

Mutfakta Pişer, İnternete de Düşer:
Yemek Blogları Kadınlara
Neler Vaad Ediyor?

Funda Cantek

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Özet

Blog yazarlığı, son yıllarda dünyada ve Türkiye’de popülerlik kazanan, bilgisayar dolayımı bir iletişim tarzıdır. Blog yazarlığının benzer iletişim tarzlarından farkı, etkileşimselliğe imkân vermesi ve bir tür e-günlük olmasıdır. Bu çalışmada, mutfak kültürünün değişen anlamlarının kadınlar tarafından açılan yemek temalı bloglara nasıl yansıdığı sorgulanmaktadır. Bu amaçla, yerli yemek blogu yazarlarından, 23’ü kadın, 25 kişiyle görüşülmüştür. Görüşmelerden elde edilen veriler, blog faaliyetlerinin kadınların bilişim teknolojilerini kullanma becerilerini geliştirdiğini; sosyalleşme, kendiliğın sunumu konusunda imkânlar sağladığını ortaya çıkarmıştır. Ancak bunun yanında, yemek bloglarının, mutfağa ilişkin faaliyetlerin tüketim kültürünün bir parçası haline gelmesine yol açtığı da gözlenmiştir.

Anahtar sözcükler: bilişim teknolojileri, blog, mutfak, tüketim kültürü

*Cooked in the kitchen, uploaded on the internet:
 What do cooking blogs offer women?*

Abstract

Blogging is a type of communication through the internet, which has become popular in Turkey and throughout the world in recent years. The difference of blogging from similar types of communication is its ability to allow interaction and that it is a kind of e-diary. This study investigates how the changing meanings of culinary culture is reflected on women user’s blogs with themes of food. To this end, 25 writers of cooking blogs in Turkish (of whom 23 are women) have been interviewed. The data acquired from the interviews have shown that blogging activities have improved women’s skills of using information technologies, and that they provide possibilities regarding socialisation and self-representation. However, it has also been observed that food blogs have led culinary activities to become a part of the consumer culture.

Keywords: information technologies, blog, kitchen, consumer culture

Mutfakta Pişer, İnternete de Düşer:

Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaad Ediyor?¹

Uzun zamandır yemek yapmak, sadece domestik faaliyetlerin bir parçası olarak anılmamaktadır. Erkeklerin de merak sardıkları yemek/pasta/çikolata yapma kursları; televizyon kanallarında yayınlanan, izlenme rekorları kıran ve sayıları takip edilemeyecek kadar artan yarışma ve yemek programları; sağlıklı beslenme temalı yayınlar ve detoks kürleri yemeği mutfaktan çıkarmış durumdadır. Toplumsal hayatı radikal biçimde dönüştüren gelişmelerin, yeniliklerin, gerilimlerin sebebi olarak işaret edilen küreselleşme ve neoliberalizmin yükselişi mutfaktaki dönüşüme dair de bir açıklama sunabilir. Bireyciliğin itibar kazanması, kişisel hazlar ve yenilik arayışını tatmin etmeye yönelik kişiye özel mal ve hizmetlerin piyasaya hakim olmalarını beraberinde getirmiştir. “Niş pazarlama” (*niche marketing*) olarak adlandırılan bir teknikle, tüketici ile kişiye özel tasarlandığı ilüzyonunu yaratacak ürünlerin, tüketicinin kişisel ihtiyaçlarına göre düzenlendiğini düşündürecek hizmetlerin buluşturulması eğilimi yaygınlaşmıştır (Butik oteller, özel tasarım giysiler, aksesuarlar vb.).

Bu gelişmeler ve yeni arz-talep biçimleri doğrultusunda, mutfağa ilişkin her şey “gusto sahibi olmayı”, birer “gurmeye dönüşmeyi” vaat eden şirketlerce bir trend haline getirilmiştir. Ancak bu yeni mutfak, annelerinkinden farklıdır. Bütçeyi dengeleme telaşı olmadan seçilen menülerden oluşan ve coğrafi sınır tanımayan bir mutfaktır. Christa Wichterich’in ifadesiyle: “(...) kadınların çocuklarına besleyici bir yemek hazırladıkları için içlerinin rahat etmesine izin veren yiyecek ve

1 Bu çalışmanın başlangıç aşamasında yazılmış çok kısa bir özeti, *Amargi*'nin Mayıs 2010 tarihli 17. sayısında, “Mutfağın Kapısı Sokağa Açılır mı?” başlığıyla yayımlanmıştır.

beslenmeye ilişkin bir bilgidен çok, gösterişli bir reklam klipi"dir (137). *Acı Çikolata*'nın yazarı Laura Esquivel (2010), mutfağı felsefi bir yaklaşımla ele aldığı *Saklı Lezzetler*'de, yaptıkları bir hiçmiş gibi alçak-gönüllü bir tavır sergileyen anneleri minnetle anar. Anneler başta olmak üzere mutfağın tüm kadın sakinlerinin, ateşin artırıcı gücünden geçirerek dünyayı dönüştürmelerini, yememiz için hazırladıkları besinlerin saatlerce bedenimizde kalarak organizmamızı değiştirdiğini, canımızı, ruhumuzu beslediğini, bize kimlik, dil ve aidiyet kazandırdığını hatırlatır okura (15).² Ama sınırlayıcı, yorucu, bezdirici yönleri görmezden gelinerek romantize edilmiş bir "anne mutfağı" mitinin/nostaljisinin tuzağına da düşmemek gerekir. Bahçeden toplanan sebzeler ve kümeden alınan yumurtalarla yapılan yemeklerin nostaljisiyle pazarlanan bir organik tarım ve sağlıklı beslenme fantezisine ihtiyatla yaklaşmak gerekir. Hele ki bilgisayar dolayımı iletişimimin son yıllardaki en popüler uğraklarından biri olan blog hizmetleri³

- 2 Çocukluk döneminin beslenme pratiklerinin bedenimizde bıraktığı izler bilimsel olarak da kanıtlanmıştır: Diş mineleri erken çocukluk döneminin geçirildiği yerin "izotop imzasını" taşır. (...) Belli bir bölgenin kayalarındaki izotop imzası, kayaların ufalanmasıyla oluşan topraktakinin aynısıdır. Aynı imza sularda, bu su ve toprakla yetişen bitkilerde, bu bitkileri yiyen hayvanlarda ve bu bitkiler ile hayvanları yiyen insanlarda tekrarlanır (Atasoy, 2006).
- 3 2002'den beri weblogları endeksleyen ve 2004'ten beri de yıllık raporlar yayınlayan *Technorati* şirketinin verilerine göre, son yıllarda webloglar arasındaki en yaygın başlıklar yaşam tarzı, teknoloji, siyaset, haber ve müziktir (aktaran Aydoğan ve Geray, 2010: 308). Yemek temalı bloglar yaşam tarzı kategorisine dahil edilebileceklerinden, mutfağına yönelik ilginin sanal ortamdaki tezahürleri bu bilgiyle nicel olarak da kanıtlanmış olmaktadır. Günseli Bayraktutan Sütçü'nün saptaması da, yemek yapımı ile ilgili blogların çok ziyaret edildiği yönündedir (2009).

mutfağın popülaritesinin artışının izlenebileceği yemek temalı blogların istilasına uğramış durumdayken... Yemek blogları tüm dünyada hâlâ kadınların çoğunlukta olduğu bir alan olsa da, erkeklerin de rahat ettikleri bir internet mecrasıdır.

Sanal günlükler olarak bloglar

Bloglar, yeni bir elektronik iletişim aracı sayılmalarının yanında, kullanıcılarına güncel olaylar ve diğer pek çok konu hakkında yorum ve analizlerini paylaşmak için sanal ortamda bir araya gelme imkânı sunan, çevrimiçi e-günlüklerdir (Kaye, 2005: 74). Özgün adı *weblog* olan web uzantılı bu hizmet, kullanıcıyı iletişim sürecine dâhil eden ve aktif hale getiren web 2.0 uygulamasının bir ürünüdür.⁴ Türkçe bir yönergeyle hizmet veren, yerli *blogcu.com* firmasının hizmete girmesi, Türkiye'den blog sahiplerinin sayısında kayda değer bir artışa sebep olmuştur. Blog sahiplerinin bir bölümü, bu alanda şöhret ve deneyim kazandıktan, profesyonelleşip ticari bağlantılar da kurduktan sonra, blog uzantılı sayfalarını terk edip, daha fazla teknolojik bilgi ve beceri isteyen ama daha fazla imkân sunan *com* uzantılı sayfalarda blog faaliyetini sürdürmektedirler. Blog dünyası hala nicel olarak ve takipçi popülasyonu bakımından erkeklerin hakimiyetindedir. Ancak, *Microsoft*'un yaptığı açıklamaya göre, kısa zamanda kadın blog sahiplerinin sayısı yüzde 21 artmıştır (www.ogretmenlersitesi.com).

Bu yaygınlaşmaya bağlı olarak, özellikle dünyada kimi blog yazarları, üretimlerini takipçileri ve okurlarının ilgisiyle sınırlı popülariteleri ve karizmalarının ötesine taşıyarak, geleneksel medya tarafından da izlenen haber kaynaklarına dönüştürmüşlerdir. Sosyo ekonomik, kültürel ve politik konularda kamuoyunu etkileyip yönlendi-

4 “*web*” ile “*log*” kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan *weblog* terimi, ilk kez 1997’de Jorn Barger tarafından ABD’de kullanılmıştır. Blog kısaltması ise 1999’da Peter Merholz tarafından kendi internet sayfasında, “*we blog*” (blog yapıyoruz) biçiminde kullanılmıştır. Aynı yıl, *Blogger* firması ücretsiz blog açma hizmeti sunmaya başladıktan sonra blog sahiplerinin sayısı hızla artmıştır. Dünyanın en popüler blog siteleri, *Blog-city*, *Blogspot*, *Weblogger* ve *Live Journal*’dır. Türkiye’de en fazla üyeye sahip blog siteleri *blogspot* ve *blogcu.com*’dur. 2007 itibarıyla Türkiye’deki blog sayısı 70 binin üzerine çıkmıştır (Cantek ve Cantek, 2007: 30-31).

rebildikleri düşünölen bu yazarlar, birer ikişer yüksek tirajlı gazetele-
rin köşe yazarlıklarına, reklam yıldızlığına, televizyon ve radyo prog-
ramcılığına geçiş yapmışlardır (bkz. Van Doorn vd., 2007). Bunun
örneklerine ölkemizde de rastlanmaktadır. 2005'te *Portakal Ağacı*
adıyla açtığı yemek bloguyla birçok kişiyi benzer temalı bloglar açma-
ya teşvik eden, blog yazarlığının yanında bir gazetede yemek temalı
yazılar da yazan Hatice Özdemir Tölün; sadece kendi adıyla açtığı
yemek blogunda faaliyette bulunmakla kalmayıp bir *gsm* şirketi aracılı-
lığıyla abonelerin cep telefonlarına günün menüsü, püf noktalar ve
 faydalı bilgileri *sms* ile yollamaya başlayan ve bir de makarna rekla-
munda oynayan *Devletşah*, blog dünyasının şöhretlerindendirler. Son
günlerde, blog yazılarını *Küçük Aptalın Büyük Dünyası* adıyla kitaplaş-
tırıp çok satanlar listesine giren, kadın-erkek ilişkileri, gündelik yaşam
vb. aktüel konularda mizahi üslupla yazan *Pucca Günlük*'ü de bunlar
arasına yerleştirebiliriz. Bloglar, ayrıca, reklam ve pazarlama sektörü-
nün göz diktiği elverişli tanıtım mecralarıdır. Kişisel memnuniyetin
kulaktan kulağa yayılacağı ve satış rakamlarını istikrarlı biçimde arttı-
racağını düşönen pazarlama uzmanları, blog sahiplerini firmalarının
ürettiği mal ve hizmetlerden ücretsiz olarak faydalandırmakta ve bu
uygulama, blog sayfalarında memnuniyet bildiren yazılara dönüşün-
ce de aynı sayfaya ücret karşılığı reklam vermektedirler. Popüler blog
yazarları bir siteye link verdiklerinde, oraya yönelik bir izleyici yoğun-
laşması olmaktadır. Bunun yanında, blog sayfaları üzerinden müşteri
memnuniyeti ile ilgili izleme de yapılabilmektedir. Herhangi bir
marka ile ilgili şikâyet veya övgü içeren blog yazıları, takipte olan
ilgili markanın halkla ilişkiler birimine ulaşmakta, birim, şikâyet veya
övgü yapan yazara ulaşarak marka memnuniyetini koruyup geliştir-
meye yönelik stratejisinin gereğini yapmaktadır.

Bloglar, sık sık güncellenmeleri, otobiyografik öğeler taşımaları ve
arşiv oluşturmaya imkân veren yapıları nedeniyle kişisel günlüklere
benzetilmektedirler. Kağıt üzerindeki günlüklerle sanal günlükler ola-
rak bloglarda benliğin sunumu deneyimini karşılaştırdığı çalışmasın-
da Jose van Dijk (2007), ikisi arasında temel bir ayrım olmadığını
savunur. Ona göre, günlük tutma edimi, muhabatın hayati önemde
olduğu bir edimdir. Anne Frank'ın Kitty'si, Ande Gide'in gizemli

adresi veya tanrı, hayali bir arkadaş ya da tüm dünya olabilir söz konusu muhatap. Dolayısıyla, kağıt üzerindeki günlüklerin de mahrem ve yazan kişiye özel olduğuna inanmaz van Dijk (121). Gerçekten gizli tutulmak istenen akıldan geçirilir çünkü, dile veya yazıya dökülmez. van Dijk, özel kullanıma özgü olan günlüklerin, başkaları tarafından okunma potansiyeline sahip olduklarını sürekli hatırlatan bir sadakatsizlikle de malul olduklarını ekler (116). van Dijk'i destekler biçimde, Sarah Pedersen de, Mortensen ve Walker'a atıfla, blogların özel ile kamusal alanların sınırında yer alan farklı bir alan olduklarını iddia eder (2005-2006: 86).

Bilgisayar dolayımı iletişim araçlarını kullanmaya yönelten etkenler üzerine yapılan araştırmaların vardıkları ortak sonuçlardan biri, bu araçlar dolayımıyla benliğin sunumu ve toplumsallaşma arzusunun temel saiklerden olduğudur. Erving Goffman (2009), benliğin sunumunun bir performans olarak, uygun bir set eşliğinde gerçekleştiğini ifade eder. Bu set, "önünde, içinde veya üzerinde sürekli sergilenen insan faaliyetlerine ortam ve sahne sunan mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka plan düzenlemeleri"dir. Goffman, kişinin performansını sergilemek için bu sete geldiğini ve orayı terk edince de performansını bitirdiğini söyler (33).

Bilgisayar dolayımı iletişim sürecine dahil olma nedenlerinden bir diğeri olan toplumsallaşma ihtiyacı, yine Goffman'ın kavramlarına başvuracak olursak, benliğin sunumu için sergilenen performansın geri bildirimine duyulan ihtiyaçtır diyebiliriz. Dışarıdan nasıl görüldüğünü keşfetme, benzerleri ile karşılaşma ve onay görme arayışıdır. Karen McCullagh, geç modernliğin karakteristiği olarak, benliğin diğerleriyle etkileşim sürecinde oluştuğunu ve etkileşimselliğe imkân vermesi dolayısıyla sanal faaliyetlerin bu etkileşimin ideal mecrası olduğunu savunur (8). Farklı cinsleri bilgisayar dolayımı iletişim sürecine katan saiklerin de farklılaştığını yakın tarihli birçok araştırma ortaya koymaktadır. Sarah Pedersen, elli kadınla yaptığı görüşmelerden yola çıkarak kadın kullanıcıların blog açma motivasyonlarının, deneyimleri, yaşamları ve düşüncelerinin onay görmesi olduğu sonucuna varmıştır (2005-2006: 86). Pedersen bir başka araştırmasında,

kadınların blog sayfalarını çoğunlukla sosyalleşmenin, erkeklerin ise bilgi edinmenin aracı olarak gördüklerini saptamıştır (2007). Afrikalı kadın blog yazarları hakkındaki çalışmasında Oreoluwa Somolu ise, kadın blog yazarlarının kendilerini ifade etmeleri ve diğer kadınlarla bağlantı kurmaları için, kadınları güçlendirecek bir araç olarak gördükleri blog faaliyetine dahil olduklarını ortaya çıkarmıştır (483).

Kadınları blog yazarlığına yönelten bir başka saikin ise kadınlık bilgisinin yaygınlaştırılması, kuşaktan kuşağa taşınması ve zenginleştirilmesi gayesi olduğu düşünülmektedir. Somolu, Thas, Ramon ve Cimon'un çalışmalarına gönderme yaparak blog faaliyetinin kadınlık bilgisini, kültürünü ve zımni, sistematize edilmemiş becerilerini bu aracı kullanarak çoğaltmak, bunlara itibar kazandırmak, geleneksel bilginin, becerilerin ve bilgeliğin transferinde işlevsel olmak amacını da taşıdığını söyler (484). Annelik deneyimlerinden acıyla baş etme stratejilerine, güzellik sırlarından otacılık pratiklerine kadar çeşitlenen bir bilgi aktarımı...

Web'de bir blog hesabı açmak, bir ana sayfa oluşturup buraya kişisel bilgileri, görsel malzemeleri ve yazıları girmek ücretsizdir ve diğer web araçlarına göre daha kolaydır. Blog hizmeti veren firmalar, sayfa tasarımları için çeşitli alternatifler sunmakta ve kullanıcıyı yönlendirerek özgün tasarımlar yapmayı kolaylaştırmaktadırlar. Blog arama motorlarında yapılacak kısa bir tarama bile, hem dünyada hem de Türkiye'de yemek ve diğer hobi bloglarının sayısının her geçen gün arttığını göstermeye yetecektir. Bu tür blogların sahiplerinin çoğu kadındır. Blog yazarlığını cazip kılan bir diğer özelliği ise etkileşimsel (interaktif) olmasıdır. Blog yazarları, sayfalarındaki performansları ile tanıdıkları ve tanımadıkları takipçilerinin ilgilerini çekmeye çalışmakta ve bu ilginin niteliğini geri besleme yoluyla öğrenmektedirler. Blogların dikkat çekici bir diğer özelliği de, erkeklere özgü sayılan bilgi ve bilişim teknolojileri ile kadınlara özgü sayılan günlük tutma ediminin kesişim noktası olmalarıdır. Niels van Doorn ve diğerleri, blogların kadınlar tarafından da etkin ve özgüvenle kullanılmasının, erkek ege-men teknolojiyi "iğdiş etmiş" olduğunu ve böylelikle blogların "yeni-den cinsiyetlendirildiğini" iddia ederler (147).

İnternet bağlantısı olan bir bilgisayarın karşısında zaman geçirmek, bazen bir kaçış arayışının neticesidir. Geçirilen zaman, gerçek hayatta yasak/ayıp/günah sayılan şeylere ayrılıyorsa ve günlük yaşamın bunalımcı rutininden uzaklaşmaya vesile oluyorsa eğer... İnternet, kişinin bulunduğu (çoğunlukla da bulunmayı istemediği) mekânlardan bedenlenmiş bile ruhen uzaklaşmasına imkân verir.⁵ İşyerindeki bilgisayardan oyun sitelerine, evdeki bilgisayardan sohbet odalarına girmek gibi. Aksu Bora'nın isabetle vurguladığı gibi ev, hem insanın ilk evreni, dünya köşesi, insanı insan yapan her şeyi barındıran, hem de kaçılıp kurtulunmak istenen bir yerdir (64-65). Beauvoir'ın, "O hiçbir şey yapmaz; sadece şimdiyi sürükler, zamanın dışındadır" (aktaran Bora, 2009: 67) sözleriyle tanımladığı ev kadınları, evde en fazla vakit geçiren kişilerdir ve haneyi yeniden üretmek için sarf ettikleri yoğun emekten haz duymak için de fazladan çaba harcamaları gerekir. Ataerkil kültürde ev ve aile "kutsal" sayılır, emeğin karşılığı hane halkının yüzlerinden, sözlerinden ve tavırlarından izi sürülerek alınmaya çalışılır. Kadının evin boğucu atmosferinden ve ev işlerinin rutininden çıkmak için çok fazla imkânı olmaz genelde. Alışveriş, sağlık sorunları, hane halkının çözülmesi gereken problemleri ve özel günler dışında çıkılmayan kamusal alan ve bir parçası olunamayan daha geniş sosyal ilişkiler ağı, giderek ucuzlayan, yaygınlaşan, kullanımını pratikleşen iletişim teknolojileri aracılığıyla özel alana taşınmıştır günümüzde. Dışarıdaki dünyanın bilinmezliği, tekinsizliğine rağmen ve aynı zamanda bundan dolayı vaat ettiği hazlara, yeniliklere, heyecanlara evin koruyucu güvenli zarına sınırlanarak dalmak benzersiz bir deneyimdir.

Bir Elektrikli Ev Aleti Olarak Bilgisayar

Bu çalışma, kadın, mutfak ve teknoloji ilişkisinin nasıl dönüştüğünün ve bunun kadına özel olanı kamusal açıarak özgürleşme, zenginleşme imkânı verip vermediğinin gözlemlenebilmesi için imkânlar

5 Geçtiğimiz yaz İstanbul, Bağcılar'daki evlerinden kaçan ve ancak bir hafta sonra izleri bulunan iki genç kız, evlerine döndükten sonra medyaya, "emo" akımını takip ettikleri ve babaları evden internete girmelerine izin vermediği için kaçtıkları açıklamasını yapmışlardı.

sunan bir web aracı olarak, kadınlar tarafından açılan yemek bloglarını konu edinmektedir. Son yıllarda dünyada ve Türkiye’de, özellikle kadınlar arasında hızla popülerleşen ve neredeyse bir sektör haline gelen yemek temalı bloglar, özel alana (eve) ait olduğu düşünülen bir etkinliğin (yemek hazırlama ve sunma), teknolojinin imkânlarından yararlanılarak kamusal alana taşınması sürecinde yaşanan deneyimlerin gözlemlenebileceği uygun ortamlardan biridir. Geleneksel olarak erkeğin hâkimiyetinde olduğu kabul edilen bilgi ve bilişim teknolojileri alanına giren kadınların bu alanda yaşadıkları deneyimler; “eve bağlayan” mutfak aracılığıyla istenildiği zaman “evden çıkma/kaçma”nın, hem içerde hem de dışarıda olmanın yarattığı şaşırtıcı ve ümit veren ikilem; mutfağın tüketim kültürünün odağına yerleşmesi; sanal sosyalleşmenin kadına sağladığı tatminler, yarattığı hayal kırıklıkları ve kendiliğın sunumunda yeni medyaların kadına sağladığı imkânlar bu çalışmanın temel sorunsallarıdır.

Bu çalışma kapsamında, 27’si kadın olmak üzere, toplam 29 yemek blogu sahibi ile görüşmeler yapılmıştır. Bunlardan dördü yazarın kişisel olarak ilişkide bulunduğu kadın blog yazarlarıdır. Bu sebeple, bunlarla görüşmeler yüz yüze yapılmıştır. Ayrıca bu dört kişinin blog sayfalarındaki etkinlikleri gerçek hayattakilerle karşılaştırılabilmiştir. Sayfalarına koydukları iletişim bilgileri aracılığıyla kendilerine ulaşılarak veya yazdıkları metinlere yorum bırakılarak tesadüfî örneklem yoluyla seçilen ve görüşme talep edilen 40 yemek blogu sahibinin 30’u görüşme talebini kabul etmiştir. Ancak bunlardan sadece 25’i e-posta yoluyla yöneltilen sorulara yanıt vermişlerdir. Bazı katılımcılara ikinci kez ulaşılarak verdikleri yanıtlar doğrultusunda yeni sorular yöneltilmiştir. Soru formunda, her katılımcıya yöneltilen ortak sorular bulunmakla birlikte, katılımcıların sayfalarındaki etkinlikleri incelenerek her birine farklı ve kişiye özel sorular da sorulmuştur. Ortak sorular, katılımcıların demografik özelliklerini saptamaya ve blog sahibi olmaya nasıl karar verdiklerini, sayfaları için ortalama ne kadar zaman ayırdıklarını tespit etmeye yönelik olanlardır. Geri kalanlar, blog sahibinin sayfasını açtığı ilk günden, çalışmanın başladığı tarihe kadar yazmış olduğu yazılar okunarak, katıldığı sanal etkinlikler takip edilerek, kullandığı görsel malzemeler değerlendirilerek kişiye özel

hazırlanmıştır. Katılımcıların bir bölümü, kimlik bilgilerini gizleme ihtiyacı duymamışsa da, çoğunluğun gizlilik talebinde bulunması dolayısıyla, tutarlılık sağlamak bakımından, katılımcıların tümü metinde takma isimlerle anılacaktır. Sahip oldukları sayfaların adları ise, yine mahremiyet gerekçesiyle, hiç anılmayacaktır. Çünkü, sayfa isimlerinden sayfa yazarının profil bilgilerine ulaşmak mümkündür. Dolayısıyla, sayfa ismi vermek, katılımcıların gizlilik taleplerinin ihlali anlamına gelecektir.

Yemek bloglarını bir başlık altında toplayan *yemekosfer* ve benzeri dar kapsamlı arama motorları bulunmaktadır. Ancak, bu çalışma için, tesadüfi örnekleme ulaşılan ilk blogun “izleyiciler” başlığı altında yer alan başka yemek blogu sahiplerine ve oradan da diğerlerine, kartopu örnekleme tekniğiyle ulaşılmıştır. Bir blogun yemek temalı olduğunu anlamının en kestirme yolu ismine bakmaktır. Bu çalışma kapsamında da, ismin çağrıştırdıkları, blogun yemek hakkında olduğunu düşündürüyorsa, sahibine ulaşıp bu teyit edilmiş ve ardından görüşme teklif edilmiştir. Bunun yanında, herhangi bir yemek blogunun takipçileri, genelde diğer yemek blogcularıdır. Bu durum, katılımcı belirlemede kolaylık sağlamıştır. 2 erkek blog yazarıyla da görüşülmesinin sebebi, söz konusu yazarların, kadın yemek blogu sahipleri arasında popülerlikleri ve medyaya da yansımış bir şöhretleri bulunmasıdır. Ayrıca yemek yapan ve bunu bir blog sayfası açacak kadar önemseyen erkeklerin, hem yemek, hem de blog yazarlığı faaliyetlerine yaklaşımlarının, iki cinsin mutfak ve teknolojiyle ilişkilerinin karşılaştırılması bakımından önemli veriler sunacağı düşünülmüştür. Görüşülen 27 kadın yemek blogu sahibinin 15’i ev kadını olduklarını beyan etmişlerdir. 7’si özel sektörde çalıştıklarını, 3’ü öğretmen olduklarını, 2’si de mesleklerinin yazarlık olduğunu belirtmişlerdir, ki yazarlıktan kastettiklerinin blog yazarlığı faaliyeti olduğu ve düzenli bir işlerinin bulunmadığı düşünülmektedir.

Mutfağın ve yemeğin değişen anlamları

Yiyecek-içecek hazırlama, saklama ve hatta yeme-içme eyleminin mutfak adı verilen bir odaya toplanması ve mutfak işlerinin özel ala-

nın, değersiz kabul edilen ev işlerinin bir parçası haline gelmesi endüstri devriminden sonradır. Ondan önce gastronomik faaliyetler evin ve ekonominin odak noktasıdır. Oturulan, yatılan, çalışılan geniş mekânın bir köşesinde hazırlanır ve yenir yemek (Akgökçe, 2006: 132). Gastronomik faaliyetler mutfağın yolunu tutunca, bu sıradan, değersiz bulunan ev işini gören kadın da oraya yerleşmiştir. Luce Giard (2009), yemek yapmanın, zorunlulukların ve keyfiyetin birbirine karıştığı, taktiklerin keşfedildiği, eylem ve üretme tarzlarının bireyselleştiği, değişken bir karışım olduğunu savunur:

Yemek yapan her kadının kendi repertuarı vardır; olağanüstü koşullar için büyük aryaları ve hane halkı, onların önyargıları ve sınırları, tercihleri ve alışkanlıkları, hayalleri ve fobileri için özel şarkıları vardır. Deneyim kazandıkça tarz ortaya çıkar, beğeni özgünleşir, hayal gücü özgürleşir. (...) Gizemden ve önemden yoksun olduğu varsayılan yemek yapma işi, önceden belirlenmiş kronolojik bir kesite göre, yapılacak şeylerin karmaşık bir montajı biçiminde gelişir: öngörmek; organize etmek ve alışveriş yapmak; hazırlamak ve sunmak; derleyip toplamak; muhafaza etmek ve temizlemek (191-240).

Geleneksel kültürlerde kadına yüklenen, değersizleştirilen, basite indirgenen mutfak faaliyetleri, günümüz dünyasında, ticari kaygıların da itkisiyle, özel alanın sınırlarını aşarak hayata renk katan, ustalık ve yaratıcılık gerektiren bir hobi haline dönüşmüştür. Bu haliyle de gastronominin bir sektör oluşturmasını sağlamıştır. Akgökçe'nin ifadesiyle, yeni ev aletlerinin beraberinde getirdiği yeni yemek alışkanlıkları, mutfakta geçirilen zamanı ve görünmeyen kadın emeğini beslerken, kurabiyelere, keklere, krep ve suflelere ayrılan fazladan zaman da mutfak yükünü arttırmaya devam etmektedir (128-129). Mutfak özel alanın sınırlarını aşınca, erkeklerin mutfağa girmeleri onlar için kolaylaşmış ve meşrulaşmıştır. Mutfak kapısından giren erkekler, iştah kabartan sona ulaşan çileli yolu da katetmek zorunda kalmışlardır. Çalışmamızın iki erkek katılımcısından biri olan C.S., Giard'ın kronolojik ve karmaşık bir süreç olarak nitelediği yemek yapma pratiğini deneyimleyen bir erkek olarak karşılaştığı zorlukları blog sayfasında şöyle dile getirmektedir:

İnsan bir blogu olmadan ne kadar vakit harcadığını anlamıyor. Hele bir yemek blogu hazırlıyorsanız. Marketten alışveriş yap, eve getir, buzdolabına yerleştir, yıka, temizle ayıkla, doğra, bir şeyi tart, not al, pişir, fotoğrafını çek, bulaşıkları yıka (pardon, makineye diz) yerine kaldır, etrafı topla, neler yazacağını düşün, yaz...

Kızıyla birlikte yaşayan bekar bir baba olan B.Y. ise genellikle kadınlara yüklenen, çocuğunu sağlıklı besleme çabası ve hem çalışıp, hem evi idare etme macerasını yazılarının ana teması haline getirmiştir. C.S., şöhreti ülke sınırlarını aşan bir yemek blogu yazarı olarak, görüşülen birçok kadın yazarın favorisidir. Katılımcılardan M.H., C.S.'yi ve sayfasını övdükten sonra, "bütün bayan blogcuları toplasanız ona yetişemeyiz" demektedir. M.H., "(...) yemek yapmak konusunda erkekler bir adım önde bence, sanırım daha matematik zekaya sahip oldukları ve sistematik çalıştıkları için" saptamasını yapmaktadır. M.H. ve benzer düşüncedekiler, geleneksel kültürlerde kadınlara özgü ve onların görevi sayılan yemek işine gönül indirmeleri halinde erkeklerin, üstün zekâları ve disiplinleri ile bu alanda da kadınları geride bırakacaklarına inanmaktadırlar. Erkeklerin mutfakla ilişkisi konusunda düşünürken, onların genellikle, sadece keyif almak için ve sadece canları istediğinde mutfağa girdiklerini hesaba katmamaktadırlar. Benzer biçimde, katılımcıların neredeyse tümü, yemeğin kadına özgü bir iş olmadığını, tüm profesyonel, şöhretli ve usta aşçıların erkek olduğunu belirtmişlerdir. Giard, erkek aşçıların şöhret ve yeteneklerinden söz ederken, katılımcıların aksine, bunun gıpta edilecek, erişilmez bir yetenek, erkek doğasına içkin becerilerin yarattığı bir ayrıcalık olduğunu düşünmez. Lüks sofraların karizmatik erkek şefleri, Giard'a göre:

(...) karmaşık ve pahalı incelikleri, olağanüstü olanı, kuş sütünün eksik olmadığı şölani, şenlikleri tasvir ederler. Tarifleri, kamusal hayata, paranın gözle görülen dolaşımına, harcamaya, faydaya, başarıya, güce yöneliktir. (...) ne ticari bir değeri, getirisi, ne de övünülebilecek bir yanı olan günlük hayatın sıradanlığı ve bir önceki günden kalanları allayıp pullamak ve "üç kuruşa tencere kaynatmak" sanatı namuslu, mütevazı rahibelere düşer (257-258).

Yavuz'un (2009), Trabzon'da orta ve alt sınıftan ev kadınları ile yaptığı mutfak deneyimlerine dair görüşmelerden, özellikle yoksul kadınların tasarruf ve erkeği memnun etme zorunluluğundan, zaman darlığının dayatmaları yüzünden mutfak işlerinden keyif alamadıkları ortaya çıkmıştır; tasarruf zorunluluğu öyle ezicidir ki, yoksul katılımcılardan biri, sabah yapabildiği görece lezzetli bir yemeği, akşam işten gelince kocası yiyebilsin diye saklayıp, bahçede aç karnına çalışabildiğini anlatmaktadır (446).

“Ben’i siz var ettiniz!”

Çalışmanın temel bulgularından biri, ataerkil kültürlerde geçicilik, değersizlik, sıradanlık gibi sıfatlarla tanımlanan yemek hazırlama ve sunma pratiklerine, bloglarda yazının ve fotoğrafın desteğiyle görünürlük ve değer kazandırılmaya çalışılmasıdır. Haliyle, bu çabanın neticesinde görünürlük ve değer kazanacak olan yemeği yapan kadındır. Katılımcıların ifadelerine dayanarak, yemeklerini blog sayfalarında sergileyen kadınların, Beauvoir'ın deyimiyle, biteviye sürükledikleri zamanı bir noktada dondurmaya uğraştıklarını söyleyebiliriz: birazdan silinip süpürülecek olanın son anları; rutin ve değersiz sayılan emeğin, geçici de olsa değer kazanması, adeta sanatsal bir yaratıma dönüşmesi. Ürünü hemen tüketilecek bir emeğin, kalıcı bir emekle, yani yazıyla sabitlenmesi. Bunun yanında, zihinlerdeki, yemek kitaplarındaki ve dergilerindeki ya da ailenin eski kuşak kadınlarının zihinleri ve defterlerindeki “ölü tarifler”in canlandırılması, ete kemiğe büründürülmesi. Ortaya çıkan ürünün fotoğrafının yayınlanarak takipçilere bir kanıt sunulması... Yemek hazırlama sürecinin, tüketilmeye hazır yemeğin ve onun şerefine kurulan sofranın fotoğraflanması, o yemeği bedeninin temel gereksinimlerinden biri olmaktan çıkarıp endüstriyel veya sanatsal bir ürüne dönüştürmektedir. Blog yazarları sürekli olarak, verdikleri tariflerin görsel kanıtını sunmaktan bezginlik duymak bir yana, fotoğraflama zorunluluğunun, yemek yapma sürecini keyifli ve heyecan verici kıldığını düşünmektedirler. Sofraya konmadan, görsel tat da verecek biçimde süslenen yemekler, fotoğraf çekimi yapılırken genellikle soğumakta, tadını yitirmekte ve bu süreçte sofrada bekleyenleri rahatsız etmektedir. Ama yemeğin el becerisinin

ürünü bir kolye, bir kazak gibi sergilenmesi blog sahipleri için önemlidir. Sık sık güncellenmesi ayırt edici özelliklerinden biri olan blog faaliyeti, yazardan devamlılık ve üretkenlik talep eder. Hal böyle olunca, yemek blogu hazırlayan kişinin yaptığı yemek sadece yemek değil, sayfasını güncellemek için kullanacağı bir malzemedir. Kaliteli ve yaratıcı fotoğraflar, blog yazarları arasında popülerliği arttıran ve rekabete neden olan unsurlardır. Öyle ki bazen tarif, nihai ürünün sunuluş biçiminin yarattığı görsel ihtişamın gölgesinde kalmaktadır. Giard “tarif vermek” ediminin, besleyici bilgilerin, sevgi dolu bir sabrın kuşaktan kuşağa aktarılması, yaşantıların anısının parçalar halinde ve zamana meydan okuyarak varlığını sürdürmesi anlamına geldiğini söyler (187). *Portakal Ağacı*’nın sahibi Hatice Özdemir Tülün’ün, bu işe annesinin çok sevdiği yemeklerinin tarifleri kaybolmasın diye giriştiğini ifade etmesi buna bir örnektir (www.newsweekturkiye.com). Çalışmamız için görüştüğümüz katılımcıların çoğu da, onları yemek blogu açmaya yönelten saiklerden birinin, kendilerinde anısı olan tarifleri korumak, paylaşmak ve özellikle kız çocuklarına aktarmak olduğunu belirtmişlerdir. Geleneksel cinsiyet rollerinin bir sonraki kuşağa aktarılması anlamında, yemek bloglarının hâkim ataerkil söylemi beslediği iddia edilebileceği gibi, kadınlar arası dayanışma ve duygu paylaşımını pekiştiren bir bilgi aktarımı olarak da algılanabilir bu deneyim.

Özelde yemek temalı bloglarda, genelde de yaşam tarzı kategorisindeki blogların tümünde kadın kullanıcılar, özel alana ait sayıların küçümsenen, ötekileştirilen, görmezden gelinen ve mahrem olarak nitelenen her şeyin dillendirilmesi, tartışılabilir kılınması konusunda, bilinçli olsun, olmasın öncülük edebilmektedirler. Herring, Kouper ve diğerlerinin araştırmasına gönderme yapan Pedersen, erkeklerin kadınların aksine, kişisel meselelerden ziyade dışsal meselelere eğildiklerini hatırlatır (2007). Trish Wilson’a göre ise (2005), politik meseleler olarak tasnif edilen savaş, seçimler, işgaller, siyasilerin demeçleri vb. konular erkeklerin uzmanlık alanına dâhil sayılmaktadır. Daha ziyade kadınların konu edindikleri ev içi rutinler, çocuklar, yaşlılar, gay-lezbiyenler, cinsiyet eşitsizlikleri gibi mevzular ise hâkim söylemde politik olarak işaretlenmemektedir (52). Çalışmamızın konusu olan

mutfak faaliyetleri de özel alanın görünürlük kazanması ve evin/kadının/toplumun adalet, eşitlik ilkeleri doğrultusunda dönüşümü konusunda çıkış noktalarından biri olma potansiyeli taşımaktadır. Altmışlı yıllarda kadın hareketinin aktivistlerinden biri olan Laura Esquivel (2010), o yıllarda kadınların ihtiyaç duydukları acil toplumsal değişimin evin dışında gerçekleşeceğine inandıklarını anlatır. Oysa yıllar ona, mutfakta hep zaman kaybedilmediğini, kaybedilen zamanın telafi edilebileceğini göstermiştir (17-20).

Özellikle ev kadınlarının, kendilerinin inşa ettikleri, sadece kendilerine ait olan ve kendiliğinden sunumu için fırsat yaratan bu web aracını, ancak hane halkına karşı sorumluluklarını yerine getirdikten, özellikle geceleri, el ayak çekildikten veya sabahları herkes evden çıktıktan sonra kullanmaya başlamaları, zaman kullanım hiyerarşisinde kişisel zevklerin alt sıralarda yer aldığını göstermektedir. Katılımcılardan ev kadını K.M., gerçek hayattaki yemek yapma pratiği ile sanal ortamdaki birbirinden ayırırken, yemek blogu yazarı olan kadınların bazılarının ortak bir özelliği üzerine düşünmemizi de teşvik etmektedir: hanehalkının karnını doyurmak için hazırlanan yemek ile takipçilerin merakını tatmin etmek ve ilgilerini çekmek için hazırlanan yemek arasındaki fark. K.M., bloguna ayırdığı zamanla ilgili soruya şu yanıtı vermiştir: “Yemekti, şuydu, buydu derken, ortalık durulduktan sonra çaktırmadan bilgisayarımın başına geçiyorum ve bir şeyler çiziktiriyorum”. K.M.’nin yanıtı, çalışmamıza başlarken konu ettiğimiz, ev mutfağının endüstrileşmesi, eve yabancılaşması savını destekler niteliktedir. K.M.’nin hane halkına hazırladığı yemekler ile blogu için “tasarladığı” yemekler farklı anlamlar ve işlevler yüklenmektedir. Öte yandan, K.M., ev işlerine atfettiği değersizliği, bloguna yazdıklarına da atfetmektedir. Bilgisayarın karşısına oturduğunda kaçamak yapar gibidir. Sayfasına yazdığı yazılar ise “çiziktirme” diyerek küçümsediği bir uğraştır. Ama kaçamak yapma pratiğinin, eve bağımlı kadının kendine bir saklı coğrafya inşa etmesi anlamına gelebileceğini de eklemeliyiz. Gündelik bilişsel haritanın yeknesaklığından kaçış, bireysel hazlar, tatminler vaat eden bir mekansal kurguya sığınmış... Yine ev kadını olan P.M., “Blogum bana renk kattı. Canım sıkılmıyor” dedikten sonra, “Ama hiçbir işimi de aksatmıyor” diye adeta telaşla ilave

etmektedir. Bir başka ev kadını H.T., blog sayfasındaki etkinliklerini temize çıkarmak ister gibi, “Nasıl olsa evde bir şey pişeceği için, harcadığım vakit ekstra bir vakit almıyor benden” demektedir. H.T.’nin ifadesi, bir ev kadınının kendisi için bir şey yapmaya yeltendiğinde, o şeyin sadece kendisine keyif vermesini yeterli bulmamasının, “ev”e de faydalı olmasını sağlama çabasının bir örneğidir. Ama ayrıca, K.M. örneğinin tersine, gerçek hayatta işlevsel olan yemeğin, blogda da işlevini sürdürdüğünü gösteren bir örnektir.

[E]-günlük olarak tanımlanan bloglar, sahiplerinin yazma yetenekleri ve cesaretlerini arttırmaya da hizmet ederler. Özellikle kadınlar için önemlidir bu. Kadının yazıyla ilişkisinin, okurluk gibi edilgen bir pozisyonla sınırlandığı ya da hiç mevcut olmadığı ataerkil kültürlerde, yazarak kendini ifade etmek, benliğini dille temsil etmek olağandışı bir deneyimdir. Gerçek günlüklerden farklı olarak, bilinçli bir şekilde okur ilgisine sunulan bloglar, bu ilgiyle beslendikçe, yazarları için sağaltıcı ve özgürleştirici bir işlev görürler. Katılımcıların blog sayfalarında yemeğin hikâyesine eşlik eden kişisel hikâyeler daha fazla yer alıyor ise o sayfaların daha fazla takipçiye ve ilgiye mazhar oldukları gözlenmiştir. Özgün bir üslup, akıcı bir anlatım, ajitatif başlıklar, estetik değeri olan fotoğraflar, katılımcıların ifadelerine göre, özgün tarifler içeren, profesyonel destekle oluşturulmuş sayfa tasarımlarından daha fazla dikkat çekmektedir. Öyle ki, bazı blog yazarları hangi tür yazıların, üslupların ve görsel malzemelerin daha fazla okur ilgisi topladığını gözlemleyerek, kendilerine ilgi çekici bir tarz oluşturmuşlardır. Bu noktada Goffman’ın performans kavramına geri dönmeliyiz. Önceden belirlenmiş bir role soyunan oyuncunun, yerleşik olarak bulunduğu vitrindir (set) bazen bloglar. Bizim örneğimizde, yemek blogu yazarı olmak isteyen bir kadın, önceki örnekleri takip ederek, takdir toplayan kalıpları kullanmaya, tavırları takınmaya, ilgi çeken yazı ve fotoğraf türlerini yinelemeye başlar. Tatil güncelerini paylaşmak, özel günlere has yemek tarifleri vermek, yaşanan anı fotoğraflayıp paylaşmak ve hatta daha ileri giderek, yaşanan anı fotoğraflayıp paylaşmak için yaşamak... N.G., B.D. ve G.C.’nin blog yazarlığının kendilerine yüklediği sorumluluk ve popüler olmak arzularının onları yaşanan anın tadını çıkarmak yerine, bir gözlemci cid-

diyeti ve dikkatiyle belgelemeyi (fotoğraf/video vb.), sonra da bunu süsleyecek, izleyicilerin takdirini toplayacak yazınsal bir performans eşliğinde blog sayfalarına yerleştirmeyi görev haline getirdikleri görülmektedir. Artık gezilen yerler, yenilen yemekler, katılan faaliyetler, blog sahibi olsun, olmasın tanışılan insanlar potansiyel blog konusudurlar. Giderek günlük hayat rutini blogu değil, blog günlük hayat rutinini belirler hale gelmiştir. N.G., bu hissi şöyle tarif eder: “Bazen kendimi Japon turistlere benzetiyorum. Gezip dolaştığım yerlerin fotoğrafını çekmekten, oradan haz alamaz hale geliyorum”. Adeta hayatı fotoğraflara bakarak sonradan yaşamaktadır N.G.

Katılımcıların kayda değer bir bölümü, blog yazarlığını, yazarlık kariyerleri için bir başlangıç olarak görmektedirler. Blog yazarlığıyla yetinmeyip, yemek kitabı, kurgusal metinler, köşe yazıları yazmak isteyen çok sayıda blog yazarı vardır. Onlar için blog sayfalarındaki faaliyetleri ile veya bu faaliyetler aracılığıyla geleneksel medyada yer bulmak arzulan bir deneyim, ulaşılmak istenen bir hedef, bir başarıdır. Bilgisayar dolayımı iletişim araçları, geleneksel anaakım medyadan yönelen ilgiyle değer kazanmaktadırlar kullanıcıların nezdinde. Söz konusu blog yazarları, kitlesel ilgi kazanmak için geleneksel medyanın tek seçeneği olduğunu düşünmektedirler. Bu durumda, geleneksel medyaya alternatif olarak algılanan bilgisayar dolayımı iletişim araçlarının, kullanıcılar için alternatif bir iletişim mecrası sayıldığını da söylemek zordur. Bu araçlar, teknolojik olarak alternatifler sunmakla birlikte, yazarlarının hedefi geleneksel medyada yer alabilmektir. *Milliyet* Gazetesi blog sayfası yazarları ile yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan başka bir çalışmada, *Milliyet* blog yazarlarının da nihai hedefinin isimlerini gazete sayfalarında görmek olduğu saptanmıştır. İki araştırmanın sonucu bu bakımdan birbirini desteklemektedir (bkz. Cantek ve Cantek, 2007).

Manuel Castells (2005), bilgisayar dolayımı iletişimin, görece yeniliğinden ve dilini henüz bulamamış olmasından dolayı, yüzyüze iletişime nazaran özgürlükçü olduğunu iddia eder. Bu sebeple Castells, bilgisayar dolayımı iletişimde, baskı altında olduklarını düşündüğü kadınların görece bir güce sahip olup, geleneksel iletişim sürecinde-

ki iktidar oyunlarını tersine çevirebileceklerine inanır (480). Somolu (2007), Afrikalı kadın blog yazarları ile görüşmeler yaparak kaleme aldığı çalışmasında, Castells'i doğrular biçimde, geleneksel ataerkil kültürün baskısı altındaki kadınların, blogları bir kaçış mecrası ve özgürleşim için bir araç olarak kullandıklarını söyler. Bloglar Afrikalı kadınlar için, kendilerini ifade etmeleri, güçlenmeleri ve diğer kadınlarla bağlantı kurmaları için bir alan açma potansiyeli taşır. Somolu, blogları kadınlara bir ses kazandıracak iletişim mecraları olarak nitelendirir (483-484). Benzer biçimde Pedersen de (2007), kadınlara görünürlük kazandıran bir blog örgütlenmesi olarak *blogher* hareketini gösterir (www.blogher.org); kadınların eğitimlerini sürdürmeleri ve kendi cemaatlerini yaratabilmeleri için örgütlenen bir ağıdır bu. Blog yazarlığının sunduğu özgürleşim imkânlarından yararlandığını belirten katılımcılardan M.G., "gerçek hayatta çok geveze birisi olmadığını ama yazarken çok daha rahat olduğunu, kendini yazarak ifade etmeyi sevdiğini" söylemektedir. M.M., bu konuda daha ilgi çekici bir örnektir. "Ben kendimi yazı yazacak biri olarak görmezdim" diyen M.M., blog sayfasını açana kadar bilgisayar kullanmayı hiç bilmediğini söylemiştir. Yemek blogu açmak istediğinden bahsettiğinde eşi, "yapamazsın, edemezsin" diyerek şevkini kırmış, onu küçümsemiş, hatta engellemiştir. Bu olumsuz tavır, M.M.'yi bu alanda teknik beceri ve deneyim kazanmak hususunda motive etmiş, yazdıklarının beğenilmesi ona özgüven kazandırmıştır. Geleneksel cinsiyet rolleri bağlamında kadının doğaya, erkeğin teknolojiye yakın olduğu ön kabulü, kadınların bilgisayar dolayimli iletişim sürecine dâhil olmaları noktasında da bir sorun olarak çıkar karşımıza. Bu sürece daha önce dâhil olmamış veya bu süreçteki pratiği mesaj alıp göndermekten ibaret olan birçok kadın için, kendine ait bir blog sayfası açmak, bunu zevkine ve beklentilerine göre tanzim etmek, sayfanın sunduğu hizmetlerden yararlanmayı öğrenmek, başlangıçta ürkütücü ve bütünüyle yabancı bir deneyimdir. Katılımcılardan bir bölümü, hiçbir yardım almadan, cesurca giriştikleri bu maceradan başarıyla çıkmış olmanın başlı başına bir tatmin sağladığını ifade etmişlerdir. [*B*]logcu.com'un ve ardından da *blogspot*'un Türkçe yönergelerinin de yardımıyla, deneme-yanılma yoluyla sayfalarını düzenlemişlerdir.

E.A. kendisi de dâhil, kadınların son yıllarda blog açmaya karar vermelerini ve blog yazarlığına rağbet etmelerini, “kendini ifade edebilme, varlığını hissettirme gibi özgüven duyguları” kazandırmasına bağlamaktadır. Blog sayfası aracılığıyla özgüven kazandığını dile getiren bir diğer katılımcı, H., “baskı hissetmeden, eleştirisiz yazma”nın özellikle kadınlara iyi geldiğini düşünmektedir. K.M. için bloglar, ev kadınlarının “başka bir dünyaya açılmalarını, monoton gündelik işlerden sıyrılıp bir şeyler üretmelerini” sağlama işlevi görmektedir. Sıralanan örnekler, özellikle ev kadını olan katılımcıların, yemek yapmak dâhil olmak üzere, ev işlerini bezdirici ve değersiz bulduklarını, onları birer üretim olarak görmediklerini, üretimde bulunmak ve özgüven kazanmak için blogları aracılığıyla evin sınırları dışına çıkmaya çalıştıklarını göstermektedir. “Dışarı çıkmak” için seçtikleri faaliyet alanı ise yine ev işlerinin, yani “içeri”nin bir parçası olan yemektir. Dışarıda olan bitenlere yaklaşımları, belki de bu sebepten ihtiyatlı ve sınırlıdır. Katılımcıların sayfaları incelendiğinde, hiçbirisinin politik gündeme dair yorumlar, eşitsizlikleri ve hak ihlallerini eleştiren metinler yazmadıkları görülmektedir. En fazla konu edilenler şehit cenazeleri, milli ve dini bayramlardır. Hatta siyaset ile ilgili konulardan bilinçli olarak uzak durulduğu beyan edilmektedir. Cinsiyet politikalarını tartışmaya açma eğiliminden de söz edilemez mesela. Ama blog faaliyeti aracılığıyla elde edilen kazanımların, kadınların siyaset ile aralarındaki mesafeyi kısaltacağı ümit edilebilir.

Bir ev kadınının evin sınırları dışına çıkmasının çok fazla yolu yoktur. Ama yeni iletişim teknolojileri, sınır ihlalini güvenle ve ev düzenini bozmadan gerçekleştirmeyi vaat ederler. Timisi, internet çağında kullanıcının kendisini isterse belirgin, isterse gizli kılma olanağına sahip olduğunu hatırlatarak, bu anlamda internet teknolojisinin “güvenli” bir mekân sunduğunu söyler (96). van Doorn ve diğerleri de, başkalarının gerçek yaşamlarını sahiplenmeden, siber uzamda kim olmak isteniyorsa o olmak fikrinin kullanıcılara cazip geldiğine işaret ederler (145). Son yıllarda, “*second life*” (ikinci hayat) olarak anılan, gerçek benliği siber uzamda hayal edilen benlikle değiştirme eğilimine sıklıkla rastlanmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarının, arkadaşlık sitelerinin, gazetelerin yorum sayfalarının ve web temelli diğer elek-

tronik iletişim türlerinin yaygınlaşması, gizem arayışının yanında, güvenlik endişesiyle de kimliğini gizleme, dönüştürme veya çoklaştırma eğilimini arttırmıştır. Binark ve Bayraktutan Sütçü'nün (2007), yeni orta sınıf gençliğinin yeni medya kullanımı üzerine yaptıkları çalışmada, Bakardjeva'nın "hareketsiz toplumsallaşma" kavramına yaptıkları gönderme bu bağlamda da açıklayıcı olmaktadır. Yazarlara göre, yeni orta sınıf genç kişiliğinin toplumsallaşması, bildik/tanıdık ve güvenilir toplumsal ağların içinde gerçekleşir, fiziksel mobilite yoktur veya sınırlıdır (161). Bizim örneğimizde, blog yazarlarının ilgi alanları ev içine ait bir etkinliktir. Yüz yüze ilişkiler bu etkinliğin olmazsa olmazı değildir. Örneğin gezi temalı bloglar, buluşmalar ve ortak etkinlikleri dayatırken, yemek temalı bloglar tekil performanslarla var kalabilirler. Ancak yemek kursları, çeşitli markaların pişirme/sunma/tatma etkinlikleri vb. yemek blogu yazarlarını da kimi zaman buluşturabilmektedir. Örnekleimize dâhil olan katılımcılardan bazılarının organize ettikleri ve "marifetlerin sergilendiği" bir platforma da dönüşen blogcu piknikleri bu durumun istisnasıdır. Öte yandan, blog yazarlarının çoğunun ortak sorunu olan zaman darlığı ve güvenlik endişeleri de yüz yüze ilişkileri mümkün kılmamaktadır.

Blog sayfalarına rumuzlarla veya takma adlarla giren katılımcılar, buna gerekçe olarak internet suçlarını ve suistimalleri göstermektedirler. Sayfalarına kendilerinin veya ailelerinin fotoğraflarını koymayanlar, sadece yemek tarifi vermek ve yaptıkları yemeğin fotoğrafını yayınlamakla yetinenlerdir. Sayfalarında fotoğraflarına, iletişim bilgilerine yer verenler ise tarif verirken veya bir yemeğin "hikâyesi"ni anlatırken, geri planda kendi hikâyelerini de anlatanlardır, ki bunlar görüşülen blog sahipleri arasında çoğunluktadır. İkinci grup blog sahiplerinin de kendilerinin ve yakın çevrelerinin mahremiyetleri, güvenlikleri konusunda endişeleri vardır. Görüşülen hiç kimse internet ortamını tam anlamıyla güvenli bulmamaktadır. Ancak internet aracılığıyla sosyalleşmenin avantajı, Timisi'nin vurguladığı gibi (2005), internetin güvenli bir mekân sunmasıdır. Bir eğretilenle tarif edecek olursak, tıpkı evin balkonunda oturmak gibidir internet aracılığıyla sosyalleşmek. Hem evin güvenli kozasında olmak, hem de sokağın "seyrine dalmak". Adeta güvenli bir el dışarıya uzatmaktadır kişiyi.

Ama orada bırakmamaktadır. Dışarıda başka hayatlarla tanışılır; gözetlenir/gözetlenilir; çatışılır/uzlaşılır ama gerekli görüldüğünde içeri kaçar. Bloglar aracılığıyla kendiliğın sunumu ve mahremiyet üzerine çalışan McCullagh (2008), Gumbrecht'e referansla, blogların "kurtarılmış bölgeler" olduklarını söyler. Blog yazarı orada duyguları ve deneyimlerini aktarırken kendini güvende hisseder. Okur yorumlarını denetim altında tutabilmek imkanı da bu hissi güçlendirir (McCullagh, 2008: 10). Turkle, çevrimiçi dünyada "ikinci bir ben" in üretildiğini öne sürer; bedensiz çevrimiçi karşılaşmalar, insanların arzulanmayan fiziksel özelliklerini gizlemelerine olanak verirken, anonimlik de kişilerin kendilerine bir biyografi ve kişiliklerini yeniden yaratmalarına izin verir (aktaran Binark, 2009).

Katılımcılardan İ.B., çocuk sahibi olduktan sonra işinden ayrılmıştır. Blog yazarlığı, bir türlü alışamadığı ev kadınlığı rolünü, eve kapanmanın yarattığı depresyonu çekilir hale getirmektedir: "Evden çıkmadan beni meşgul edecek ve eğlendirecek bir şey bulmuştum". K., blogu ile ilgilenerek geçirdiği zamanı "kendine ayırdığı kaliteli ve güvenli bir zaman olarak" görmektedir. E.P. ise kendisi için vazgeçilmez olan interneti güvenli bulmadığından, sayfasında hiçbir kişisel bilgiye yer vermemektedir. Siber uzamın yarattığı tedirginlik, hatta korkunun gerekçesi, "hacker"lardan ahlak dışı ve hakaretimiz bulunan mesajlara, sayfalardaki yazılı ve görsel malzemenin izinsiz kullanımından *spam* maillere kadar çeşitlenmektedir. Dile getirilmeyen, bilinçdışı işleyen bir süreç olarak, bilgisayar ekranı aracılığıyla tanışılan ve ortak zevklerin paylaşıldığı, bazen güçlü bağlar kurulan blog arkadaşları ile ilgili tereddütler ve bilinmezliklerin yarattığı rahatsızlıklardan da bahsedilebilir. Bilgisayar dolayımı iletişim cezbedici olduğu kadar ürkütücüdür de. Onun aracılığıyla yaşanan her şey, aracın kendisinin yarattığı çekincelerle maluldür.

Toprak ve diğerlerinin *Facebook*'ta gerçekleştirilen çevrimiçi etkinliklerin niteliğine ilişkin saptamaları (2009), örneklemimize dâhil olan bloglarda tersinden işlemektedir. Araştırmacılar, *Facebook* türü sosyal paylaşım ağlarının önceliklerinin, gerçek hayatta kurulmuş olan ilişkiler olduğunu savunurlar. Bu ağa dâhil olanlar, arkadaş olarak eklemek

için, daha önceden tanıdıkları kişilere öncelik tanırırlar (Toprak, 2009: 61). Oysa blog arkadaşlığı, daha çok çevrimiçi etkinlikler sırasında kurulan ilişkilerin ürünüdür. Gerçek hayattaki ilişkiler de sürdürülmele birlikte, bloglar çoğunlukla yeni tanışıklıklar ve dostluklara vesile olur. Sanal arkadaşlıklar, bazen gerçek hayattaki arkadaşlıklara dönüşür. Blog yazarlarına bu imkânı veren şey, blog faaliyetinin etki-leşimsel olmasıdır. Her yazarın kayıtlı takipçileri ve bunun yanında kayıtlı olmayan okurları vardır. Takipçiler diğer blog sahipleridir ve izlemeye aldıkları kişinin sayfasında görünürler. Okurlar ise blog yazarını -sayfasına kısıtlama getirmemişse- görünmeden takip eden kişilerdir ve potansiyel olarak tüm internet kullanıcıları okur olabilirler. Onların varlıkları ancak yorum bıraktıklarında fark edilebilir. Miller ve Mather, web tabanlı sayfalarda benliğin temsili konusundaki çalışmalarında, erkeklerin daha kısa yazdıklarını, kadınların ise kendilerinden daha fazla bahsettiklerini, okurlarına daha fazla gönderme yaptıklarını saptamışlardır (aktaran van Doorn vd., 2007: 145). Katılımcılar, bir blog yazarı için yazılarına, fotoğraflarına ve ekledikleri diğer şeylere yorum almanın, yani okurlarının önemini vurgulamışlardır. Yorumlar, blog sahibinin popülaritesi ve başarısının göstergesi sayılmaktadır. Kayıtlı izleyici sayısının da benzer bir etki yarattığı düşünülmektedir. Bunun yanında, çok tıklanan, yorum alan ve çok sayıda takipçisi olan yazarlar, firmalardan reklam alabilmekte, geleneksel medyada yer bulabilmektedirler. Böylelikle blog sayfası hem yazar, hem de reklam verenler için gelir kaynağına dönüşmektedir. Katılımcılardan bazıları, sipariş üzerine yemekler hazırlayarak, bazıları da pazarlama zincirlerine dahil olarak⁶, blogları aracılığıyla gelir elde etmektedirler. Özellikle ev kadınları için çok önemli bir kazanımdır bu.

Castells, bilgisayar dolayımı iletişim farklı toplumsal özelliklere sahip insanlar arasında bağlantılar kurmayı kolaylaştırdığını söyler. Özellikle kadınların bu aracın koruması altında kendilerini daha açıkça ifade edebileceklerini düşünür:

6 *pasaj.com* ve benzerleri, blog sahiplerinin el emeklerinin pazarlanmasına aracılık eden organizasyonlardır.

(...) sosyalleşme, toplumsal olarak tanımlanmış sınırların ötesinde genişler. Bu anlamda internet, hızlı bir bireyselleşme ve çözülme sürecinde olduğu düşünülen bir toplumda, toplumsal bağların geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Sanal bağlar, bağları giderek uzamsal olarak dağıldığından, çok sınırlı sosyal hayatlar yaşayacak olan insanlara toplumsal bağlar kurma fırsatı tanır (479-480).

Lena Karlsson da (2007), okur yorumları, mesajlar ve çevrimiçi yazışmaların, blog yazarlarının otobiyografik performanslarına katkıda bulunduğunu savunur. Karlsson'un kadın blog yazarlarına bırakılan yorumlara ilişkin araştırması, takipçilerin blog yazarlarının etkinliklerini pembe dizilere benzettiklerini ortaya çıkarmıştır. Takipçiler, bir süre sonra karakter özellikleri, huyları, sosyal çevreleri hakkında bilgi sahibi oldukları blog yazarlarının yeni maceralarını merakla bekler hale gelmişlerdir (139-148). McCullagh (2008), Karlsson'a benzer biçimde, blogların düzenli okurlarının, bu yazıların ardındaki "ses"i veya "kişiliği" tanımlayabilecek duyarlılığı kazandıklarını söyler. Öyle ki, bir blog arşivi, yazarın ilgileri ve deneyimleri yoluyla, onun bir portresinin oluşturulması niyetiyle takip edilir hale de gelmektedir (3). Katılımcıların sayfaları incelendiğinde, doğumlar, düğünler, çocukların büyüme serüvenleri, eşlerle ilişkiler, iş arama telaşı, hastalıklar ve tedavi süreçlerinin, blog arkadaşlarınca takip edilmekte, tavsiyeler ve moral destek verilmekte olduğu gözlenmiştir. Özgüven kazanma; sosyal çevrenin (sanal da olsa) zenginleşmesi; kendiliğin inşası ve sunumu gibi konularda blogların etkileşimsellikleri açılım sağlamaktadır. Katılımcılardan C.D., takipçilerinin ilgisinin "düzenli yazmak konusunda kendisini terbiye ettiğini" düşünmektedir. E., sayfasına bir tarif koyduktan sonra, 15 dakikada bir, yorum gelmiş mi, diye kontrol etmektedir. Castells'in savını doğrular biçimde, "sosyal ilişkiler zayıfladığı için, özellikle ev kadınlarının arkadaş edinmek için blog yazarlığı yaptıklarını" savunmaktadır E. Bu savı, yorumları hevesle ve sabırsızlıkla beklemesini de açıklamaktadır. Benzer biçimde, yorumlar, diğer bir katılımcıya, H.'ye, "kendini önemli hissettirmektedir". N.G.'nin gündelik yaşamından beslenen yazıları, yorum kutusuna "Bir sonraki postunu merakla bekliyorum"; "Geçen hafta bahsettiğin, balkondan görünen akasya ağacına asılı çoraptan ne haber?"; "Bu tam

sana uygun bir tepki olmuş” türünden yorumlarla karşılaşmaktadır örneğin.

E.P.’ın yorumlara ilişkin saptaması ise diğerlerininkinden farklılaşmaktadır. Ona göre, yorumları, kendisinininkiler de dâhil olmak üzere, blog yazılarına süreklilik kazandırır da, bir süre sonra “al gülüm, ver gülüm”e dönüşmektedir. Her blogun zamanla sabit bir yorumcu topluluğuna sahip olduğunu, birbirlerinin takipçisi olan yazarların, sırf yazmış olmak için, her yazıya, bazen gereksiz ve anlamsız yorumlar bıraktıklarını söylemektedir. Bunun sebebinin de, birbirlerinin popüleritesini arttırmak olduğunu eklemektedir. Mesela: “Ayyy, ne tatlısın”; “Her zamanki gibi çok leziz”; “Eline sağlık”; “Yine döktürmüşsün” türü yorumlar biteviye yinelenmektedir. Popülerite kazanma arzusu, blog yazarları arasındaki rekabeti de arttırmaktadır. “Etkinlikler” adı altında yapılan organizasyonlar, organizasyonu yapan blog yazarının şöhretini ve takipçilerini çoğaltmaktadır. Etkinlikler, pasta süsleme, seçilen bir malzeme ile çok sayıda tarif üretme, çay saatleri için menüler hazırlama ve benzeri faaliyetlerdir. Etkinliğe ev sahipliği yapan, yani etkinliğin temasını belirleyen blog sahibi, diğerleri arasından sıyrılmaktadır. P.S.S., bloglar aracılığıyla kurulan arkadaşlığın “komşuluk gibi” olduğunu düşünmektedir. Etkinlikler de kabul günleri gibidirler. Herkes marifetini sergiler, tarifler paylaşılırken sorunlar ve mutluluklar da paylaşılır. P.S.S. yemeklerden çok birbirlerini merak ettiklerini vurgulamaktadır. K.M. de benzer biçimde, “...bu tip paylaşımlar sonucu görüyoruz ki, genelde sorunlar ortak ya da farklı olsa bile fikir alışverişinde bulunuluyor” demektedir. Binark, Levy’ye referansla, dijitalliğin özelliğinden dolayı, yazar ve okur, performe eden ve izleyen, yaratıcı ve yorumcu arasındaki farkın silindiğini, nihai alıcının bir diğerinin etkinliğine katkıda bulunabileceği bir yapı içerisinde bulunduğunu, böylece nihai imzanın ortadan kalktığını söyler (2009). Yani, sanal ortamın etkileşimselliği, ortak bir kadınlık bilgisi, dayanışması, üretmeye mecra sunmaktadır.

Sonuç

Özel alana ait olan mutfak, son yıllarda dünyada ve Türkiye’de popülerleşen bloglar aracılığıyla kadınların sanal kamusal alana çıkmalarına vesile olmuştur. Mutfağın özgürleştirici potansiyeli, neoliberalizmin yeni birey kurgusunda gastronomik etkinliklerin ilgi ve değer kazanmasıyla da bağlantılıdır. Yeme-içmeye dair her şey, medya içerikleri, hobi dünyası, sağlıklı yaşam ideali, turizm vb. aracılığıyla tüketim kültürünün bir parçası haline getirilmiş ve mutfağa dair her şey karlı bir sektöre dönüşmüştür. Dolayısıyla, ev içlerine ve kadınlara terk edilemeyecek kadar önem arz etmeye başlamıştır. Sanal dünyanın e-günlükleri olarak tanımlanan bloglarda mutfak deneyimlerini paylaşan kadınların sayıca artması da mutfağın itibar ve sıradan bir ev işi olmanın ötesinde bir anlam kazanmasının neticesidir. Kadın, mutfak, teknoloji ilişkisinin ve mutfağın özgürleştirici potansiyelinin nasıl kurulduğunu saptamaya yönelik bu çalışma, yemek blogu sahibi olan kadınların, kadınlara ait olduğu düşünülen bir dünyayı, erkeklere ait olduğu düşünülen bir başka dünyaya nasıl uyarladıkları sorusuna odaklanmıştır. Benliğin sunumunda ve toplumsallaşmada bilgisayar dolayimli iletişim araçlarından biri olan blogların katkıları ve işlevleri sorgulanmıştır. Sonuçta, yemek bloglarının, özel olanın da politik bir değeri olduğunu kanıtlamak, kadınların sosyalleşmeleri, özgüvenlerini, yaratma ve yazma yeteneklerini, bilgisayar dolayimli iletişime katılma becerilerini geliştirmeleri konusunda destekleyici bir unsur olabilecekleri ortaya çıkmıştır. Kadın blog yazarlarının yazı dolayımıyla birbirleriyle kurdukları ilişkiyi, kadınların kendilerini ifade etmelerinin en eski yollarından biri olan mektuplaşmaya benzetebiliriz. Sözle ve yazıyla kamusal alanda görünür olamadıkları dönemlerde kadınlar, çeşitli ruh hallerini, günlük hayatın akışını mektup yazarak en azından hemcinslerine ve/veya yakınlarına anlatmışlardır. Pythagorasçıların mektupları, kadınlara ait, sahip olunan en eski metinler arasındadır. Madame de Sevigne’in mektupları ise kadınlar tarafından yazılan ilk edebi eserlerdendir. Daha sonra, sürekli mektuplaşmak kadınların düzenli işlerinden biri, mektuplar ise değerli bir kişisel ve ailevi bilgi kaynağı haline gelmiştir (Duby ve Perrot, 2005: 13). Hitap tarzları, içerikleri, hatta görünüşleri itibarıyla günlüklerin

yanı sıra mektupları da andıran bloglar, mektuplaşma geleneğinin devamı sayılabilirler. Posta kutusu yerine *inbox*'u açarak yalnızlığını giderecek cevabı beklemek de bu deneyime dahildir. Blog yazarlığı deneyimiyle birlikte, yazıya dökülen hayatın değer kazanıp bir hikâyeye dönüştüğünü keşfetmeye başlamıştır kadınlar. Farklı hikâyeler birbirleriyle karşılaşma imkanı bulmuş, benzer hikâyeler ise çoğunlukla sağaltıcı bir işlev görmüştür. Esquivel'in de dediği gibi: "Biz bazı kadınlar yazmak için eril olana ayrılan yaratıcı zekâyı kullanırken çocuk sahibi de oluyoruz, yaşamı içimizde duyumsuyoruz (...), dünyayı oluşturan elementler ve onların yasalarıyla dolaysız ilişki kuruyoruz, (...) dişil olana ayrılan bütün bunları da yapıyoruz" (79).

Kaynakça

- Akgökçe, Necla (2006). "Bir Kadın Alanı Olarak Mutfak, Şaşıklı Sofraların Ardındaki Emek." *Yemek ve Kültür* 6. www.yemekvekultur.com. Erişim tarihi: 20.10.2009.
- Atasoy, Sevil (2006). *Labirent, Adli Bilimlerin Gizemli Dünyası*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Aydoğan, Aylin ve Haluk Geray (2010). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik." *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Bülent Çaplı, Hakan Tuncel (der.) içinde. Ankara. 305-322.
- Bayraktutan Sütçü, Günseli (2009). "Türkiye'de Blogosferin Ahvali Üzerine..." *Evrensel Kültür* Aralık sayısı. www.yenimedya.wordpress.com. Erişim tarihi: 04.02.2010.
- Binark, Mutlu (2009). "Yeni Medya Dolaylı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı." *Evrensel Kültür* Aralık sayısı. www.yenimedya.wordpress.com. Erişim tarihi: 05.04.2010.
- Binark, Mutlu ve Günseli Bayraktutan Sütçü (2007). "Teknogünlüklerdeki Çok(lu) Sessiz Yaşamlar: Yeni Medyanın Sessiz Enstrümanları-Yeni Orta Sınıf Gençlik." *Yeni Medya Çalışmaları*. Mutlu Binark (der.) içinde. Ankara: Dipnot. 147-177.

- Bora, Aksu (2009). "Rüyası Ömrümüzün Çünkü Eşyaya Siner." *Cins Cins Mekan*. Ayten Alkan (der.) içinde. İstanbul: Varlık. 63-76.
- Cantek, Funda ve Levent Cantek (2007). "Artık Ben De Bir Yazarım, Milliyet Gazetesi Blog Sayfası ve Blog Yazarlığı." *Galatasaray İletişim Dergisi* 7: 27-54.
- Castells, Manuel (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Cilt: 1*. Çev., Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayını.
- Duby, Georges ve Michelle Perrot (2005). "Kadınların tarihini yazmak." *Kadınların Tarihi, Ana Tanrıçalardan Hristiyan Azizelere, Cilt 1*. Georges Duby ve Michelle Perrot (der.); Pauline Schmitt Pantel (bölüm der.) içinde. Çev., Ahmet Fethi. İstanbul: İş Bankası. 9-23.
- Giard, Luce, vd. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi II*. Çev., Çağrı Eroğlu ve Erkan Ataçay. Ankara: Dost.
- Esquivel, Laura (2010). *Saklı Lezzetler, Mutfağa Felsefi Bir Yaklaşım*. Çev., Olcay Öztunalı. İstanbul: Can.
- Goffman, Erving (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Çev., Barış Cezar. İstanbul: Metis.
- Karlsson, Lena (2007). "Desperately Seeking Sameness." *Feminist Media Studies* 7(2): 137-153.
- Kaye, Barbara K. (2005). "It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs." *Atlantic Journal of Communication* 13(2): 73-95.
- McCullagh, Karen (2008). "Blogging: self presentation and privacy." *Information&Communications Technology Law* 17(1): 3-23.
- Newsweek Türkiye*. "Annemin Tariflerini Kaybetmemek İçin." 30 Ağustos 2009. www.newsweekturkiye.com. Erişim tarihi: 15.09.2009.
- Öğretmenler Sitesi*. "İnterneti Hangi Amaçla Kullanıyoruz?" www.ogretmenlersitesi.com. Erişim tarihi: 04.06.2009.

- Pedersen, Sarah (2005-2006). " 'Women Users' Motivations For Establishing and Interacting with Blogs." *Journal of the Book* 3(2): 85-90.
- Pedersen, Sarah (2007). "Gender Differences in British Blogging." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4). www.jmc.indiana.edu. Erişim tarihi: 06.12.2010.
- Somolu, Oreoluwa (2007). "Telling our own stories: African women blogging for social change." *Gender&Development* 15(3): 477-489.
- Timisi, Nilüfer (2005). "Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi." *İnternet, Toplum, Kültür*. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.) içinde. Ankara: Epos. 89-105.
- Toprak, Ali, vd. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım."* Ankara: Kalkedon.
- van Dijk, Jose (2007). "Writing the Self: of diaries and weblogs." *Sign Here! Handwriting in the Age of New Media*. Sonja Neef, Jose van Dijk, Eric Ketelar (der.) içinde. Amsterdam: Amsterdam Univesity Press. 116-134.
- van Doorn, Niels, vd. (2007). "Writing From Experience: Presentations of Gender Identity on Weblogs." *European Journal of Women's Studies* 14(2): 143-158.
- Wichterich, Christa (2004). *Küreselleş[tilen] Kadın, Eşitsizliğin Geleceğinden Raporlar*. Çev., Tunç ve Füsün Tayanç. Ankara: TSBD Yayını.
- Wilson, Trish (2005). "Women in the Blogosphere." *Off Our Backs* 35: 51-55.
- Yavuz, Şahinde (2009). "Mutfak ve Kadınlar: Mutfak Kadınlara Ne İfade Eder?" *Medya ve Kültür, Karaelmas 2009*. Nurçay Türkoğlu ve S. Toprak Alayoğlu (der.) içinde. İstanbul: Urban. 439-455.

Görüşmeler

H.T., H., E.P., E.A., E., K.M., M.G., P.M., P.S.S., P.P., G.S., D.S., M.H., İ.B., N., B.Y., M.M., Ne., C.S., C.D., K.M., T., A.T., Z., A. ile Kasım-Aralık 2009 tarihleri arasında e posta yoluyla, G.C., N.G., B.D., N.E ile Nisan-Mayıs 2010 tarihleri arasında yüz yüze yapılan görüşmeler.