

YOUTUBE PLATFORMUNDA KATILIMCI KÜLTÜR BAĞLAMINDA BABALIK TEMSİLLERİ

Çağla ÇAVUŞOĞLU*

Özet

Bu çalışma babalık kavramının tarihsel dönüşümünü ve değişimini göz önünde bulundurarak son dönemde yeni medyadaki babalık temsillerini katılımcı kültür ürünleri aracılığıyla incelemeye çalışmaktadır. Çalışma, Youtube platformundaki katılımcı kültür içeriklerinde babalık temsillerini incelerken karşılaştığı temsilleri Ruth Wodak'ın (2007) söylem tarihsel eleştirel analiz yaklaşımı temelinde dört söylem kategorisi (kurucu, idame ettirici, dönüştürücü, yıkıcı) çerçevesinde tartışmaktadır. Babalık çeşitlerinden "ilgili babalık" türünün yeni medyadaki görünürlüğünü tespit etmek isteyen bu çalışma "Yeni Medyada Hayran ve Katılımcı Kültür Bağlamında Babalık Temsilleri" adlı doktora tezinden üretilmiştir. Doktora tezinin örnekleme, etiketleme yöntemi sonucunda ulaşılan babalık ile ilgili profesyonel olmayan kullanıcıların ürettiği 241 Youtube içeriğinden oluşmaktadır. Bu çalışma ise tez çalışması sırasında incelenen bu içeriklerden yalnızca "ilgili babalık" davranışı sergilediği gözlemlenen 13 kanalın içeriklerinin oluşturduğu söyleme odaklanmaktadır. Wodak'ın söylem tarihsel eleştirel yaklaşımına göre dönüştürücü ve yıkıcı söylemlerin gözlemlendiği bu içeriklerde, Türkiye'deki babalık türleri içinde ilgili babalık tutum ve davranışını benimseyenlerin ataerkil ideolojinin toplumsal cinsiyet rol dağıtımında babaya atfettiği kurucu söylemi dönüştürecek nitelikte söylemler üretildiği görülmektedir. Babalık temsilleri iletişim çalışmalarında daha çok ele alınan bir konu olduğunda karşılaşılan ilgili baba profilinin artacağı ve daha görünür kılınacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Babalık, erkeklik, katılımcı kültür, Youtube

*İstanbul Arel Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Öğr. Gör., ORCID: 0000-0002-2555-9148

THE REPRESENTATIONS OF FATHERHOOD WITHIN THE CONTEXT OF PARTICIPATION CULTURE ON YOUTUBE

Çağla ÇAVUŞOĞLU*

Abstract

This study analyzes the representations of fatherhood through new media by taking into consideration of the transformation and the change of the concept of fatherhood. This study, searching for representations of fatherhood in participation culture contents on YouTube, tries to analyze fatherhood discourses in four discourse categories; constructive (constructing ideologies), preservative (conservation and reproduction of existing ideologies), transformative (aiming at changing existing ideologies) and destructive (aiming at dismantling ideologies), based on Ruth Wodak's discourse historical approach. This study is derived from a PhD thesis called "The Representations of Fatherhood within the context of Fan and Participation Culture on New Media". The samples of the thesis are 241 video contents on Youtube produced by nonprofessional users and found by using some certain hashtags related to fatherhood. This study focuses only on fatherhood discourses produced by 13 Youtube channels' contents in which "involved fatherhood" is observed. These contents, on which transformative and destructive discourses are formed according to Wodak's approach, can represent fathers, who internalize involved fatherhood behaviors among fatherhood types in Turkey, produce discourses which can transfer gender roles assigned by patriarchal ideology. It is thought and believed that when fatherhood representation is discussed as a study subject more in communication studies, involved father profile will increase and involved fatherhood will be more visible.

Keywords: *Fatherhood, masculinities, participation culture, YouTube*

* *Istanbul Arel University, School of Foreign Languages, Lecturer, ORCID: 0000-0002-2555-9148*

YOUTUBE PLATFORMUNDA KATILIMCI KÜLTÜR BAĞLAMINDA BABALIK TEMSİLLERİ

GİRİŞ

Modern çağda toplumsal cinsiyet rollerinin tespitine, değişimine ve dönüşümüne ve bu değişimlerin nerelerde ve nasıl görüldüğüne dair çalışmalar yapılmaktadır. Feminist çalışmalar, queer teori, erkeklik ve babalık çalışmaları bu roller üzerine odaklanmaktadır. Toplumda ayrıcalıklı bir konuma sahip olduğu düşünülen erkeklerin ve babaların rolleri üzerine yapılan araştırmalar erkeklik ve babalık rollerinin tarihe, döneme, kültüre ve topluma göre değişiklik gösterse de genel hatlarıyla ataerkil toplumlarda benzer kalıp yargılara sahip olmasının yanı sıra modern çağın değişim rüzgârından etkilendiğini de ortaya koymaktadır.

Erkeklik çalışmalarının yaygınlaşmasıyla tek tip bir erkeklik olmadığının ortaya koyulması (Connell, 1987, 1990, 1994, 2005; Donaldson, 1993; Seidman, 2009; Sancar, 2009) beraberinde tek tip bir babalığın olmayabileceği sorgulamasını getirmiştir. Bu bağlamda farklı babalıkların da olabileceği varsayımından yola çıkan çalışmalar sayesinde döneme, kültüre, topluma göre farklılıklar gösterdiği gözlemlenen babalıkların aynı dönem, aynı kültür ve aynı toplum içinde de farklı türlerde olabileceği anlaşılmaya başlanmıştır. Bu çalışma da farklı tür babalıkların neler olduğu sorusundan çıktığı yolda yeni medya katılımcı kültür içeriklerindeki babalık temsillerini inceleyerek “ilgili babalık” davranışlarının görünürlüğünü tespit etmeye çalışmaktadır.

Tarihsel olarak babalığın başlangıcı tarımın başlangıcı olarak varsayılabilir (Ergin ve Özdilek, 2014: 4). Bu bağlamda babalık ile ataerkilliğin aynı dönemde kavramsallaşmaya başladığı söylenebilir. Antik Yunancada bir soyun reisi anlamına gelen “patriarkhes”ten türeyen patriarka (ataerki) babalıkla ilişkilendirilir (Bozok, 2018: 32). Daha sonra genel anlamda bu kavram din lideri, kilise lideri ve toprak sahibi anlamlarında da kullanıldığında babalık kavramının erkeğin sadece biyolojik olarak baba olmasını anlatmak için kullanmadığı, aynı

zamanda kültürel bir erkeklik örüntüsünde erkek egemen ilişkilerin içinde hâkim ataerkil erkeklik kodlarından beslenerek şekillenen bir kavram olarak karşımızda durduğu anlaşılmaktadır. Türkiye özelinde ise babalık kavramının kavramsallaşmasını, tarihsel değişimini, farklı ortamlardaki temsilini inceleyen birçok çalışma (İnci, 2002; Tecik, 2012; Zeybekoğlu, 2013; Akçınar, 2017; Bozok, 2018; Tol ve Taşkan, 2018; Metindoğan, 2015; Topçu, 2016), içinde güç ve eşitsizlik barındıran bu yapının tarihsel süreçte nasıl dönüşümler yaşadığını ortaya koymaktadır.

Babalık temsilleri ile ilgili günümüzde birçok alanda çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışma kendine çalışma evreni olarak yeni medyayı seçmiştir. Yeni medya alanının henüz “yeni” olması nedeniyle daha çok çalışma yapılması gerektiğine olan inançla harekete geçen bu çalışma Youtube platformunda katılımcı kültür içeriklerini inceleyerek literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir. İzleyicilerin veya kullanıcıların içerik üretimine katkıda bulunarak bir kültür oluşturdukları görüşüyle, içerik üreten profesyonel olmayan babaların ürünlerinde babalık temsillerinin incelendiği bu çalışmada ilgili babalık davranış modelinin izi sürülecektir.

Güç, erk, ideoloji ve eşitsizlik kavramlarıyla ilişkisel bir yapısı bulunan babalık kavramının incelenmesi bu çalışmada Ruth Wodak’ın söylem tarihsel eleştirel yaklaşımını kendine temel edinmektedir. Söylem tarihsel yaklaşımın dört kategorisinden (kurucu, idame ettirici, dönüştürücü ve yıkıcı) ikisini (dönüştürücü ve yıkıcı) ilgili babalık davranış modelini benimsediği gözlemlenen babaların içeriklerinde aramaktadır.

1. Yeni Medya ve Katılımcı Kültür

Geleneksel medyanın aksine yeni medyada iletişim teknolojilerinin sağladığı etkileşim özelliği sayesinde kullanıcılar pasif birer izleyici olmanın ötesinde artık görüşlerini belirtebilir, içeriği yeniden paylaşıp içeriğin yayılmasını sağlayabilir ya da kendi başına sıfırdan bir içerik üretilip yayabilirler. Web 2.0 “kullanıcı”yı yaratmıştır. Artık bir birey medya platformlarını “kullanmak”tır. İster içeriği izleyerek ister beğenerek ister beğenmeyerek ister yorum yaparak

ister paylaşarak isterse de kendisi bir içerik üretilip yükleyerek o platformun bir kullanıcısı haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin verdiği bu üretim gücüyle geleneksel medyanın verili ideolojilerine toplum tarafından alternatif yaratılabileceği fikri tartışılmaya başlanmıştır.

Eleştirel kuram bu fikre katılmayarak yeni medyanın geleneksel medyadan tek farkının kullanım biçimi olduğunu varsayar. Yeni medyanın olanaklarıyla içerik üretilip yayabilen sıradan bireylerin emeklerinin bu platform sahipleri tarafından sömürüldüğünü düşünen bu yaklaşıma göre (Fuchs, 2012; Van Djick, 2009, Terrenova, 2004) bu farksızlığın temel nedeni yeni medyanın ekonomi politikasıdır. İçeriği üreten kullanıcı olsa da son tahlilde o içeriğin o platformda yer almasına karar verecek olan o platformu elinde tutan sermayedir. Sermayenin kapitalist üretim ilişkileri içinde hareket ettiği bilincinden yola çıkıldığında bu içerik üreticilerinin ne kadar “özgür” içerikler üretilip yayabildiklerinin tartışılması gerektiğine inanan bu bakış açısı yeni medyanın bir kamusal alan olduğu fikrine de şüpheyle yaklaşmaktadırlar.

Dallas Smythe'nin (1977) literatüre kazandırdığı “bir meta olarak izleyici” kavramsallaşması sonrasında medya içeriklerindeki izleyici emeği tartışılır olmuştur. İzleyicinin reklam verenlerin satın aldığı bir meta olduğuna inanan Smythe (1977:3) satın alınan bir meta olarak izleyicinin, medya içeriğini ilgiyle izleyerek reklamı yapılan markalar için talep yaratma görevini üstlendiğini, bununda da izleyici emeğini ortaya çıkardığını belirtir. Bu emek için izleyiciye ödenen bir ücret olmamakla birlikte, izleyici seçtiği bir içeriği izleyerek “ödüllendirilir”. Bu yaklaşım temelinde yeni medyaya da benzer bir yaklaşımla bakan eleştirel kuramcılar, yeni medya teknolojileri sayesinde izleyicilerin sadece içeriği izlemediğini, kullanıcı olarak içerik üretmeye katkıda bulduklarını (user-generated content) dile getirirler. Fuchs (2012), geleneksel medya için kullanılan meta olarak izleyici kavramından yola çıkarak yeni medya kullanıcılarını üreten-tüketici (prosumer) kavramıyla açıklamaktadır. Fuchs'a göre, yeni medya platformlarını kullanan, içerik üreten, fotoğraf paylaşan, video yükleyen, profillerini güncelleyen bireyler metalaşmış birer izleyicidir çünkü bu üretim büyük veri tarafından işlenerek sömürü yaratmaktadır ancak platformlar

sağladığı hizmetlerden para almayarak bunu fark ettirmeden yapmaktadır. Sosyal medya platformları için kamusal alan ve katılımcı demokrasi kavramlarının kullanılması adına sosyal medyanın ekonomi politiğinin incelenmesi gerektiğine inanan Fuchs'a göre ortak üretimin güçlendirilmesi ve ekonominin ve internetin demokratikleştirilmesi için çaba sarf edilmelidir (Fuchs, 2016: 248). Dahlgren ve Olsson (2007: 198) de internetin neden olduğu sonuçların bireylerin gerçek kamusal alan ümidini yerle bir eden bir araç olarak varlığını koruduğunu, bunun sonunda da bir dijital uçurumun yaratıldığını belirtmektedir.

Bu bağlamda eleştirel perspektifin yaklaşımına göre iletişim teknolojileri toplumsal yapının ve iktidar ilişkilerinin oluşturulmasında ve sürdürülmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Yeni medya sermayesini elinde tutanlar tarafından internet ve sosyal medya tahakküm ve baskı aracı olarak kullanılabilir. Sıradan bireyin toplumu ilgilendiren konularda kısa sürede katılımına olanak tanıyan bu yapıya eleştirel yaklaşılmasının gerektiğine inanan bu yaklaşıma göre yeni medya teknolojileri sanal gerçeklikler yaratıp bireylerin gerçeği algılayış biçimlerini değiştirmektedir. Bireyler farkında olmadan sosyal medya ile hâkim ideolojiler tarafından daha kolay yönlendirilmekte ve istenilen davranış örüntülerine ulaştırılmaktadır. Sosyal medya hâkim görüşün bakış açısını yeniden üretmekte ve idame ettirmektedir. Eleştirel kurama göre, yeni medya bir kamusal alan izlenimi verse bile, son tahlilde kapitalist sistem düzeni ve kapitalist ilişkiler değişmedikçe daha da tehlikeli bir sömürü ortamı haline almaktadır.

Yeni medyayı geleneksel medyaya nazaran katılım kültürü yaratılması için daha uygun bir ortam olarak gören kuramcılardan Henry Jenkins (2006) katılımcı kültürde, bir topluluğun tüm üyelerinin, yenilere kendi yollarını bulabilmeleri için yardımcı olma sorumluluğunu üstlendiklerini belirtir. Jenkins'e (2006) göre, Web 2.0 olumsuzluklara neden olan bir ortam sağlamamakla birlikte sağladığı teknolojik altyapı sayesinde sosyal medya platformları katılımı arttırıp çeşitlendirerek çok uzun yıllara dayanan hayranlık kültüründen köklerini alan kültürel pratikleri daha görünür kılmıştır. Katılımcı kültürün doğmasına neden olan bu pratikler sayesinde toplumsal yapının katmanları genişlemektedir.

Bu yeni medya döneminde geleneksel medya ile yeni medya aynı potada erimeye başlamış, sıradan vatandaşın üretimi profesyonellerin medyası ile karşılaştırılmaya başlanmış, doğal olarak medya üreticisi ve medya tüketicisinin güçlerinin karşılaştığı bu ortamda bireyler karmaşık ağ yapılarında iletişime geçerek, katılım kültürü üretmekte, yeniden üretmekte ve dolaşıma sokmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişimi sonucunda kitleler uzman medyasını da bireysel medyayı da kişisel amaçlarına yönelik kullanabilmektedir.

Raymond Williams'ın kültürü tanımlarken kullandığı “insan deneyimlerinin toplamı” kavramından yola çıkan Jenkins'e (2006: 2) göre katılımcı kültür, kişinin etkileşimleri aracılığıyla toplu ya da bireysel karar verme yeteneğini içeren geniş bir çerçevede bireyin kendini ifade etme becerilerini kapsayan bir kültürdür. Katılımcı medya diye bir olgu olmadığını iddia eden Jenkins platformlar ve teknolojilerin katılımcı olamayacağını sadece katılımcı kültürlerin oluşmasına aracılık edebileceğini belirtmektedir.

Katılım birçok farklı yolla olabilir. Kimi kullanıcı doğrudan üretim alanında faaliyet gösterirken kimisi ürünü yayarak kimisi de sadece o ortamda bulunarak katılımcı kültüre katkıda bulunabilir. Bu bağlamda Jenkins'in (2006) söylediği gibi katılım için herhangi bir engelin olmadığı sosyal medya katılımcı kültür için benzersiz bir platformdur. Kullanıcılar kendilerini ifade edebilecekleri içerikleri üretebilir, diğerleriyle iletişime geçerek ürettikleri bu içerikleri paylaşabilir ve onların yayılmasını sağlayabilirler. Bu sürece dahil olan herkes (izleyen, okuyan, beğenen, beğenmeyen, yorum yapan, paylaşan, benzer bir içerik üretip genişleten herkes) bir şekilde katılım sağlayarak bu kültürün bir parçası olmaktadır. Katılımcı kültürde herkes bir ürün üretmek zorunda değildir. Katılımcı kültüre internet teknolojilerinin katkısı ise birey bu kültürün bir yerinde olmak istediğinde ya da üretim için kendini hazır hissettiğinde bireye bu katılımı sağlayacak bir ortama ulaşma özgürlüğü sunmasıdır. Yeni medya teknolojilerine şüpheyle yaklaşmayan bu bakış açısına göre sosyal medya platformları kullanıcılara kendilerini ifade etmeleri için özgürlük sağlayan ve üretilen içeriğin değerli kılındığı ortamlardır.

Katılımcı kültürün doğasında yaratıcı ifadenin, yurttaş katılımının,

paylaşmanın ve sosyal etkileşimin yer aldığını belirten Karataş ve Binark'a göre katılımcı kültür kendi içinde yaratıcılığı beslemektedir (Karataş ve Binark, 2016: 429). Bu bağlamda sosyal medya bu yaratıcılığın yeşermesinde ve gelişmesinde önemli bir araçtır. Bu rolüyle sosyal medya platformlarının temsiller yarattığı veya yaratılan temsillerin görünür kılındığı bir ortam oluşturduğu söylenebilir.

Katılımcı kültür içeriklerin en az müdahale ile üretilip yayılabildiği Youtube; 2005 yılında PayPal çalışanı üç kişi tarafından kurulan, kullanıcıların içerik üretip yayımlayabildikleri ve diğer kullanıcıların bu içeriklere ücretsiz bir şekilde ulaşabildikleri bir sosyal medya platformudur. 2006 yılından Google tarafından satın alınan bu platform sıradan bir internet kullanıcısının teknik bir bilgisayar bilgisine sahip olmadan içerik üretip yükleyebileceği bir ara yüz sunarak çok daha fazla kişiye ulaşmış ve yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Sloganı Broadcast Yourself (Kendini Yayınla) olan bu platform aslında sloganının içinde bu platformda ne yapmak istediğini anlatmaktadır. Sıradan bir bireye kendini ifade etme alanı sunma iddiasında olan Youtube, Branding Türkiye 2019 İstatistiklerine göre her ay 1,9 milyar kişinin ziyaret ettiği, günlük aktif kullanıcı sayısının ise 30 milyon olduğu bir platformdur (Branding Türkiye, 2022). Youtube sitesinin bu kadar yaygın kullanımının nedenleri arasında platformda üretilen içeriklerin başka ortamlarda da paylaşılabilme özelliği vardır.

Youtube platformu sadece kullanıcıların içerikler üretip paylaştığı ya da yorum yaptığı bir sosyal ağ olarak görülmemekte, bir dijital kültürün oluşmasına aracılık etmektedir. Hem profesyonellerin içeriklerini hem de amatörlerin içeriklerini kapsadığından hem yukarıdan aşağıya hem de aşağıdan yukarıya bir kültür oluşmasına olanak sağlamaktadır.

Türkçe literatürde katılımcı kültür ve yeni medya ilişkisi üzerine incelemeler gün geçtikte artmaktadır. Yeni medya alanında literatüre katkı sağlayan bu çalışmalardan özel olarak Youtube ile ilgili olan bazıları bu platformu; katılımcı kültür bağlamında eleştirel perspektif üzerinden (Subaşı, 2021), alternatif bir iletişim aracı olarak (Aydoğdu ve İlhan, 2020), içerik üretiminin ekonomi politiği üzerinden (Erdoğan, 2020), çocuk izleyicilere etkisini konu alarak (Atalay, 2019), eğitim ve öğretim ortamı olarak (Ata & Atik,

2016), gazetecilik pratikleri üzerinden (Bulut, 2020), geleneksel unsurlar ve kimlik üzerinden (Gülüm, 2019), gündelik yaşam kültürü (Gelebek, 2020), şöhret kültürü (Altun, 2019); toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden (Akbaş ve Atalay, 2020) incelemiştirler. Yeni medya alanı araştırmacılar için keşfedilmeye açık her gün değişen ve gelişen yeni bir alan olduğundan daha birçok çalışma yapılmaktadır.

2. Erkeklik ve Babalık Çalışmaları

Bu çalışma babalık temsillerine odaklanacaktır ve babalık çalışmalarının yanı sıra toplumsal cinsiyet rolleri üzerine yapılan çalışmalardan ve erkeklik çalışmalarından da yararlanmaktadır.

Cinsiyet (sex) kavramı biyolojik bir olarak bir bireyin kadın ya da erkek doğmasına atıfta bulunurken toplumsal cinsiyet (gender) toplumsal olarak inşa edilmiş düzlemlerin kavramsallaştırılmasıdır. Ann Oakley tarafından 1977 yılında sosyoloji bilimine kazandırılan terim sosyo-kültürel bir yapı olarak bulunduğu yere ve zamana göre farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Joan W. Scott'a göre toplumsal cinsiyet, cinsiyeti olan bir bedene zorla kabul ettirilmiş bir toplumsal kategori olarak kadınlar ve erkeklere ilişkin "uygun" rollerin tamamen toplumsal olarak üretildiğini ifade eden kültürel inşaları içermektedir (Scott, 2007: 11). Toplumsal cinsiyetin iktidarın doğrudan ortaya konduğu ya da konması aracılığıyla oluşturulan asli alan olduğunu söyleyen Scott'a göre (2007: 43), toplumsal cinsiyet sadece bir alan değildir aynı zamanda iktidarın belirgin kılınmasını sağlayan kalıcı ve tekrar eden bir yöntemdir. Bu bağlamda ataerkil sistemin kendini korumaya alma yöntemlerinden biri olan toplumsal cinsiyet kalıp yargıları anne ile babanın rollerini de belirlemektedir.

Toplumsal cinsiyet kavramsallaştırmasındaki en önemli görev rol kavramınınıdır. Roller doğumdan itibaren kadın ve erkeğe ataerkil toplum tarafından biçildiği üzere giydirilmektedir. Bu sayede bireyler toplumsal cinsiyet rollerini öğrenir ve sürekli yeniden içselleştirir, böylece toplumsal cinsiyet stereotipleri sürekli yeniden üretilerek gerçeklikler haline dönüştürülür (Onur ve Koyuncu, 2004, s. 41). Toplumsal gerçekliklere dönüşen bu roller belli kalıpları içerir, bu kalıplara göre davrandıklarında kabul görececeklerini,

davranmadıklarında ise dışlanacaklarını öğrenen bireyler uygun davranış modellerini seçerek bu gerçekliği yeniden üretirler.

Bu ataerkil sistemin oluşturmak istediği toplumsal düzeninin kalıplarına göre anne çocuk doğuran, ona bakmaktan birinci derecede sorumlu, evinin tüm işini yapan ve çocuklarının tüm ihtiyaçlarını gören, yumuşak huylu, uysal, baba ile çocuklar arasında bir duygusal köprü görevi gören, ev dışı işlerde babaya bağımlı olursa bu sistem kusursuz işleyecektir. Baba da bu sırada kapitalizmin onu koştuğu iş hayatında ailenin geçimini sağlamak için gece gündüz çalışırsa, ev içinde olan bitenler ile ilgili anneye sonsuz güvenirse ve onları dışarıdan gelecek tehlikelere karşı koruyabilirse, evin parasını getiren maddi olarak kimseye muhtaç bırakmayan otorite sahibi bir kapitalizm neferi olursa ataerkil sistem ile kapitalizmin bu kusursuz ittifakı yüzyıllarca sarsılmadan sürecektir. Ancak süregelen bazı toplumsal değişim rüzgarları, kadının çalışma hayatına girmesi ile ev ekonomisinde babaya ortak olması, feminizm hareketinin görünür hale gelmesi, yapılan bilimsel çalışmalar sonucu anneliğin kutsal bir olgu olmadığı, aksine babalık gibi öğrenilen bir durum olduğu gerçeğinin ortaya çıkması, geleneksel aile yapısından çekirdek aile yapısına geçişle birlikte babanın otoritesinin zayıflaması ve benzeri birçok etmenle annelik artık kadının birincil görevi olarak görülmemeye başlanmıştır. Bu durumda birincil ebeveyn olarak görülen anne babayla bu görevi paylaşmaya başlayacaktır. Tam bu noktada erkeklik çalışmaları kadının ataerkil düzendeki ikincil konumunun çok açık olması nedeniyle erkeğin konumunun tartışma konusu olmak için sıraya alınamadığından yola çıkarak erkeklikler üzerinde durmaya başlamıştır. O zamana kadar politik, ideolojik ve akademik olarak fazla irdelenmeyen bir konu olan erkeklik hakkında son dönemlerde yapılan çalışmalar erkekliğin farklı sosyo-kültürel örüntülerin ürünü olarak var olduğunu ortaya çıkarmıştır (Sancar, 2009: 23).

Serpil Sancar'ın (2009: 29), *Erkeklik İmkânsız İktidar* adlı kitabında belirttiği üzere, erkeksi davranışın güç, akıl, aktiflik, çatışmadan yüksünmeme, şiddete başvurabilme, rekabet edebilme ve başarı tutkusu, teknolojiden anlama ve uzman olabilme, risk alma, maceraya atılma ve kahramanlık yapma ile

ilişkilendirildiği, kadınsı olmanın ise duygusal olma, pasiflik, barışçıl davranışlar sergileme ve şefkatli olma gibi özelliklerle tanımlandığı bilinmektedir. Bu bağlamda erkekte eve ekmek getiren, evini, eşini ve çocuklarını koruyacak, güçlü, sorumlu, otorite sahibi bir baba rolüne bürünerek kendisine toplum tarafından biçilen bu kıyafeti giymesi beklenmektedir.

Literatürde erkek çalışmaları yerine erkeklik çalışmaları kavramının kullanılmasının nedeni erkek dendiğinde akla biyolojik bir cinsiyet gelirken çalışmaların konusu olanın toplumsal bir inşa olan erkeklik kavramıyla daha net açıklanacağı düşünülmesidir. Dünyada 1970'lerde başlayan erkek özgürlük hareketleri için ortaya çıkan profeminist erkeklerin kendi deneyimlerini sorgularken ortaya çıkan politik eleştirilerin erkeklik çalışmalarına etkisi önemlidir. Profeminist erkekler ataerki düzenin kendilerine verdiği eşitsiz yetkiyi sorgulayarak cinsiyetçi iktidar ilişkilerini değiştirmek adına bazı adımlarda bulunmuştur. Bu adımlar sayesinde yetkisini kullanmak istemeyen, eşitlikçi düzlemde diğer bireylerle uyum içinde bir yaşam için çabalayan "farklı" erkeklerin de olduğu anlaşılmağa başlanmıştır. Bu farklı erkeklerin, sınırları tanımlanmış bir erkek grubuna dâhil olmadan, erkekliklerini yaşamaları sonucunda tek bir erkeklik kavramı yerine tarihe, topluma, kültüre göre değişiklik gösteren ya da bireysel farklılıklarıyla var olan farklı erkekler ve erkeklikler araştırma konusu haline gelmiş (Yüksel, 2013, s. 16) ve siyahi erkeklik, gay erkeklik, maço erkeklik, orta sınıf erkeklığı, hegemonik erkeklik gibi farklı erkeklikler incelemeye tabi tutulmaya başlanmıştır (Sancar, 2009: 30).

Farklı erkeklik türlerinden ataerki ideolojiyle ilişki halinde bulunan hegemonik erkeklik pratiklerinde yalnızca bir cinsiyetin karşı cinsiyet üzerindeki baskısı yer almaz, bir cinsiyetin kendinden farklı olan tüm diğer "öteki" türlere karşı bir hegemonyası söz konusudur. Ataerki toplum düzeni kendi hegemonik varlığını devam ettirmek için temel yapı olarak seçtiği hegemonik erkeklığe bazı özellikler atfetmektedir. Kapitalist iktidar ile kopmaz bir bağ içinde olan bu erkeklik türü gücünü de tam olarak buradan almaktadır. Bu sistemin ayakta kalması için çalışan, güçlü, dirayetli, duygusal olmayan, materyalist, para kazanmak için her şeyi yapabilecek ve herkesi ezebilecek, kapitalizmin temel dayanağı olan aile

kurumu gereği bir eşe ve en az bir çocuğa sahip, belli erkeklik sınavlarından geçmiş (şiddete başvurup kavga etmek, iyi araba sürmek, dini olarak sünnet ya da bar mitzvah gibi ritüellerden geçmek, askere gitmek, evlenmek, baba olmak vb.), otorite sahibi, toplumda saygın bir konumda olan heteroseksüel olduğunu belli noktalarda (evlenerek ya da kız arkadaşının varlığını duyurarak) kanıtladığına inanılan, kendine benzemeyenlere üstünlük kurmaya çalışan bir tür erkekliğe ihtiyaç vardır (Sancar, 2009; Selek, 2012; Zeybekoğlu, 2013) Hegemonik erkeklik bu ihtiyaç temelinde kendini var etmektedir ve dönemler, coğrafyalar ve toplumsal yapı değişmeye başlasa da sistemin devamlılığı için kendini uyarlayıp varlığını yeniden üretmeli, statükosunu korumalı ve sürdürmelidir.

Toplumsal cinsiyet rollerine uygun olarak kendisinden beklenen şekilde davranamayan erkekliklerin, hegemonik erkekliği sürdürmediği düşünülerek bir erkeklik krizi ile karşılaştığını belirten Sancar (2009: 103), bir erkeğin örneğin işini kaybetmesinin sadece iş yitimi olarak algılanmadığının aynı zamanda bir erkeklik yitimi olarak görüldüğünün altını çizmektedir.

Babalık ile erkeklik çalışmaları yakından ilişkili olmalarının yanı sıra bu noktada iç içe geçtiği söylenebilir. Kadınsı ya da “öteki” davranış kalıplarının erkekliğin hegemonyasını yıkacağı düşüncesi ile erkek, ataerkil ideolojinin kendinden beklediği şekilde davranmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda toplumun kendisinden beklediği gibi diğer birçok erkeklik sınavını veren ve heteroseksüel yönelimde olduğunu gösterip evlenen erkek birey şimdi “gerçek” erkekliğini kanıtlayarak çocuk sahibi olmalıdır. Ancak hegemonik erkeklik bununla da yetinmez. Doğuştan gelen bir özellik olmadığından korunması gereken de bir yapı halindeki hegemonik erkeklik yeterince korunamazsa bazı erkeklik krizleriyle elden gidebilir. Babalık da bu anlamda kaygan bir zemindir çünkü bir baba, toplumsal olarak “annenin yapması gereken” çocuk bakımı ve çocukla ilgilenmek gibi “duygusal” ve “kutsal” konulara el atarsa erkeklik krizi yaşayarak elde ettiği ayrıcalıklı konumu kaybedebilir.

Baba kelimesi birçok anlama sahip geniş anlamlı Türkçe kelimelerden biridir. İlk anlamıyla çocuğu olan erkek demek olan baba kelimesi yerine literatürde çalışmalar için babalık kelimesinin seçilmesinin nedeni sadece

biyolojik olarak baba olan bireyler yerine babalık yapan ebeveynleri konuya dâhil etmektir. Babalığın sadece cinsiyet ile alakalı olmadığı, bir tarihsel kökeni ve sosyolojik bir temeli olduğu bilinmektedir.

Genel olarak dünyada babalığın tarihsel gelişimine bakıldığında ilksel toplumlarda çocuğu doğuran kişinin otoritesinin daha yüksek olduğu ancak yerleşik hayata geçişle bu otoritenin babaya geçişiyle yüzyıllar süreceğ egemenlik başladığı söylenebilir. Erkekler bu “baba olmak” mertebesindeki otoritenin yetkilerini gördükçe bunu korumak için diğer her bireye hegemonya kurmaya çalışmıştır. Doğudan Batıya her coğrafyadaki bütün ataerkil medeniyetler incelendiğinde babanın otoritesinin tartışılmaz olduğu ortaya çıkmıştır. Belli dönemlerde (örneğin Orta Çağ Avrupa’sında) babanın otoritesini din kurumları almış olsa da din kurumlarının temsilcilerinin yine erkek olduğu düşünülduğünde aslında otoritenin tam olarak el değiştirmedığı anlaşılmaktadır. Modern döneme kadar baba, toplumsal yaşamda ailenin reisi, mülklerin sahibi olarak görülmüş bir otoriteyken modern dönemde sanayi devrimi ve devamındaki ekonomik ve sosyal değişimler ile toplumsal hayatın kapitalist ilişkiler etrafında düzenlenişiyle toplumsal cinsiyet rolleri dönüşmeye başlamıştır. Çalışma hayatına giren kadına birincil görevi olan annelik ve ev işlerini aksatmayacağı uygun işler verilse de artık evin ekonomisine katkı sağlayan anne, babanın “eve ekmek getiren” rolünü paylaşmaya başlamıştır. Bu değişimlerin başlangıcı sayılabilir. 1. ve 2. Dünya Savaşları sonrasında dünyadaki erkek nüfusundaki azalma, babanın fiziki yokluğu nedeniyle değerinin artmasına ve gücünü yeniden sağlamlaştırmasına neden olmuştur. Bu dönemdeki ataerkil kapitalist ilişkiler sonucu gelişen toplumsal cinsiyet rolleri, babaları çocuk bakımı ve ev işleriyle değil ev dışındaki çalışma hayatıyla, faturalarla, evin geçimiyle ilgilenen, ailesine düşkün ama çocuklarına mesafeli babalık modeline yönlendirmiştir. 70’li yıllara kadar baba ve anne evin dışında çalışsa da çocuğun birincil ebeveyni olarak yine anne kabul edilmiş, baba sadece ailenin geçimini sağlayan ikincil ebeveyn rolünü üstlenmiştir. 80’li yıllarda feminist hareketin güçlenerek toplumsal cinsiyet rol kalıpları değiştirmek için çabalaması, bu sırada erkeklik çalışmalarının artması ve babalık kavramına daha yakından bakmaya başlayan çalışmalar sonucu “yeni babalık” kavramı ortaya çıkmış, babaların cinsiyete

dayalı iş bölümü ile geleneksel babalık kodlarından vazgeçmeye başladığı, toplumsal değişim rüzgarının etkisiyle bu dönüşüme ayak uydurmaya çalıştığı bir dönemle karşılaşmıştır (Zeybekoğlu, 2013).

Türkiye’de de tarihsel olarak babalık kavramı benzer şekilde bir gelişim göstermektedir. Osmanlı’dan 1980’li yıllara kadar baba evde ve toplumda otorite figürü olarak görülmüştür. Geniş aile modelini temel alan Türk aile yapısında evin en büyüğü olan baba asıl otorite olarak görülmüş, evdeki diğer erkekler, günün birinde kendi çocuklarının babası olsalar dahi, ailedeki en yaşlı baba ölmeden söz sahibi olamamıştır. Ancak geleneksel aile modelinden çekirdek aileye geçildikten sonra kendi evinin reisi olabilen baba yeni eline aldığı otoriteyi anneyle paylaşmamıştır. Evin para getireni, ailenin reisi ve son karar mercii olarak baba eril tahakkümün son seviyesi olarak görülmüştür zira erkeklik kendini birçok aşamayı geçse de baba olmadan kanıtlayamayacak bir mertebedir. Pınar Selek (2012) *Sürüne Sürüne Erkek Olmak* adlı kitabında Türkiye’de erkek bir bireyin “gerçek” erkek olduğunu kanıtlaması için sünnet olmasının, askerliğini tamamlamasının, iş bulmasının ve evlenmesinin gerektiğini söylemektedir. Bu dört aşamaya eklenmesi gereken bir aşama da baba olmaktır. Evlenmiş bir erkeğin heteroseksüel erkekliğinin sorgulanmadığı an baba olduğu andır, aksi takdirde evlenmesine rağmen baba olmamış erkek birey toplumsal olarak erkekliğini tamamlamamış sayılmaktadır.

Babalığın toplumsal bir inşa olduğu ön kabulünden yola çıkılırsa değişen toplumsal koşullarla ve toplumsal cinsiyet rollerinin değişim rüzgârıyla bu değişime ayak uydurmayı isteyen babaların ortaya çıkmaya başladığı gözlemlenmiştir. Connell’e göre (2005) hepsi “ataerkillikten pay alan” erkekler olsalar da farklı babalıklarla karşılaşılması mümkündür.

Geçmişten günümüzde babalık türlerindeki farklılık çalışmalara konu olmaktadır. Çocuğuyla arasındaki mesafeyi koruyan, sert ve otoriter babadan çocuğuyla belli sınırlar içinde iletişim kurabilen babaya bir evrimin, oldukça yavaş olsa da, gerçekleştiği görülmektedir. Bu tespite babalık hakkında yapılan çalışmaların literatüre kazandırdığı bulgular sonucunda erişilebilmektedir. Örneğin AÇEV’in değerli araştırmasının babalık ile ilgili yapılan ve yapılacak

olan çalışmalara ışık tuttuğu söylenmelidir. *Türkiye’de Babalığı Anlamak* serisi kapsamında AÇEV *Türkiye’de Erkeklik ve Babalık Halleri* raporunda beş boyutlu bir babalık piramidi oluşturmuştur. Bu piramidin basamakları babalık türlerini ve erkeklik kategorilerini tanımlamak için kullanılmaktadır. En alt basamakta ataerkil ideolojinin bir tezahürü olan otoriter bir tavra sahip, hegemonik erkeklik özelliklerini elden bırakmayan “geleneksel babalık” türü yer almaktadır. Türkiye’de en yaygın görülen babalık türü %35 oranla bu babalıktır. Bir üst basamakta ise katılımcıların %28’ini oluşturan yine geleneksel ataerkil kodları elden bırakmayan ancak biraz daha çocuklarına yakın davranmayı başarabilen “yeni geleneksel babalık” modeli ile karşılaşmaktadır. Bu iki basamak içeriğindeki ataerkil ideolojik kodlar nedeniyle “egemen erkeklik” kategorisinde değerlendirilmektedir. Daha sonraki basamaklarda ise “hevesli babalık” (%23) ve “gayretli babalık” (%12) türleri yer almaktadır ki bu türler evde eşiyile ve çocuğuyla eşitlikçi bir düzlemle bir ilişki kurmaya çalışan, toplumdaki dönüşümde önemli bir rol oynayan ancak davranışlarında hem geleneksel egemen erkeklik kodlarını içermeleri hem de bazı yönleriyle ideal ilgili babalık davranışlarını aynı anda göstermeleri nedeniyle “arada kalmış erkeklik” kategorisine girmektedirler. Piramidin en üst basamağında ise %0,9’luk bir oranla “çizgi dışı babalık” yer almaktadır. Kategorisi “eşitlikçi erkeklik” olarak belirlenen bu babalık türü hem toplumsal cinsiyet rolleri bakımından eşitlikçi bir tutum sergilemekte hem de babalık deneyimini önemseyip çocuğun bakımı ile ilgili kendilerini geliştirmeye çabalayan babaları içermektedir (AÇEV, 2017).

Bazı babalar çocuklarıyla nitelikli zaman geçirme gayretiyle babalık yapmaya çalışmaktadır. Eşleriyle daha eşitlikçi bir düzlemde ilişki kuran bu babalar çocuklarının öz bakımını yaparak yedirmekten uyutmaya banyo yaptırmaktan oyun kurmaya eğitiminden sağlığınakadar her ihtiyacını tek başına görebilmektedir (Bozok, 2018: 33) Bu babalık türüne “ilgili babalık” (involved fatherhood) adı verilmektedir. AÇEV’in aynı araştırma serisininin *Türkiye’de İlgili Babalık ve Belirleyicileri* adlı özel araştırma raporunda “ilgili babalık”; babanın çocuğun bakım ve gelişiminde sorumluluk üstlendiği, çocuğun gelişimi için ortam ve fırsat sunduğu, çocukla karşılıklı ve yakın ilişki kurduğu, çocukla kaliteli vakit geçirdiği, çocuğu dinlediği, çocukla ilişkisinde ve çocuğun desteklenmesinde

etkin yöntemler kullandığı babalık modeli olarak belirtilmektedir (AÇEV, 2017: 11). 51 ilde, 0-10 yaş arası çocuğu olan farklı yaş ve sosyoekonomik düzeylerden 3000'den fazla babanın katılımıyla gerçekleştirilen bu çalışmaya göre ilgili babalık davranışı sergileyen babaların oranı %0,9'dur. Katılımcı babaların %91'i, birincil ebeveyn olarak çocukların bakımından sorumlu kişinin anne olduğunu düşünmektedir. Katılımcı babaların %79 ise çocuklarıyla ilgilendiklerini ve birlikte zaman geçirdikleri söylemiştir ancak bu vakit geçirmekten kasıt birlikte televizyon izlemektir. Bu araştırma sonucuna göre geleneksel erkeklik algısı güçlü babaların en az ilgili babalık davranışı gösteren kategoride yer aldığı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet rollerini eşitlikçi bir düzlemde sorgulayan ve toplumun verili ataerkil kodlarını içselleştirmeyen babaların ebeveyn olarak birincil konuma anneni yerleştirmemeleri nedeniyle ilgili babalık tutumuna daha yakın oldukları söylenebilir.

Bu çalışmanın yapmaya çalıştığı da Youtube'da üretilen katılımcı kültür içeriklerinde böylesi bir ilgili babalık davranış modelini aramaktır. Günümüz Türkiye'sinde sıradan vatandaşın ürettiği içeriklerde ilgili babalık görünür olmaya başlamış mıdır?

Türkiye'de babalık ile ilgili yapılan çalışmalar arasında Mehmet Bozok'un (2018) AÇEV araştırması kapsamında erkeklik ve ebeveynlik ile çalışma hayatının ilişkisini incelediği "Ebeveynlik, Erkeklik ve Çalışma Hayat" adlı çalışması da literatüre önemli bir katkıdır. AÇEV kapsamında Uğraş Ulaş Tol ve Demet Taşkan'ın (2018) "Erkeklik ve Babalık Halleri" adlı çalışmaları babalık ve erkeklik ilişkisi açısından önemlidir. "Toplumsal bir inşa olarak babalık: annelerin yaşam öykülerinde baba imgesi" adlı çalışmada babalığa annelerin gözünden bakmaya çalışan Kocatepe ve Bilgi (2018) babalık kavramının toplumsal yaşamda ne kadar önemli ve çalışılmaya değer bir olgu olduğunu ortaya koymuşlardır. Özge Zeybekoğlu'nun (2013) "Günümüzde Erkeklerin Gözünden Babalık ve Aile" adlı doktora tezi erkeklerin babalarına bakış açılarının anlaşılması adına babalık çalışmalarına çok dikkate değer bir katkı sağlamıştır. "Boşanma, Erkeklik Krizi ve Babalık" adlı çalışmasıyla Akkoç (2020) babalık ile erkeklik krizinin ilişkisini kurmuş ve boşanmanın babalığa etkisi üzerinde durmuştur. Mercan ve Şahin'in

(2017) “Babalık rolü ve babalık rolü algısı” adlı çalışmaları babalık ile ilgili bir alımlama çalışması olarak literatüre katkı sunmuştur. Türkiye erkeklik ve babalık literatüründe bir öncü olan Serpil Sancar’ın (2009) *Erkeklik: İmkânsız İktidar* kitabı ile Pınar Selek’in (2012) *Sürüne Sürüne Erkek Olmak* kitabı hem erkeklik hem de babalık çalışmaları açısından, bu çalışma için de, birer başucu kitabı olmuşlardır,

3. Konu ve Önem

Bu çalışmanın konusu içerik üretmede profesyonel olmayan sıradan babaların ürettikleri katılımcı kültür içeriklerinde karşılaşılan babalık temsillerinin analizini içermektedir. Katılımcı kültür içeriklerinin babalık temsilleri bakımından inceleneceği bu çalışmanın önemi geleneksel babalık, modern babalık ve ilgili babalık gibi farklı babalık türlerinden eşiyile daha eşitlikçi bir zeminde ilişki kurduğu düşünülen ve çocuklarının tüm bakım ihtiyaçlarıyla yakından ilgilenen “ilgili babalık” türünün görünür kılınmasını hedeflemesidir. Bu çalışmanın amacı ataerkil ideolojinin dayattığı toplumsal cinsiyet rol sınırlarının dışına çıkmaya çalıştığı düşünülen ilgili babalık türünün babalık söylemleriyle babalık pratiklerinin paralellik gösterip göstermediğinin incelenmesidir.

4. Varsayım

Bu çalışma katılımcı kültür içeriklerinde ilgili babalık davranışlarını sergileyen babaların söylemlerine odaklanarak eşitlikçi bir temele dayandığı öngörülen ilgili babalık davranış modelini benimsediği düşünülen babaların, Ruth Wodak’ın söylem tarihsel eleştirel yaklaşımı temelinde, hâkim ataerkil toplumsal cinsiyet kodlarını *dönüştürücü* ve *yıkıcı* söylemler üretebileceğini varsaymaktadır.

5. Yöntem

Bu çalışmanın yöntemi Ruth Wodak’ın söylem tarihsel eleştirel analizidir. Nitel bir araştırma yöntemi olan söylem tarihsel eleştirel yaklaşımın seçilmesinin nedeni katılımcı kültür ürünlerini incelerken içerik üreticisi

babanın her sözünün, davranışının, her imgenin babalık söylemi adına bir anlam ifade ettiğinin bilinmesidir. Wodak, eleştirel yaklaşımına tarihsel bir temel oluşturmaktadır. Babalık temsillerinin, kavramın tarihselliği içindeki değişiminin ve dönüşümünün incelendiği bu çalışmanın kendini dayandırdığı temel tarihsel bir anlamlandırma sunan söylem tarihsel eleştirel yaklaşım olacaktır. Bu yaklaşımın ilgilendiği alanlardan biri güç, iktidar ve ideoloji ilişkileridir. Dolayısıyla bu çalışma bu ilişki ağının ortasında yer alan babalık kavramını analiz etmeye çalışırken bu ilişkilerin temsillerdeki yerini tespit etmek adına bu yöntemi seçmiştir.

Bu eleştirel analiz yönteminin seçilmesinin nedeni babalığın tarihsel bir temeli olan toplumsal değişim ve dönüşüme açık bir olgu olmasıdır. Eleştirel söylem çözümlemesinde hedef, anlama ulaşmak ve ulaşılan anlam üzerinden yorum yapmaktır. Söylemin yorumu, söylenmek isteneni bulunduğu konum itibarıyla değerlendirmelidir. Eleştirel söylem çözümlemesi, toplumsal yapının ve iktidar ilişkilerinin metindeki izlerini bulmayı amaçlar. Böylelikle bu yöntemle söylem ve diğer toplumsal pratikler arasındaki ilişki çözümlenmeye çalışılır. Wodak'ın söylem tarihsel eleştirel analizi yaklaşımına göre de konuşma ve yazı dili toplumsal pratiğin bir izleğidir. Bu yaklaşım tarihsel, kültürel, politik ve dilbilimsel yaklaşımların harmanlanması gibidir ve kaynağını güç, tarih, ideoloji ve eleştiriden alır (Wodak, 2007: 209). Söylemin 4 kategoride incelenebileceğini belirten Wodak, bu incelemenin kavram ile güç ilişkileri ve ideoloji arasında bir bağ kurulup eleştirel analizinin yapılması gerektiğini savunur. Ele alınan kavramın incelemesi kurucu, idame ettirici, dönüştürücü ve yıkıcı olarak 4 kategoride incelenir. Söylem tarihsel yaklaşım söylemin tarihselliği içinde nasıl kurgulandığı, nasıl dönüştüğü ve nasıl temsil edildiği ile ilgilendiğinden babalık temsilleri ile ilgili yapılan bu çalışma da kendini bu yaklaşım temelinde şekillendirmiştir. Bu çalışmada makale sınırlılıklarından dolayı kurucu, idame ettirici, dönüştürücü ve yıkıcı söylem olarak kategorize edilen dört söylem türü yerine yalnızca *dönüştürücü* ve *yıkıcı* söylemlere yer verilecektir.

6. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni internet alanıdır. Youtube, profesyonel olmayan

kullanıcıların katılımcı kültür ürünlerine kolayca erişilebilecek bir ortam ve internet erişimi sayesinde bir hesap açan herkesin ücretsiz içerik üretip paylaştığı bir yeni medya platformu olarak bu çalışmanın ihtiyacı olan ortamı sağlamaktadır. Çalışmanın örnekleme ise doktora tez çalışması sırasında etiketleme yöntemi ile Youtube üzerinden arama yapılarak belirlenen profesyonel olmayan bireylerin yüklediği katılımcı kültür içerikleri olacaktır. Çalışmanın örnekleme araştırmaya konu olan Youtube videolarıdır. Aramaya konu olan etiket kategorileri şunları içermektedir: baba kız, baba olmak, kız babası, erkek babası, baba oğul, babasının oğlu, babasının kızı, oyun oynayan baba, oyuncu baba, babalar ve çocukları, baba ve çocuk, babalar bebek bakıyor, babalar bebek bakarsa, baba ile oyun, baba ile eğitim, babalar ve evlatları, süper baba, kahraman baba, baba, babalık, ilgili babalık, saç toplayan baba, alt değiştiren baba, bez değiştiren baba, mama yapan baba, yemek yediren baba, bebek bakan baba, babalık sevinci, babalık heyecanı, baba oluyorum. Bu cümleler bir etiket yardımıyla, başına “#” koyularak yazılıp arama butonuna basıldıktan sonra karşılaşılan içerikler, katılımcı kültür ürünü olmadığı düşünülen içerikler (uzman içerikleri, dizi-film kesitleri vb.) elendikten sonra, incelenmeye çalışılmıştır. Bu içerikler içerisinde de yine bir daralmaya gidilmesi gerekmiştir çünkü bir aboneli olan kullanıcıdan milyonlarca aboneli olan içerik üreticisine kadar geniş bir yelpaze ile karşılaşılmıştır. Bu yelpaze içindeki kategorileştirme şöyle olmuştur; her bir etiket yazılıp arandığında karşılaşılan en çok aboneli ilk üç kanal ile en az aboneli ilk üç kanal incelemeye tabi tutulmuştur. Bu şekilde yapılan araştırmada 64 Youtube kanalı yer almıştır ve bu kanalların her birinin 3 içeriği incelemeye dâhil edilmiştir. Çalışma sırasında kanal dışı içeriklerle de karşılaşıldığından ve sadece katılımcı kültür paylaşımları dikkate alınacağından yapılan eleme sonucu 57 adet kanal dışı içerik değerlendirilmiştir. Böylece toplamda incelenen içerik sayısı 241’i bulmuştur. Bu çalışmanın odaklanacağı örneklem ise makale sınırlılıklarından dolayı bu 241 içerik içerisinde sadece “ilgili baba” olduğu gözlemlenen içerik üreticilerinin ürünlerindeki söylemler olmuştur. İlgili babalık davranışlarını içerdiği gözlemlenen 13 Youtube kanalının 39 içeriğinde yer alan söylemler Wodak’ın söylem tarihsel eleştirel yaklaşımına göre analiz edilmeye çalışılmıştır.

7. Bulgular ve Değerlendirme

“İlgili babalık” davranışları sergilediği gözlemlenen kanalların içeriklerindeki babalık söylemi *dönüştürücü* ve *yıkıcı* söylem kategorisinde analiz edilmeye çalışılmıştır. Wodak’ın (2007) dört söylem kategorisindeki *kurucu* söylem; belirli kimlikler inşa ederek belirli toplumsal koşulların oluşmasında ve üretilmesinde kurucu rol oynayan söylemsel pratikleri temsil etmektedir. *İdame ettirici* söylemsel pratikler de bu koşulları devam ettirecek toplumsal statükoyu idame ettirebilmek, yeniden üretebilmek veya meşrulaştırabilmek adına üretilen söylemlerdir. *Dönüştürücü* söylemsel pratikler ise söz konusu statükonun dönüştürülmesinde aracı olabilecek söylemleri içermektedir. Son olarak yıkıcı söylem ise statükonun parçalanmasında, hatta belki yıkılmasında etkili olabilecek söylemleri anlatmak için kullanılır (Evre, 2009, s. 146). Bu çalışmada ilgili babalık davranışı sergilediği gözlemlenen katılımcı kültür içeriği üreten babaların söylemleri incelenmektedir.

Ataerkil ideolojinin kurucu toplumsal cinsiyet rollerine uygun kalıp yargıları dönüştürmeye ve yıkmaya yönelik söylemlerin arandığı bu çalışmada “Enbaba Baba”, “Baba Kız Kaya Ailesi”, “Bana Bir şehir Anlat Baba”, “Kız Babası TV”, “Kızımın Doğada”, “Müzisyen Anne Oyuncu Baba”, “Babalar ve Kızları”, “Kız Babası”, “Gazeteci Baba”, “Babasının Kızı Öykü”, “Egeyle Baba”, “Babalar da Bebek Bakar”, “Zıppır Father” isimli kanal sahibi babalar içeriklerinde ilgili babalık davranış modelini sergiledikleri gözlemlendiğinden incelemeye tabi tutulmuştur. Bu içeriklerdeki babaların söylemlerinde dönüştürücü ve yıkıcı öğeler aranmıştır.

Enbaba Baba isimli kanalın üreticisi baba kanalının açılış kısmında kendini ilgili baba olarak tanıtmaktadır. Eşinin çalışmasına ve kendisinin işi bırakarak çocuklara bakmasına aile olarak karar verdiklerini belirten baba, iki çocuğunun bakımını üstlendiğini söyleyerek “Baba olma kılavuzu” adını verdiği video serilerinden birinde kucağında bebeğiyle babalara “nasıl bebek bakılır”ı anlatmaya çalışmaktadır. Babalık kararının eşle birlikte anlaşarak alınması gerektiğini söyleyen baba, babalık kavramını “anne ile aynı ölçüde ebeveynlik aktivitesine katılım” olarak tanımlamaktadır. Doğal olarak, bu kanal sahibi baba, baba olmak isteyen ya da baba olan birinin bebeğine bakmayı öğrenmeye

ve onunla ilgilenmeye gönüllü olması gerektiğine inanmaktadır. Bir diğer içeriğinde de iki çocuğuna sırayla yemek yediren, banyo yaptıran sonra da uyutan baba bu aktiviteleri videoya alarak izleyicilerle paylaşmaktadır. Bu içerikte baba, tüm bu işleri bir babanın anne gibi tek başına yapabileceğini ve ebeveynliğin bunu gerektirdiğini belirtmektedir. Ataerkil toplumsal cinsiyet rol dağıtımında ise babanın rolü “dışarıdan ebeveyn” olmayı gerektirmektedir. Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına göre anne birincil ebeveyn olarak görüldüğünden baba ebeveynlik aktivitesine dışarıdaki sorumlulukları yapması gereken kişi olarak katılabilmektedir. Bu içerik üreticisi baba ise babalığın annelik gibi öğrenilen ve uygulanarak deneyimlenen bir kavram olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda bu babanın ürettiği söylemin Wodak’ın söylem kategorilerinden dönüştürücü söyleme örnek teşkil ettiği gözlemlenmektedir. Babalık kavramını toplumsal olarak dönüşmesi gereken ve artık “içeriden ebeveyn”lik mertebesine yerleştirilmesi gereken bir kavram olarak gören bu baba ilgili babalık davranış modelini içeriklerinde temsil etmektedir. Ataerkil toplum düzeninin verili toplumsal cinsiyet kodlarına uyumlu babalık rolü algısının dönüştürülmesi ve yıkılması adına söylemler üreten bu baba kendini tanımladığı gibi “ilgili babalık” kavramına paralel söylemler ve pratikler geliştirmektedir.

Baba Kız Kaya Ailesi adını taşıyan kanalın sahibi baba bu kanalda kızıyla birlikte geçirdikleri eğlenceli zamanların videolarını paylaşma niyetiyle kanalı açtığını belirtmektedir. Kızıyla köy ortamında zaman geçirirken çektikleri videoları paylaşan baba, Enbaba gibi ilgili baba olduğuna dair bir iddiada bulunmamaktadır ancak içeriklerde anne olmadan tek başına kızının ihtiyaçlarını gördüğü, kızıyla kaliteli vakit geçirdiği, kızının özgürce kendini ifade etmesini sağladığı için ilgili baba kavramına yakın bir babalık davranış modeli sergilediği gözlemlenmektedir. Ürettiği söylemler incelendiğinde ise bu babanın ilgili bir baba olmasına rağmen ataerkil kodları dönüştürecek veya yıkacak herhangi bir söylem üretmediği aksine bir içerikte kendi kızının yapmaya çalışıp beceremediği bir kazma kürek işini “bu erkek işi, bırak abin yapsın” diyerek kızın abisine verdiği gözlemlenmektedir. Abiyi de “sen erkek adamsın, güçlenmen lazım” diye öğütleyerek hegemonik erkeklik kodlarıyla yetiştirdiği anlaşılmaktadır. Bu ilgili babanın çocuğunun öz bakımlarını yaptığı,

onlarla ilgilendiği, kaliteli zaman geçirdiği gözlemlense de konu “erkeklik” veya “erkek olma”ya geldiğinde ataerkil kodların kalıp yargılarının açığa çıktığı tespit edilmektedir. Bu bağlamda bu içerik üreticisi babanın babalık rolünün ataerkil toplum düzeninin gerektirdiği kodları dönüştürücü veya yıkıcı bir söylem üretmediği gözlemlenmektedir.

Bana Bir Şehir Anlat Baba isimli kanalın sahibi baba 6-7 yaşlarındaki kızıyla çıktığı dünya seyahatinde ziyaret ettikleri yerlerin ve deneyimlerinin videoları ile içerik üretmektedir. Bu babanın içerikleri incelendiğinde kızının tüm öz bakımlarını kendi yaptığı gözlemlenmektedir. Baba kız, iki kişi olarak yola çıkmakta ve baba anne olmadan kızının yemeğiyle, banyosuyla, saıyla, kıyafetiyle kendi başına ilgilenmektedir. İçeriklerde tüm bu davranışları görme şansı bulduğumuz için bu babanın ilgili babalık kavramına uygun davrandığı gözlemlenmektedir. İncelenen içeriklerde bu ilgili babanın bir ebeveynin yapması gereken tüm işleri “birincil” ebeveyn olarak görülen anne olmadan tek başına yapabiliyor olmasıyla ataerkil ideolojinin verili rollerine zıt bir çerçeve sunsa da babanın söylemleri incelendiğinde dönüştürücü ya da yıkıcı bir söyleme rastlanmamaktadır.

Kız Babası TV adlı kanalın sahibi baba, mesleği öğretmenlik olan ve kızıyla öğretici içerikli parodiler çekip bunları paylaşan bir katılımcı kùltür bireyi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu babanın içerikleri incelendiğinde kızı ile eğlenceli vakit geçirdiği, oyunlar ve parodiler kurduğu, ona ve izleyen diğer çocuklara öğretici bazı bilgiler verdiği gözlemlenmektedir. İçeriklerindeki babalık temsiline bakıldığında ilgili baba modeli davranışlarını sergilediği görülen bu babanın ürettiği söylem incelendiğinde toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili herhangi bir dönüştürücü ya da yıkıcı söylem üretmediği gözlemlenmektedir.

Kızıyla Doğada isimli kanalın sahibi babanın içerikleri incelendiğinde kızıyla doğa gezileri yaparken çektiği videoları yüklediği gör÷lmektedir. Bu içeriklerde baba, anne olmadan tek başına kızını doğaya götürmekte, yemeğini yedirmekte, kıyafetlerini değiştirmekte ve keyifli vakit geçirmektedir. Bu bağlamda bir ebeveynin yapması gereken davranışları yapabildiği gözlemlenen içerikler incelendiğinde bu babanın ilgili bir baba olduğu yorumunda

bulunulabilir. Tüm bu aktiviteleri tek başına üstlenerek ataerkil düşüncenin bir babanın çocuğuna tek başına bakamayacağı görüşüne zıt bir şekilde babalık rolünün anneden bağımsız bir ebeveynlik rolü olduğunu gösteren bu babanın ilgili bir baba olduğu söylenebilse bile söylemlerinde dönüştürücü ya da yıkıcı bir söyleme rastlanmamaktadır.

Müziyen Anne Oyuncu Baba adını taşıyan kanalın içerikleri incelendiğinde henüz yeni doğan bir bebeği olan bu ebeveynin babalık deneyimini paylaşmak için bu kanalı açtığı anlaşılmaktadır. Kanalda çok içerik olmamasına rağmen incelenen içeriklerde bu babanın anne yakınında olmadan bebeğini uyutan ve yediren bir baba olduğu gözlemlenmektedir. Bebeğinin tüm öz bakımlarını yapabilen, tüm sorumluluğunu üstlenebilen ve çocuğuyla keyifli vakit geçiren babaların ilgili babalık davranış modelini sergilediği düşünüldüğünden bu babanın da bu türü temsil ettiği söylenebilmektedir. Bu baba yayınladığı bir içerikte “eşim çocuk bakımında bana çok yardımcı oluyor” şeklinde bir cümle kurarak birincil ebeveyni anne olarak görmediğini belirtmektedir. Ataerkil toplumsal cinsiyet rollerine göre baba birincil ebeveyn olan anneye ancak “yardım” edebilmektedir. Burada ise baba tam tersi yönde bir söylemde bulunmaktadır. Ataerkil toplumsal cinsiyet rol dağıtımını kabul etmediği anlaşılan bu baba kendini de en az anne kadar birincil ebeveyn olarak görerek dönüştürücü bir söylem üretmektedir.

Babalar ve Kızları adlı kanalın sahibi baba işini kapattıktan sonra kızlarının bakımını üstlendiğini ve çalışma hayatı olmaksızın kızlarının tüm bakımlarını yaptığını belirtmektedir. İncelenen içeriklerde kızlarının yedirilmesinden, uyutulmasından ve onlarla keyifli vakit geçirilmesinden sorumlu olduğunun gözlemlenmesi sonucunda bu babanın ilgili babalık davranış modelini temsil ettiği söylenebilmektedir. Kızlarıyla daha ziyade oyun oynarken çektiği videolarla içerik üreten bu babanın söylemleri incelendiğinde işsizlik nedeniyle evde çocuklarına bakmak zorunda kaldığı anlaşılmaktadır. Evde çocuklarına bakan baba ev işlerini yapmaktansa çocuklarla oyun oynamayı tercih ettiğini belirttiği bir içerikte “anne olsa hemen bulaşık, çamaşır, ev işleriyle uğraşır” diyerek ev işlerinin annenin rolleri arasında olduğu düşüncesini aktarmaktadır.

Bu bağlamda ataerkil kurucu söylemin dışına çıkamadığı gözlemlenen babanın dönüştürücü veya yıkıcı bir söylemine de rastlanmamaktadır.

Kız Babası adlı kanalın içerik üreticisi, kızının annesi çalıştığından kızına baktığını belirtmekte ancak bu işi tam zamanlı olarak mı yapmakta yoksa anne o gün çalıştığı için sadece o günlük mü kızına bakmakta içeriklerden tam anlayamamaktadır. Bu baba yayınladığı içeriklerde kızıyla oyunlar oynarken, birlikte masal uydururlarken ve kırılmış bebekleri tamir ederlerken görülmektedir. Kızıyla keyifli ve öğretici vakitler geçirdiği gözlemlenen bu babanın ilgili babalık davranış modeline yakın durduğu anlaşılmaktadır. Bu içerikler incelendiğinde babanın ataerkil toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını dönüştürecek ya da yıkacak herhangi bir söylemi olduğu gözlemlenmemektedir.

Gazeteci Baba isimli kanalın içeriklerinde babanın çocuğuyla yakından ilgilendiği gözlemlenmektedir. İçeriklerin birinde baba çocuğunun tuvalet, yemek yedirme, banyo yaptırma gibi öz bakım ihtiyaçlarını kendisinin gördüğünü belirtmektedir. İçeriklerden ilgili bir baba olduğu anlaşılan bu babanın ürettiği söylem incelendiğinde babalık izni ile ilgili yayınladığı bir içerikte babalık izninin daha fazla olması gerektiğine dair bir eleştirisi dikkat çekmektedir. Bebek yeni doğduğundan bebekle bir bağ geliştirmek adına babanın da anne kadar bebekle bir arada olması gerektiğine olan inancı ile anne ile babayı eşit derecede ebeveyn olarak gördüğü söylemiyle dönüştürücü bir söylem üretmektedir çünkü aksine ataerkil kapitalist ideoloji çalışma hayatının babanın önceliği olması gerektiğine dair bir görüş ortaya koymaktadır.

Babasının Kızı Öykü isimli kanalın sahibi içerik üreticisi baba kızıyla birlikte yemek yapma videoları yayınlayarak içerik üretmektedir. Bu içeriklerde kızına da sorumluluklar veren baba, kızıyla hem kaliteli vakit geçirmekte hem de yemek yapmayla ilgili şeyler öğretmektedir. İlgili babalık özellikleri gösteren bu babanın ürettiği söylem incelendiğinde “mutfağı pisletmemeleri gerektiği yoksa annenin artık yemek yapmayacağı ve anne yemek yapmazsa hallerinin ne olacağı” şeklindeki açıklamaları sonunda kızını peçete kullanması için uyardığı gözlemlenmektedir. Bu söylemde mutfağın annenin alanı olduğu görüşüyle idame ettirici söylem üreten babanın babalık rolüyle ilgili ataerkil kalıp yargılarını

dönüştürecek ya da yıkacak herhangi bir söylem üretmediği anlaşılmaktadır.

Egyle Baba adlı kanalın sahibi baba oğluya birlikte yaptığı aktivitelerden oluşan videoları paylaşarak içerik üretmektedir. Bu içerikler incelendiğinde oğluna yemek pişirmekten, oğlunu giydirmeye, onunla kaliteli vakit geçirmekten, birlikte seyahat etmeye kadar her şeyi anne olmadan tek başına üstlendiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda ilgili babalık davranış modelini temsil ettiği anlaşılan babanın ürettiği söylem incelendiğinde cümleye dökmeden ataerkil kalıp yargılarını dönüştürmeye yönelik davranışlarıyla bir söylem ürettiği söylenebilmektedir. Anne olmadan sıfırdan mutfağa girip yemek hazırlayıp, çocuğunu yediren, tuvaleti ile ilgilenen, yenilen yemeğin bulaşığını yıkayan, oğlunu giydirip onunla seyahate çıkan bir babanın bu aktiviteler için bir anneye ihtiyaç duymaması ataerkil babalık rollerini dönüştürmeye yönelik bir söylem oluşturmaktadır.

Babalar da Bebek Bakar isimli kanalın sahibi baba kanalın isminden de anlaşılacağı üzere ataerkil toplumsal cinsiyet rol dağıtımındaki geleneksel babalık davranış modelini kabul etmediğini baştan dile getirmektedir. Kanalın açıklama kısmında kendini ifade eden baba, çocuk bakımının sadece anneye ait bir kavram olmadığını babanın bu aktiviteye tam katılım sağlaması gerektiğini söylemektedir. İçerikler incelendiğinde çocuğuyla yakından ilgilendiği, birlikte eğitici ve öğretici şekilde zaman geçirdiği gözlemlenen bu babanın ilgili babalık davranış modelini temsil ettiği söylenebilmektedir. Hem kanalın açıklama kısmında hem de içeriklerinde değişen ve dönüşen bir toplumsal cinsiyet algısı olması gerektiğine inancını sıklıkla dile getiren bu babanın hâkim ataerkil kalıp yargılarını dönüştürücü hatta yıkıcı söylemler ürettiği söylenebilmektedir.

Zıpır Father isimli bu kanalın sahibi içerik üreticisi babanın içerikleri incelendiğinde oğluna yemek yedirdiği ve onu uyuttuğu görülmektedir. Bu aktiviteleri anne olmadan layıkıyla yerine getirdiği görülen baba ilgili baba özellikleri sergilemektedir. Bu babanın ürettiği söyleme bakıldığında ise yemek yedirirken oğluna “izleyenlere bakın babam bana yemek yediyor, anneme yardımcı oluyor” demesini istediği gözlemlenmektedir. Bu babanın, çocuğa yemek yedirmek ve yemek yapmak görevlerinin annenin birincil görevleri olduğu

düşüncesine sahip olması sonucunda ataerkil toplumsal cinsiyet rol dağıtımını değiştirmek ya da dönüştürmek adına bir söylem üretmediği anlaşılmaktadır.

SONUÇ

İlk ortaya çıkışından bugüne kadar babalık kavramı kendi tarihselliği içinde değişimlere ve dönüşümlere uğrayan bir kavramdır. Coğrafyalar, tarihsel dönemler, kültürler değişse de ataerkil temelli toplumlarda baba kavramının otorite ile eşdeğer görülmektedir. Ataerkil toplum düzeni, erkek egemen ideolojinin çizdiği toplumsal cinsiyet rol dağılımının erkeğe ve babaya verdiği yetkiye dayanarak kendini var etmiştir. Ataerkil toplum düzeninin bu devamlılığı köklerini toplumun en küçük yapısı aileye dayandıran kapitalizm tarafından da kullanılmaktadır. Kapitalizm, çalışma hayatına bağımlı, evin dışında üreten, çalışkan ve otoriter bir erkeklik modelini temel alan ataerkil düzeni devam ettirerek kendi sistemini sağlamlaştırdığından hegemonik erkeklik, elde ettiği ayrıcalıklı konumu kaybetmemek adına varlığını devam ettirmeye çalışmaktadır. Ancak toplumsal yapı durağan bir olgu olmadığından değişim rüzgarlarından etkilenmektedir. Toplumsal yapının dönüşmeye başladığı noktada toplumun katmanlarına dair toplumsal cinsiyet rolleri de değişime ayak uydurmaktadır. Bu roller yukarıda saydığımız birçok etmenle yeniden düzenlenmektedir. Bu değişimler sonucu erkeğin de rollerinde bazı değişimler meydana gelmektedir. Erkeklik çalışmaları tek tür bir erkekliğin olmadığını farklı erkekliklerin olduğunu söyler: maço erkeklikler, feminist erkeklikler, hegemonik erkeklikler, heteroseksüel olmayan erkeklikler vb. Erkekliklerin tek tip olmamasına benzer şekilde babalık türlerinin de farklı olabileceği varsayımından yola çıkılarak yapılan babalık ile ilgili çalışmalarda (örneğin AÇEV, 2017), yeni babalık türlerinin varlığı tespit edilmiştir: yeni geleneksel babalık, hevesli babalık, gayretli babalık, çizgi dışı babalık, ilgili babalık vb. Bu çalışma da modern dönemde karşılaşılan bu yeni babalık türlerinden ilgili babalık türünü görünür kılma motivasyonu ile yola çıkmıştır. Profesyonel olmayan kullanıcıların içerik üretip paylaşabildikleri bir ortam sağlayan Youtube platformunda yapılan bu çalışma sıradan bireylerin içeriklerini inceleyerek katılımcı kültür ürünlerinde babalık temsillerini ve ürettikleri söylemleri tespit etmeyi hedeflemiştir. Çalışma sonucunda ilgili

babalık özelliklerini temsil ettiği tespit edilen 13 kanal sahibi katılımcı kültür içeriği üreticisi babadan 5'inin içeriklerinde Ruth Wodak'ın söylem tarihsel eleştirel analizi temelinde dönüştürücü söylem üretildiği gözlemlenmiştir. İlgili babalığın ebeveynlik görevinin annenin birincil görevi olmadığını düşünen, babanın ebeveynlik davranışına eşit katılım göstermesi gerektiğine inanan babaların benimseyeceği bir davranış modeli olduğu düşünülmektedir. Bu ilgili babaların ataerkil ideolojinin verili kalıp toplumsal cinsiyet rollerini kabul etmemeleri sonucunda aktif ebeveyn davranışı sergilemeleriyle bu kalıp yargıları dönüştürmek ve yıkmak adına söylemler üretecekleri öngörülebilir ancak elde edilen bulgular sonucunda ilgili babalık davranış modelini benimseyen ve içeriklerinde bu modele uygun davranışları uyguladığı gözlemlenen babaların yarısından azının toplumsal cinsiyet rol kalıp yargılarının dönüşmesi ve yıkılması adına söylemler ürettiği gözlemlenmektedir. Bu durumda eşleriyle çocuk bakımını paylaşan, kendilerini bebek bakımına aktif katılımcı bir ebeveyn olarak gören, bebeklerinin tüm bakım ve ihtiyaçlarını tek başlarına karşılayabilen, çocuklarıyla nitelikli vakit geçiren, çocuklarına müdahale etmeden onları özgürlükçü ve bağımsız yetiştirmeye çalışan ilgili babaların bazılarının öngörülenin aksine ataerkil toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını dönüştürmeye ya da yıkmaya yönelik bir söylem üretmediğinin gözlemlenmesi teori ile pratiğin aynı hızla ilerlemediğinin bir göstergesidir. İlgili baba oldukları tespit edilen içerik üreticilerinin sadece bir kısmının babalık ile ilgili hâkim ataerkil toplumsal cinsiyet rol dağılımını kabul etmediği ve bunu değiştirmek adına söylemler ürettiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda toplumsal pratiklerin ve kurucu söylemlerin kolay ve hızlı değişmediği gerçeği ile karşı karşıya kalınsa ve sayı olarak henüz az olsa da ilgili babalık kavramını benimseyen babaların varlığı ve babalık kavramı temelinde ataerkil toplumsal cinsiyet rollerinin değişmesi ve dönüşmesi adına dönüştürücü ve yıkıcı söylemler üretilmesinin tespiti değerli ve yine de umut vericidir.

Kaynakça

Akbaş, Ö. U., & Atalay, G. E. (2020). Geleneksel kadınlık rollerinin sosyal medyada yeniden üretimi: Kendine yardım temalı Youtube kanallarına yönelik çok modlu eleştirel söylem analizi. *Kültür ve İletişim*, 23(45), 58-86.

Akçınar, B. (2017). *Türkiye’de ilgili babalık ve belirleyicileri*. İstanbul: AÇEV Yayınları, 2017.

Akkoç, H. B. (2020). *Boşanma, erkeklik krizi ve babalık*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi.

Altun, Ş. (2019). *Sosyal medya ve şöhret kültürü: Youtube örneği* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ata, A., & Atik, A. (2016). Alternatif bir eğitim-öğretim ortamı olarak video paylaşım siteleri: Üniversitelerdeki Youtube uygulamaları. *Social Sciences*, 11(4), 312-325.

Atalay, G. E. (2019). Sosyal medya ve çocuk: “Babishko family fun TV” isimli Youtube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 179-202.

Aydoğan, F. (2010). İkinci medya çağında gözetim ile kamusal alan paradoksunda internet, (Der) Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, *İkinci medya çağında internet*, İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.

Aydoğdu, A. G., İlhan, E. (2020). Alternatif bir iletişim aracı olarak YouTube: 2019 Yerel seçimlerinde sokak röportajları yapan siteler üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 433-442

Bozok, M. (2018). Ebeveynlik, erkeklik ve çalışma hayatı arasında Türkiye’de babalık. İstanbul: AÇEV.

Bozok, M. (2018). Türkiye’de Babalığı Anlamak Serisi-II. İstanbul: AÇEV.

Bozok, M. (2018). Türkiye’de ataerkillik, kapitalizm ve erkeklik ilişkilerinde biçimlenen babalık. *Fe Dergi*, 10(2), 30-42.

Bulut, S. (2020). Egemen söylemin kıyısındakiler: alternatif bir platform olarak Youtube’da gazetecilik ve gazeteciler üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 727-748.

Butler, J. (2004). *Undoing gender*. New York: Routledge.

Butler, J. (2005). *Cinsiyet belası: Feminizm ve kimliğin altüst edilmesi*. (Çev. Başak Ertür). İstanbul: Metis.

Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Cambridge: Polity.

Connell, R. W. (1990). An iron man: the body and some contradictions of hegemonic masculinity. *Sport, men and the gender order* (Ed. Michael A. Messner & Donald F. Sabo). Champaign, IL: Human Kinetics. s. 83-95.

Connell, R. W. (1994). Psychoanalysis on masculinity. *Theorizing Masculinities*. (Ed. Harry Brod & Michael Kaufman). Thousand Oaks, CA: Sage. s. 11-38.

Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. Berkeley, CA: University of California Press.

Dahlgren, P., Olsson, T. (2007). From public sphere to civic culture: Young citizen’s Internet use, (Ed). Richard Butsch, *Media and public spheres*, New York, Palgrave Macmillan.

Donaldson, M (1993). What is hegemonic masculinity?. *Theory and society*. C. 22, S.5, s. 643-657.

Erdoğan, İ. (2020). Yeni medya aptallığı: Youtube videolarında aptalca şeyler yapmanın ve söylemenin ekonomi politiği. *TRT Akademi*, 5(10), 742-765.

Ergin, A., Özdilek R. (2014). Değişen babalık rolü ve erkek sağlığına etkileri. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi* 11, no.1 (2014): 3-8.

Fuchs, C. (2012). Google capitalism. *tripleC: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10(1), 42-48.

Fuchs, C. (2014a). *Digital labour and Karl Marx*. New York: Routledge.

Fuchs, C. (2014b). *Social media a critical introduction*. London: Sage.

Fuchs, C. (2016). Red Scare 2.0: User-generated ideology in the age of Jeremy Corbyn and social media. *Journal of Language and Politics*, 15(4), 369-398.

Gelebek, E. (2020). Gündelik kültür oluşturmada yeni medya araçlarının rolü: Youtube örneği (Master's thesis) Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Gülüm, E. (2019). Geleneksel kültür, medya müzeciliği ve Youtube. *Folklor/ Edebiyat*, 25(99), 491-500.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*, NYU Press, New York.

Karataş, Ş., Binark M.B. (2016). Yeni medyada yaratıcı kültür: Troller ve ürünleri "Caps"ler. *TRT Akademi*, 1 (2), 426-448.

Kocatepe, B., Bilgi, S. (2018). Toplumsal bir inşa olarak babalık: Annelerin yaşam öykülerinde baba imgesi. *Fe Dergi*, 10(2), 42-59.

Mercan, Z., Şahin, F. T. (2017). Babalık rolü ve babalık rolü algısı. *Uluslararası Erken Çocukluk Eğitimi Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-10.

Metindoğan, A. (2015). Fathering in Turkey. in J. L. Roopnarine (Ed.), *Fathers across cultures: The importance, roles, and diverse practices of dads* (pp. 327–349). Santa Barbara, CA: Praeger.

Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkânsız İktidar – Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.

Seidman, S. (2009). Critique of compulsory heterosexuality. *Sexuality Research and Social Policy*. C. 6, S.1, s. 18-28.

Selek, P. (2012). *Sürüne sürüne erkek olmak*. İletişim Yayınları.

Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of western Marxism. *CTheory*, 1(3), 1-27.

Subaşı, S. (2021). Katılımcı kültür tartışmaları bağlamında YouTube: Eleştirel bir değerlendirme. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), 1-20.

Tol, U. U., & Taşkan, D. (2018). Erkeklik ve babalık halleri.

Topbaş, H. ve Doğan, A. (2016). Toplumsalın yeni agorası olarak sosyal medya: Eleştirel yaklaşım. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (1).

Uyanık, Ö., Kaya, Ü. Ü., Kızıltepe, G. İ., ve Yaşar, M. C. (2016). An investigation of the relationship between fathers and their children at preschool level. *Journal of Theoretical Educational Science*, 9(4), 515-531.

Terranova, T. (2004). *Network Culture: Politics for the Information Age*. London: Pluto.

Yüksel, E. (2013). “Bir savaş anlatısı olarak nefes: Vatan sağolsun ve hegemonik Erkeklik krizi”. *Ankara Üniversitesi Fe Dergi*. Sayı 5 (1). s.15-13.

van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media Culture & Society*, 31:1, 41-58.

Wodak, R. (2007). Pragmatics and critical discourse analysis: A cross-disciplinary inquiry. *Pragmatics & cognition*, 15(1), 203-225.

Zeybekoğlu, Ö. (2013). Günümüzde erkeklerin gözünden babalık ve aile. *Mediterranean Journal of Humanities*, 3(2), 297-32.