemiş Bir Proje Olarak Beden. *Toplum ve Bilim*, 84, 37-49.

İnternet Kaynakları

- http-1:** <https://instagram-press.com/blog/2011/12/08/were-the-2011-app-store-iphone-app-of-the-year/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)
- http-2:** <https://webrazzi.com/2012/04/09/facebook-instagram-1-milyar-dolar-satin-al-di/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)
- http-3:** <https://instagram-press.com/blog/2012/08/16/instagram-3-0-photo-maps-more/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)
- http-4:** <https://instagram-press.com/blog/2012/11/21/introducing-instagram-badges/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)
- http-5:** <https://instagram-press.com/blog/2012/12/21/instagram-now-in-25-languages/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)

- http-6:** <https://instagram-press.com/blog/2013/02/05/introducing-your-instagram-feed-on-the-web/> (Erişim Tarihi: 16.02.2019)
- http-7:** <https://instagram-press.com/blog/2013/05/02/introducing-photos-of-you/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-8:** <https://instagram-press.com/blog/2013/06/20/introducing-video-on-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-9:** <https://instagram-press.com/blog/2013/07/10/introducing-instagram-web-embeds/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-10:** <https://instagram-press.com/blog/2013/12/12/introducing-instagram-direct/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-11:** <https://instagram-press.com/blog/2014/06/03/introducing-new-creative-tools-on-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-12:** <https://instagram-press.com/blog/2014/12/16/five-new-filters/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-13:** <https://instagram-press.com/blog/2014/12/10/300-million-sharing-real-moments/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-14:** <https://instagram-press.com/blog/2015/03/23/introducing-layout-from-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-15:** <https://instagram-press.com/blog/2015/04/27/three-new-filters-and-emoji-hashtags/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-16:** <https://instagram-press.com/blog/2015/09/22/celebrating-a-community-of-400-million/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-17:** <https://instagram-press.com/blog/2015/06/23/the-all-new-search-and-explore-see-the-world-as-it-happens/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-18:** <https://instagram-press.com/blog/2015/10/22/introducing-boomerang-from-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-19:** <https://instagram-press.com/blog/2016/02/11/coming-soon-view-counts-on-videos/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)

- http-20:** <https://instagram-press.com/blog/2016/03/15/see-the-moments-you-care-about-first/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-21:** <https://instagram-press.com/blog/2016/04/14/introducing-video-channels-in-explore/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-22:** <https://instagram-press.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-23:** <https://instagram-press.com/blog/2016/08/31/introducing-zoom/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-24:** <https://instagram-press.com/blog/2016/11/10/new-to-instagram-stories-boomerang-mentions-and-links/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-25:** <https://instagram-press.com/blog/2016/11/21/new-ways-to-share-in-the-moment/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-26:** <https://instagram-press.com/blog/2016/12/21/keeping-instagram-safe-more-tools-and-control/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-27:** <https://instagram-press.com/blog/2016/12/21/introducing-saved-posts/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-28:** <https://instagram-press.com/blog/2016/12/21/new-to-instagram-stories-stickers-holiday-fun-and-more/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-29:** <https://instagram-press.com/blog/2017/02/22/share-up-to-10-photos-and-videos-in-one-post/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-30:** <https://instagram-press.com/blog/2017/03/07/new-geostickers-in-instagram-stories-for-new-york-city-and-jakarta/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-31:** <https://instagram-press.com/blog/2017/03/20/new-save-your-live-video-to-your-phone/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-32:** <https://instagram-press.com/blog/2017/03/22/welcoming-1-million-advertisers/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-33:** <https://instagram-press.com/blog/2017/03/23/fostering-a-safer-kinder-community/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)

- http-34:** <https://instagram-press.com/blog/2017/05/16/introducing-face-filters-and-more-on-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-35:** <https://instagram-press.com/blog/2017/07/06/introducing-photo-and-video-replies-to-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-36:** <https://instagram-press.com/blog/2017/08/08/go-live-with-a-friend/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-37:** <https://instagram-press.com/blog/2018/01/23/introducing-gif-stickers/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-38:** <https://instagram-press.com/blog/2018/02/01/introducing-type-mode-in-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-39:** <https://instagram-press.com/blog/2018/03/21/introducing-hashtag-and-profile-links-in-bio/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-40:** <https://instagram-press.com/blog/2018/04/10/introducing-focus/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-41:** <https://instagram-press.com/blog/2018/04/24/improvements-to-stories-uploads/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-42:** <https://instagram-press.com/blog/2018/05/01/new-ways-to-share-and-connect-on-instagram/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-43:** <https://instagram-press.com/blog/2018/05/10/introducing-the-emoji-slider/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-44:** <https://instagram-press.com/blog/2018/05/17/new-share-feed-posts-to-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-45:** <https://instagram-press.com/blog/2018/05/22/introducing-mute/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-46:** <https://instagram-press.com/blog/2018/06/07/introducing-mention-sharing/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-47:** <https://instagram-press.com/blog/2018/06/12/shopping-in-instagram-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)

- http-48:** <https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-49:** <https://instagram-press.com/blog/2018/06/28/introducing-music-in-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-50:** <https://instagram-press.com/blog/2018/07/02/introducing-youre-all-caught-up-in-feed/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-51:** <https://instagram-press.com/blog/2018/07/10/introducing-the-questions-sticker/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-52:** <https://instagram-press.com/blog/2018/06/26/introducing-video-chat-a-new-explore-and-more/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-53:** <https://instagram-press.com/blog/2018/07/19/new-see-when-your-friends-are-online-to-dm/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-54:** <https://instagram-press.com/blog/2018/09/20/say-it-with-gifs-in-dms/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-55:** <https://instagram-press.com/blog/2018/11/30/share-with-your-close-friends-on-instagram-stories/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-56:** <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 17.02.2019)
- http-57:** <https://socialwelfare.library.vcu.edu/youth/young-mens-christian-association/> (Erişim Tarihi: 16.03.2019)
- http-58:** <https://physicalculturestudy.com/2015/04/30/the-history-of-golds-gym/> (Erişim Tarihi: 17.03.2019)
- http-59:** <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/fitness> (Erişim Tarihi: 22.03.2019)
- http-60:** http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c94c377ba04f2.08809469 (Erişim Tarihi: 22.03.2019)

http-61:

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.4152&sourceXmlSearch=&MevzuatIliski=0> (Erişim Tarihi: 23.03.2019)

http-62:

<http://sporegitim.sgm.gov.tr/PublicBirim/Edit/images/SGMBASKANLIK/1001/ANTR EN%C3%96R/a%C3%A7%C4%B1lan%20antren%C3%B6r%20kurslar%C4%B1/2017 /kas%C4%B1m/27%20KASIM%20-%202008%20ARALIK%202017%20TAR%C4%B0HLER%C4%B0%20ARASINDA%20OK%C3%9CTAHYA%20%C4%B0L%C4%B0NDE%20G%C3%9CRE%C5%9E%20BRAN%C5%9EINDA%201.KADEME%20YARDIMCI%20ANTREN%C3%96R%20YET%C4%B0%C5%9ET%C4%B0RME%20KURSU%20A%C3%87ILACAKTIR..pdf> (Erişim Tarihi: 23.03.2019)

http-63:

<http://sporegitim.sgm.gov.tr/Sayfalar/2917/2898/antrenor-egitim-programi.aspx> (Erişim Tarihi: 23.03.2019)

http-64:

<https://www.hukukihaber.net/kararlar/yargitay-asiri-kilo-almak-isten-atilma-sebebi-h148969.html> (Erişim Tarihi: 24.03.2019)