

Yayın Geliş Tarihi: 09.01.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 15.07.2021  
Online Yayın Tarihi: 30.09.2021  
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.857313

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2021, Sayfa: 1193-1217  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## VEJETARYEN OLMAK YA DA OLMAMAK: NETNOGRAFİK PERSPEKTİFTEN VEGAN-VEJETARYEN SANAL TOPLULUKLARI

Gözde YETİM\*  
İrem BURAN\*\*  
Metin ARGAN\*\*\*  
Alper ÖZER\*\*\*\*

### Öz

Günümüzde sanal topluluklar, vegan-vejetaryen kimliğe sahip bireyler için kimliklerini öne çıkarabilecek ve kendilerini ifade edebilecek bir alan olarak değerlendirilmektedir. Daha da ötesi, üye olunan sanal toplulukların kişilerin tutum ve davranışları üzerinde etkili olduğu tartışılmaktadır. Veganlık-vejetaryenlik, yaşam tarzının yanı sıra bir felsefe ve biyoetik bakıştır. Vejetaryenlik, beslenmede hiçbir hayvan etinin kullanılmaması ve diğer hayvansal ürünlerinin tüketiminin daha sınırlı olması iken, veganlık hiçbir hayvan ürününün kullanılmaması ve tüketilmemesine dayanan bir beslenme tarzı ve hayat görüşüdür. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, vegan-vejetaryen sanal topluluklara üye olan bireylerin tüketim davranışlarını, tutumlarını ve kültürlerini belirlemektir. Araştırmada, netnografi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, vegan-vejetaryen sanal topluluklarına ilişkin en aktif olan altı Facebook grubu ve altı forum sayfası incelenmiştir. Araştırma sonucu olarak ortaya çıkan tüm ana ve alt kategorilerden yola çıkarak vegan-vejetaryen bireylerin kendilerine bir sosyal kimlik kazandırma amacı ile çeşitli sosyal platformlarda yer aldıkları söylenebilir. Yapılan paylaşımlar yeni başlayanlara yol gösterici

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Yetim, G., Buran, İ., Argan, M., Özer, A. (2021). Vejetaryen olmak ya da olmamak: Netnografik perspektiften vegan-vejetaryen sanal toplulukları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (3), 1193-1217.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü, ORCID: 0000-0002-4345-4251, g.yetim@alparslan.edu.tr.

\* Doktora Öğrencisi (YÖK 100/2000 ve TÜBİTAK 2211 Doktora Bursiyeri), Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-4241-6122, iremburan@gmail.com.

\* Prof. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-9570-0469, margan@eskisehir.edu.tr.

\* Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-2886-7314, ozer@politics.ankara.edu.tr.

*nitelik taşırken, merak edilen birçok konuda fikir alışverişinde bulunarak veganlık-vejetaryenlik ile ilgili sorularına da cevap bulmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** *Vejetaryen, Vegan, Netnografi, Sanal Topluluklar, Sosyal Kimlik Teorisi.*

## **TO BE VEGETARIAN OR NOT TO BE: VEGAN-VEGETARIAN VIRTUAL COMMUNITIES FROM NETNOGRAPHIC PERSPECTIVE**

### **Abstract**

*Today, virtual communities are considered as a space where individuals with a vegan-vegetarian identity can highlight their identities and express themselves. It's argued that the virtual communities that are subscribed to have an impact on the attitudes and behaviors of people. It is philosophy and bioethics view as well as a vegan-vegetarian lifestyle. Vegetarianism is not using any animal meat in the diet and the consumption of other animal products is more limited, while veganism is a nutrition style and life view based on not using and consuming any animal products. The aim of the study is to determine the consumption behaviors, attitudes and cultures of individuals who are members of vegan-vegetarian virtual communities. The netnography method, was used in the study. In this study, the six most active Facebook and six forum pages related to vegan-vegetarian virtual communities were examined. Based on all the main and sub-categories that emerged as a result of the research, it can be said that vegan-vegetarian individuals take part in various social platforms in order to gain a social identity. While the posts are guiding newcomers, they also find answers to their questions about veganism-vegetarianism by exchanging ideas on many curious issues.*

**Keywords:** *Vegetarian, Vegan, Netnography, Virtual Communities, Social Identity Theory.*

### **GİRİŞ**

Günümüzde bireyler kendi kimliklerini oluşturarak sosyalleşmek ve toplumda belirli gruplarla aidiyet kurmak istemektedir (Yegen & Aydın, 2018). Bireyin vegan-vejetaryen olması yalnızca beslenme tercihi ile ilgili değildir, sosyal bir kimlik göstergesidir (Nezlek & Forestell, 2020). Postmodernizm ile birlikte bireyler, çevreye ve hayvanlara karşı daha duyarlı hale gelmektedir. Kendi zevk ve çıkarları için hayvan sömürücülerine karşı vegan-vejetaryen kimliğe sahip olarak tüketim tercihlerini değiştirenlerin sayısı oldukça fazladır. Vegan-vejetaryen tüketiciler de son yıllarda sosyoloji, antropoloji, psikoloji, pazarlama, çevre, beslenme gibi birçok disiplinler arası alanın araştırma konusu olmuştur (Leitzmann, 2014; Ruby, 2012, Wright, 2015). Veganizm, hayvansal kaynaklı ürünlerin kullanımını reddederken, vejetaryenizm et yemeyen ancak belirli hayvansal ürünleri tüketenleri kendi içinde gruplara ayırmaktadır.

Bireyin vegan-vejetaryen olmayı seçmesi yalnızca beslenme alışkanlığı ile ilgili değildir (Rosenfeld & Burrow, 2017). Böyle bir yaşam tarzını benimsemek benliğin bir dışı vurumudur. Bu yaşam tarzı bireyin savunduğu etik ve sosyal değerleri gösterme biçimi; bir diğer ifadeyle sosyal bir kimliğidir (Oyserman, 1993).

Her iki grubun da söz konusu kimliklere sahip olurken etik, hayvan hakları, sağlık, ekolojik gibi birçok gerekçesi bulunmaktadır (Recnizkova, 2010; Gelderloos, 2011). Dolayısıyla, tüketici olarak vegan-vejetaryen bireyler, sosyal medya üzerinde çeşitli sanal topluluklar aracılığıyla bilgi ve deneyimlerini paylaşarak diğer insanlar ile etkileşimde bulunurken söz konusu gerekçelere sıklıkla değinmektedir.

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte çeşitli nedenlerden dolayı bir araya gelemeyen bireyler için fikir paylaşımında bulunmak amacıyla sanal topluluklar önemli bir hale gelmektedir (Cheng vd., 2007). Sayıları giderek artan vegan-vejetaryen bireylere yönelik kurulan sanal toplulukların incelendiği pek az çalışma mevcuttur. Birçok farklı hareketler gibi vegan-vejetaryen bireyler kendi kimliklerini ortaya koymak, tüketim tarzlarını ifade etmek, bilgi ve deneyim aktarımı yapmak amacıyla sosyal medya üzerinden sanal topluluklara dahil olmakta ve diğer bireyler ile etkileşim kurabilmektedir (Lerman, 2007). Sosyal medyada yer alan vegan-vejetaryen gruplar bu akımın yaygınlaşmasında büyük rol oynamaktadır. Facebook, Twitter, Instagram ya da bloglar aracılığı ile bireysel olarak başlayan vegan-vejetaryen tüketim anlayışı kitlesel bir hal almaktadır (Yegen & Aydın, 2018). Sanal topluluklar aracılığıyla, vegan-vejetaryen kimliğine sahip bireylerin, birbirleriyle etkileşimleri incelenerek yaşam tarzı, tüketim alışkanlıkları, felsefeleri hakkında çıkarımlarda bulunabilmek mümkündür. Bu doğrultuda, özellikle netnografik bir yaklaşımla vegan-vejetaryen tüketim davranışını, tutumunu ve kültürlerini anlamaya yönelik sınırlı sayıda çalışmanın olması, bu çalışmayı literatüre katkı bağlamında önemli hale getirdiği düşünülmektedir. Çoğunlukla Batı ve Kuzey Avrupa'da sosyal bir kimlik olarak vegan-vejetaryen bireyler üzerinde yapılan araştırmalar bulunmakla beraber, Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmaların sayısı sınırlıdır (Nezlek & Forestell, 2020). Dolayısıyla bu çalışmanın, Türkiye'de yaşayan vegan-vejetaryen kimliğini benimseyen bireylerin tüketim davranışlarını, kültürlerini, tutumlarını, motivasyonlarını netnografik bir yöntemle incelemesi bakımından literatürdeki önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir.

### **Sanal Topluluklar**

Sanal topluluklar ilk kez Rheingold (1993) tarafından tanımlanmıştır. Sanal topluluklar bilgisayar ağları aracılığıyla bireylerin birbirleri ve tüm dünya ile eş zamanlı iletişim halinde olmasını sağlayan sosyal gruplardır. Bireyler sanal topluluklar aracılığıyla paylaşımında bulunarak birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Özellikle sosyal ağlar üzerinden paylaşımlarda bulunarak sosyal çevrelerini genişletmektedirler (Erdoğan & Torun, 2009).

Bireyler ilgi duydukları konularda, sanal topluluklar aracılığıyla bilgi sahibi olmakta ve deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Bu şekilde oluşturulan sanal topluluklarda iletişim çoğunlukla elektronik ağızdan ağıza (E-WOM) şeklinde olmaktadır. Bireyler bir konu üzerinde deneyimlerini, beklentilerini, memnuniyetlerini ya da memnuniyetsizliklerini paylaşarak belirli davranışların şekillenmesini sağlamaktadırlar (Yamamoto, 2007). Son yıllarda en yaygın olarak Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Wikipedia, bloglar, forum sayfaları ve

sözlüklerde oluşan sanal topluluklar sayesinde bir araya gelen bireyler, birbirleri ile fikir alışverişinde bulunmaktadır (Valck, 2005). Sanal toplulukların üyeleri arasında sürekli etkileşim vardır. Bu sayede bilgi akışı oldukça hızlı olmaktadır. Üyeler deneyimlerini paylaşarak, soru sorarak, yorum yaparak ve tavsiyelerde bulunarak grup ile iç içe olmaktadır.

Sanal topluluklar, bireylerin ilgi alanı doğrultusunda oluşmaktadır ve bu durum çoğunlukla tüketim tercihleri, yaşam tarzları konusunda ortaya çıkmaktadır (Kozinets, 1999). Topluluklara üye olan bireyler, benimsedikleri tüketim ve yaşam tarzlarına ilişkin görüşlerini, meraklarını, bilgilerini ve heyecanlarını paylaşma niyetindedirler (Schau & Gilly, 2003). Bireylerin yaşam tarzlarına bağlı olarak gerçekleştirdiği tüketim faaliyetleri tüketme eyleminden ziyade kimlik edinme, müzakerede bulunma ve toplumda farklı olma ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Baudrillard, 1997). Bu nedenler bireylerin sanal topluluklarda var olma gerekçelerini göstermektedir.

Sanal topluluklarda sosyal kimlik oluşturma süreçlerinde bireyin sosyal çevrede bağlı olduğu topluluğa göre konumlanmasını sağlamaktadır. Bireylerin tüketim tercihleri; değerleri ve etik anlayışlarına göre dahil olunan sanal gruplarda kimliğin ifade ediliş biçimi olmaktadır (Schau & Gilly, 2003). Bu nedenle benimsenen yaşam tarzı, bireylerin seçtiği tüketim tercihleri ile ilgili olmaktadır. Bir başka ifadeyle yaşam tarzı, bireylerin tüketim faaliyetleri, ilgileri, fikirleri doğrultusunda gelişmektedir. Sanal topluluklarda bu nedenler ile oluşmaktadır. Üyelerin birbirleri ile etkileşiminin ve paylaşımlarının fazla olması durumunda da topluluk kimliği ile bireyin kimliği birbiriyle tutarlı hale gelmektedir (Tambyah, 1996).

Son yıllarda sayıları giderek artan vegan-vejetaryen bireyler, kendileriyle aynı kimliğe, etik görüşe ve düşünceye sahip olan diğer bireyler ile sosyal medyada yer alan sanal topluluklar aracılığı sayesinde bir araya gelmektedirler. Bu sosyal platformda bireyler, beslenme konusunda yaşadıkları zorlukları, aile ve arkadaş gruplarında gördükleri tepkileri, sosyal ve kültürel etkileri ve neden vegan-vejetaryen olmayı seçtiklerini birbirleriyle paylaşarak, duygusal bir bağ kurmakta ve sosyal kimliklerini yansıtabilmektedirler (Cheng vd., 2007).

### **Sosyal Kimlik Teorisi**

Sosyal gruplara dahil olan kişilerin üyeliğini, gruba katılma süreçlerini ve birbirleriyle ilişkilerini, diğer bir ifadeyle bireylerin gruplar arası davranışlarını ele alan sosyo-psikolojik bir teoridir (Hogg vd., 1995). Sosyal kimlik teorisi, bireylerin iyi bir imaj ortaya koymak için sosyal gruplara ya da topluluklara dahil olarak çeşitli davranışlarda bulduklarını ifade etmektedir (Turner, 1975; Tajfel, 1982).

Çeşitli araştırmalara konu olan bu teoride, bireylerin aidiyet hissettikleri sosyal toplulukları incelediği için tüketici davranışlarını açıklamada yol göstermektedir. Tüketiciler kendi kimlikleri aracılığıyla belli sosyal topluluklara katılmaktadır. Böylece hem kendilerini tanıma fırsatı hem de grup üyeleri ile

etkileşim halinde olarak bilgi ve deneyim paylaşımında bulunmaktadır (Lam vd., 2010). Tüketiciler kendi kimliklerine göre herhangi bir sosyal gruba katılarak ve grup üyeleri ile aktif ilişkiler kurarak kendi davranışlarını yönlendirmektedir.

Bireyler için vegan-vejetaryen olmak bir kimlik göstergesidir. Bu kimliğe sahip tüketiciler sosyal topluluklarda yer alarak diğer insanlar ile iletişim kurarak ve bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Vegan-vejetaryen olmak beslenme biçimi dışında, farklı bir kimlik edinme olarak ele alınmaktadır. Vegan-vejetaryen yaşam tarzını benimseyenler, zamanla bireysellikten çıkarak daha toplumsal hareket etmekte ve toplum içindeki değişimi hayvan ve çevre yararına önem vererek sürdürmeyi amaçlamaktadır. Veganlık-vejetaryenlik, beslenme veya yaşam tarzı olmakla birlikte, bireyin yeni bir kimlik edinme biçimidir (Wright & Adams, 2015). İnsanlar vegan-vejetaryen kimliğe sahip olurken belirli sosyal motivasyonlardan etkilenmektedir. Öncelikle hayvan hakları ve etik nedenler başta olmak üzere sağlık ya da ekolojik sebeplerden dolayı da bu kimliği tercih etmektedirler. Bireyler tüm bu nedenler çerçevesinde, belirli tüketim alışkanlıklarını benimseyerek uzun dönemde kimliklerini sürdürmek istemektedirler (Hoffman vd., 2013; Radnitz vd., 2015). Kendi kimliklerini tanımlayan vegan-vejetaryen bireyler çeşitli sosyal ortamlarda etkileşimde bulunmaktadır. Çünkü etkileşim kurma ihtiyacı hem vegan-vejetaryen kimliğe sahip olurken ki sürece destek sağlamakta hem de bilgi sahibi olmalarına yardımcı olmaktadır (Cherry, 2015). Ayrıca, sosyal platformlarda da diğer vegan-vejetaryen bireyler ile tüketimlerine yönelik tutumlarını geliştirmekte ve sosyal ilişkilerini tercih ettikleri kimlikler ile güçlendirmektedirler (Greenebaum, 2012).

### **“Sosyal Kimlik” Yaklaşımıyla Vegan ve Vejetaryenlik**

Vegan-vejetaryen olmayı seçmek sosyal bir kimlik seçmektir (Rosenfeld & Burrow, 2017). Sosyal kimlik teorisine göre bir bireyin iki kimliği vardır; ilki kişisel kimlik, ikincisi sosyal kimliktir (Ashforth & Mael, 1989). Kişisel kimlik, kendine has özellikleri içerirken, sosyal kimlik bireyin toplumda göze çarpan özelliklerini içermektedir. Vegan-vejetaryen bireylerin de her gün tekrarladıkları beslenme tarzları ve tüketim alışkanlıkları göze çarpan birer sosyal kimlikleridir (Rosenfeld & Burrow, 2017). Kültürel normlar, aile, arkadaşlar, restoranlar, sosyal medya gibi faktörler sosyal kimliğin gelişiminde etkili olmaktadır. Bireylerin yiyecek ve içecek tercihlerinin sosyal grup üyeliğini gösterdiği göz önüne alındığında, vegan-vejetaryen olmayı seçmiş bireylerin tüketim tercihleri de bireyin sosyal kimliğinin bir parçası olarak ifade edilebilir (Bisogni vd., 2002). Gerçekten de bireyin yemek tercihini içeren sosyal deneyimler veya diyet değişiklikleri, bireyin kimliğini yeniden tanımlamaktadır (Keane & Willetts, 1994). Geleneksel olarak kabul edilen beslenme tercihlerini reddetmek, hayvanlara yapılan eziyetler, baskın sosyal normlar vegan-vejetaryen bireylerin kimliğini şekillendirmede etkili olabilmektedir. Vegan-vejetaryen bireylerin tüketim tercihleri, bireyin yaşam felsefesi ve sosyal benliğini ortaya çıkarmada yardımcı olmaktadır (Rosenfeld & Burrow, 2017). Veganlık, bir diyet ve sağlıklı yaşam tarzı olarak kabul edilmesinin yanında etik gerekçelerle,

toplumdaki değişim ve dönüşümü hayvanların ve doğanın yararına yönelik kullanmaktır (Yegen & Aydın, 2018).

Kimlik, bireyin benlik duygusunu karakterize eden psikososyal bir gelişim alanıdır (Rosenfeld & Burrow, 2017). Bireyin yiyecek, içecek, giyecek gibi tüketim tercihlerini inceleyen çalışmalarda, bu tercihlerin vegan-vejetaryen kimliğe sahip bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını etkilediği görülmektedir (Bisogni vd., 2002). Beslenme tercihleri aracılığıyla kurulan bağları farklı faktörler şekillendirmektedir. Bir diğer ifadeyle, yiyecek ve tüketim tercihleri toplumsal hareketlerle şekillenmekte ve ideolojiler ile sosyal kimlik unsuruna dönüşmektedir (Aksürmeli & Beşirli, 2019). Beslenme yalnızca bireyin yaşamını sürdürmesini sağlayan bir eylem değildir, aksine beslenme tercihleri bireylerin kimliklerini, topluluk içindeki davranışlarını ve hayat felsefesini ortaya koyan bir yaklaşımdır (Beşirli, 2010). Bireyin vegan-vejetaryen olmayı seçmesi hem kişisel hem de sosyal kimliği ile ilgilidir. Benzer tüketim tercihlerinde olan bireyler, bu durumu yalnızca beslenme tarzı olarak görmemekte, duygu ve davranışlarını da dahil ederek bütünsel bir bakışla ele almaktadır (Ruby, 2012). Bireylerin tüketim tercihleri, onları sosyal topluluklara bağlamaktadır. Çünkü tüketim alışkanlıkları birbirleriyle aynı olan bireyler gerek değer yargıları ve inançları gerekse de benzer yaşam felsefesine sahip olmaları nedeniyle diğer bireyler ile iletişim kurmak amacıyla sosyal topluluklara katılım göstermektedirler (Nezlek & Forestell, 2020).

Son yıllarda yapılan çalışmalar teknolojinin etkisiyle vegan-vejetaryen bireylerin birbirleriyle daha fazla gruplaştığını göstermektedir. Bireyler olumlu bir sosyal kimliğe sahip olmanın yanında, birbirleri ile paylaşım yapmak amacıyla sosyal medyada yer alan sanal topluluklara dahil olmaktadır (Nezlek & Forestell, 2020). Sanal topluluğa dahil olan bireylerin sosyal kimlik olarak vegan-vejetaryen olmayı seçmelerinin nedenlerini araştıran çalışmalarda, bireyler en çok üç motivasyon olan “hayvan, sağlık ve çevre” gibi faktörlerden etkilenmektedir (Rosenfeld, 2018). Vegan-vejetaryen olmayı seçmede bu motivasyonlar bireylerin topluluklara aidiyetini arttırmakta ve olumlu bir sosyal kimlik kazanmalarını sağlamaktadır (Nezlek & Forestell, 2020).

### **Tüketim Bağlamında Vegan ve Vejetaryenler**

Günümüzde vegan-vejetaryen birey sayısı giderek artmaktadır. Vegan-vejetaryen bireyleri tek bir çatı altında toplayan dernekler ya da bu bireylerin birbirleriyle etkileşim halinde olduğu gerçek ve sanal topluluklar gittikçe yaygınlaşmaktadır. Vegan-vejetaryen tüketim tarzını benimseyen bireyler, çeşitli sanal topluluklarda deneyimlerini paylaşarak görüş alışverişinde bulunmaktadır (Rosenfeld & Burrow, 2017).

Vegan-vejetaryen bireyler arasında tüketim tercihlerinde belirli farklılıklar vardır. Veganlar hayvansal kaynaklı herhangi bir ürün (gıda, giyim, kozmetik vb.) kullanmayı kesin bir şekilde reddederken, vejetaryenler yalnızca hayvansal gıdaları tüketmekten kaçınılmaktadırlar (Greenebaum, 2012). Ancak bu bireylerin, vegan-

vejetaryen olma yolundaki motivasyonları farklılık göstermektedir. Kimileri sağlık gibi nedenlerden dolayı tercih ederken, kimileri etik gerekçeler sunarak hayvan özgürlüğünü ve haklarını korumak amacıyla tercih etmektedir. Ancak vegan-vejetaryen olmak için başka sebepler de bulunmaktadır. Örneğin; travma, tikslenme, ekolojik ya da dini nedenlerden dolayı bu kimliği, yaşam biçimini ve beslenme şeklini tercih etmiş ya da karşı durmuşlardır (Pollan, 2009).

Vegan-vejetaryen olmak hayvan haklarını savunmada en önemli bileşendir. Çünkü hayvanların öldürülmesi, haklarına tecavüz edilmesi ya da istismara uğraması et, süt, yumurta üretimi esnasında gerçekleşmektedir. Bir başka ifadeyle, hayvanların denek olarak kullanılması, insanları eğlendirmek amacıyla sirkler ya da eğlence havuzlarında çalıştırılması, giyim endüstrisinde kullanılması, avcılık sporunda, at yarışları ya da dövüşlerde kullanılması hayvan haklarına aykırıdır (Tunçay, 2016). Vegan-vejetaryen anlayışı benimsemek, hayvanların zor ve acılı yaşamalarına sebep olan durumlardan, etik ya da vicdani gerekçelerle bilinçli bir şekilde uzak durmaktır. İnsanların vegan-vejetaryen olma sebepleri arasında; hayvan hakları, hayvan özgürlüğü, etik, vicdan, merhamet, çevreye duyulan kaygı vb. sebepler yer almaktadır (Dominick, 1997). İnsanların kendi zevk ve ihtiyaçları yüzünden hayvanların öldürülmesi, evcilleştirilmesi, deneylerde kullanılması ya da hayvanat bahçelerinde kafeslerde yaşamak zorunda bırakılması, insanlar ile eşit haklara sahip olmamasını kabul etmek vicdana ters düşmektedir (Son & Bulut, 2016).

Vegan-vejetaryen bireyler etik sebeplerle araştırıldığında, abolisyonist veganlar öne çıkmaktadır. Abolisyonist kavramı, veganları hem kendi içlerinde hem de vejetaryenlerden keskin bir şekilde ayırmaktadır. Francione tarafından 1996 yılında ortaya çıkan abolisyonist yaklaşım, tarihsel açıdan köleliğe karşı bir duruş olmuştur. Bu yaklaşım tüm canlıların mülk olarak görülmemesine odaklanmaktadır. Abolisyonist veganlar, hayvanların türlerine göre ya da herhangi kategori bağlamında ele alınmasını reddetmektedir (Altınal, 2015). Kölelik ve insanlık dışı hareketlere radikal olarak karşı çıkan abolisyonist yaklaşım, hayvanların çıkarlarını ciddiye alarak her tür hayvan şiddetine ve insanlık dışı kullanımının önüne geçilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, veganlığın-vejetaryenliğin bireysel olarak kalmayıp, toplumsal hale getirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Çeşitli kampanyalar ile toplumun etik açıdan bilgilendirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda bireysel olarak başlayan bu yaşam tarzı günümüzde teknolojinin etkisiyle sanal platformlarda daha fazla bireye ulaşarak gelişmektedir. Vegan-vejetaryen bireyler, sosyal ağlarda sanal topluluklar aracılığı ile bilgi ve deneyim paylaşımında bulunmaktadırlar. Sosyal medyada sanal toplulukların ve bu gruplara üye olan bireylerin sayısına bakıldığında, vegan-vejetaryen bireylerin sayısının fazla olduğu görülmekte ve gelecekte daha da yaygın olması beklenmektedir. Çünkü bireyler, çevrelerine karşı artık daha bilinçli ve duyarlı olduğu için tüketim tercihleri sayesinde oluşturdukları kimlik ile toplumda yer edinmektedirler (Dyett vd., 2014; Leitzmann, 2014).

Modernleşme ile birlikte toplumsal yapı, bireylerin gerçek ihtiyaçlarına yönelik tüketimi savunurken, post-modernleşme ile sosyal medyanın yaygınlaşması sonucu yeni tüketim tercihleri ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, bireylerin sosyal kimliklerine göre tüketimi oluşmakta ve tüketici kimliğinin kişisel gelişim üzerinde etkisi ortaya çıkmaktadır (Altuntuğ, 2010; Özdemir, 2015).

## **YÖNTEM**

Bu çalışmada, vegan-vejeteryen sanal topluluklarına üye olan bireylerin tüketim davranışlarını, tutumlarını, kültürlerini belirlemek ve kategoriler altında toplamak amacıyla netnografi yöntemi kullanılmıştır. İnternet ve etnografinin birleşiminden oluşan netnografi, sanal toplulukları sistematik olarak analiz etmek için kullanılan bir yaklaşımdır (Belz & Baumbach, 2010). Netnografi terimi internet ile ilgili alan çalışmasının metin çıktısını, diğer bir söylemle çağdaş bilgisayarlı iletişim teknolojisinin aracılık ettiği kültürü ifade eder (Kozinets, 1997).

Netnografi, insan davranışlarını anlayamaya yönelik, dijital ortamda gerçekleştirilen kültürel araştırmalardır (Kozinets, 2015). Bir başka deyişle netnografi, insanların kültürel ve sembolik anlam taşıyan davranışlarına odaklanmaktadır (Chao, 2015). İlk olarak Kozinets tarafından ortaya konulan netnografi, bilgisayar aracılı iletişim yoluyla ortaya çıkan toplulukları incelemek için etnografi araştırma yöntemlerini uyarlayan niteliksel bir araştırma tekniğidir (Kozinets, 1998; 2002).

Etnografi tekniği ile kıyaslandığında, netnografi daha hızlı, basit ve ucuz (Chao, 2015) olması ile birlikte odak grup ve görüşme gibi tekniklerden daha doğaldır (Kozinets, 2002). Netnografi, bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla oluşturulan toplulukların ve kültürlerin üzerinde çalışılmasına uyum sağlayan bir dizi çevrimiçi araştırma yöntemini ifade etmektedir (Bowler, 2010).

Netnografi, kamuya açık sanal topluluklardan veri toplamaya ve “ilgili sanal topluluk tüketici gruplarının ihtiyaçlarını ve karar etkilerini belirleyip anlamaya” olanak tanır (Kozinets, 2002; Medberg & Heinonen, 2014). Kozinets (1999) sanal toplulukları, çevrimiçi etkileşimleri, belirli bir tüketim faaliyeti veya ilgili faaliyetler grubu için paylaşımların eğlence ve bilgiye dayandığı katılımcı gruplar olarak tanımlamaktadır. Ayrıca Rageh & Melewar (2013) netnografi araştırma yönteminin, hikayenin anlatılmasında, karmaşık sosyal fenomenlerin anlaşılmasında ve araştırmacının, katılımcıların bakış açılarından temalar geliştirmesinde yardımcı olması açısından üstün olduğunu ifade etmektedir.

Sanal topluluklardaki hızlı büyüme, kolay erişim ve zengin veriler nedeniyle tüketici araştırmalarında giderek daha önemli hale gelmektedir (Belz & Baumbach, 2010). Sanal topluluklardaki temel gereksinimin, doğası gereği etkileşimli olan güçlü bir iletişim kanalı olması olarak ifade edilebilir. Buradaki iletişim bireyler, iş örgütleri ve topluluklar arasında da olabilir. Dolayısıyla, sosyal medya birçok yönden geleneksel medyadan farklıdır. Sosyal medya; ulaşılması kolay ve kullanıcı



yönelimli olması ile birlikte her şeye anında tepki ve cevap verme olanağı tanımaktadır (Chao, 2015). Aynı zamanda netnografi tüketici ihtiyaçlarını, eğilimlerini, davranışlarını ve etkilerini analiz etmek için sanal topluluklardaki halka açık bilgileri kullanmaya olanak tanımaktadır (Kozinets, 2002).

### **Veri Toplama Araçları**

Araştırmanın amacı doğrultusunda veganların-vejetaryenlerin tüketim alışkanlıklarına yönelik sanal topluluklara, internetteki popüler bir arama motoru olan Google vasıtasıyla ulaşılmıştır. Sanal topluluklara erişim Google arama motoruna vegan-vejetaryen sanal topluluklarına yönelik anahtar kelimelerin aratılması ile gerçekleştirilmiştir. Kozinets (2002)'in internet ortamında veri toplamadaki beş temel kriteri: (1) topluluğun araştırma sorusu ile eşleşmesi, (2) yüksek bir paylaşım trafiğine sahip olması, (3) çok sayıda mesaj içermesi, (4) zengin bir veriye sahip olması ve (5) sanal topluluk üyeleri arasında zengin bir etkileşimin olması göz önünde bulundurularak, bu çalışmada, en zengin içerikli ve kullanıcıların birbirleri ile en fazla etkileşimde bulunduğu altı forum sayfası ve altı Facebook grubuna üye olunarak incelemeye alınmıştır. İncelenen sanal topluluklardaki bilgiler halka açık olmasına rağmen, katılımcılara yönelik kişisel bilgiler kullanılmamıştır. İlgili sanal topluluklara üye olan bireylerin paylaşımları doğrultusunda elde edilen veriler kategoriler altında ele alınmıştır. Bu çalışmada veri toplama süreci 9 Temmuz 2018- 9 Kasım 2018 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir.

### **Verilerin Toplanması ve Analizi**

Kozinets (2002) netnografi yöntemi ile veri toplamada; araştırmacıların, (1) sanal topluluk üyelerinin bilgisayar aracılı iletişim vasıtasıyla yaptıkları paylaşımları doğrudan kopyaladıkları veriler ve sanal topluluklara ve üyelerine yönelik gözlemleri, (2) birbirleri ile olan etkileşimleri ve içerik hakkında yazdıkları veriler olmak üzere iki önemli unsur bulunduğunu ifade etmektedir. Bu iki unsur dikkate alınarak, araştırma kapsamında gerçekleştirilen veri toplama ve analiz etmeye yönelik süreç 5 aşamada incelenmiştir; (1) Araştırma kapsamına uygun olan en aktif sanal toplulukları bulmak. (2) Bulunan sanal topluluklara daha derinsel bakabilmek için üye olmak. (3) Üyelerin konu ile ilgili yaptıkları paylaşımları incelemek. (4) İncelenen verileri belirli kategoriler ve alt kategoriler altında toplamak. (5) Ortaya çıkan kategori ve alt kategorileri yorumlamak.

### **BULGULAR**

Araştırma doğrultusunda incelenen sanal topluluklardan elde edilen veriler neticesinde, sekiz ana kategori ve on bir alt kategori ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan ana kategoriler, yapılan paylaşımlar neticesinde; "*meraklı yeniler*", "*karşıtlar*", "*öğrenmiş çaresizler*", "*tiksinenler*", "*tecrit edilenler*", "*yaşam biçimciler*", "*ekolojistler*", "*aktivistler*" olarak adlandırılırken, alt kategoriler ise; "*realist bakış*", "*faydacı yaklaşım*", "*dini yönelim*", "*mecburiyet*", "*çözülme*", "*antipati*", "*travma*", "*sağlık*", "*bilinçli tüketim*", "*vicdan etkisi*" ve "*abolisyonizm*" olarak adlandırılmıştır.

### **Meraklı Yeniler**

Vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinin birbirleri ile etkileşim halinde oldukları ifade edilebilir. Üyelerin paylaşımları incelendiğinde, birbirleri ile veganlık-vejetaryenlik üzerine bilgi, deneyimler ve konu ile ilgili merak edilenlerin paylaşılmasının yanı sıra veganlığa-vejetaryenliğe yeni başlayanlara tavsiyelerde de bulunulduğu görülmektedir. Yapılan paylaşımlar doğrultusunda, bu kategori altında değerlendirilebilecek birkaç örnek;

*"Arkadaşlar; bir süredir ilgimi çeken bir konu olan vegan ve vejetaryen yaşam ile ilgili bilgisi olan veya benim gibi başlangıç yapmayı düşünen arkadaşlarla bu konu altında bilgilerimizi, deneyimlerimizi ve merak ettiklerimizi paylaşmak istiyorum. Özellikle yeni başlamayı düşünen arkadaşlara, hayvansal ürünlerden en sağlıklı biçimde nasıl ve hangi aşamalarla uzaklaşabilirizi anlatabilecek bilgili arkadaşların bu konuda bilgilerinizi paylaşmasını bekliyorum."*

*"Sizce vegan veya vejetaryen olmayı düşünen bir insanın çevresinde vegan, vejetaryen yoksa ve sosyal çevresi ve kendi sosyal yaşamı da buna pek uygun değilse, ilk adım olarak neyi önerirsiniz. Ayrıca genellikle tükettiğiniz gıdalardan örnekler ve kolayca yapılan bir kaç yemek tarifi de verirseniz seviniriz."*

*"Günümüz beslenmesinde temel aminoasitler ve vitaminler, iyi organize edilmiş sebze, tahıl, baklagil ve de meyve kombinasyonlarıyla hazırlanmış bitkisel bir diyetle kolaylıkla sağlanmakta. Aklınıza takılan başka şeyler varsa özelden aynı zamanda kendisi de vegan olan bir diyetisyenin bilgilerinizi size ulaştırabilirim. Ücretsiz olarak aklınızda tüm sorulara yanıt verecektir başlangıçta."*

*"Merhaba. Hap içemediğim için B12 takviyesi alamıyorum. Sıvı olarak kullanabileceğim B12 takviyesi var mı? Tadının nasıl olduğu önemli değil. Yeter ki sıvı olsun."*

### **Karşıtlar**

Araştırma doğrultusundaki vegan-vejetaryen sanal topluluklar incelendiğinde, vegan-vejetaryen olmamalarına rağmen bu topluluklara üye olan bireyler de bulunmaktadır. Bu bireyler veganlık-vejetaryenlik ile ilgili karşıt görüşlerini paylaşma çabası içerisindedir. Hayvanların ezilme ve eziyet çekmesinden yana değilse de özellikle et ve diğer hayvansal ürünlerin yenmesi gerekliliğini savundukları görülmektedir. Yapılan paylaşımlar doğrultusunda, bu kategori realist bakış, faydacı yaklaşım ve dini yönelim olarak üç alt kategoride incelenmektedir.

### **Realist bakış**

Vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinden bazılarının hayvan sömürüsüne karşı olmak ile beraber et ve hayvansal ürünlerin, insanların doğal

yaşam döngüsündeki mutlak varlığından bahsettiği görülmektedir. Her ne kadar hayvanların eziyet çekmelerini istemeseler de bu tür besinlerin gerekliliğini savunmaktadırlar. Bu kategori altında ele alınabilecek birkaç örnek;

*"Vejetaryenlik hem felsefi olarak tutarsızdır hem de sağlığa ve doğaya aykırıdır. İnsan omnivor bir hayvandır, et beslenme rejiminin ayrılmaz bir parçasıdır. Üstelik et yemeye başlayınca kuyruksuz maymunlardan ayrılıp homo olduk. Et kadar güzel ve lezzetli başka bir besin yok. Bunları hiç dert etmeyin. Hayvanların daha az acı çekerek öldürülmesine tamam, ama o kadar. Daha fazlası değil."*

*"Eğer her gün yumurta, peynir, yoğurt ve balık tüketiyorsanız kırmızı et ve tavuk yememenizin problem yaratacağını sanmıyorum ama tüm hayvansal ürünleri beslenme listesinden uzaklaştıranları ileride büyük problemler bekliyor olacaktır. Bakliyalardan asla hayvansal gıdaların verdiği kaliteli proteini alamazsınız. Özellikle hamileyken hayvansal gıdalardan uzak kalmak bana göre dehşet verici, öyle bir durumda bebeğin gelişiminin sağlıklı olması mucizeye kalıyor olmalı."*

*"Bence bu kadar gaddar bir kıyım olamaz, kazanç mevzu olduğunda evet, insanlar bile köle olarak sömürülebilir. Ama "Vegan" yaşamında, yumurta, süt ve yün gibi ürünlerin tüketim/kullanımında çok katı olduğunu düşünüyorum. İnsanın bitkilerden alamayacağı bazı besinlerin, hayvansal gıdalarda olduğu da bir gerçek. Yine de, bireysel tüketim olarak kabul görebilir."*

### **Faydacı yaklaşım**

Vegan-vejetaryen sanal topluluklarda yapılan paylaşımlar incelendiğinde, vegan-vejetaryen olmayan üyelerin et ve hayvansal ürünleri yemeyi tercih etmelerindeki sebebin bu gıdalardan elde ettikleri faydalar olduğu görülmektedir. Örneğin;

*"Eti (sadece kırmızı etten bahsetmiyorum) sadece lezzetli olduğu için değil, beslenme düzenimin bir parçası olarak gördüğüm için de tüketiyorum. Her gün et de yemiyorum ve et yerine tükettiğim birçok sebze ve hayvan ürünü de var. Acıktığımda ekmeğime yerfistığı ezmesi de sürebilirim, bu da beslenmemin bir parçası."*

*"Ben de veganlık iyi bir seçim olsa hemen seçeyim de sağlık için yumurta, et, yoğurt, balık gibi besinleri hayatımdan çıkartsam eminim şu an sahip olduğum kan değerlerim negatif yönde değişecektir. Sonuçta gerçek beslenme varken neden takviyelerle suni bir yola başvurayım."*

*"Bence en önemli konu B12. Bu vitamin, insan yaşamı için hayati öneme sahip ve balıkta, ette, yumurtada ve süt ürünlerinde bulunuyor. Bunu sebzelerden alamıyoruz. Spirulinadan (kabaca yosun diyelim) temin edilebilir. Bunun yanında içine çeşitli başka minerallerin de haricen*

*eklendiği Hindistan Cevizi sütü gibi ürünlerden de B12 temin edilebilir. Özellikle hamile ve çocuk emziren kadınların B12 konusunda çok dikkatli olması gerek. Bebeklerde de bu vitaminin eksikliğinin ölümlere ve zeka geriliğine yol açabileceği biliniyor."*

### **Dini yönelim**

Vegan-vejetaryen sanal topluluklarına üye olmakla beraber vegan-vejetaryen olmayan üyelerin, bu tür bir beslenme tarzını kabul etmemelerinin temelinde dinsel baskı olduğu görülmektedir. Üyeler, her ne kadar hayvanların eziyet çekmesini istemeseler de inandıkları dinin gereği ile vegan-vejetaryen beslenme anlayışının uyuşmadığını belirtmektedirler. Örneğin;

*"Müslümanlık ve veganlık birbiriyle çelişkilidir. Allah bize et yemeyi emretti ve hayvanlar bizim için vardır. Dinimiz gereği et yememiz gerektiğini düşünüyorum."*

*"Rabbim bu vegan zihniyete akıl fikir versin yazık Müslüman doğdum diye şükür edeceklerine nankörlük yapıyorlar kurban kesmek, durumu olan herkese vaciptir üslubunca hayvana eziyet etmeden..."*

*"Ya ben hayvan sever bir insanım ama iki gündür bu sayfada Kur'an'da geçen bir dini vecibe sanki yokmuş gibi yayınlar yapılıyor takip etmeyi bırakacağım, sanki kasaptan et alıp yemiyorsunuz ya da marketten tavukta alıp yemiyorsunuz. O zaman balıkta yemeyin sonuçta hepsi hayvan evimde hayvan besleyen sokakta gördüğü sahipsiz bir kediyi, köpeği alıp besleyen biri olarak yazıyorum bu yorumu... Kurban ibadetiyle hayvan sever olmanın ne alakası var... Dinim gereği et yerim kurban keserim."*

### **Öğrenmiş Çaresizler**

Myers (2015) öğrenilmiş çaresizliği; bir insan ya da hayvanın, tekrar eden kötü olaylar karşısında kontrolü olmadığını düşündüğünde yaşadığı öğrenilmiş umutsuzluk ve teslimiyet duygusu olarak ifade etmektedir. Bu perspektiften bakıldığında; vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinin yaptıkları paylaşımlar, her ne kadar vegan-vejetaryen yaşamı benimseseler de belli bir zaman sonra çeşitli nedenlerden dolayı et ve hayvansal ürünleri yemeye geri döndüklerini göstermektedir. Bu kategori mecburiyet ve çözülme olarak iki alt kategoride ele alınmaktadır.

### **Mecburiyet**

Bu alt kategori, üyelerin veganlıktan-vejetaryenlikten geriye dönüşlerinden bahsettikleri paylaşımlarını içermektedir. Uzun yıllar vegan-vejetaryen beslenmelerine karşın artık farklı sebeplerden dolayı mecburen geriye döndüklerini içeren paylaşımlar dikkat çekmektedir. Örneğin;

*"14 seneden beri kesinlikle et yemiyordum kızlar aynı zamanda bir hayvanseverim ama artık pes ettim ne yazık ki çünkü sadece sebze ve süt ürünleri ile maalesef ki 14 senede vücudumu mahvettim. Şu anda artık protein almaya başladım tavuk ve et yiyorum yumurtamı yiyorum mecburum..."*

*"2 aydır veganım öncesinde vejetaryendim ve şu an tekrar vejetaryenliğe dönmeyi düşünüyorum çünkü gerçekten zorlanıyorum. Çalışıyorum eve gidince yemek yapmakla uğraşamıyorum. Dışarıdan yemek söylüyorum ve gerçekten domates soslu makarna, çorba ve patates kızartması dışında hiçbir şey yiyemez oldum. Mutlaka bir şeylerin içinde azda olsa ya krema ya peynir ya süt oluyor."*

*"Hamile olduğum dönemde kadın doğum hekimi her gün yüz gram et tüketmem gerektiğini söyledi ona vejeteryan olduğumu söylediğimde duyarsızca "maalesef bunu yapmak zorundasınız" dedi ve ben ilk hayal kırıklığına yaşadım. Ve mecburen tiksinererek de olsa et yemeye başladım."*

### **Çözülme**

Vegan-vejetaryen sanal toplulukları üyelerinin, belirli bir süre vegan-vejetaryen beslenme tarzını benimsemelerine rağmen, artık daha fazla et ve diğer hayvansal gıdaları tüketmemeye dayanamadıklarına ilişkin paylaşımlarda buldukları görülmektedir. Bu alt kategori altında değerlendirilebilecek örneklerden birkaçı;

*"31 yaşından sonra yumurta yemeye başladım ki her şeyi yerim süt ve yumurta asla diyordum. Çünkü kokusunu duyduğumda öğürmeye ve kusmaya başladım... 3 senedir her sabah 10 yumurta yiyorum istisnasız... Bazı özel diyet zamanlarımda günde 16-17 yediğim de oluyor..."*

*"5 yıldır vejetaryen biriyim, ancak artık gerek demir eksiliği gerek et yemeye özlem deyin maalesef geri döndüm vicdan azabı duysam da."*

*"Ciddi bir etoburum... fakat bir arkadaşımın meydan okumasını kabul ederek tamamen vegan beslenmeyi tercih ettim. Ağzıma attığım her lokma hakkında düşünmek zorunda olmak gözlerimi açtı. Sonrasında et yemeye geri döndüm ama vegan olmak yemek seçimlerim üzerine çok daha dikkatli düşünmeme yol açtı."*

### **Tiksinenler**

Vegan-vejetaryen sanal topluluklara üye olan bireylerin paylaşımları incelendiğinde, et veya hayvansal ürün yememelerini tikslenme ile ilişkilendirdikleri görülmektedir. Çiğ etin kokusu ve yapısı itibari ile yiyemediklerini, dahası dokunamadıklarını belirtmektedirler. Ayrıca, yaptıkları paylaşımlara göre tiksineye yönelik geçmiş kötü deneyimlerinin de et ve hayvansal ürün

yememelerinde etkili olduğu görülmektedir. Bu kategori antipati ve travma olarak iki alt kategoride ele alınmaktadır.

### **Antipati**

Araştırma kapsamında incelenen vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinin, et ve hayvansal ürünleri yememelerindeki sebeplerden birinin de çiğ et antipatisi olduğu görülmektedir. Bu ürünleri yiyemedikleri gibi kokusuna, dokunmaya hatta görmeye bile dayanamadıklarını ifade etmektedirler. Bu alt kategori içerisinde ele alınabilecek birkaç örnek;

*"Ben de 17-18 yıldır vejeteryanım. Ne kırmızı et, ne balık ne de tavuk hiç birini yemiyorum. Dahası kokusundan midem bulanıyor. Özellikle çiğ et görmeye tahammülüm yok, haliyle dokunabilmem de söz konusu değil. Yumurtayı sadece pastaların içerisinde yiyebiliyorum. Yani kendini görmemeliyim kokusunu ve tadını almamalıyım yiyebilmem için. Allahtan süt ve ürünlerini çok seviyorum. Bal yiyorum. Her gün mutlaka 1-5 kupa süt içerim peynir ve yoğurt mutlaka her gün yerim."*

*"Uzun yıllar et veya kıymaya dokunmaktan hep tiksindim. Katıldığım otopsi ve kadavra çalışmalarındaki cesetlerden bir farkı yoktu çünkü. Herkes yiyor deyip duygularımı bastırdım. Küçük oğlumu da 20 yaşına getirince isyan bayrağını çektim. Benden bu kadar. Vejetaryenliği, veganlığı bile zor sindiren bir topluma aslında daha fizyolojik olan, Raw food, beslenme tarzını nasıl anlatacağım?"*

*"Vegan biri olmamın tek sebebi kokudan tikslenme idi."*

*"Kurban etini hemen yersen zaten kokusu da kalıyor. Ben de son birkaç senedir kurbanda kesilen eti yiyemiyorum. Dolapta beklese bu sefer dolabı açtığımda kokusu geliyor. Her halükarda tiksindiriyor."*

### **Travma**

Sanal topluluk üyelerinin paylaşımları arasında et ve hayvansal ürün yiyememelerinin geçmiş kötü deneyimleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Özellikle Kurban Bayram'larında hayvanların kesilişini izlemek ve hayvanların çektiği acıya şahit olmak gibi geçmiş kötü deneyimleri üzerinde vurgu yapılmaktadır. Örneğin;

*"Ben hayatım boyunca özellikle kuzu etinden nefret ettim, evde pişince midem bulanıyor. Burada yazan bazı arkadaşlar gibi benim de nefretim Kurban Bayramlarında başladı. Babaannem o etleri mutfağa yığıp kavurma vs. yapardı, herkes yerken ben bir köşede otururdum. Bana garip derlerdi. Şimdi kırmızı et yemediğim için helal et gibi bir endişem de yok".*

*"Ben küçükken Kurban Bayramı'nda kurbanı kesilirken görmüşüm psikolojik.. O zamandan beri ağızma sürmüyorum kokularından midem bulanıyor elleyemiyorum..."*

*"Ben de bir süredir karşımda et dolu bir kase tabak görünce, bunun ölmüş, ölürlen aşırı derecede korkmuş ve acı çekmiş bir canlının eti olduğunu düşünüyorum."*

*"Tam senesini hatırlamıyorum. Kurban Bayramlarında kurban kesim alanlarında din görevlisi bulundurma zorunluluğu getirildi. İki sene görev yaptım orada. İlk gittiğim sene eve geldiğimde hastalandım. Bütün enerjim tükendi. Sanki kesilen hayvanların ağırlığı göğsüme oturdu. Yerimden kalkamayacak hale geldim. İkinci sene yine görevlendirdiler. İlk kurbandan sonra oradan ayrıldım. Kendi kendime karar aldım. Başkasını bilmem ama ben et yemeyeceğim. Çünkü yapılan bu iş bir ibadet olmazdı."*

### **Tecrit Edilenler**

Tecrit edilme bir diğer ifade ile sosyal yalnızlık, genel anlamda bireyin çevresi ile ortak ilgi alanı olmadığı ve diğerleri ile fikirlerinin uyuşmadığı ortamdaki sosyal ilişkiler ağının eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Russell vd., 1984). Bu doğrultuda, vegan-vejetaryen sanal topluluklarına üye olan bireylerin paylaşımları incelendiğinde, vegan-vejetaryen olmanın birtakım zorluklarından bahsettikleri görülmektedir. Bu zorluklar arasında özellikle sosyal ortamlarında yaşadıkları yalnızlık veya dışlanmışlık hissi dikkat çekmektedir. Et ve hayvansal ürünleri yemedikleri için buldukları ortamlarda kendilerini yalnız hissetmektedirler. Bu kategori altında değerlendirilebilecek birkaç örnek;

*"Biz vejetaryenler çok yalnızız, hele aile ortamında çok dışlanıyoruz."*

*"Veganlık, yüksek gelirlilerin, detoksçu tayfanın uğraşı gibi görülüp örselenmekte. Bu doğru değil."*

*"Vejetaryen beslenme ile ilgili söyleyebileceğim; hiçbir zararını görmedim. Ama sadece toplumda ve bulunduğum ortamlarda farklı olmanın ve anlaşılmanın zorluklarını yaşadım."*

*"Karadeniz'in geleneksel kuymağını zeytinyağıyla yaptırma fikrime Trabzon'da epeyce tepki aldım. Bursa'da herkes İskender kebab yerken ben "İskender istiyorum ama etsiz olsun" dediğimdeki bakışları, İzmir'de "Hamburger ama köfte koyma" dediğimdeki şaşkınlığı unutamam."*

*"Her şey insanda bitiyor. Kimi merhametini, kimi aklını, kimi sağlığını, kimi iradesini, kimi de inancını vesile edip et yemekten vazgeçebilir. Yeter ki dışlayıcı olmadan bütün kanalların kullanılabilir taraflarından gidelim."*

### **Yaşam Biçimciler**

Araştırma kapsamında incelenen sanal topluluklarda, vegan-vejetaryen beslenmeyi tercih etmelerinin nedenleri arasında yaşam kalitelerine yönelik iyileşmelerden bahsedilmektedir. Bu tür beslenme tarzına geçmeleri ile birlikte hastalıkların önüne geçtikleri ve daha sağlıklı yaşam için gerekli olduğu yönünde

paylaşımlar yapılmaktadır. Bu kategori sağlık ve bilinçli tüketim olarak iki alt kategoride ele alınmaktadır.

### **Sağlık**

Vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinin, vegan-vejetaryen beslenme nedenlerinden birisinin de sağlık amacı gütmeleri olduğu görülmektedir. Eski beslenme tarzından, vegan-vejetaryen beslenme tarzına geçiş yaptıklarında sağlık açısından kendilerini daha iyi hissettikleri, geçmişte yaşadıkları birtakım sağlık sorunlarından bu beslenme tarzı ile kurtuldukları ve bu şekilde çeşitli hastalıkların da önüne geçtiklerini yaptıkları paylaşımlarda belirtmektedirler. Örneğin;

*"Vegan beslenmede en büyük avantaj Trigliserit, HDL ve LDL'nin kontrolünü tamamen elinizde tutuyor olmanız. Damar tıkanıklığı, sertliği, kalp krizi gibi riskler minimize edilmiş oluyor."*

*"Harvard Üniversitesi yaptığı araştırma ile endüstriyel pastörize sütün kanser ile olan ilişkisini ortaya koydu, sağlıklı yaşam için uzak duralım."*

*"Etik nedenlerle vegan olduktan sonra alerji reflü, insülin direnci, guatr gibi yıllardır süren hastalıklarımın tamamı bir yıl içinde iyileşti. Sanırım doğaya ve onun çocuklarına iyi davranınca mutlaka karşılığımı alıyorsunuz."*

### **Bilinçli tüketim**

Vegan-vejetaryen sanal topluluk üyeleri tarafından yapılan paylaşımlarda, dikkat çeken bir diğer nokta da bilinçli tüketim anlayışına sahip olmalarıdır. Bu anlayışa sahip olan üyeler et ve hayvansal gıdaların yenmemesinden ziyade, daha bilinçli bir tüketici olarak hayvanların daha uygun şartlar altında muamele gördüğü işletmeleri tercih edilmesinin gerekliliğinden söz etmektedirler. Örneğin;

*"Bu noktada bilinçli insanlar olarak, et veya hayvansal gıda tüketimini tamamen terk etmek yerine başından beri farklı kullanıcılar tarafından sıralanan yanlışların yapılmasına müsaade etmeyen üreticileri tercih etmenin ve aynı zamanda bu hataları fütursuzca yapmaya devam eden üreticileri terk ederek sesimizi duyurabildiğimiz ölçüde onları ifşa etmenin daha uygun bir davranış olacağını düşünüyorum."*

*"Talep, arzı doğurur. Biz uygun üretim yapan işletmeleri tercih edip diğerlerini terk edersek ve niçin terk ettiğimizi de ifade edersek ister istemez bu yönde bir arz gelişecektir. Tabi ki söz konusu olan çok büyük şirketler ve çok büyük sermayeye hükmediyorlar, belki başlangıçta çok etkili olmayacaktır ama en azından vicdanen rahat bir şekilde bu ürünleri ölçülü bir şekilde tüketebileceğimiz üreticileri yöremizde arayıp bulabileceğimize ve onları teşvik edebileceğimize inanıyorum. Günümüzde iletişim imkanları çok gelişmiş olduğundan bu tarz üretim yapan işletmelerin paylaşılması daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştıracaktır."*



### **Ekolojistler**

Vegan-vejetaryen gruplar et endüstrisini ve geleneksel gıda sistemini boykot ederek ve bunları kullanmaktan kaçınarak sosyal, ekonomik ve çevresel refahın ve dolayısıyla nihayetinde sosyal adalete katkıda bulduklarını göstermektedir (Ulusoy, 2015). Buna paralel olarak, vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerinin yaptıkları paylaşımlar doğrultusunda, üyelerin veganlığa-vejetaryenliğe karşı daha çok ekolojist bir yaklaşımla yöneldikleri görülmektedir. Sürdürülebilir bir çevre için vegan-vejetaryen beslenilmesi gerektiğini savunan paylaşımlarda bulunmaktadır. Örneğin;

*"Ben ışık tuttum, aydınlanmak isteyen aydınlanmanın yolunu bulur, istemeyen de ışığı söndürmek için uğraşır durur. Dünyanın tüm rezervleri tükendiğinde zaten herkes mecburiyetten vegan olacak. İneklerle bir damla su ve bir soluk temiz hava için yarıştığınızda "keşke bu kadar inek" olmasaydı dersiniz."*

*"Vegan beslenen bir kişi, et yiyen birine göre %50 daha az karbondioksit üretiyor, et yiyen birinin 13'te 1'i kadar su, 11'de 1'i kadar yağ, 18'de 1'i kadar arazi kullanımında bulunuyor. Hayvansal ürünler yerine, bitkisel ürünleri kullanarak kolayca bir fark yaratabiliriz."*

*"Greenpeace buzullar eriyor der, bitki bazlı beslenmeyle ilgili hiçbir şey yapmaz. Oysaki buzulları eriten küresel ısınmanın baş aktörünün endüstriyel hayvancılık olduğunu işlemez mesela. Yalnızca imza toplar. Finansörlerine açıp baksanız belki büyük Türk şirketlerinden bazılarını görürsünüz."*

*"Tarım endüstrisi sayısız çevre sorununun hepsinin tam ortasından geçen bir sektör. Yıkımın büyük bir kısmından sorumlu olan hayvan ürünleri. Çevresel yıkımı önlemenin en önemli tek yolu etten ve mandıra ürünlerinden vazgeçmek."*

### **Aktivistler**

Hayvan aktivistlerinin özünde, türçülüğe karşı mücadele eden ve hayvan haklarını savunan bir grubu temsil ettiği söylenebilir (Abolisyonist Vegan Hareket, 2018). Araştırma kapsamında incelenen vegan-vejetaryen sanal topluluklarında, bu tür gruplara sıkça rastlanmaktadır. Sanal topluluklarda yapılan paylaşımlarda, sadece et yemek uğruna hayvanlara eziyet çektirildiği, hayvanların adeta birer köle gibi kullanıldığı, hayvanların değersizleştirildiği vb. vurgulara sıkça rastlanmaktadır. Bu ana kategori vicdan etkisi ve abolisyonizm olarak iki alt kategoride ele alınmaktadır.

### **Vicdan etkisi**

Sanal topluluk üyelerinin, et ve hayvansal gıdalara yönelik tutumları incelendiğinde özellikle vicdani duygularının ön plana çıktığı görülmektedir. Et ve diğer hayvansal ürünleri yemek uğruna hayvanlara acı çektirilmesi, hayvanların kötü

şartlar altında yaşamaya çalışması, hayvan hakları vb. konulara dikkat çekmektedirler. Bu kategori altında değerlendirilebilecek örneklerden birkaçı aşağıda verilmiştir.

*"Et yemeyi çok severdim. ama son zamanlarda bana bir şey oldu. vejetaryen olmayı düşünüyorum. Hayatımda ilk kez. çünkü çok acıyorum hayvanlara. onları sevmek istiyorum zarar vermek değil..."*

*"Süt için bir alternatif olarak ben dün Migros'a yürüyüp soya sütü aldım. Normal süte göre daha pahalı ve tadı baya kötü, ama içinde ilave kalsiyum ve b12 vitaminleri vardı. Hayvancıkların sütlerini içmemek için katlanabilirim buna".*

*"Vejetaryen beslenmeye karar verdim... Evde eti çok seven bir eşim var, nasıl olacak nasıl yapıcım bilmiyorum ama eziyetler içinde öldürülen, antibiyotikle doldurulan hayvanları karnim doysun diye tüketmek istemiyorum artık. Başarabilirim umarım. Eti sevmiyorum zaten, eksikliği hissedeceğimi zannetmiyorum".*

*"Vegan ve vejeteryan beslenmek de hayvanlara yardımcı olmanın bir yolu; bugün et, tavuk, balık yerken tabağınıza nereden nasıl geldiğini, o hayvanın nasıl bir hayat sürdüğünü de düşünün bi..."*

### **Abolisyonizm**

Abolisyonizm, özünde köleliğin kaldırılması gerektiğini savunmakta ve bunun gerçekleşebilmesi için çaba göstermek olarak tanımlanmaktadır. Abolisyonist veganlar, insan ve insan harici tüm hissedebilir varlıkların bir temel hakka sahip olduklarını savunmakta ve hayvanları eşya sınıfına sokarak, mülk muamelesi görmelerini kölelik olarak ifade etmektedirler (Abolisyonist Vegan Hareket, 2018). Bu doğrultuda incelenen sanal topluluklardaki paylaşımlar dikkate alındığında, üyelerin hayvanların yaşama haklarına ilişkin paylaşımları ön plana çıkmaktadır. Bu kategori altında değerlendirilebilecek birkaç örnek;

*"Ben de vejetaryenim. Et zaten zulüm dolu bir sektör. Bizler insan olarak başka bir canlının da yaşam hakkının olduğunu kabul etmeliyiz..."*

*"Beni rahatsız eden "et yemek" veya herhangi bir "hayvansal gıda"yı tüketmek değil; beni rahatsız eden o etin veya gıdanın elde edilmiş şekli. Yani hayvanların acımasızca sömürülmesi, kötü şartlarda beslenmesi, gereğinden fazla tüketilmesi hatta katliam boyutuna ulaşması vs."*

*"Bir de yenmediği halde para kazandıran garibanlar var, kürkleri, dişleri, tüyleri için avlananlar, kutuplardaki o manzaraları hatırlayan var mı? Hani çivili sopalarla başlarına vurularak öldürülen zavallılar, bir de canlıyken yüzülünce derisi daha kaliteli ve daha çok para eder denilen mahlukat, bunlara tepki veriyoruz değil mi, nefret duyuyoruz değil mi? Bir yerlerdeki insan kalabilmiş parçamızı dağılıyor değil mi".*

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bireylerin tüketim tercihleri, sosyal konumunun ve kimliğinin bir göstergesidir (Nezlek & Forestell, 2020). Veganlık-vejetaryenlik, toplum arasında genellikle beslenme şekli olarak (Son & Bulut, 2016) algılanmasına rağmen, Yegen & Aydın (2018) ve Cherry (2015)'ye göre bu durum, beslenme tercihinin çok daha ötesinde olup, bireylerin sosyal kimlikleri ile de ilişkilidir. Vegan-vejetaryen olmak bireylerin, hayata bakışları, etik ve değer yargıları hakkında ipucu vermektedir (Nezlek & Forestell, 2020). Bireylerin bu yaşam tarzını benimsemede etkili olan belirli motivasyonlar (çevre, hayvan hakları, kültür vb.) bulunmaktadır (Gelderloss, 2011). Vegan-vejetaryen bir hayatı seçmede etkili olan bu motivasyonlar bireyin toplumda kendini ifade etme biçimini göstermektedir (Nezlek & Forestell, 2020). Bu nedenle vegan-vejetaryen bireyler kendilerine benzer yaşam tarzını benimseyenler ile bir araya gelme, fikir ve deneyimlerini paylaşma ihtiyacı duymaktadırlar (Nezlek & Forestell, 2020).. Sanal topluluklar aracılığıyla bireyler, vegan-vejetaryen olma sebepleri, beslenme şekilleri, yaşadıkları zorluklar, deneyimleri hakkında bilgi paylaşımları ve tavsiyelerde bulunarak birbirlerini etkilemektedirler (Rosenfeld & Burrow, 2017).

Araştırmada, sanal topluluklara üye olan vegan-vejetaryen bireylerin tutumları, davranışları, tüketim tarzları ve vegan-vejetaryen kimliği tercih etme nedenleri netnografi yöntemi kullanılarak kategoriler altında açıklanmıştır. Sanal topluluklarda tüketicilerin yaptıkları yorumlardan yola çıkarak belirlenen kategorilerde ilk olarak meraklıların ve yeni başlayanların olduğu görülmektedir. Vegan-vejetaryen yaşamı merak edenlere ya da yeni başlayanlara ne şekilde beslenmesi, nelere dikkat edilmesi gerektiğini, hangi ürünlerin vegan olduğu vb. konularda tavsiyelerde bulunmaktadır. Aynı sosyal kimlik teorisinde olduğu gibi burada bireylerin, çeşitli sosyal ortamlarda varlıklarını göstererek bir kimlik edinme gereksinimi içerisinde olduğu söylenebilir (Nezlek & Forestell, 2020). Benzer şekilde, Lam vd. (2010) de tüketicilerin kendi kimliklerini ifade etmek için sanal topluluklara üye olduğunu ve böylece birbirleri ile etkileşim halinde olarak bilgi, deneyim ve tavsiyelerini paylaştığını belirtmektedir.

Araştırmada, veganlığı-vejetaryenliği tercih edenler kadar karşıtların da sanal topluluklara katıldığı ve birtakım eleştiriler sundukları görülmektedir. Karşıt olan bireyler, hayvan haklarına saygılı olduklarını belirtmekte ancak hayvansal gıdaların insanlar için gerekli olduğunu savunmaktadırlar. Bir diğer karşıt olan grup ise dini sebepleri öne sürmektedir. İnanılan dinin gereği olarak hayvansal gıdaların tüketiminin gerekliliği belirtilmektedir. Dolayısıyla, bu bireyler için et tüketmemek gibi bir durum mümkün görünmemektedir.

Vegan-vejetaryen bireylerin belirli sebeplerden ötürü bu beslenme tarzından vazgeçmeleri de çalışmada incelenmiştir. Buna göre, öğrenmiş çaresizler kategorisi altında mecburen terk edenler ve çözülenler incelenmiştir. Mecburen terk edenlerin; dengeli beslenemeyen, hayvansal gıdalardan alınması gereken proteini çeşitli sebeplerden dolayı bakliyalardan alamayan ve kansızlık, unutkanlık, demir eksikliği

gibi birçok hastalığa yakalanma riski ile vazgeçme davranışında buldukları görülmektedir (Dyett vd., 2014; Le & Sabate, 2014). Diğer terk etme durumu ise çözümlenmiştir. Buna göre bireylerin, eti çok sevmelerine rağmen belirli gerekçeler ile vegan-vejetaryen olduklarını ancak daha fazla et tüketmeye olan özleme dayanamayarak geri döndükleri görülmektedir. Bireylerin vegan-vejetaryen kimliği tercih etmelerindeki bir diğer neden ise, çığ et antipatisi ve travmaya bağlı olarak tiksindir. Bu durum çığ etin kokusu, görüntüsü ve dokunma hissi nedeniyle olmaktadır. Tunçay (2016), bireylerin çığ etin canlı bir hayvandan olduğunu, hayvanın öldürülmesi, kan gibi durumları hatırlamaları sebebi ile tüketmekten kaçındıklarını belirtmektedir. Travmatik sebeplerden ötürü tiksindirici davranışında ise bireylerin geçmişte yaşadıkları bir olay, örneğin Kurban Bayramlarında hayvan ile duygusal bağ kurmaları sonucu ya da hayvan ile kendi kimliğini özdeşleştiren bireyde hayvana yapılan her tür olumsuz hareketi kendine yapılmış gibi algılamalarından kaynaklanmaktadır (Mosteller, 2008; Pollan, 2009; Tunçay, 2016).

Vegan-vejetaryen sanal topluluklar incelendiğinde, yapılan yorumlar bu kimliğe sahip bireylerin sosyal ortamlarda yalnızlık çektiğini ortaya koymaktadır. Tecrit edilenler kategorisi altında incelenen bu durum, bireyin hayvansal ürün tüketmediği için dışlandığını ve giderek yalnızlaştığını göstermektedir. Benzer şekilde Tunçay (2016) da, diğer insanların, etik sebepler sunarak et yemeyen, hayvansal ürün tüketmeyenleri anlamakta güçlük çektiğini belirtmektedir. Ayrıca, bu tercihin zenginlik algısı yaratması, detoks amacıyla vegan-vejetaryen olduklarını eleştirenlerin var olması bireyleri sosyal ortamlardan uzaklaştıran sebepler arasında yer almaktadır.

Çalışmadaki bulgulardan bir diğeri ise vegan-vejetaryen bireylerin sağlık gerekçeleri sunarak yaşam kalitelerini yükseltmek amacıyla bu beslenmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Eski beslenme alışkanlıklarından uzaklaşarak vegan-vejetaryen beslenen bireylerin trigliserid, HDL, LDL gibi değerlerinin düştüğünü, alerjik rahatsızlıklarının iyileştiğini ve kendilerini daha dinamik, daha fit ve sağlıklı hissettikleri görülmektedir (Dyett vd., 2014). Pilis vd. (2014) tarafından yapılan çalışmada, vegan-vejetaryen bireylerin kan ve kolestrol değerlerinin daha düşük olduğunu ve buna bağlı olarak kalp krizi, damar hastalıkları, diyabet, obezite gibi hastalıklara yakalanma oranının daha düşük olduğunu ortaya koyması da bu gerekçeleri destekler niteliktedir. Sağlık kategorisindeki bir diğer grup ise bilinçli tüketim anlayışına sahip olan bireylerdir. Buna göre bireylerin, hayvanlara kötü muamele yapan, doğal çevreye zarar verecek faaliyetlerde bulunan işletmeleri tercih etmedikleri görülmektedir (Yokoyama vd., 2014).

Çalışmada vegan-vejetaryen sanal topluluklarındaki yorumlar doğrultusunda, bu tercihlerden bir diğeri ise ekolojik sebeplerden kaynaklanmaktadır. Sabate & Soret (2014), günümüzde sürdürülebilir çevreye ancak vejetaryen beslenerek ulaşılacağını ileri sürmektedir. Küresel ısınma, iklim değişikliği ile buna bağlı olarak bitki, hayvan türlerinin yok olması, buzulların erimesi endüstriyel hayvancılık faaliyetleri

çerçevesinde kurulan fabrikalarda çevreye yayılan sera gazı etkisinin olduğu savunulmaktadır (Keith, 2009).

Araştırmada incelenen sanal topluluklarda, bireylerin vegan-vejetaryen olma sebeplerinin temelinde hayvan aktivisti ve hayvan sömürüsüne karşı olmalarından kaynaklı olduğu görülmektedir. İnsanların kendi zevk ve ihtiyaçlarına hizmet etmek amacıyla hayvansal kaynaklı ürün üretimi esnasındaki hayvan sömürüsü, deneylerde hayvanların en ağır şekilde şiddet görmesi, özgürlüğünün elinden alınmasına bağlı olarak vicdan ya da merhamet gibi gerekçeler sunularak karşı durulmaktadır (Dominick, 1997). Yaşam haklarına saygı konusunda daha radikal olan abolisyonizmi benimseyen abolisyonist veganlar ise hayvanların mülk olarak kullanılarak köleleştirilmesine karşı durarak, bireysel vegan olmanın ötesinde bütün toplumun vegan olması gerektiğini savunmakta ve sanal topluluklarda halkı bilinçlendirmeye yönelik kampanyalarda bulunulmasını önermektedirler (Francione, 1996; Wrenn, 2012).

Araştırmanın sonucunda, sanal topluluklar incelendiğinde, vegan-vejetaryen kimliğine sahip bireylerin, başta hayvan özgürlüğü ve hakları olmak üzere hayvan sömürüsüne karşı durarak, canlı yaşamına saygı, etik, vicdan, travma, tikslenme, ekolojik, sağlık, bilinçli tüketim gibi gerekçelerle tercih etmelerine rağmen, dini baskı, sosyal yalnızlık, eski beslenmelerine özlem duyma gibi nedenler ile de zorluk yaşadıklarını hatta vazgeçtikleri ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, vegan-vejetaryen olmanın yalnızca beslenme şekli değil bir yaşam felsefesi ve tercih edilme gerekçeleri doğrultusunda sosyal kimlik göstergesi olduğu söylenebilir.

Bu çalışma, sadece yapıldığı tarih aralığı ile sınırlıdır. Ayrıca bu çalışmada, yalnızca en aktif paylaşıma sahip olan vegan-vejetaryen sanal topluluklar incelemeye alınmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda, daha fazla sanal toplulukların araştırmaya dahil edilmesi daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olabilir. Bunun yanında, bu çalışma sadece vegan-vejetaryen sanal topluluk üyelerine odaklanmakta olup, ileride netnografik bir yaklaşımla daha farklı grupların tüketim anlayışları incelenebilir. Bu çalışmada sadece Türk vegan-vejetaryen sanal toplulukları incelenmiştir. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda değişik ülkelerin de araştırmaya eklenmesi, kültürlerarası farklılıkların da incelenmesine imkan verebilir.

## **KAYNAKÇA**

Abolisyonist Vegan Hareket (2018). Erişim Tarihi 27.09.2018 <http://abolisyonistveganhareket.org/nedir>

Aksürmeli Z.S.T., & Beşirli, H. (2019). Vegan kimliğin oluşumu: Vegan olmak ve vegan kalmak. *Akademik Hassasiyetler*, 6(12), 223-249.

Altınal, B.E. (2015). Hayvan hakları, ekoloji ve antikapitalizm vegan abolisyon. *Hayvan Hakları Dergisi*, 2.

Altuntuğ, N. (2010). Geleneksel tüketim olgusunun kırılma noktası: Yeni bir tüketim paradigmasına ve tüketici kimliğine doğru. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 111-118.

Ashforth, B.E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.

Baudrillard, J. (1997). *Tüketim toplumu* (Çev: H. Deliceçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belz, F.M. & Baumbach, W. (2010). Netnography as a method of lead user identification. *Creativity and Innovation Management*, 19(3), 304-313.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.

Bisogni, C.A., Connors, M., Devine, C.M., & Sobal, J. (2002). Who we are and how we eat: A qualitative study of identities in food choice. *Journal of Nutrition Education And Behavior*, 34(3), 128-139.

Bowler, G.M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270-1275.

Chao, B. (2015). Relevance and adoption of netnography in determining consumer behavior patterns on the web. *Scholedge International Journal of Business Policy & Governance*, 2(6), 12-17.

Cherry, E., Ellis, C., & DeSoucey, M. (2011). Food for thought, thought for food: consumption, identity, and ethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 40(2), 231-258.

Cherry, E. (2015). I was a teenage vegan: Motivation and maintenance of lifestyle movements. *Sociological Inquiry*, 85(1), 55-74.

Cheng, X., Dale, C. & Liu, J. (2007). Understanding the characteristics of internet short video sharing: YouTube as a case study. *Arxiv Preprint Arxiv:0707.3670*.

Dyett, P., Rajaram, S., Haddad, E.H. & Sabate, J. (2014). Evaluation of a validated food frequency questionnaire for self-defined vegans in the United State. *Nutrients*, 6(7), 2523-2539.

Dominick, B.A. (1997). "Hayvan özgürlüğü ve sosyal devrim". Sonsöz, Çev.: Barış Gün, İlksen Baysaling.

Erdoğan, Z. & Torun T. (2009). Bir ilişkisel pazarlama aracı olarak sanal topluluklar. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4, 45-71.

Francione, G.L. (1996). Animals as property. *Animal L.*, 2.

Gelderloos, P. (2011). Veganism: Why not-an anarchist perspective. Erişim Tarihi: 03 Ekim 2018. <https://theanarchistlibrary.org/library/peter-gelderloos-veganism-why-not>

Greenebaum, J. (2012). Veganism, identity and the quest for authenticit. *Food, Culture & Society*, 15(1), 129-144.

Hogg, M.A., Terry, D.J. & White, K.M. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 255-269.

Hoffman, S.R., Stallings, S.F., Bessinger, R.C. & Brooks, G.T. (2013). Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite*, 65, 139-144.

Keane, A., & Willetts, A. (1994). Factors that affect food choice. *Nutrition & Food Science*.

Keith, L. (2009). *The vegetarian myth: Food, justice and sustainability*. USA/ California: PM Press.

Kozinets, R.V. (1997). I want to believe: A netnography of the X-Philes' subculture of consumption. *Advances in Consumer Research*, 24, 470-475.

Kozinets, R.V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25, 366-71.

Kozinets, R.V. (1999). E-Tribalized marketing?: The strategic implications of virtual communities of consumption. *European Management Journal*, 17(3), 252-264.

Kozinets, R.V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXIX, 61-72.

Kozinets, R.V. (2015). *Netnography: Understanding networked communication society*. Willig, C. & Stainton-Rogers, W. The Sage Handbook of Psychology, 374-380.

Lam, S.K., Ahearne, M., Hu, Y. & Schillewaert, N. (2010). Resistance to brand switching when a radically new brand is introduced: A social identity theory perspective. *Journal of Marketing*, 74(6), 128-146.

Le, L.T. & Sabate, J. (2014). Beyond meatless, the health effects of vegan diets: Findings from the adventist cohorts. *Nutrients*, 6(6), 2131-2147.

Leitzmann, C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, future. *Am J Clin Nutr.* 100 (suppl): 496S-502S.

Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6).

Medberg, G. & Heinonen, K. (2014). Invisible value formation: A netnography in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 32 (6), 590-607.

Mosteller, J. (2008). Animal-companion extremes and underlying consumer themes. *Journal of Business Research*, 61(5), 512-521.

Myers, D.G. (2015). *Sosyal psikoloji*. (Çev. Serap Akfırat).10. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Nezlek, J.B., & Forestell, C.A. (2020). Vegetarianism as a social identity. *Current Opinion in Food Science*, 33, 45-51.

Oyserman, D. (1993). The lens of personhood: Viewing the self and others in a multicultural society. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(5), 993.

Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.

Pilis, W., Stec, K., Zych, M. & Pilis, A. (2014). Health benefits and risk associated with adopting a vegetarian diet. *Rocz Panstw Zakl Hig*, 65(1), 9-14.

Pollan, M. (2009). *Etobur-otobur ikilemi*. The New York Times Bestseller, 1. Baskı, Çeviren: İlke Önelge, İstanbul: Pegasus Yayınları.

Radnitz, C., Beezhold, B. & DiMatteo, J. (2015). Investigation of lifestyle choices of individuals following a vegan diet for health and ethical reasons. *Appetite*, 90, 31-36.

Rageh, A. & Melewar, T.C. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/ tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126-149.

Recnizkova, A. (2010). The vegan challenge: through veganism to a paradigm change. *Other Projects*. 15. [https://scholarworks.smith.edu/other\\_projects/15](https://scholarworks.smith.edu/other_projects/15)

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: finding connection in a computerized world*. Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc.

Rosenfeld, D.L. (2018). The psychology of vegetarianism: Recent advances and future directions. *Appetite*, 131, 125-138.

Rosenfeld, D.L., & Burrow, A.L. (2017). The unified model of vegetarian identity: A conceptual framework for understanding plant-based food choices. *Appetite*, 112, 78-95.

Ruby, M.B. (2012). Vegetarianism. a blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), 141-150.



Russell, D., Cutrona, C.E., Rose, J. & Yurko, K. (1984). Social and emotional loneliness: An examination of weiss's typology of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1313.

Sabate, J. & Soret, S. (2014). Sustainability of plant-based diets: Back to the future. *Am J Clin Nutr*; 100 (suppl): 476S-82S.

Schau, H.j., & Gilly, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 385-404.

Son, T.Y.G. & Bulut, M. (2016). Yaşam tarzı olarak vegan ve vejetaryenlik. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.

Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.

Tambyah, S.K. (1996). Life on the net: The reconstruction of self and community. *ACR North American Advances*.

Tunçay, G.Y. (2016). Veganism in terms of bioethics from different view points. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6(1), 51-62.

Turner, J.C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5, 5-34.

Ulusoy, E. (2015). *I think, therefore I am vegan: Veganism, ethics, and social justice*. In Annual Macromarketing Conference, 420.

Wrenn, C. (2012). Abolitionist animal rights: Critical comparisons and challenges within the animal rights movement. *Interface*, 4(2), 438-458.

Wright, L. (2015). *The vegan studies project*. Athens, GA: University of Georgia Press.

Wright, L. & Adams, J.C. (2015). *The vegan studies project: food, animals, and gender in the age of terror*. Georgia: University of Georgia Press.

Valck, K.D. (2005). *Virtual communities of consumption: Networks of consumer knowledge and companionship*. Erasmus Research Institute of Management (ERIM) Ph.D. Series Research in Management, RSM Erasmus University Rotterdam, 1-319.

Yamamoto, G.T. (2007). *Buzz gibi söylenti pazarlaması*. Pazarlama Dünyası, 8-11.

Yegen, C. & Aydın, B.O. (2018). *Postmodern bir kimlik olarak veganlık ve bir çevrimiçi vegan ağının analizi*. İletişim, 28.

Yokoyama, Y., Barnard, N.D., Levin, S.M. & Watanabe, M. (2014). Vegetarian diets and glycemic control in diabetes: A systematic review and meta-analysis. *Cardiovascular Diagnosis and Therapy*, 4(5), 373-382.