

Kamusal Alan Olarak Instagram: Serbest Zaman Fiziksel Aktivite Katılımcısı Kadınlar ve Temsil

Instagram as a Public Sphere: Women as Participants in Leisure Time Physical Activity and Representation

¹Mine KIZILGÜNEŞ
ORCID No: 0000-0001-6943-0429

¹Pınar ÖZTÜRK
ORCID No: 0000-0003-0528-7058

¹Hacettepe Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Sporda Sosyal Alanlar Anabilim Dalı

Yazışma Adresi
Corresponding Address:

Arş. Gör. Mine Kızılgüneş

Hacettepe Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi

E-posta:
minekizilgunes@hacettepe.edu.tr

Geliş Tarihi (Received): 25.04.2023
Kabul Tarihi (Accepted): 22.11.2023

ÖZ

Kamusal alan olarak Instagram, bireylerin serbest zaman fiziksel aktiviteye (SZFA) katılma pratiklerini etkileyen ve takipçilerden alınan etkileşim ile bu pratikleri şekillendiren bir platformdur. Dijital platformların özgürlük ve kontrol gibi ikilikler ile farklı kimliklerin temsiline zemin sunduğu bilinmektedir. Dijital Serbest Zaman kuramından (Spracklen, 2015) yararlanan bu çalışmanın amacı "sıradan insanlar" için Instagram'ın SZFA ile ilişkilerindeki rolünü incelemektir. Nitel araştırma yöntemi kapsamında düzenli olarak (en az bir, en fazla dört yıl) SZFA'ya (koşu, yoga, fitness, crossfit vb.) katılan ve bu içerikle Instagram hesabı oluşturan 21-44 yaş aralığındaki sekiz kadına ait Instagram hesabındaki SZFA ile ilişkili toplam 209 paylaşım doküman toplama tekniğiyle ön analiz edilmiş ve sonrasında katılımcılarla yarı yapılandırılmış bireysel görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde düşünösel tematik analiz yönteminden (Braun ve Clark, 2019) ve Schreiber'in (2017) sosyal medyada görsel iletişim analizi için önerdiği çerçeveden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda "Her şey Reel: Değişim", "Etkileşim ve Döngü" ve "Denetim Altında Yazılan Bir Günlük" isimlerinde üç tema geliştirilmiştir. Bulgular, a) katılımcıların kilo vermek ya da sağlıklı olmak gibi değişim isteğiyle başladıkları SZFA'nın Instagram hesapları aracılığıyla etkileşim merkezli bir pratiğe dönüştüğünü, b) takipçiler ile etkileşimin "gündelik" hayat ile "dijital" hayatı iç içe geçirerek katılımcıların ilham kaynağı olma arzularını güçlendirdiğini ve c) Instagram hesaplarını etkileşimlerle paralel yönde güvenlik stratejileri ya da takipçi ilgisini çekmek üzerine yönelttiklerini göstermektedir. Sonuç olarak, bu çalışma Instagram'ın SZFA ile ilişkili öz temsilin üretilmesinde nasıl bir kamusal alan olarak kurgulandığını göstererek, SZFA katılımının takipçi etkileşimlerinden bağımsız düşünülmesi gerektiğini öne sürmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dijital serbest zaman, Serbest zaman fiziksel aktivite, Kamusal alan, Instagram, Sıradan kadınlar*

ABSTRACT

Instagram, as a public space, is a platform that affects individuals' practices of participating in leisure time physical activity (LTPA) and shapes these practices with the interaction received from followers. It is known that digital platforms provide a basis for the representation of different identities with dualities such as freedom and control. Drawing on the Digital Leisure theory (Spracklen, 2015), the aim of this study is to examine the role of Instagram for "ordinary people" in their relationship with LTPA. Within the scope of the qualitative research method, a total of 209 posts related to LTPA on the Instagram accounts of eight women between the ages of 21-44 who regularly (min. 1 max. 4 years) participate in LTPA (running, yoga, fitness, crossfit etc.) and created Instagram accounts in this direction were pre-analyzed with the document collection technique and Semi-structured individual interviews were conducted. In the analysis of the data, the reflexive thematic analysis method (Braun and Clark, 2019) and the framework suggested by Schreiber (2017) for visual communication analysis on social media were used. As a result of the analysis, three themes were developed: "Everything is Real: Change", "Interaction and Cycle" and "A Diary Written Under Supervision". Findings show that a) LTPA, which the participants started with a desire for change such as losing weight or being healthy, has moved to an interaction-centered order through Instagram accounts, b) interaction with followers strengthens the participants' desire to be a source of inspiration by intertwining "daily life and "digital" life, and c) It shows that they manage their Instagram accounts with security strategies in parallel with interactions or to attract follower attention. In conclusion, this study shows how Instagram is constructed as a public space in the production of LTPA -related self-representation, suggesting that LTPA participation should not be considered independent of follower interactions.

Keywords: *Digital leisure time, Leisure time physical activity, Public sphere, Instagram, Ordinary women*

GİRİŞ

Sağlıklı yaşam terimi 1950'lerin sonlarında popüler hale gelmiş, “üst düzey iyilik hali, bireyin daha yüksek bir işlevsellik potansiyeline doğru tirmanarak ilerlediği bir değişim durumu” olarak tanımlanmış ve böylece hastalığın olmaması ile iyilik hali arasında bir ayrıma gidilmiştir (Tiusanen, 2021, s. 1385). Günlük yaşamda sağlıklı olma halinin sorumluluğu bireye atfedilmiştir. Mükemmel denge, sağlık ve benliğin gelişimiyle meşgul olma durumu, bir diğer ifadeyle mükemmel dengeye sahip olma hali bireyleri ayrıcalıklı kılmaktadır (Crawford, 2022). Bu noktada Tiusanen (2021), sağlık söyleminin neoliberal bir söyleme dönüştüğünü ve tüketime dayalı hegemonik arayışlar yoluyla benliği denetleme ve benliği geliştirme çabasını içerdiğini belirtmektedir. Araştırmacılara göre sağlıklı oluş hali, doğası gereği orta sınıf ve fakat “sınıflar üstüymüş” gibi yayılan neoliberal bir kültürel düzlemde işlemektedir (Cairns ve Johnston, 2015).

Sağlıklı oluş halinin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerden birinin serbest zaman fiziksel aktivite katılımı olduğu bilinmektedir (Vuillemin ve diğ., 2005). Serbest zaman fiziksel aktivite (SZFA), serbest zamanlarda gerçekleştirilen egzersize katılım ile yürüyüş, dans gibi rekreasyonel aktiviteleri içermektedir (Azevedo ve diğ., 2007). Son yıllarda ülkemizde araştırmalar özellikle kadınların SZFA'ya katılımlarının geçmiş yıllara göre arttığını göstermektedir (Beşikçi ve diğ., 2021; Emir ve diğ., 2022). Fitness endüstrisinin yaygınlığının artması ve yeni sağlık anlayışı temelinde toplumsal alanda SZFA'ya katılım algısının oluşması, bazı kadınların gündelik hayatlarını sporu merkeze alarak planlamalarına olanak tanıyor gözükmektedir (Doğusan ve Koçak, 2019; Emir ve diğ., 2022; Öztürk ve Koca, 2014). Uzun yıllar geleneksel kitle araçları kadınlara yönelik ideal beden anlayışını (zayıf) toplumsal belleğe yerleştirmişken (Markula, 1995) günümüzde dijital medyadaki fitness akımı ile kadınlara yüklenen beden imajı idealinin daha karmaşık hale geldiği görülmektedir (Toffoletti ve Thorpe, 2019). Böylece geleneksel zayıflık idealine ek olarak “fit” ideali dijital medyanın en popüler trendlerinden birine dönüşmüştür (Daudi, 2022; Kapadia ve Patki, 2023; Pryde ve Prichard, 2022). Neoliberal toplumsal yapının kadınlara bireysel özgürlük, dengeyi yakalama ve idealize fit olmayı bir paradigma olarak sunmasının da etkisiyle, dijital medyadaki fitness içeriğinin büyük bir kısmının kadınları hedef alması da kaçınılmazdır. Elbette kadınların önceki nesillere göre geleneksel cinsiyet rollerini sorgulayarak (Öztürk ve Koca, 2019) serbest zamanlarına mental rahatlama, stresten uzaklaşma, kendini gerçekleştirme gibi olumlu duygu durumunu yaratmak üzerinden anlam yüklemeleri de söz konusudur. Gill (2007) ise postfeminist duyarlılık olarak tanımladığı bu yeni sağlıklı oluş hali anlayışına eleştirel yaklaşır ve bireysel alınmış kararlar gibi gözüken uygulamaların aslında kadınları neoliberal ideolojiyle beslenen postfeminist öznel haline getirdiğini iddia eder (s. 163). Bu yaklaşıma göre postfeminist özne toplum içerisindeki eşitsizliklerin yol açtığı “kişisel gelişim” sorumluluğunun asıl kaynağını fark edemez ve bireysel varlığına odaklanarak kendisinin en iyi haline ulaşma misyonunu edinir (Gill, 2017, s. 616). Böylece bireysel tercihlerinin toplumsal gerçeklerle ilişkisini kurmaktan kaçınır (Meşe, 2022).

Thumim (2012) bilinçli ve kontrollü temsiller arasında bağlantı kurmak için “öz temsil” (self-representation) terimini kullanmaktadır. Öz temsil, Thumim (2012) tarafından yukarıda bahsedildiği haliyle yaşam tarzının oluşumu ve sunumunu dijital medyada temsil edilen benlikle ilişkilendirmektedir. Sosyal medya aracılığıyla bireylerin sağlıklı oluş, fit olma hali (fitspration) ve sağlıklı yaşam rutinlerini temsil etmelerinin artması (Reade, 2021; Wymer, 2022) araştırmacıları spora ilişkin kimliklerin dijital medya aracılığıyla nasıl formüle edildiği ve öz temsilin nasıl kurgulandığı sorularına yöneltmiştir (Thorpe ve Marfell, 2019; ; Toffoletti ve Thorpe, 2021). Bu bağlamda olimpiik ve profesyonel sporcu kadınların temsilleri, üzerinde çok durulan araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Pegoraro ve diğ., 2018; Xu ve diğ., 2019). Araştırmalar profesyonel sporcu kadınların kendilerini temsil ettikleri profiller sayesinde hayran kitlelerini ve görünürlüklerini artırdıklarını göstermektedir (Geurin-Eagleman ve Burch, 2016; Li ve diğ., 2021). Ayrıca

geleneksel medya (televizyon, dergi vb.) temsilinin aksine dijital medyanın bireye kendini tercih ettiği şekilde temsil edebilme imkânı sunmasıyla da son dönemde kadın sporcular tarafından aktif kullanımının arttığı bilinmektedir (Toffoletti ve Thorpe, 2018a). Kadın sporcuların sosyal medyada kendilerini temsil etmeleri onların spor dünyasıyla ilişkili pazarlama stratejileri geliştirmelerine ve kariyerlerini çok yönlü inşa edebilmelerine de fırsat sunmaktadır (Toffoletti ve Thorpe, 2018b). Bunun yanında sporculuk geçmişi olmayan “sıradan insanların” deneyimlerinin dijital medyadaki temsiline dair yeterli çalışma olmamasına dikkat çekilmektedir (DiBisceglie ve Arigo, 2021; Toffoletti ve Thorpe, 2021). Bu çalışmanın bir kavramı olan “sıradan insanlar” (ordinary people) Raymond Williams ile literatürde tartışılmaya başlanmıştır (Williams, 1983). Williams (1983), sıradan insanlar kavramının insanlık tarihiyle birlikte değişebildiğini açıklamış ve ilk başlarda “ortalama” insana atıfta bulunup potansiyelini küçümseyen bir ifade olarak kullanılan kavramın değişen dünyada farklı anlamlar kazanabileceğinin altını çizmiştir. Kavram sosyal ve kültürel bağlamlardan etkilenen toplumsal yargıları yansıtır. Thumim (2012., s. 21) ise Williams’ın açıklamaları bağlamında “sıradan insanlar” kavramının hiyerarşideki alt konumlarına işaret ettiğini belirtmiş; sıradanlığı bilgiye sahip olmayan ve bir uzmanlığın karşısındaki eksiklik olarak tanımlamıştır. Açıklamalar ışığında bu çalışmada “sıradan insan” sporun içinde profesyonel olarak yer almayan, spor ile ilişkili eğitim geçmişi olmayan ancak Instagram profillerinde sporu merkeze alan, sporla ilişkili gelişimi ön planda tutan bir hesap oluşturan insan anlamında kullanılmaktadır. Bu kavramsal çerçeve kapsamında, geliştirilen çalışmanın bir sonraki bölümde araştırmanın kuramsal yaklaşımı olan Dijital Serbest Zaman (Spracklen, 2015) kuramı açıklanmış ve Instagram’ın kamusal alan oluşuna dair bilgiler sunulmuştur.

Instagram’da Geçen Zaman: Dijital Serbest Zaman Kuramı: Bu çalışmada sıradan kadınların Instagram’da öz temsilleri incelenirken Dijital Serbest Zaman kuramından yararlanılmıştır (Spracklen, 2015). Spracklen (2015), Jürgen Habermas’ın (1989) iletişimsel ve araçsal rasyonalite ve kamusal alan yaklaşımlarından hareketle geliştirdiği dijital serbest zaman kuramını açıklarken öncelikle “serbest zaman” kavramını özgürce, genellikle özgür etkileşim, anlaşma ve başkalarıyla tartışarak gerçekleştirilen bir eylem olarak kabul ettiğini ifade eder (s. 75). Kamusal alanda serbest zamanın değerlendirilmesi modern toplumun doğuşundan itibaren süren bir olgudur (Fraser, 1990). Gündelik yaşamda kamusal alanda geçirilen serbest zamanın yanında artık bir de cihaz aracılığıyla kamusal alanda geçirilen iletişim gelişmiştir (Papacharissi, 2002). Dijital dünyada geçirilen serbest zaman, gündelik yaşamda geçirilen serbest zamandan farklı değildir (Spracklen, 2015). Dijital dünyada araçsal yollarla iletişim sağlanır ve bireyler katılım pratiklerine dair tercihlerini yaparken özgür değillerdir, aracın kural ve sınırlarına uyum sağlarlar. Spracklen, dijital serbest zamanın diğer serbest zaman katılımlarından daha iyi ya da kötü olduğunu iddia etmez. Ancak dijital dünyanın gündelik yaşamlarımız gibi araçsallaştırılmış ve sistematik olarak baskılandırılmış bir alan olduğunu açıklar.

Spracklen (2015) dijital dünyada geçirilen zamanı ikiliklerin hâkim olduğu bir alan olarak açıklar: a) kontrol alanı olurken aynı zamanda özgürlük alanı; b) kimlik ve aidiyet inşa etmek ve yıkmak için bir alan; c) ciddi serbest zaman için ve serbest zaman için bir alan.

Dijital dünyanın kontrol alanı olurken aynı zamanda özgürlük alanı olması, dijital dünyada geçirilen zamanın farklı faktörlerden etkilendiğini ifade etmektedir. Gündelik yaşam kamusal alanda geçirilen zaman gibi dijital dünya kamusal alanda geçirilen zamana katılımda herkes özgürdür. Dijital dünyaya katılım özgür bir tercih ve seçenek iken, orada girilen kamusal alan kullanıcılara her zaman iyi ve onay dolu etkileşimler sunmayabilir (Collier, 2012). Anonim olma gücüne sahip olan dijital dünyanın özgür kamusal alan katılımcıları birbirlerine kontrol edici davranışlar sergileyebilmektedir (Englander ve diğ., 2017; Roberto ve Eden, 2010).

Bir diğer ikilik dijital dünyanın kimlik ve aidiyet inşa etmek ve yıkmak için bir alan olmasıdır (Spracklen, 2015, s.84). Dijital platformlar bireylere sosyal ilişkiler geliştirmek ve öz temsillerini inşa etmek üzere bir hesap inşa

edebildikleri platformlar sunmaktadır. Benzer fikirlerin paylaşıldığı insan topluluklarıyla iletişim kurarak geçirilen serbest zaman her çağda değerli olmuştur ve insanlar dijital serbest zaman katılımıyla bu iletişimi çok daha kolay bir şekilde gerçekleştirmeye başlamıştır (Stollfuß, 2020). Dijital serbest zamanın geçirildiği alanda inşa edilen hesaplar bu hızlı dünyanın sunduğu birbiri ardına gelen akımları takip etmeye odaklanmaktadır ve sabit bir kimlik imajının korunma zorluğu, dijital dünya içinde kabul edilmek ve onay almak için bireyin sürekli kimliğini ve aidiyetini yenilemesi yükümlülüğünü hissettirmektedir (Spracklen, 2015).

Spracklen (2015) üçüncü ikiliği dijital dünyanın aynı anda ciddi serbest zaman ve serbest zaman alanı olmasıyla açıklamıştır (Cox ve Blake, 2011; Liao ve diğ., 2022). İnsanlar seçtikleri serbest zaman aktivitelerini süreç içerisinde ciddi serbest zamana dönüştürebilmektedir (Norman, 2016). Dijital dünyanın sunduğu farklı kimlik, alan ve aidiyet temsilleri insanların hesapları üzerinde ciddi zaman harcamalarına neden olmaktadır. Bu hızlı değişimler serbest zamanı dönüştürebilmekte ve kullanıcıları ikiliğe sokabilmektedir. Spracklen (2015) ikilikler temelinde dijital dünyada geçirilen serbest zamanı, gündelik yaşamda geçirilen serbest zamana benzetmektedir. Bu çalışma gündelik hayatında serbest zaman fiziksel aktiviteye katılan ve Instagram'ı bu içerikte paylaşım yapmak için kullanan sıradan kadınların deneyimlerine odaklanmaktadır. Calderia ve diğerlerinin (2020) belirttiği gibi "sıradan" insanlar Instagram'ı gündelik hayatlarından kesitleri paylaşmak için kullanır. Öz temsili görünürlüğün onaylanması olarak kabul ettiğimizde (Calderia ve diğ., 2020), sporculuk geçmişi olmayan kadınların serbest zaman fiziksel aktiviteye katılım yoluyla Instagram'daki görünürlüğünün kendileri için ne anlama geldiğini anlamak, fiziksel aktivite ve dijitalleşen serbest zamandaki fiziksel aktiviteye katılım nedenlerini de anlamamızı kolaylaştıracaktır. Bu kavramsal yaklaşımla şekillenen çalışmanın amacını SZFA'ya katılan "sıradan insanların" SZFA ve sağlıklı oluş haline ilişkin deneyimleri ve anlamları çerçevesinde Instagram'ı kullanma pratiklerini incelemek oluşturmaktadır. Araştırmanın problemleri ise "Sıradan kadınlar serbest zaman fiziksel aktiviteye katılım deneyimlerini Instagram'da nasıl temsil etmektedir?" ve "Sıradan kadınların serbest zaman fiziksel aktiviteye katılım deneyimleri Instagram takipçi etkileşimlerinden nasıl etkilenmektedir?" olarak belirlenmiştir.

YÖNTEM

Bu araştırmanın yöntemini nitel araştırma yöntemi oluşturmaktadır (Merriam, 2015). Bunun nedeni sıradan kadınların SZFA deneyimleri ve SZFA ile ilgili deneyimlerinin Instagram kullanıcısı olmalarından nasıl etkilendiğinin anlaşılmasına olanak tanıyan bir yöntem olmasıdır (Merriam, 2015).

Araştırma Grubu: Araştırma grubu amaçlı örnekleme yöntemi temelinde kriter örnekleme ile belirlenmiştir (Patton, 2002). Buna göre araştırmada katılımcı olmak için belirlenen kriterler a) sporcu/antrenör/spor eğitmeni gibi pozisyonlarda profesyonel olarak çalışmayan kadın olmak b) 18 yaşından büyük olmak, c) düzenli SZFA'ya katılmak ve d) Instagram'da SZFA katılımı ile ilgili düzenli içerik (haftada en az bir gönderi ve bir story) üretmek ve e) takipçi sayısının katılımcının ürettiği içerikleri etkilediğini göz önünde tutarak (DiBisceglie ve Arigo, 2021; Tyer, 2016) en az bin takipçiye sahip olmaktadır.

Birinci yazar Instagram arama özelliğinde "fitness", "sağlıklı yaşam", "koşu", "yoga" gibi kelimelerle tarama yaparak potansiyel hesaplara ulaşmış ve kullanıcıların paylaşımlarına bakmış ve hesaplarının "hakkında" kısmına yazdığı açıklamaları okumuştur. Kriterleri karşıladığı düşünülen 42 hesap belirlenmiş; araştırmacılar araştırmanın amacını içeren metni ve etik komisyon onayını da ekleyerek kendi hesaplarından direkt mesaj yoluyla potansiyel katılımcı adaylarını, araştırmaya katılımcı olmaları için davet etmişlerdir. Altı katılımcı direkt mesaj yolu ile araştırmaya gönüllü katılmayı kabul etmiş ve araştırma grubuna dahil edilmişlerdir. Ayrıca, görüşme gerçekleştirilen katılımcıların sosyal çevrelerindeki

kişilere araştırmanın duyurulması ve araştırmacılara yönlendirmeleri ile iki katılımcı kartopu örnekleme yöntemi ile araştırma grubuna dahil edilmiştir (Patton, 2002).

Bu araştırmanın araştırma grubunu sekiz katılımcı oluşturmaktadır. Tablo 1’den de takip edilebileceği gibi kadınlar 3-6 gün arasında ve günde 1,5-2 saat düzenli fiziksel aktiviteye katılmaktadırlar. İki dışında altısı profesyonel meslek sahibi kadınlardır; öğrenci olan katılımcılar ise ailelerinden ekonomik destek almakta ve bazı dönemlerde yarı zamanlı çalışarak gelir sağlamaktadırlar.

Tablo 1

Katılımcı Demografik Bilgileri

Katılımcı Rumuzu	Yaşı	Mesleği	SZFA Türü	Instagram Takipçi Sayısı	SZFA Haftalık Katılım (Gün-Saat)	SZFA Katılım Süresi (Yıl)	Aylık Gelir (2022 Yılı)	
Aylin	37	Bankacı	Koşu	11,4B	6	2	3	15.000
Ayten	44	Öğretmen	Koşu/ Crossfit	1002	3	2	4	10.000
Beste	21	Öğrenci	Fitness	12,3B	6	2	2	3-4.000
Dilara	38	Öğretmen	Yoga/ Yüzme	1571	4	1,5	3	12.000
Gözde	24	Mühendis	Fitness	1013	3-4	2	1	10.000
Melis	22	Öğrenci	Fitness	52,2B	6	2	2	20.000
Nisa	24	Psikolog	Fitness	13,9B	3-4	1,5	2	9.000
Öykü	24	Avukat	Fitness	5018	4	1,5	2	7.000

Veri Toplama Araçları: Araştırmanın veri kaynağını yarı-yapılandırılmış bireysel görüşmeler oluşturmaktadır. Bireysel görüşme sorularının belirlenmesi ve araştırma problemine ilişkin bağlamın katılımcılarla birlikte yeniden inşa edilebilmesi için sekiz katılımcının Instagram hesaplarındaki SZFA ile ilgili paylaşımları, kendilerinden alınan izin doğrultusunda, doküman toplama yöntemi kullanılarak toplanmıştır (Schreiber, 2017).

Dokümanlar her bir katılımcının Covid-19 normale dönüş tarihi olan 1 Temmuz 2021 ile bireysel görüşmelerin gerçekleştirdiği son tarih 15 Eylül 2022 tarihleri arasındaki SZFA, SZFA ile ilişkili beslenme/sağlık ve SZFA’yı içeren yaşam tarzı pratikleriyle ilişkili paylaşımlarından oluşmaktadır. Öncelikle her katılımcının Instagram hesaplarında SZFA ile ilişkili fotoğraf/lar ve video kesitleri ekran görüntüsü ile kayıt altına alınmış; paylaşımdaki metin ve yorumlarla birlikte word belgesine aktarılarak her bir katılımcı için ayrı dosya oluşturulmuştur. 8 katılımcının toplam 209 paylaşımları (122 fotoğraf ve 87 video görseli, açıklama metni ve yorumlar) ön hazırlık için hazır hale getirilmiştir. Saldana (2011) özellikle görsel analizde araştırmacıların kendilerinde uyandırdığı “ilk izlenimi” not olarak yorumlamaları gerektiğini önermektedir. O nedenle her bir paylaşımdaki görsel araştırmacılar tarafından ayrı ayrı betimlenmiş, yorumlanmış ve paylaşımın bütününe (görsel ve metin) bir isim verilmiştir. Bu süreç bir ön analiz olarak işlemiştir; böylece hem bireysel görüşme öncesinde katılımcının fiziksel aktivite ile ilişkisinin Instagram’daki paylaşım pratikleri anlaşılabilir hem de paylaşımlar bütün olarak bireysel görüşme veri analizi sürecine hazırlanmıştır. Hikayeler (story) 24 saatlik zaman dilimini kapsadığı için toplanmamıştır. Her bir paylaşıma gelen yorumlar (min: 0 yorum; maks: 1393 yorum; toplam: 6290 yorum) ise “olumlu” ve olumsuz” olarak iki temel kategoride kodlanmış ve böylece iki temel kategori bağlamında katılımcının kendisine gelen yorumlar bireysel görüşmeler için hazır hale getirilmiştir. Bu süreç bireysel görüşmelerde odaklanılacak bağlamın belirlenmesine, soruların oluşturulmasına ve katılımcıların gündelik hayatlarına vakıf olunmasıyla görüşmeci – katılımcı arasındaki hiyerarşinin bozulmasına (Hesse-Biber, 2007) hizmet etmesi amacıyla yürütülmüştür.

Bireysel görüşmeler: Bireysel görüşme soruları havuzu öncelikle ilgili literatürdeki fit olmak ve sağlıklı yaşamakla ilişkili paylaşımlar (Bell ve diğ., 2021; Deighton-Smith ve Bell, 2018; DiBisceglie ve Arigo, 2021); kadın, fitness ve sosyal medya (Baker ve Walsh, 2018; Toll ve Norman, 2021) ve fiziksel aktivite ve yeni medya (Cohen ve diğ., 2019; Fioravanti ve diğ., 2021; Nelson ve diğ., 2022) araştırmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Yukarıda bahsedilen Instagram profillerinin incelenmesi süreci katılımcıların SZFA'ya katılım pratikleri ile Instagram kullanım pratikleri arasındaki bağıntıya dair bir ön izlenim sunduğu için katılımcıların gündelik hayatlarına odaklanan soruların da üretilmesini sağlamıştır. Gerçekleştirilen pilot görüşmenin ardından, yarı yapılandırılmış bireysel görüşme soruları gözden geçirilmiş ve araştırma probleminin kapsamında soru formu oluşturulmuştur.

Yarı-yapılandırılmış görüşme soruları düzenli fiziksel aktiviteye neden ve nasıl başladığı (görüşmeler sırasında katılımcıların branşları temelinde ve aynı anlamda ortaklaşabilmek için “spor”, “koşu”, “fitness” kavramları da kullanılmıştır), kamusal alanda bir kadın olarak fiziksel aktiviteye katılımına yönelik deneyimleri, Instagram profil içeriğini düzenli fiziksel aktivite bağlamında oluşturma nedenleri ve Instagram profilindeki paylaşım pratiklerine ilişkin deneyimlerini içeren konuların çerçevesi ve içeriği belirlenmiştir. Görüşmelerde “Öncelikle spora nasıl katıldığınızı, neden katılmaya başladığınızı ve gündelik yaşamınızdaki önemini anlatır mısınız?” gibi sorular ile katılımcıların SZFA'ya katılma sebepleri anlaşıldıktan sonra SZFA ve Instagram ilişkilerini derinleştirmek için “Bu içerikte bir hesaba sahip olmanız sizin spora devam etmenizde nasıl bir rol oynuyor?”, “Instagram’da spor ile ilgili bir paylaşımı neye göre yapıyorsunuz?” gibi sorular ile görüşme şekillendirilmiştir. Ayrıca, her bir bireysel görüşme katılımcıların hesap incelemesinden elde edilen veriler ışığında ve görüşme sırasında katılımcıların Instagram hesapları açılarak, sorular derinleştirilmiştir. Örneğin, katılımcılara “Profilinizin bio kısmında x yazıyor, bu cümle sizin için ne ifade ediyor, anlatabilir misiniz?” ya da (bilgisayarda ekran paylaşımı yapılarak hesabındaki bir paylaşım gösterilerek) “Burada x salonuna geldim ve kimseyle uğraşmıyorum, iyi geldi yazıp bu fotoğrafı koymuşsunuz. Lütfen bu paylaşımı yaparkenki duygularınızdan bahseder misiniz? Size iyi gelen neydi ve neden bu durumu paylaşmak istediniz?” gibi belirlenen konuların çerçevesine uygun yeni sorular üretilmiştir.

Yarı yapılandırılmış bireysel görüşmeler 1 Haziran 2022- 15 Eylül 2022 tarihleri arasında Zoom platformu üzerinden gerçekleştirilmiş ve ses kayıt cihazı aracılığıyla katılımcıların izinleri alınarak kayda alınmış ve görüşmeler en az 30 dakika en uzun 90 dakika sürmüştür.

Veri Analizi: Bireysel görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde Braun ve Clark’in (2013, 2019, 2022) düşünümsel tematik analiz yönteminden (reflexive thematic analysis) yararlanılmıştır. Bireysel görüşmeler kelimesi kelimesine deşifre edilmiş ve iki araştırmacı tarafından verilere aşına oluncaya kadar birkaç kez okunmuştur. Tümevarımsal bir yöntemle Clarke ve Braun’un (2017) önerdikleri ve temalara ulaşmak için yapı taşları olan kodlama sürecine başlanmıştır. Kodlamada araştırma probleminin yanıt üreten, araştırma problemi üzerine yeniden düşündürten ve verinin “ilginç” özelliklerini ortaya koyan en küçük analiz birimlerini açığa çıkartmak amaçlanmıştır (Clarke ve Braun, 2017).

Her bir katılımcının görüşmesi öncelikle ikinci yazar tarafından kodlanmış; ardından araştırmacıların tartışma toplantıları ile kodlama süreci aktif ve düşünümsel bir şekilde devam etmiştir. Braun ve Clarke’e göre (2021, s. 332) kodlama verilere angaje olmayı, sürekli okumayı, yansıtmayı, sorgulamayı, merak etmeyi, yazmayı ve geri dönmeyi içeren bir süreçtir; böylece araştırmacılar iç görü geliştirilebilir, kuramsal yaklaşımlarını sorgulayabilir ve verinin izini sürebilirler. Bu aşamada, her iki araştırmacı da araştırmaya, araştırma verilerine ve kodlamalara yönelik yansıtılmalarını, tartışmalarını ve yeni sorularını yazarak, birbiriyle paylaşmaya devam etmiştir. Kodlama süreci kadınların deneyimlerini, bakış açılarını ve anlamlandırmalarını en iyi şekilde temsil eden tema geliştirme sürecinin hem bir parçası hem de sonucu

olarak kurgulanmıştır. Kodların üretilmesi, birbiriyle ilişkilendirilmesi veya listeden çıkartılması sürecinde Instagram paylaşımlarına yapılan ön analizlere (209 adet paylaşım için araştırmacıların aldığı notlar ve yorumlara) geri dönülmüş, görüşmelerdeki ifadeler ile paylaşım arasındaki bağlantı yeniden gözden geçirilmiştir. Kapsamlı analiz sonucunda, tüm analitik boyutlar bir araya getirilmiş ve her bir temada merkezi bir kavrama odaklanılarak, temalara katılımcılar tarafından paylaşılan anlamları yansıtan bir isim verilmiştir (Braun ve Clarke, 2021). Analizler sonucunda 1) Her şey Reel: Değişim, 2) Etkileşim ve Döngü ve 3) Denetim Altında Yazılan Bir Günlük isimlerinde üç tema geliştirilmiş ve bulgular bölümünde sunulmuştur.

Etik Prosedür: Araştırmanın gerçekleştirilmesi için Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonundan izin alınmıştır (Sayı no: E-35853172-900-00002084989). Katılımcılara araştırmanın içeriği hakkında sözel ve yazı ile açıkça bilgi verilmiştir. Çalışmaya yalnızca gönüllü olmayı kabul eden katılımcılar dahil edilmiştir. Katılımcılardan yedisinin hesabı herkese açık ve yalnızca bir katılımcının hesabı gizlidir. Katılımcılardan Instagram hesaplarını incelemek ve bireysel görüşme yapmak için izinlerinin istendiği onam formunda katılımcı hakları, araştırmanın herhangi bir aşamasında sorumluluğa tabi tutulmadan çekilebilecekleri bilgileri yer almaktadır. Bununla birlikte izin verdikleri takdirde profillerinde yer alan sadece “sportif içerikli” paylaşımlarının ve bu paylaşımlara gelen etkileşimlerin ekran fotoğrafı çekme yöntemiyle bilgisayara kayıt edileceği bilgisi de yazılı olarak iletilmiş olup, paylaşımlarındaki fotoğrafların raporlaştırma aşamasında kullanılmayacağı garanti edilmiştir. Bireysel görüşmeler öncesinde Instagram hesaplarına ilişkin soruların da ekleneceği bilgisi kendilerine iletilmiş ve görüşme sırasında hesaplarından bir paylaşım açılırken “İzininizle x paylaşımınızı açmak istiyorum” ifadesi kullanılarak onayları yeniden alınmıştır. Ayrıca katılımcıların hesaplarından ekran görüntüsü olarak bulgularda bireysel görüşme verilerini desteklemek için kullanılan metinler hakkında katılımcılar bilgilendirilmiş ve izinleri alınmıştır. Makale boyunca katılımcıların gerçek isimleri yerine anonim isimleri kullanılmış ve kimliklerini açığa çıkartacak hiçbir bilgiye ve görsele yer verilmemiştir.

Araştırmanın titizliğini ve güvenilirliğini arttırmak için de bir dizi önlem alınmıştır (Braun ve Clarke, 2019). Öncelikle araştırma grubunun oluşturulması için bir hazırlık yapılmış ve katılımcılar araştırmanın amacına yönelik araştırmaya dahil edilmiştir. Görüşme sorularının hazırlığında profillerin incelenmesi için uzun bir süre harcanmış, profiller titizlikle bir ön analize tabii tutulmuş ve böylece katılımcıların içinde buldukları kültür ve bağlam hakkında bilgi sahibi olunmuştur. Katılımcıların gündelik hayatlarına ilişkin bir anlayışın geliştirilmesi, aynı zamanda öznel deneyimlere odaklanmaya olanak tanıyan bir esneklikte soruların tasarlanmasını gerektirmiştir. Deşifrelerin katılımcılara iletilerek onaylamalarının istenmesi ile başlatılan analiz sürecinde iki araştırmacının bağımsız kodlama yapması, kodlamaya ilişkin tartışmaların sistematik yapılması, yansıtımaların düzenli tutulması ve kod-tema ilişkilendirilmesinde üçüncü bir akademisyenin görüşüne sunarak akran değerlendirmesi yapmasının istenmesi araştırmanın titizliğinin sağlanması için gerçekleştirilen adımlardır.

BULGULAR

Her şey Reel: Değişim: Bu temada öncelikle sıradan kadınların serbest zaman fiziksel aktiviteye başlamalarına ilişkin kararlarıyla ilgili görüşmelerde elde edilen bulgular yer almaktadır. Ayrıca bu katılımı Instagram paylaşımlarına taşımalarına dair deneyimleri ve paylaşımlarına yükledikleri anlamlara dair veriler paylaşılmaktadır. Bulgular katılımcıların SZFA'ya farklı hedeflerle başladıklarını göstermektedir. Örneğin, Beste kilo vermek, Melis kilo almak, Dilara omurga sağlığını korumak amacıyla doktor tavsiyesiyle ya da Gözde sadece kalçasını forma sokma isteğiyle SZFA'ya başlamışlardır. SZFA'ya katılımları devam ettikçe amaçları değişmiş, katılımları dengeli yaşam rutini oluşturmak ve sağlıklı bir bedene kavuşmak üzerine yoğunlaşmıştır. Bu konuyla ilişkili olarak Gözde “Fitness”ın yaşam tarzı haline gelmesi, geri kalan bütün her şeyi kesip atmak, sadece fitness ve sporcu beslenmesine odaklanmak değil de

kişisel hayatının bir parçası haline getirmek anlamına geliyor” ifadesiyle SZFA’nın yaşamında değişen ve sağlamlaşan konumundan bahsetmiştir. Yüklenen anlamlar değiştikçe, kadınların SZFA katılımlarını farklı amaçlarla Instagram’a taşıma ve bu doğrultuda paylaşım oluşturma sürecine girdikleri gözlemlenmektedir. Örneğin Nisa, “Profilimde paylaşım yaptıkça kendimi motive ederim, spora devamlılığım artar, kendimi daha iyi hissederim diye açtım” demiş ve hesabını SZFA katılımını pozitif anlamda etkileyen bir araç olarak gördüğünü ifade etmiştir. Gözde ise, “Fitness benim günlük rutinim. Instagram da bunu paylaştığım ve belgelediğim bir araç” ifadesiyle Instagram’ı gündelik rutinini kamusal alanda paylaştığı bir araç olarak tarif etmiştir. Spracklen’a (2015) göre Gözde ve Nisan’ın Instagram’ı bir araç olarak görüşü, platformu kimlik ve aidiyet inşa etmek için bir alan olarak kullanmalarıyla açıklanabilir. Diğer çoğu katılımcı gibi Gözde hesabının başlarda sadece bazı SZFA ile ilişkili videolarını paylaşıırken, süreç içerisinde fitness ve sağlıklı olma halini ilişkilendiren paylaşımlarda bulunmaktadır. Paylaşımlarından birinin açıklamasına “Kendine odaklan, temiz beslen, ağırlık kaldır, iyi uyu, eğlen” yazarak kendisine, bedenine ve yediklerine odaklanmayı ve bundan keyif almayı seven benliğini yansıtmaya ifadesini destekleyen örneklerden biridir.

Spracklen’e (2015) göre Instagram hesabı oluşturan bireyler kendilerini temsil edecek yeni bir alan yaratmaktadır. Kendilerini Instagram paylaşımlarıyla temsil etmek katılımcılar için farklı anlamlar taşımaktadır. Örneğin Beste öz temsili SZFA ile ilişkili olarak “Ben buna (bedenini kastediyor) emek vermişsem ben bunu zaten sergilerim” ifadesini kullanarak anlatmıştır. Beste beden değişimini bireysel başarısı ve emeğinin yansıması olarak anlamaktadır ve bu başarıyı herkesin görmesi onun öz temsil pratiğinin temelini oluşturmaktadır. Aylin Instagram’a dair kendini temsil anlayışını “Sahnede olmayı seviyorum... Sahnede olmayı seviyorum bir şeyler anlatmayı seviyorum” ifadesiyle belirtmiş ve Instagram’ı sahne olarak kavramsallaştırmıştır. Benzer bir ifade kullanan Gözde ise “Yaptığım şey sonuçta gurur duyulacak bir şey ve kendime saklamak istemiyorum” demiştir. Rettberg’e (2017) göre öz temsil, sosyal medyada görünür olması istenen bir kimliğin yansıtılması için paylaşılan içeriklerdir. Dijital Serbest Zaman kuramına göre dijital dünyada kullanıcılar kendi kendilerini bilinçli bir yaklaşımla temsil ederler (Spracklen, 2015). Bu araştırmanın katılımcıları inşa süreçlerini gerçek ve doğal olarak ifade etmiştir. Öte yandan kadınların SZFA ile ilişkili Instagram kullanımlarını gerçeğin dışına çıkan, filtrelenmiş ve sahte bir kimlik inşası olarak açıklayan araştırmalar bulunmaktadır (Reade, 2021; Stsiampkouskaya ve diğ., 2021; Toffoletti ve diğ., 2021). Ancak bu araştırmanın katılımcıları Instagram’da gerçek olduğunu ifade ettikleri hesaplar oluşturduklarını iddia etmektedir. Spracklen’e (2015) göre dijital dünya yeni kimlik inşa etmek ve yıkmak için bir alanken bu araştırmanın katılımcıları kimliğin gerçek ve sürekli olduğu vurgusunu sıklıkla yapmıştır (Tiggermann ve Anderberg, 2020). Ayten paylaşımlarının gündelik hayatını yansıttığını ve gerçek bir hesap olduğunu “Sosyal medyada nasılsa normal hayatımda da öyle bir insanım. Çok farklı değilim zaten olduğu gibi” ifadesiyle açıklarken, Aylin “Instagram’ım gerçek hayatımı çok yansıtıyor... hani fake (sahte) değildir” diyerek öz temsilin gerçekliğine dikkat çekmiştir. Bunun yanı sıra Nisa’nın farklı açı ve ışıklarda poz vererek bedenini kaslı ya da kilolu gösterebildiğini ispatladığı fotoğrafları yan yana koyarak paylaştığı gönderisine yazdığı açıklamada gerçekliğe dair fikrini paylaşmaktadır, “Sosyal medyanın ne kadar yüzeysel olduğunu, gördüğümüz her şeyin gerçeği yansıtmadığını, insan vücudunun 7/24 gördüğümüz fotoğraflardaki gibi durmadığını ve bunun çok NORMAL olduğunu ara ara hatırlatmakta ve hatırlamakta fayda olduğunu düşünüyorum”. SZFA katılımcısı Nisa takipçilerine gündelik yaşam ve Instagram arasındaki farklılıkları hatırlatmak, her zaman gerçek görüntülerin paylaşılmadığını takipçilerine fark ettirmek istediği görülmektedir. Katılımcıların açıklamaları Spracklen’in (2015) ikiliklerinde belirttiği gündelik hayat ve araştırmış dijital hayat arasındaki benzerliğe örnek oluşturmaktadır. Bir sonraki temada ise katılımcıların deneyimlediği dijital ikiliklerine takipçilerinin katılmasıyla oluşan etkileşim süreci incelenmiştir.

Etkileşim ve Döngü: Bireysel motivasyon kaynakları temelinde yaşam tarzına dönüşen SZFA'ya ilişkin gündelik pratikler, imajlar ve metinler, Instagram hesaplarında paylaşıldıkça kişi kendindeki “olağan” değişimi takip edebilir. Bu noktada Gill'in (2007) postfeminist özneye referans vererek açıkladığı “bireysel tercih” ve bu tercih bazında sahiplenilen “yaşam tarzı” aynı zamanda platform aracılığıyla takipçilere gösterilebilir. Hesaptaki paylaşımlara yönelik etkileşim, gündelik hayattaki SZFA'ya ilişkin değişimi de beraberinde getirebilir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların ilk SZFA deneyimlerinde kendileri merkezi bir konumda yer alırken, Instagram'ın sonradan dahil olduğu bu sürece izleyiciler (takipçiler) eklenmiştir. Alanın sıradan katılımcıları, kendi ifadeleriyle “ilham veren” bir konuma geçmektedir. Öz temsil gerçekleştiren hesap yazarları (kullanıcıları), SZFA katılımlarını, böylece etkileşimlerle şekillendirmeye başlamıştır. Bu temada katılımcıların takipçilerinden aldıkları etkileşimler ve Instagram hesaplarında bu etkileşimler sonrası oluşan döngü açıklanmaktadır. Katılımcıların alandaki “sıradan” konumları Instagram hesaplarında ilgi çekmeye başlamış ve etkileşimlerini artırmıştır. Örneğin Öykü fitness alanında profesyonel olmayışıyla ilgili, “Zaten zayıfsın diyor, güzel de bir kadınsın diyor, avukatsın da diyor... bu inanılmaz nadir bulunan bir şey diyor... mesleğimin de dikkat çekmemin üzerinde çok etkisi var”. Takipçilerinden “zayıflığına” ve “mesleğine” rağmen fitness yapıyor olmasının takdir görmesi, Öykü için yeni bir motivasyon kaynağına dönüşmekte ve her pratik bu bilmediği alanda sıradan olması üzerinden yeniden anlam kazanmaktadır (Thumim, 2012). Sürekli etkileşim alan Instagram hesaplarıyla sıradan kadınlar, alan içinde bir döngüye girmiştir. Bu döngü Dijital Serbest Zaman kuramı (2015) ikilikleriyle açıklandığında takipçilerden gelen etkileşimin Instagram kullanımını ciddi serbest zaman ikiliğine yönlendirdiği söylenebilir. Katılımcıların takipçi grubunun onları sürekli etkileşim halinde tutan, sorular soran ve bilgilerinden yararlanmak isteyen bir grup olduğu görülmüştür. Örneğin Melis'in bir gönderisinde “Abla bir şey sorabilir miyim? Ben ağırlık çalışmak istiyorum... kilo alırsın vs. diyorlar... Öyle kalınlaşma tarzı bir şey olur mu?” yorumu görülmektedir. Takipçilerinin onlara sorular sorması, alana ait deneyim ve bilgilerinden yararlanmak istemesi gibi etkileşimler sıklıkla paylaşımlara yapılan yorumlarla katılımcıları etkileşim altında bırakmaktadır ve bu etkileşim onların dijital dünyadaki aktiflik sürelerini ve emeklerini artırarak ciddi serbest zaman ikiliğine çekebilmektedir. Katılımcıların SZFA ilişkili bir eğitimleri ve profesyonel bilgileri olmamasına rağmen takipçileri onlar uzman konumundaymış gibi deneyimlerinden faydalanma talebine geçmektedir. Görüştüğümüz bazı kadınlar bu yoğun etkileşimden karşılıklı motivasyon ürettiklerini ve takipçileri kadar kendilerini de besleyen bir alan olduğunu açıklamışlardır. Melis'in, “İnsanlar bana sanki disiplinli ve bilgili bir insanmışım gibi sürekli sorular sordu... Tam istediğim fiziğe sahipsin, devam et sakın bırakma seni idol alıyorum falan. Bu tarz yorumlar beni daha çok teşvik ediyor. Ben de insanları teşvik ediyorum karşılıklı bir durum var” ifadesi döngüye örnek oluşturmaktadır. Benzer bir deneyim Beste tarafından “Etkileşim oldukça, işte insanlar bir şey sordukça bu beni de kendi antrenmanlarıma da kendi beslenmeme de yaşam tarzıma da ekstra bir olumlu yönü oluyor benim için... Belki şu anda bu sosyal medya bu hesabım kapansa Allah korusun kapansa belki de çok motivasyonum düşer gerçekten çok etkiler beni” ifadesiyle Instagram'ın aslında SFZA katılımının merkezinde olduğunu açıklamıştır. Bu döngü onları motive eden ve sıradanlıktan ilham kaynağına dönüştüren bir döngüdür ve takipçilerden gelen destek mesajları katılımcılar için SZFA sürekliliğini sağlamaktadır. Döngü aynı zamanda Spracklen'in (2015) açıklamaları kapsamında değerlendirildiğinde katılımcıların yeni bir kimlik inşa etmesine de işaret etmektedir. Beste'nin profilinden görülen yorumlar Beste'nin yeni “ilham kaynağı” kimliğine kanıt oluşturmaktadır. Örneğin bir takipçisi “İ.D.O.L! Tek gerçek ilham kaynağı sizsiniz bu mecrada” diyerek Beste'nin profilinin rolünü ortaya koymaktadır. Katılımcıların Instagram hesaplarına gelen olumlu etkileşimler onların öz temsillerinin devamlılığını kılmaktadır. İletişimin yanı sıra, ilham kaynağı konumuna gelen kadınlardan bazılarının bu konumlarını sosyal medya üzerinden yaptıkları çeşitli reklam anlaşmaları ile güçlendirdiği gözlenmektedir. Takipçilerine öneri sunabilen ve SZFA katılımları sayesinde marka iş birlikleri ile dijital dünya

katılımcılarını ciddi serbest zaman katılımı ikiliğine dönüştüren “sıradan kadınlar” alanda daha da popüler hale gelmektedir (Spracklen, 2015). Melis “İnsanların ‘Aaa! Melis gerçekten ünlü olabiliyor, ünlüleşebiliyor’ demesini istiyorum aslında” ifadesiyle, yaptığı tanıtımların, ona alan içinde kazandırdığı popüleriteden memnuniyetini dile getirmektedir. Beste ise “Kullandığım tariflerde sürekli ne kullanıyorsam onları göstermeye çalışıyorum. Ben bunu kullanıyorum, şöyle etkisini görüyorum diye anlatıyorum” diyerek reklam anlaşmalarına harcadığı zamanı ifade etmiştir.

Analizler ayrıca Instagram’daki SZFA katılımcılarının birbirini takip ederek yarattığı etkileşimin, kadınların SZFA katılımlarıyla ilişkili deneyimlerine sorumluluk duygusu eklediğini göstermektedir. Bu durum Dijital Serbest Zaman (Spracklen, 2015) kuramı bağlamında değerlendirildiğinde katılımcıların SZFA’yı artık sadece kendileri istediği için değil, takipçilerinin beklentilerini karşılamakla sorumlu hissettikleri için katıldıkları bir ciddi serbest zamana dönüştürmesiyle örneklendirilebilir. Bu sorumluluğu dair Gözde “Sanki spora gitmezsem orada (Instagram’da) beni takip eden insanları hayal kırıklığına uğrattırılmışım gibi hissettiğim günler de oluyor” derken, Nisa “Birkaç gündür paylaşım yapmadın iyi misin nasılsın? Arada böyle DM’ler alıyorum” ifadesiyle takipçileriyle kurduğu bağlantıyı anlatmıştır. Nisa’nın takipçisi ona “Saf disiplin örneği, motivasyon kaynağım” yorumunu yazmışken Nisa’nın “Çok daha iyisini yapacağından şüphem çok” yanıtı SZFA katılımcılarının birbirlerinin süreçlerini takip ettiğine ve karşılıklı destek sağladığına örnek sunmaktadır. Katılımcıların hepsinin bu etkileşimlerden sonra SZFA katılımlarının bir paylaşım döngüsüne girdiği söylenebilir. Instagram hesaplarında temsil edilen ve “ispat edilen” SZFA katılımı kadınların sıradan konularını ilham veren bir yolculuğa çevirmiştir. Etkileşimler ve SZFA katılımı devam ettikçe bu döngünün birbirini beslediği görülmektedir. Ancak katılımcıların artan etkileşimlerinin onları farklı kontrol stratejilerine yönelttiği de anlaşılmaktadır. Bir sonraki tema katılımcıların Instagram’da öz temsil pratiklerini nasıl denetledikleri hakkında bulguları içermektedir.

Denetim Altında Yazılan bir Günlük: Instagram incelemeleri ve bireysel görüşme analizleri kadınların Instagram’ı herkesin okuyacağını bildiği bir “günlük” yazımı gibi kullandıklarını göstermektedir (Calderia ve diğ., 2020; Martinviita, 2016). Geleneksel günlük yazımında birey, duygularını, deneyimlerini ve düşüncelerini kendisi için bir deftere yazar (Takarangi ve diğ., 2006). Instagram ise kadınların günlüklerini başkalarının okuyacağını bildiği bir farkındalık ile denetim halinde tutarak yazdıkları bir mecraya dönüşmüştür. Dolayısıyla “Denetim Altında Yazılan bir Günlük” isimli bu üçüncü tema kadınların SZFA katılımları ve Instagram kullanımlarıyla ilişkili uyguladıkları denetimlerine ilişkin deneyimlerini açığa çıkartmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu temada Spracklen’in (2015) dijital dünyanın aynı zamanda kontrol ve özgürlük alanı sunması gibi ikilikleri barındırdığına dair örnek oluşturan bulgular sıklıkla görülmüştür. Analizler gündelik yaşam ve Instagram’da benzer denetimlerin gerçekleştirildiğini, Instagram’ın bu denetimler için yalnızca farklı bir araç olduğunu göstermektedir (Spracklen, 2015). Bireysel görüşmeler sırasında gündelik yaşam kamusal alanda SZFA’ya katılan katılımcılar toplumsal cinsiyetlendirilmiş unsurlara (erkek flörtöz bakışı, küçümseyici bakış vb.) dayalı rahatsızlık duydukları deneyimleri paylaşmışlardır. Sırf cinsiyetlerinden kaynaklı SZFA alanında (fitness salonları, koşu parkları vb.) almak zorunda hissettikleri tedbirler vardır. Örneğin kamusal alanda SZFA’ya katılırken, spor salonunun konumu açısından “güvenilir” bir semtte olması ya da müşteri profiline cinsiyete göre eşit sayısal dağılıma sahip olması katılımcıları güvende hissettiren unsurlardır. Öykü’nün fotoğraf açıklamasında, “Kadınlara özel salona geldim bugün ay kimseyle uğraşmıyosun çok iii” yazdığı görülmektedir. O gün kadınlara özel fitness salonunda “kimseyle uğraşmak zorunda kalmamasını” belirtmesi bir SZFA katılımcısı kadın olarak uyguladığı stratejinin örneğidir. Gözde “Genelde kadın erkek oranlarına bakıyorum ve kadınların da olduğu spor salonlarına gitmeyi daha çok tercih ediyorum” diyerek salon tercihini toplumsal cinsiyetlendirilmiş kriterlere dayalı yapmak zorunda kaldığını belirtmiştir. Bu araştırmanın bulguları kadınların kamusal alanda SZFA’ya katılımlarının önündeki toplumsal cinsiyetlendirilmiş

engellerin (Coen ve diğ., 2018; Krenichyn, 2004; Öztürk ve Koca, 2019; Salvatore ve Marecek, 2010) Instagram'ın dijital ortamında devam ettiğini göstermektedir (Spracklen, 2015). Instagram'da kamusal alandaki toplumsal cinsiyet temelli engeller sıklıkla ısrarlı takibe ve tacize maruz bırakılma olarak kendini göstermektedir. Bu yönüyle kadınlardan bazıları, sporla ilişkili herhangi bir paylaşım sonrası direkt mesajdan (DM) cinsel tacize maruz bırakıldıklarını ifade etmişlerdir. Cinsel içerikli teklifler, cinsel uzuv fotoğrafının gönderilmesi ve paylaşımındaki görsele ilişkin cinsel içerikli yorumlar kadınların sıklıkla maruz bırakıldıkları taciz mekanizmalarıdır. Gözde bir Instagram paylaşımında üyesi olduğu spor salonu isminin (ve dolayısıyla konumun) “anlaşılır olması” sonucunda ısrarlı takibe ve cinsel tacize maruz bırakılan kadınlardan biridir ve şu olayı anlatmıştır, “Birkaç kere aynı kişiden mesaj aldım. Attığım fotoğrafı, çektiğim yolu işte tahmin etmeye çalıştı ve bazı tahminleri de doğrudu. Ya da işte bir alt sokağı falandı. O yüzden spor salonumu özellikle paylaşmıyorum...”. Yoga katılımcısı Dilara da “Konum bildirdiğim zaman Instagram'dan olsun, salonda olsun, yoga yapmak için değil flört etmek için konuşmak isteyen insanlarla çok karşılaşıyorum” demiş ve güvenliğini sağlamak amacıyla paylaşımlarında artık konum bildirmemeye özen gösterdiğini vurgulamıştır. Güvenliğin sağlanması ve istenmedik bir etkileşim deneyimlememek için katılımcılar gönderilerini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlandırmalar Spracklen'in (2015) dijital dünyanın aynı anda kontrol ve özgürlük alanı olabildiğine dair açıklamasına örnek oluşturmaktadır. Sahte hesaplar ile tanımadıkları bir Instagram kullanıcısının hesabına girip “cinsel içerikli” taciz mesajları gönderebilen dijital dünya kullanıcılarının “özgür” davranışları diğer kullanıcılar için paylaşımlarını kontrol etme zorunluluğu doğurmaktadır. Örneğin Nisa “Dişiliğimi ön plana çıkaracak paylaşımlar yapmıyorum” derken, Öykü “Profilimin cinsel enerji vermesini istemiyorum” demiştir. Gönderilerini gelecek etkileşimleri öngörerek sınırlamalarına rağmen maruz bırakıldıkları olumsuz etkileşimle başa çıkmak da katılımcıların üzerinde çaba harcadığı bir başka denetim mekanizmasıdır. Gözde “Ben o yorumları geldiği anda siliyorum, çünkü öyle bir yorumun orada görünmesinden hoşlanmıyorum” diyerek gönderilerine gelen olumsuz yorumları sildiğini anlatırken, Nisa ise gelen rahatsız edici mesajlara “cevap vermediğini” ve “görüldü” özelliğini devre dışı bırakarak mesajları okuduğunu ifade etmiştir. Tüm bu denetimler katılımcıları Instagram deneyimlerini kontrol altına almaya yöneltmektedir ve Spracklen'in (2015) kullanıcının dijital dünyadaki kontrole ihtiyaç duyma hali açıklamasına denk düşmektedir.

“Eleştirilme” ya da “beceri/bilgi düzeyi ile dalga geçilmesi” kamusal alandaki kontrol ve engellerin Instagramdaki diğer yansımalarıdır. Örneğin Öykü'nün SZFA katılım anını paylaştığı bir videoya yazılan “Ah birde hareketleri doğru yapabilsen” ve “Sen spora yenimi başladın vücudun yağlı ve kas küteside yok gibi” yorumları görüşmeler sırasında kurduğu “Benim hesabım tamamen linçten etkileşim alan bir hesap” cümlesine kanıt oluşturur niteliktedir. Öte yandan, sosyal medyanın farklı amaçlardan insanları bir araya getiren ve kontrol edilemez bir platform olmasından kaynaklı bazı kadınlar olumsuz etkileşimlerden etkilenmediklerini, diğer bir ifadeyle “umursamadıklarını”, bilakis takipçi sayısını arttırmak konusunda “işlevsel” olabildiğini belirtmişlerdir. Örneğin Melis “Bazen kötü yorum geleceğini bile bile paylaşıyorum çünkü buna bir etkileşim diye bakıyorum” ifadesiyle, Beste ise “...Özellikle paylaştığım şeyler de var. Sırf takipçi çeksin diye paylaştığım oluyor” diyerek olumsuz etkileşimi “fırsata çevirdiklerini” yani aslında Dijital Serbest Zaman kuramı bağlamında değerlendirildiğinde kimliklerini inşa ederken bir araç olarak gördüklerini anlatmışlardır (Spracklen, 2015). Artan takipçi ve etkileşimler sıradan SZFA katılımcılarının Instagram hesaplarını kamuya açık birer günlük haline getirmiştir. Instagram'ı bir günlük gibi kullanan, hareket halindeki bedenini kayda alıp paylaşan ve takipçileriyle videolar aracılığıyla sohbet edip sorular soran kullanıcılar yüzlerini görmedikleri kişiler tarafından dikkatle izlenmektedirler. Nisa, SZFA'nın merkezde olduğu bir sosyal medya hesabı oluşturan kadınların deneyimlerini “Kimsenin kamerasının açık olmadığı bir Zoom toplantısında gibisiniz” ifadesini kullanarak betimlemiştir. İzlendiğini bilen kullanıcılar tıpkı okunacağını bildikleri bir günlüğü yazar gibi öz temsillerini her zaman kontrol altında

tutmaktadırlar. Dijital Serbest Zaman kuramına göre bu stratejide gerçek olduğu savunulan ve samimi olması için uğraşılan paylaşımlarda aslında izleneceği bilinen bir anın kontrolünü elde tutmaya yönelik ikiliklerin hakim olduğu söylenebilir (Spracklen, 2015). Hesabın ve her paylaşımın bir mesaj barındırdığı, kullanıcı tarafından özenle denetlendiği anlaşılmaktadır. Ek olarak yorumu silmek, kullanıcıyı engellemek, mesajları görmezden gelmek veya hiç okumamak katılımcıların geliştirdikleri bir başka denetim türü olarak görülmektedir. Tüm bu stratejilere ek olarak Ayten hesabını gizliye alıp bu etkileşim türünü tamamen sonlandırma kararı aldığını “Bu şeyi kafadan kaldırmak için yani kendimi daha rahat hissettiğim için kapattım (gizlemek) profilimi... Bu şekilde daha güvende hissediyorum, daha iyi hissediyorum. O yüzden de kapalı kullanıyorum” sözleriyle ifade etmiştir. Spracklen (2015) katılımcıların bu stratejilerini Instagram hesapları üzerinde kurdukları bu kontrolün onların platforma harcadıkları zamanı ve denetimin miktarını artırarak ciddi bir uğraşa dönüştürmesiyle açıklamaktadır. Kullanıcıların Instagram’ı kullanma yöntemleri edindikleri deneyimler tarafından şekillendirilmekte ve sınırları çizilmektedir.

TARTIŞMA

Bu çalışmanın amacı sıradan kadınların Instagram’da SZFA katılımlarıyla ilişkili Instagram hesaplarında öz temsillerini nasıl düzenlediği ve etkileşimler ile deneyiminin nasıl şekillendiğinin incelenmesidir. Bu bölümde araştırmanın bulgular bölümünde sunulan üç tema birbiriyle ilişkisi kurularak, araştırmanın kuramsal yaklaşımı temelinde tartışılmıştır.

Bu çalışmada Instagram, Dijital Serbest Zaman kuramı bağlamında katılımcıların SZFA katılımlarını dijital platforma taşıyarak kamusal etkileşimlerini devam ettirmelerine aracı olan bir platform olarak görülmektedir (Spracklen, 2015). Instagram yeni dönem sağlıklı oluş hali bağlamında popüler akımların üretilip takip edildiği bir alan haline gelmiştir (Slater ve diğ., 2017; Toffoletti, 2021). Instagram kapsamında değerlendirildiğinde serbest zamanın dönüşümü bu platformun sunduğu hızlı akım ve hareketleri takip eden kullanıcılar ile gerçekleşmektedir. Öz temsillerini güncel ve diğer kullanıcılar tarafından kabul edilir olmasını isteyen dijital serbest zaman (Spracklen, 2015) katılımcıları platformun taleplerini karşılamak üzere kullanımlarını sürekli kılmakta ve dönüştürmektedir. Katılımcıların SZFA alanında profesyonel geçmişlerinin olmaması, toplumda yüksek statülü olarak kabul edilen meslek gruplarında çalışıyor ya da okuyor olmaları ve SZFA’ya zaman ayırıp Instagram’da bu yönde bir hesap üzerinden öz temsili kurgulamaları onları SZFA katılımcıları ve takipçileri için değerli kılmaktadır.

Spracklen’in (2015) açıkladığı gibi katılımcılar için Instagram gündelik yaşamdan farksız bir alandır. Bu çalışmanın bulguları da Spracklen’in (2015) açıklamalarıyla bağlantılı olarak katılımcıların Instagram’ı SZFA katılımlarını paylaştıkları bir araç olarak gördüklerini ve gündelik yaşamlarını, gerçekliğine özen gösterdikleri bir sınır içerisinde paylaştıklarını göstermektedir. Hesabın kullanıcılarına duyulan merak onların SZFA ile ilişkili serüvenini takip eden kişilere motivasyon sağlamak ve etkileşimi artırmaktadır (Wood ve Pila 2022). Artan etkileşim Instagram kullanıcıları sıradan kadınların da SZFA sürekliliğini sağlamakta, etkileşim karşılıklı motivasyon aracı haline gelmektedir. Katılımcıların hepsinin kendilerini takipçilerine karşı sorumlu hissettikleri, kimi zaman sadece bunun için SZFA katılımlarını sürdürdükleri söylenebilir. Bu süreklilik postfeminist yaklaşımda eleştirildiğinde katılımcıların kendileri için yaptıklarını ifade ettikleri ancak etkileşim almak, ilham olmak istemek ve popüler bir hesap haline gelebilmek için gerçekleştirdikleri bir pratik olduğu söylenebilir (Prins ve Welmann, 2021; Toll ve Norman, 2021). SZFA katılımını denetleyen ve sürdürülmesi konusunda motive eden bu etki, pratiklerin katılımcıları bir sürekliliğe dahil etmektedir. Bu dahiliyet onların SZFA ve dijital dünya katılımlarını bir bütün halinde ilerletmelerini sağlamaktadır. Ancak bu olumlu ve teşvik eden etkileşimin yanında kadınları olumsuz etkileyen etkileşimler de görülmektedir. SZFA katılımcısı kadınlar gündelik yaşamlarında maruz kalabildikleri olumsuz davranışlarla Instagram’da da karşılaşmaktadır (Ahmad ve Thorpe,

2020; Duffy ve Hund, 2019; Elias ve Gill, 2018). Instagram'da rahatsız edici içeriklerde mesaj ve fotoğraflar gelmesi, bedene yönelik eleştiri veya doğrudan SZFA katılımına ilişkin olumsuz yorum almakla örneklendirilebilecek olumsuz içerikli etkileşimler günlük yaşam kamusal alanda SZFA'ya katılan kadınların deneyimlerinin dijital yansıması olarak ortaya çıkmıştır. Benzer bulgular Türkiye'de profesyonel spor yapan kadınların Instagram kullanım pratiklerini incelediği çalışmalarda da görülmektedir. Örneğin Kvasoğlu ve diğ., (2023) kadın sporcuların Instagram'da deneyimlediği siber şiddeti eleştirel feminist yaklaşım ile incelemişler ve araştırma sonucunda kadın sporcuların paylaşım yaparken özgür hissetmediklerini ancak dijital pratiklerinde kontrolü yok etmeye ve bedenlerini hedef alan siber şiddetin hem hesaplarını hem de gerçek dünyada hayatlarını etkilemesine izin vermemeye çalıştıklarını ortaya çıkartmışlardır. Bir diğer çalışmada ise Kvasoğlu ve Koca (2022) bikini fitness sporcularının Instagram paylaşımlarını Türkiye'deki kadınlığa dair yerleşmiş heteronormatif ve ataerkil normlar etrafında düzenlediklerini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Spracklen'in (2015) Dijital Serbest Zaman açıklamasında altını çizdiği noktalardan biri kullanıcıların tercihlerinde özgür olmadığıdır. Bu araştırmanın bireysel görüşmelerinde katılımcılar Instagram hesaplarının gerçek olduğunu söylese de öz temsilin stratejikliği göze çarpmaktadır (Reade, 2021; Toffoletti ve diğ., 2022). Bu strateji kimi zaman olumsuz etkileşim getireceğini bildiği paylaşımlar yaparak takipçi kitlesini büyütme olabilmekteyken kimi zaman da hesabını bu etkileşimden korumak ve arındırmak üzere de kurulabilmektedir. Katılımcılar SZFA'yı merkeze aldıkları hesaplarını inşa ederken alandaki konumlarını güçlendirecek, etkileşim alacağını düşündükleri ve popüler akımları takip ettikleri paylaşımlar yapmaya öncelik vermektedir. İlgili literatür kadınların Instagram'da kendilerini güvende hissetmek ve takipçi etkileşimini kötü yorumlardan uzak tutmak için paylaşımlarını sınırlayan önlemler aldıklarını ortaya koymaktadır (Farhadi, 2018; Toll ve Norman, 2021). Benzer şekilde bu araştırmanın katılımcıları da bir etkileşim döngüsü içerisinde paylaşımlarını şekillendirerek sınırlamakta akımları takip etmektedir. İçinde buldukları döngü onları popüler bir hesap haline getirmeye yararken aynı zamanda kendilerini korumak için güvenlik stratejileri geliştirmek zorunda kaldıkları olumsuz içerikli etkileşime de maruz bırakılmaktadır. Olumsuz etkileşimden korunmak isteyen Instagram kullanıcıları paylaşımlarında çoğu zaman özgür değillerdir (Lumsden ve Morgan 2017).

Dijital Serbest Zaman (Spracklen, 2015) kuramı bağlamında incelenen araştırmanın bulguları göstermektedir ki sıradan kadınların kamusal alan Instagram'da SZFA'yı merkeze alan bir hesapta öz temsil etmelerini kurgulamaları SZFA'ya dair deneyimlerini etkilemekte ve dönüştürmektedir. Takipçilerle kurulan etkileşimler motivasyon oluşturmada ve SZFA katılımcısı sıradan kadınların deneyimlerini kurgularken bu etkileşimlerin etkisinde kurgulamalarına neden olmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, Instagram'da SZFA'yı merkeze alan bir hesapta, öz temsili kurgulayan sıradan kadınlar Spracklen'in (2015) Dijital Serbest Zaman kuramı kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, sıradan kadınların paylaşımları aracılığıyla kurdukları etkileşimler ile ilham kaynağına dönüştüklerini ve Instagram'ın SZFA'ya katılımında motivasyon aracı haline geldiğini göstermektedir. Bu araç üzerinden kurulan etkileşimin gerçek, sürekli ve güvenli olması kadınlar için önem taşımaktadır. Araştırma göstermiştir ki farklı profesyonel meslek gruplarında bulunan sıradan kadınların SZFA katılımı alanda onları özel ve değerli kılmaktadır. Instagram'ın popüler akımlarını takip etmek, devamlılığını sağlamak ve bu alanda başarı göstermek katılımcıların deneyimlerinin sürekliliğini sağlamaktadır. Sonuç olarak; Instagram, araştırmanın katılımcısı sıradan kadınlar için gerçek etkileşimlerin kurulduğunun iddia edildiği, gündelik yaşamın yansıtıldığı aracı bir platformdur. Ancak araştırmanın bulguları göstermiştir ki Instagram üzerinde kurulan etkileşimler profil sahibi tarafından sürekli olarak denetlenmekte ve etkileşimlerden, hem serbest zaman fiziksel

aktivite katılımı hem de Instagram kullanımı etkilenmektedir. Bu etkileşimler ile şekillenen denetimin “gerçekçi” görünmesi katılımcılarla yapılan görüşmelerde kural olarak ortaya çıksa da bu gerçekçiliğin sınırlarının da takipçiler tarafından çizildiği anlaşılmaktadır.

İleriye yönelik çalışmalarda Instagram üzerinde oluşan “mükemmel olma”, “pozitif olma” “dengeli yaşam” söylemlerine odaklanan akımların kadınların SZFA ile ilişkili deneyimlerini nasıl şekillendirdiği araştırılabilir. Bu akımların üretimi ve sürekliliğini sağlayan kadınların, temsillerini nasıl inşa ettiğinin incelenmesi önerilebilir. Aynı zamanda yeni medya araçlarının toplumsal cinsiyetlendirilmiş beden pratiklerine olan etkisini anlamak için kendin olma, kendini mutlu etme, öz bakım rutini oluşturma gibi akımlar ve kadınların SZFA katılımı arasındaki bağıntının araştırılması önem taşımaktadır.

Yazarlık Katkısı

1. **Mine Kızılgüneş:** Fikir, Tasarım, Veri Toplama ve İşleme, Analiz ve Yorum, Literatür Taraması, Makale Yazımı, Kaynaklar
2. **Pınar Öztürk:** Fikir, Denetleme, Analiz ve Yorum, Veri Toplama ve İşleme, Literatür Taraması, Makale Yazımı, Eleştirel İnceleme

Etik Kurul İzni ile İlgili Bilgiler

Kurul Adı: Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu

Tarih: 08.03.2022

Sayı No: E-35853172-900-00002084989

KAYNAKÇA

1. **Ahmad, N., and Thorpe, H. (2020).** Muslim sportswomen as digital space invaders: Hashtag politics and everyday visibilities. *Communication & Sport*, 8(4-5), 668-691.
2. **Azevedo, M. R., Araújo, C. L. P., Reichert, F. F., Siqueira, F. V., da Silva, M. C., and Hallal, P. C. (2007).** Gender differences in leisure-time physical activity. *International journal of public health*, 52, 8-15.
3. **Baker, S. A., and Walsh, M. J. (2018).** ‘Good Morning Fitfam’: Top posts, hashtags and gender display on Instagram. *New media & society*, 20(12), 4553-4570.
4. **Bell, B. T., Deighton-Smith, N., and Hurst, M. (2021).** ‘When you think of exercising, you don’t really want to think of puking, tears, and pain’: Young adolescents’ understanding of fitness and #fitspiration. *Journal of Health Psychology*, 26(7), 1046-1060.
5. **Beşikçi, T., Emir, E., Özdemir, E., ve Abay Beşikçi, E. (2021).** COVID-19 pandemi sürecinde bireylerin psikolojik sağlık düzeyleri ve rekreasyonda algılanan sağlık çıktılarının incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 447-458.
6. **Braun, V., and Clarke, V. (2019).** Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589-597.
7. **Braun, V., and Clarke, V. (2021).** One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis?. *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 328-352.
8. **Braun, V., and Clarke, V. (2022).** Conceptual and design thinking for thematic analysis. *Qualitative Psychology*, 9(1), 3-67.
9. **Cairns, K., and Johnston, J. (2015).** Choosing health: Embodied neoliberalism, postfeminism, and the “do-diet”. *Theory and Society*, 44, 153-175.
10. **Caldeira, S. P., De Ridder, S., and Van Bauwel, S. (2020).** Between the mundane and the political: Women’s self-representations on Instagram. *Social Media+ Society*, 6(3), 2056305120940802.
11. **Clarke, V., and Braun, V. (2013).** Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2).
12. **Clarke, V., and V. Braun. (2017).** Thematic analysis. *Journal of Positive Psychology*, 12(3), 297-98.
13. **Coen, S. E., Rosenberg, M. W., and Davidson, J. (2018).** “It’s gym, like gym not Jim”: Exploring the role of place in the gendering of physical activity. *Social Science & Medicine*, 196, 29-36.
14. **Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., and Slater, A. (2019).** #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women’s mood and body image. *New Media & Society*, 21(7), 1546-1564.
15. **Collier, A. (2012).** A ‘Living Internet’: Some context for the cyberbullying discussion. In J. W. Patchin, & S. Hinduja (Eds.), *Cyberbullying Prevention and Response: Expert Perspectives* (pp. 1-12). New York, NY: Routledge.
16. **Cox, Andrew M., and Megan K. Blake. (2011).** Information and food blogging as serious leisure. *Aslib Proceedings*, 63(3), 204-220.
17. **Crawford, R. (2022).** A cultural account of “health”: Control, release, and the social body. In *Issues in the political economy of health care* (pp. 60-104). Routledge.
18. **Daudi, A. (2022).** The culture of narcissism: A philosophical analysis of “Fitspiration” and the Objectified Self. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 94(1), 46-55.
19. **Deighton-Smith, N., and Bell, B. T. (2018).** Objectifying fitness: A content and thematic analysis of# fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 467.
20. **DiBisceglie, S., and Arigo, D. (2021).** Perceptions of# fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. *Journal of Health Psychology*, 26(8), 1233-1242.
21. **Doğusan, S., ve Koçak, F. (2019).** Ciddi serbest zaman katılımlında kadın uzun mesafe koşucularının deneyimlerinin öz belirleme kuramına göre incelenmesi. *Sporif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 230-249.
22. **Duffy, B. E., and Hund, E. (2019).** Gendered visibility on social media: Navigating Instagram’s authenticity bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983-5002.
23. **Elias, A. S., and Gill, R. (2018).** Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59-77.
24. **Emir, E., Küçük Kılıç, S., Gürbüz, B., ve Öncü, E. (2022).** Türk kadınlarının serbest zaman aktivitelerine katılımı: Engeller ve kolaylaştırıcılar. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 14(1), 69-78.
25. **Englander, E., Donnerstein, E., Kowalski, R., Lin, C. A., and Parti, K. (2017).** Defining cyberbullying. *Pediatrics*, 14, 148-151.
26. **Farhadi, B. (2018).** Narratives of safety on social media: The Case of #mysafetyselkie. *The Professional Geographer*, 70(1), 140-149.
27. **Fioravanti, G., Svicher, A., Ceragioli, G., Bruni, V., and Casale, S. (2021).** Examining the impact of daily exposure to body-positive and fitspiration Instagram content on young women’s mood and body image: An intensive longitudinal study. *New Media & Society*.
28. **Fraser, N. (1990).** Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In *Public Space Reader* (pp. 34-41). Routledge.
29. **Geurin-Eagleman, A. N., and Burch, L. M. (2016).** Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes’ visual self-presentation on Instagram. *Sport management review*, 19(2), 133-145.
30. **Gill, R. (2007).** Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166.
31. **Gill, R. (2017).** The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606-626.
32. **Habermas, J. (1989).** *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
33. **Hesse-Biber, S. N. (2007).** Teaching grounded theory. *The Sage handbook of grounded theory*, 311-338.
34. **Kapadia, A., and Patki, S. (2023).** Effect of fitspiration on state self-esteem among young adults. *Identity*, 1-19.
35. **Kavasoglu, İ., ve Koca, C. (2022).** Gendered body of Turkish bikini fitness athletes on Instagram. *Communication & Sport*, 10(4), 685-707.
36. **Kavasoglu, İ., Erath Şirin, Y., ve Uğurlu, A. (2023).** A Space of One’s Own? The Tensions of Being Visible on Instagram for Turkish Female Athletes. *Communication & Sport*, 21674795231154913.

37. **Krenichyn, K. (2004).** Women and physical activity in an urban park: Enrichment and support through an ethic of care. *Journal of Environmental Psychology*, 24(1), 117-130.
38. **Li, B., Scott, O. K., Naraine, M. L., and Ruihley, B. J. (2021).** Tell me a story: Exploring elite female athletes' self-presentation via an analysis of Instagram stories. *Journal of Interactive Advertising*, 21(2), 108-120.
39. **Liao, S. H., Widowati, R., and Cheng, C. J. (2022).** Investigating Taiwan Instagram users' behaviors for social media and social commerce development. *Entertainment Computing*, 40, 100461.
40. **Lumsden, K., and Morgan, H. (2017).** Media framing of trolling and online abuse: silencing strategies, symbolic violence, and victim blaming. *Feminist Media Studies*, 17(6), 926-940.
41. **Markula, P. (1995).** Firm but shapely, fit but sexy, strong but thin: The postmodern aerobicizing female bodies. *Sociology of sport journal*, 12(4), 424-453.
42. **Martiniitti, A. (2016).** Online community and the personal diary: Writing to connect at Open Diary. *Computers in Human Behavior*, 63, 672-682.
43. **Merriam, S. B. (2015).** Qualitative research: Designing, implementing, and publishing a study, in: V. Wang (Ed.) *Handbook of research on scholarly publishing and research methods* (Hershey, PA, IGI Global), 125-140.
44. **Meşe, S. (2022).** Türkiye'de postfeminist kültürün izini sürmek: "Çıtır" kadın filmlerinin genç kadınlar tarafından alımlanması. (Tez no:728929). Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi.
45. **Nelson, S. L., Harriger, J. A., Miller-Perrin, C., and Rouse, S. V. (2022).** The effects of body-positive Instagram posts on body image in adult women. *Body Image*, 42, 338-346.
46. **Norman, M. (2017).** Serious leisure, prosumption and the digital sport media economy: A case study of ice hockey blogging. In: Carnicelli S, McGillivray D and McPherson G (Eds.), *Digital Leisure Cultures: Critical Perspectives* (pp. 80-93). Abingdon: Routledge.
47. **Öztürk P., ve Koca C. (2014).** Egzersiz ve performans sporunda beden gölitikaları. *Türk Tabipleri Birliği Dergisi*, 29(5).
48. **Öztürk, P., ve Koca, C. (2019).** Generational analysis of leisure time physical activity participation of women in Turkey. *Leisure Studies*, 38(2), 232-244.
49. **Papacharissi, Z. (2002).** The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27.
50. **Patton, M. Q. (2002).** *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
51. **Pegoraro, A., Comeau, G. S., and Frederick, E. L. (2018).** #SheBelieves: The use of Instagram to frame the US Women's Soccer Team during #FIFAWWC. *Sport in Society*, 21(7), 1063-1077.
52. **Prins, K., and Wellman, M. L. (2021).** Dodging negativity like it's my freaking job: marketing postfeminist positivity through Beachbody fitness on Instagram. *Feminist Media Studies*, 1-17.
53. **Pryde, S., and Prichard, I. (2022).** TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns. *Body image*, 43, 244-252.
54. **Reade, J. (2021).** Keeping it raw on the 'gram: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New Media & Society*, 23(3), 535-553.
55. **Retberg, J.W. (2017).** Self-representation in social media. In: J. Burgess, T. Poell, and A. Marwick (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 429-443). London and New York: SAGE.
56. **Roberto, A. J., and Eden, J. (2010).** Cyberbullying: Aggressive communication in the digital age. In T. A. Avtgis & A. S. Rancer (Eds.), *Arguments, Aggression, and Conflict: New Directions in Theory and Research* (pp.198-216). New York: Routledge.
57. **Saldaña, J. (2011).** *The coding manual for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA: Sage.
58. **Salvatore, J., and Marecek, J. (2010).** Gender in the gym: Evaluation concerns as barriers to women's weight lifting. *Sex Roles*, 63, 556-567.
59. **Schreiber, M. (2017).** Showing/sharing: Analysing visual communication from a praxeological perspective. *Media and Communication*, 5(4), 37-50.
60. **Slater, A., Varsani, N., and Diedrichs, P. C. (2017).** #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87-96.
61. **Spracklen, K. (2015).** *Digital leisure, the internet and popular culture: Communities and identities in a digital age*. Springer.
62. **Stollfuß, S. (2020).** Communitainment on Instagram: Fitness content and community-driven communication as social media entertainment. *Sage Open*, 10(2), 2158244020919535.
63. **Ssiampkouskaya, K., Joinson, A., Pivsek, L., and Stevens, L. (2021).** Imagined audiences, emotions, and feedback expectations in social media photo sharing. *Social Media+ Society*, 7(3), 205630512111035692.
64. **Takarangi, M. K. T., Garry, M., and Loftus, E. F. (2006).** Dear diary, is plastic better than paper? I can't remember: Comment on Green, Rafaeli, Bolger, ShROUT, & Reis (2006). *Psychological Methods*, 11, 119-122.
65. **Thorpe, H. and Marfell, A. (2019).** Feminism and the physical cultural studies assemblage: Revisiting debates and imagining new directions. *Leisure Sciences*, 41(1), 17-35.
66. **Thumim, N. (2012).** *Self-representation and digital culture*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York, NY: Palgrave Macmillan.
67. **Tiggemann, M., and Anderberg, I. (2020).** Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New media & society*, 22(12), 2183-2199.
68. **Tiusanen, K. (2021).** Fulfilling the self through food in wellness blogs: Governing the healthy subject. *European Journal of Cultural Studies*, 24(6), 1382-1400.
69. **Toffoletti, K., and Thorpe, H. (2018a).** The athletic labour of femininity: The branding and consumption of global celebrity sportswomen on Instagram. *Journal of consumer culture*, 18(2), 298-316.
70. **Toffoletti, K., and Thorpe, H. (2018b).** Female athletes' self-representation on social media: A feminist analysis of neoliberal marketing strategies in "economies of visibility". *Feminism & Psychology*, 28(1), 11-31.
71. **Toffoletti, K., and Thorpe, H. (2021).** Bodies, gender, and digital affect in fitspiration media. *Feminist Media Studies*, 21(5), 822-839.
72. **Toffoletti, K., Ahmad, N., and Thorpe, H. (2022).** Critical Encounters with Social Media in Women's Sport and Physical Culture. In *Sport, Social Media, and Digital Technology*. Emerald Publishing Limited.
73. **Toffoletti, K., Olive, R., Thorpe, H., and Pavlidis, A. (2021).** Doing feminist physical cultural research in digital spaces: Reflections, learnings and ways forward. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(1), 11-25.

74. **Toll, M., and Norman, M. (2021).** More than meets the eye: A relational analysis of young women's body capital and embodied understandings of health and fitness on Instagram. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(1), 59-76.
75. **Tyer, S. (2016).** Instagram: What makes you post?. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 4(1), 14.
76. **Williams, R. (1983).** *Culture and society, 1780-1950*. Columbia University Press.
77. **Wood, M., and Pila, E. (2022).** Investigating the effects of fit-normative and weight-inclusive Instagram images on women's exercise motivations. *Body Image*, 41, 460-471.
78. **Wymer, S. (2022).** Fitness trainers perceptions of social media: I'm a fitness professional, not an influencer. In *Digital Wellness, Health and Fitness Influencers* (pp. 128-143). Routledge.
79. **Xu, Q., and Armstrong, C. L. (2019).** # SELFIES at the 2016 Rio Olympics: Comparing self-representations of male and female athletes from the US and China. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(2), 322-338.
80. **Yeru, T. E. (2019).** Celebrification of instagram users as a practice. *KnE Social Sciences*, 405-418.