

GÜNDELİK RUTİNLERİN MEDYATİKLEŞTİRİLMESİ: SOSYAL MEDYADA TEMİZLİK VE ARINMA İMGESİ

Dr. Dursun Can Şimşek* 

DOI: [10.47107/inifedergi.1737819](https://doi.org/10.47107/inifedergi.1737819)

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 8 Temmuz 2025

Kabul Tarihi: 23 Ekim 2025

Atıf: Şimşek, D.C. (2025) Gündelik Rutinlerin Medyatikleştirilmesi: Sosyal Medyada Temizlik Ve Arınma İmgesi. *İNİF E- Dergi*, 10(2), 641-663.

Öz

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında sıradan bir gündelik pratik olan “temizlik” eyleminin nasıl estetize edilerek dijital bir yaşam tarzı sunumuna dönüştüğünü tekil bir vaka üzerinden incelemektedir. Cem Özkök’ün Instagram Reels formatındaki altı temizlik videosu üzerinden yürütülen analizde, temizlik içerikleri görsel temsil, söylemsel yapı, etkileşim düzeyleri ve simgesel anlamlar bakımından çok katmanlı biçimde ele alınmıştır. Karma yöntemle gerçekleştirilen çalışmada nitel tematik analiz söylem çözümlemesiyle desteklenmiş; etkileşim verileri üzerinden nicel veriler de değerlendirilmiştir. Bulgular, temizlik eyleminin sosyal medya ortamında yalnızca hijyenle sınırlı kalmadığını; duygusal regülasyon, dijital ritüel, özne inşası ve yaşam tarzı performansı gibi boyutlar kazandığını ortaya koymaktadır. Temizlik hem bireysel hem kamusal alanlarda dijital görünürlüğün stratejik bir aracı hâline gelmiş; özne, yalnızca temizlik yapan değil, düzen kuran, arınma sağlayan ve estetik mesajlar ileten bir figür olarak yeniden konumlanmıştır. Bu bağlamda, gündelik pratiklerin dijital temsili, bireyin kimliğini yeniden kurduğu ve sosyal medya estetiği içinde görünür kıldığı önemli bir performatif alana dönüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya, sosyal medya, görsel kültür, dijital kültür, temsiliyet

MEDIATISATION OF EVERYDAY ROUTINES: THE IMAGE OF CLEANLINESS AND PURIFICATION IN SOCIAL MEDIA

Abstract

This study examines, within the specific context of Instagram Reels, how the ordinary act of cleaning is aestheticized and transformed into a digital lifestyle performance through a single case. Through a close analysis of six Instagram Reels videos by Cem Özkök, the research examines cleaning content in terms of visual representation, narrative structure, user engagement, and symbolic meaning. Using a mixed-method approach, thematic and discourse analysis were conducted alongside quantitative evaluation of interaction data such as likes and comments. The findings reveal that cleaning, when mediated through social media, evolves beyond hygiene—it becomes a multi-layered practice involving emotional regulation, digital rituals, self-construction, and lifestyle branding. In this context, the individual is no longer just someone who “cleans,” but someone who performs order, offers symbolic purification, and embodies aesthetic messaging. Ultimately, the representation of mundane routines on social media turns into a stage where personal identity is reimagined, ritualized, and performed within the aesthetic logic of digital culture.

Keywords: Media, social media, visual culture, digital culture, representation

* Bağımsız Araştırmacı, csimsek05@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2528-6434

Giriş

İletişim, bireyin gündelik yaşamı ve toplumsal yapısı ile sürekli bir etkileşim hâlinindedir. Biçimsel ya da teknolojik dönüşümler, iletişimin yalnızca bir araç olmanın ötesinde, üretim ve tüketim pratiklerini şekillendiren belirleyici bir unsur haline gelmesine neden olmuştur. Özellikle dijital teknolojilerin hızlı gelişimiyle birlikte, kişisel bilgisayarlardan mobil cihazlara, oradan da giyilebilir teknolojiler ve nesnelerin internetine uzanan süreç; bireyleri sürekli bağlı kılan, çok katmanlı bir iletişim ağının ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Bu dijitalleşme süreci, bireylerin gündelik yaşam pratiklerini dönüştürmüş ve yeni iletişim biçimlerinin gelişimine zemin hazırlamıştır. Sosyal medya platformları bu dönüşümde kritik bir rol üstlenerek yalnızca bireylerin içerik tükettiği değil, aynı zamanda aktif olarak içerik ürettiği mecralar hâline gelmiştir. Bu durum, gündelik yaşama dair sıradan pratiklerin estetikleştirilmesi ve görünürlük arzusuyla yeniden kurgulanmasını beraberinde getirmiştir. Temizlik, yemek yapma, ev düzenleme gibi rutin eylemler, sosyal medyada yalnızca bireysel paylaşım konusu olmaktan çıkarak, bir izlenme stratejisine ve kültürel sermayeye dönüşmüştür.

Bu bağlamda, temizlik eylemi örneği, sosyal medyanın gündelik yaşamı nasıl araçsallaştırdığına ve bireysel pratikleri birer içerik formuna nasıl dönüştürdüğüne dair anlamlı bir inceleme alanı sunmaktadır. Konvansiyonel medya ile sosyal medya arasında kurulan karşıtlık üzerinden, bu tür pratiklerin nasıl temsil edildiği, izleyiciyle kurduğu ilişki biçimleri ve görünürlük politikaları arasında temel farklar bulunmaktadır. Konvansiyonel medya daha çok yapılandırılmış, profesyonel ve kurgusal içerik üretimi ile öne çıkarken, sosyal medya birey temelli ve anlık içerik üretimini ön plana çıkarmaktadır.

Ayrıca, sosyal medya mecralarında içeriklerin dolaşım biçimi, zaman ve bağlam algısını da dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, özellikle algoritmaların “şimdi”ye odaklı yapısı nedeniyle, gündelik yaşamın bağlamdan koparılarak yalnızca enformasyon değeri üzerinden değerlendirildiği bir yapının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Tüketici, içerikle zamansal ya da bağlamsal bir ilişki kurmak yerine, anlık haz ve doyum arayışı içerisinde içerikleri tüketmektedir.

Gündelik yaşam, bireyin toplumsal kimliğini kurduğu, yeniden ürettiği ve bu kimliği farklı bağlamlarda görünür kıldığı temel alanlardan biridir. Bu alanın dijital medyayla kurduğu ilişki, yalnızca yaşam pratiklerinin aktarımıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bu pratiklerin biçimsel ve işlevsel dönüşümüne de neden olmaktadır. Gündelik olanın dijital mecralarda temsili, söz konusu pratiklerin içerik haline getirilmesiyle bir tür estetizasyon ve performatiflik kazanmakta, bu da bireyin gündelik yaşamını hem izlenen hem de izlenen üzerinden kimlik kazanan bir sahneye dönüştürmektedir.

Sosyal medya, bireyin gündelik pratiklerini paylaşma motivasyonunu yalnızca ifadenin bir biçimi olarak değil, aynı zamanda dijital görünürlüğün ve sosyal kabulün ön koşulu haline getirmiştir. Bu görünürlük ise yalnızca paylaşımın kendisiyle değil, paylaşımın estetik değeri, anlatı biçimi ve içerik stratejisi ile de doğrudan ilişkilidir. Temizlik gibi işlevsel ve rutin bir eylemin sosyal medyada içerik hâline gelmesi, gündelik yaşamın doğrudan dijital bir temsil nesnesi olması kadar, bu temsilin içerdiği simgesel değerlerin ve kültürel kodların da yeniden inşa edilmesi anlamına gelmektedir.

Bu bağlamda, problem yalnızca "temizlik" eyleminin sosyal medyada nasıl görselleştirildiği değil; aynı zamanda bu görselleştirmenin hangi anlatı yapılarıyla gerçekleştiği, izleyiciye nasıl sunulduğu ve bireyin bu eylem üzerinden nasıl bir özne

pozisyonuna yerleştirildiğidir. Temizlik eylemi bu bağlamda yalnızca bir hijyen pratiği değil, aynı zamanda bir tür dijital performans, bir içerik stratejisi ve estetik bir temsil olarak konumlanmaktadır.

Sosyal medya algoritmalarının "şimdiki zaman" odaklı yapısı da bu dönüşümde belirleyici bir rol oynamaktadır. İçeriğin hızlı tüketilebilir olması, bireyin anlık haz ve görünürlük arzularını beslemekte, bu da gündelik pratiklerin bağlamdan koparılarak enformasyonel parçalara indirgenmesine yol açmaktadır. Böylelikle, temizlik gibi bireysel bir eylem, bağlamından arındırılmış, estetize edilmiş ve ölçülebilir (beğeni, paylaşım, izlenme) bir dijital metaya dönüşmektedir.

Sosyal medya platformları, gündelik yaşamın temsili ve tüketimi açısından yeni görsel ve söylemsel formlar üretmektedir. Özellikle temizlik gibi geleneksel olarak özel alana ait, düşük görünürlüğe sahip pratikler; Instagram gibi mecralarda estetize edilerek, ritüelleştirilerek ve izlenebilir içeriklere dönüştürülmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca temizlik eyleminin medya ortamındaki sunumu ile sınırlı kalmamakta; bireyin yaşam tarzı, özne konumlanışı, zaman yönetimi ve duygusal dünyası ile doğrudan ilişkili bir yapı kazanmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, sosyal medyada temizlik içerikleri aracılığıyla inşa edilen anlatıları çok katmanlı biçimde çözümlemek ve bu içeriklerin sosyal, kültürel ve bireysel temsillerine odaklanmaktır.

Bu çalışma, kapsamını özellikle Instagram Reels formatıyla sınırlar ve bulgularını bu bağlamda üretilen altı içerik üzerinden tartışır. Dolayısıyla sunulan tartışma, tüm sosyal medya ekosistemine genelleme iddiası taşımayan, tekil bir vaka çalışması çerçevesinde okunmalıdır.

1. Alanyazın

Gündelik yaşamın medyatikleşmesi ve dijital mecralarda içerikleşmesi üzerine yapılan çalışmalar, bireylerin en sıradan eylemlerini dahi görünürlük stratejileri çerçevesinde düzenlediğini ortaya koymaktadır (Couldry, 2012; Silverstone, 2005). Özellikle sosyal medya platformlarının bireysel pratikleri sergilemeye olanak tanıyan yapısı, gündelik yaşamın estetikleştirilmesine ve yaşanmak için değil, gösterilmek için kurgulanmasına yol açmaktadır (Sennett, 2008). Temizlik, bu kapsamda hem bedensel hem de mekânsal düzenin sağlanmasına yönelik bir pratikten, izleyiciyle paylaşılabılır, estetize edilebilir ve simgesel anlamlar yüklenmiş bir içerik biçimine dönüşmektedir.

Sosyal medya ortamlarında temizlik gibi rutin pratiklerin içerik hâline gelmesi, görünürlük arzusunun dijital kültürde ne kadar belirleyici olduğunu göstermektedir. Han (2022), dijital kültürün özneyi görünürlük üzerinden kurduğunu, görünmeyen ise varlık göstermediğini ifade etmektedir. Bu bağlamda temizlik içerikleri yalnızca paylaşım değil; aynı zamanda öznenin kendini inşa ettiği bir performans alanı olarak okunabilir. Goffman'ın (1959) dramaturji kuramı, sosyal medyada sergilenen temizlik pratiklerini bir "ön sahne" performansı olarak değerlendirmeye olanak tanımaktadır. Bu sahnede içerik üreticisi, yalnızca temizlik yapmamakta; temizlik *gibi* yaparak dijital bir karakter inşa etmektedir.

Toplumsal cinsiyet çalışmaları da bu dönüşümün kritik bir boyutunu ortaya koymaktadır. Ev içi emek tarihsel olarak kadınlara atfedilen bir alan olmuş, temizlik ise bu emeğin en görünmez ama en normatif yönlerinden biri olarak değerlendirilmiştir (Oakley, 1974; Hochschild, 1989). Sosyal medyada bu eylemin estetikleştirilerek paylaşılması, bazı feminist okumalara göre ev içi emeğin yeniden görünürlük kazanması anlamına gelirken, bazılarına göre ise emeğin yeniden araçsallaştırılması ve pazarlanması sürecine işaret etmektedir (Abidin, 2016; Duffy, 2017). Temizlik içerikleri bu bağlamda yalnızca ev

düzeniyle değil, aynı zamanda toplumsal normlar, cinsiyet rolleri ve “ideal yaşam” temsilleriyle de iç içe geçmektedir.

Son olarak, dijital etkileşim ekonomisi bağlamında içeriklerin nasıl değer kazandığı da önemli bir tartışma alanı sunmaktadır. Gillespie (2010) ve Van Dijck (2013), sosyal medya algoritmalarının içerikleri yalnızca paylaşılabirlik üzerinden değil; etkileşim, zamanlama ve izlenebilirlik gibi metrikler üzerinden ön plana çıkardığını belirtmektedir. Temizlik içerikleri de bu bağlamda yalnızca estetik değil, aynı zamanda algoritmik olarak optimize edilmiş eylemler olarak değerlendirilebilir. Beğeni, yorum, kaydetme gibi pratikler; temizlik eyleminin ne kadar “başarılı” ya da “etkileyici” olduğunu belirleyen ölçütler haline gelmektedir.

2. Siber-Mekân ve Gündelik Yaşamın Yeniden Kurgulanması

Dijitalleşmenin hız kazandığı 21. yüzyılda bireyin gündelik yaşam deneyimi yalnızca fiziksel mekânlarla sınırlı olmaktan çıkmış; siber-mekân olarak tanımlanan dijital uzamlarda yeniden inşa edilen çok katmanlı bir etkileşim alanına dönüşmüştür. Castells’in (2001) bilgi toplumu tanımı, bu dönüşümün temelini oluşturur: bireyler artık zaman ve mekân sınırlarını aşarak ağ-toplumunun (network society) parçası hâline gelmekte ve dijital ortamlarda kimlik, aidiyet ve pratiklerini yeniden üretmektedirler. Bu bağlamda siber-mekân, yalnızca bilgi alışverişinin yapıldığı bir alan olmaktan çıkar; aynı zamanda toplumsal ilişkilerin, duygusal etkileşimlerin ve kültürel temsillerin performatif biçimlerde sahnelendiği bir yaşam uzamına dönüşür (Lévy, 1997; Wellman, 2001; Boyd, 2014).

Siber-mekânın gündelik yaşamla kurduğu bu geçirgen ilişki, bireyin rutinlerini, algılarını ve temsillerini dönüştürmektedir. Papacharissi’ye (2010) göre dijital medya, bireyin kamusal ve özel alanlarını yeniden tanımlar; birey hem ev içi hem de sanal ortamlarda bir “mikro-ülkü” gibi davranarak kendi yaşam pratiklerini görünür kılar. Böylece dijital gündelik yaşam, Goffman’ın (1959) dramaturjik çerçevesiyle okunabilir hâle gelir: birey, “ön sahne” olarak kodladığı sosyal medya mecralarında temizlik, yemek yapma ya da düzen oluşturma gibi rutinleri estetikleştirerek sunar; böylece sadece hijyen sağlamakla kalmaz, aynı zamanda izleyici kitlesi karşısında seçici bir benlik sunumu gerçekleştirir (Marwick ve Boyd, 2011).

Özellikle temizlik içerikleri, bu dönüşümün en somut örneklerinden biri olarak dikkat çeker. Ev içi mekân artık yalnızca yaşanılan değil, görselleştirilen, düzenlenen ve sergilenmek üzere hazırlanan bir sahneye dönüşmektedir (Couldry, 2012). Temizlik eylemi, bu bağlamda yalnızca fiziksel bir işlem değil; bireyin yaşam tarzını, değerlerini, estetik tercihini ve disiplinini yansıtan bir anlatı yapısı hâline gelir. Miller ve diğerleri (2016) tarafından yürütülen “How the World Changed Social Media” araştırması da gündelik eylemlerin dijital ortamda içerikleşerek yeni anlamlar kazandığını ortaya koyar: temizlik gibi görünüşte sıradan eylemler, duygusal regülasyonun, özne inşasının ve toplumsal aidiyetin dışavurumu hâline gelir.

Bu noktada Lefebvre’in (1991) gündelik yaşamın eleştirel analizine dair yaklaşımı yeniden hatırlanmalıdır. Ona göre gündelik yaşam, yalnızca tekrarlayan alışkanlıklardan ibaret değildir; aynı zamanda kültürel olarak inşa edilen ve ideolojik olarak yeniden üretilen bir temsil alanıdır. Bu temsil, dijital ortamda daha da belirginleşir. Çünkü içerik üreticisi, gündelik yaşamın pratiklerini yalnızca yaşamakla kalmaz; aynı zamanda medyatik bir kurgu içinde yeniden üretir, düzenler ve performe eder. Böylece siber-mekân, yalnızca bir arayüz değil; kültürel üretimin ve gündelik pratiğin birleştiği yeni bir sahne olarak konumlanır (Couldry ve Hepp, 2017).

Sonuç olarak siber-mekân, bireyin hem fiziksel hem de dijital varoluşunun iç içe geçtiği, temizlik gibi gündelik pratiklerin görselleştirilerek simgesel değere kavuştuğu bir alandır. Bu yeni düzlemde birey, yalnızca temizlik yapmaz; aynı zamanda temizlik yapan biri olarak görünür olmayı, bu görünürlüğü estetik kodlarla biçimlendirmeyi ve sosyal sermayeye dönüştürmeyi amaçlar. Dolayısıyla dijital gündelik yaşam, artık yalnızca yaşamın pratik hâli değil; yaşamın temsili, performansı ve pazarlanabilir versiyonudur.

3. Influencer Kültürü ve Görünürlük Üzerinden Kurulan Değer Sistemleri

Influencer kültürü, bireysel pratiklerin ticarileştirilmesi ve görünürlük üzerinden değer kazandığı yeni medya ekonomisini temsil eder. Dijital platformlar, kullanıcıları yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi olarak da konumlandırarak, bireylerin kendi yaşam tarzlarını pazarlanabilir formatlara dönüştürmelerine imkân tanımaktadır (Senft, 2008; Duffy, 2017; Khamis, Ang ve Welling, 2017). Bu bağlamda influencer'lık, yalnızca dijital bir meslek değil, aynı zamanda kültürel bir figür ve simgesel güç alanı hâline gelmiştir.

Marwick ve Boyd (2011), influencer'ların dijital otoriteyi "samimi uzmanlık" (authentic expertise) ve "ilişkisel görünürlük" üzerinden inşa ettiklerini ifade eder. Bu süreçte etkileşim, yalnızca bilgi paylaşımını değil; aynı zamanda duygusal bağ kurma, rol-model olma ve norm yaratma pratiklerini de içerir. Temizlik gibi sıradan gündelik eylemler, bu dijital ortamda estetikleştirilmiş, anlatıya dönüştürülmüş ve görsellik üzerinden sermayeye çevrilmiş performanslar hâline gelir (Abidin, 2016; Cotter, 2019).

Bu noktada Bourdieu'nün (1984) kültürel sermaye kavramı açıklayıcıdır. Temiz, düzenli ve minimalist yaşam estetiği; bireyin ait olduğu sosyal sınıfı, yaşam tarzı tercihini ve öz-disiplin anlayışını görsel kodlar aracılığıyla ima eder. Dijital temizlik içerikleri, yalnızca hijyenin değil, aynı zamanda irade, denge, kendine hâkimiyet ve sınıfsal incelik gibi değerlerin de temsili hâline gelmiştir (Genz, 2015; Kanai, 2019). Özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformlarda bu içerikler, bireyin gündelik yaşamına dair fiziksel düzeni bir tür zihinsel ve moral düzenin metaforu olarak sunar.

Temizlik içeriklerinde kullanılan anlatı yapısı, sıklıkla “öncesi-sonrası” (before–after) formatıyla kurgulanır; bu da narratif dönüşüm ve kontrol kazanımı gibi temalara işaret eder. İçerik üreticisi burada yalnızca temizlik yapan değil, aynı zamanda hayatını düzene sokan, kendine ve çevresine hâkim olan bir dijital özneye dönüşür. Bu dönüşüm, izleyiciye yalnızca estetik değil, davranışsal bir norm seti de sunar (Papacharissi, 2015).

Influencer'lar bu bağlamda yalnızca içerik üreticisi değil; aynı zamanda dijital yaşam tarzı figürleri, normatif aktörler ve görünürlük ekonomisinin merkezî özneleridir. “Temizlik = başarı = denge” formülü, bireyin dijital platformlarda sermaye biriktirme ve performatif özneleşme süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır (Senft, 2013; Duffy ve Hund, 2015). Bu estetik temsiller, hem bireysel yaşamın kontrolü hem de kolektif beğeni sistemleri açısından yeni bir simgesel düzen üretir (Gill ve Elias, 2014; Banet-Weiser, 2018).

4. Memetik Kültür, Algoritmalar ve Zaman Algısının Dönüşümü

Sosyal medya içeriklerinin üretim ve dolaşım biçimleri, büyük ölçüde platformların algoritmik yapıları tarafından şekillendirilmektedir. Gillespie (2010) algoritmaların yalnızca teknik filtreleme sistemleri değil, aynı zamanda neyin görünür ve değerli olduğuna dair kültürel kararları taşıyan yapılar olduğunu vurgular. Bu bağlamda algoritmalar, içerik üreticilerini belirli anlatı kalıplarına, biçimsel şemalara ve görsel/işitsel ritimlere

yönlendirmekte; böylece dijital içerik üretimi giderek homojenleşen bir memetik üretim bandına dönüşmektedir (Bishop, 2019; Bucher, 2018).

Shifman (2014) memetik medya kavramı ile, içeriklerin yeniden üretilebilir, dönüştürülebilir ve yayılabilir doğasını açıklamıştır. Temizlik temalı içerikler de bu memetik mantığın merkezindedir: hızlandırılmış temizlik videoları, dramatize edilmiş “öncesi-sonrası” anlatıları, ritmik senkronizasyonlarla eşleştirilen ASMR efektleri ve tekrar eden görsel kodlar, içeriklerin viral potansiyelini artırmak amacıyla stratejik olarak yapılandırılmaktadır (Highfield, 2016). Bu noktada temizlik yalnızca bir eylem değil, algoritmik olarak biçimlendirilmiş bir görsel anlatı formatı hâline gelir.

Zaman algısının bu içeriklerde geçirdiği dönüşüm ise dikkat çekicidir. Temizlik gibi uzun süreli, fiziksel çaba gerektiren bir süreç, birkaç dakikalık video formatlarında hızlı, akışkan ve görsel hazza dayalı bir deneyim olarak sunulur. Rosa (2013) bu durumu "sosyotemporal hızlanma" kavramıyla açıklarken, Bauman (2000) geç modernlikteki tüketim kültürünün zaman üzerindeki baskısını vurgular. Bu dijital temizlik ritüelleri, gerçek zamanlı deneyimi yitirmiş; bunun yerine hızlandırılmış, estetize edilmiş, neredeyse “zaman dışı” bir anlatı yaratmıştır (Crary, 2013). İçeriğin üretimi ve sunumu, bir anlamda zamanın performatif yeniden düzenlenmesi hâline gelir.

Bu gösterilemiş zaman algısı, Debord’un (1967) “gösteri toplumu” kavramı ile de ilişkilidir. Temizlik artık bir gereklilikten öte, gösterilen bir deneyim, izlenen bir performans, takipçiyle etkileşim kurulan bir dijital ürün hâline gelir. İzleyici, gösterilen bu idealize temizlik eylemiyle kendi gündelik gerçekliği arasında kaçınılmaz bir kıyaslama yapar. Bu kıyaslama, sıklıkla yetersizlik hissi ve dijital temsile öykünme arzusunu beraberinde getirir (Fuchs, 2017; Illouz, 2007).

Ayrıca bu içeriklerin duyuşal arayüzleri —örneğin köpük sesleri, çekçek vuruşları, cam silme ASMR’leri— bireyde bedensel tatminin simülasyonu etkisi yaratır (Androustopoulos ve Tereick, 2020). Temizlik eylemi böylece izleyici tarafından fiziksel olarak değil, algısal olarak deneyimlenir. Bu da “dijital eylem izleme” yoluyla duygusal regülasyon” gibi yeni bir izleyici pratiğinin doğmasına neden olur (Lobinger ve Brantner, 2015).

5. Araştırma Soruları

Bu çalışma kapsamında, gündelik yaşam pratiklerinden biri olan temizlik eyleminin dijital platformlarda nasıl temsil edildiği, ne tür anlatı yapılarıyla kurgulandığı ve bireylerin yaşam tarzlarına nasıl entegre edildiği incelenmiştir. Bu bağlamda, aşağıdaki dört temel araştırma sorusu belirlenmiştir:

Soru 1: İncelenen Reels bağlamında “temizlik” eylemi nasıl dolaşıma sokulmakta ve içerik üretiminin merkezine yerleştirilmektedir?

Soru 2: Bu vakada izlenme/etkileşim değerini artıran unsurlar nelerdir ve dijital görünürlükle nasıl ilişkilidir?

Soru 3: İncelenen içeriklerde söylem/anlatı stratejileri nasıl yapılandırılmaktadır?

Soru 4: Bu vaka özelinde gündelik temizlik pratikleri hangi dönüşümlerle yaşam tarzlarına eklemlenmektedir?

6. Yöntem

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında gündelik yaşam pratiklerinden biri olan temizlik eyleminin nasıl temsil edildiğini analiz etmek karma yöntem araştırma desenlerinden “açıklayıcı sıralı desen” (explanatory sequential design) kapsamında yapılandırılmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında nicel veriler, Instagram gönderilerine ait beğeni, yorum, izlenme gibi etkileşim istatistiklerinin içerik analizine dâhil edilmesiyle elde edilmiştir. Nicel veriler, temizlik içeriklerinin dijital görünürlük potansiyelini ortaya koymak ve öne çıkan içerik türlerini belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Bu bulgular doğrultusunda çalışmanın ikinci aşamasında nitel veri toplama ve analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Bu sıralı desen, nicel verilerin nitel analiz için bir yönlendirme işlevi gördüğü bir yapıyı temsil etmekte hem içeriklerin nicel popülerite verilerini hem de söylemsel düzeydeki yapısal özelliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır (Creswell ve Plano Clark, 2018).

Araştırma süreci boyunca hem nitel hem de nicel veriler kullanılmış; içeriklerin görsel, metinsel ve etkileşimsel boyutları birlikte değerlendirilmiştir. Nitel araştırmalar, bireylerin anlam dünyalarını, pratiklerini ve etkileşimsel süreçlerini derinlemesine analiz etmeye olanak tanıdığı için bu çalışmanın amacına uygun bir yöntem sunmaktadır. Nicel veri setleri ise nitel araştırma yöntemini destekleyici bir rol üstlenir. İncelenmiş olan @Cemozkook Instagram sayfası hakkında daha geniş bir değerlendirme imkânı sağlamıştır. Çalışmada nitel içerik analizi temel alınmakla birlikte, destekleyici olarak nicel betimsel istatistiklerden de yararlanılmıştır. Bu sayede, temizlik içeriklerinin yalnızca söylemsel yapısı değil; aynı zamanda kullanıcı etkileşimleriyle olan ilişkisi de ortaya konmuştur.

Araştırmada içerik çözümlemesi (content analysis) yöntemi tercih edilmiştir. Ancak bu çözümleme yalnızca betimleyici değil; aynı zamanda eleştirel ve yorumsamacı bir perspektifle yürütülmüştür. Temizlik içerikleri, temsil biçimleri, söylem yapısı, görsel estetik ve izleyiciyle kurulan etkileşim düzeyi üzerinden analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, çalışmanın kuramsal çerçevesinde belirlenen dört analiz boyutu (görsel temsil, anlatı yapısı, etkileşim dinamikleri, simgesel anlamlar) temel alınmıştır. Bu çalışma analitik genelleme yaklaşımını benimser: Bulgular, tekil vakanın özelliklerinden hareketle kuramsal literatürle ilişkilendirilir; istatistiksel genelleme iddiası yoktur.

7. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde Instagram platformunda temizlik, hijyen, düzen ve yaşam tarzı temalı içerik üreten tüm kullanıcı profilleri oluşturmaktadır. Ancak bu evren oldukça geniş ve heterojen bir yapı arz ettiğinden, nitel araştırmalarda sıklıkla tercih edilen amaçlı örnekleme yöntemlerinden “tipik durum örnekleme” kullanılarak analiz için tekil bir profil seçilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Örneklem olarak seçilen Cem Özkök (@cemozkook) profili, temizlik pratiklerine odaklanan içerikleri görsellik, anlatı yapısı, takipçi etkileşimi ve çok katmanlı yaşam temsilleri açısından diğer benzer hesaplara kıyasla ayırt edici nitelikler taşımaktadır. Instagram üzerinde yapılan ön taramada, farklı kullanıcıların içerikleri incelenmiş; ancak Özkök’ün profili, yalnızca temizlik ve hijyen pratiklerini sunmakla kalmayıp, aynı zamanda bu pratikleri ritüelleştirme, anlatılaştırma ve dijital yaşam tarzı sunumu şeklinde yapılandırması açısından öne çıkmıştır.

Cem Özkök’ün paylaşımları, ASMR temelli ses kullanımı, duyuşsal estetik, dini ve kültürel simgelerle harmanlanmış görsel kompozisyonlar, dijital özne inşası ve duyuşsal doyum odaklı içerik ritüelleri ile dijital temizlik içeriklerinin nasıl anlam kazandığını

örnekleyebilecek niteliktedir. Ayrıca 2.4 milyon takipçiye sahip olması, ürettiği içeriklerin geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşarak sosyal medya platformunda dijital normlar ve temsiller üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Boyd, 2014; Marwick, 2015).

Bu bağlamda Özkök'ün profili, “temizlik eyleminin dijital temsili” bağlamında tipik olmanın ötesine geçerek, aynı zamanda örnek olay (case study) özelliği de göstermektedir. Bu durum, tekil örnek üzerinden geniş kültürel pratikleri ve söylemsel yapıları analiz etmeyi mümkün kılmakta; araştırmanın derinlemesine içerik çözümlemesi hedefiyle uyum göstermektedir (Patton, 2014).

8. Veri Toplama ve Analiz Süreci

Veri toplama süreci kapsamında, @Cemozkook Instagram hesabı tarafından paylaşılan içerikler incelenip oluşturulan temalar kapsamında amaca uygun bir biçimde seçilen toplam 6 içerik incelenmiştir. Bu içerikler görsel ve metinsel unsurlar bakımından analiz edilmiştir. Yorumlar, beğeni sayıları ve paylaşım etkileşimleri gibi ölçütler de analizde destekleyici veri olarak kullanılmıştır.

İçerikler altı temel analiz boyutu doğrultusunda incelenmiştir:

1. Görsel Estetik ve Temsil Biçimleri
2. Anlatı Dili ve Söylemsel Yapı
3. Etkileşim Dinamikleri ve Öznenin Konumlanması
4. Simgesel Anlamlar ve Dijital Ritüel Unsurları
5. Metinsel açıklamaları (gönderi yazısı, sesli anlatım içeriği)
6. Etkileşim verileri (beğeni sayısı, yorum sayısı)

Nitel analizde, tematik analiz ve söylem çözümlemesi teknikleri birlikte kullanılmıştır. Her video, temizlik eyleminin nasıl kurgulandığı, hangi anlatı biçimlerinin tercih edildiği ve içerik üreticisinin özne olarak nasıl konumlandığı bakımından detaylı şekilde analiz edilmiştir. Temizlik pratikleri; estetik, ritüel, duygulanım ve kültürel kodlar açısından değerlendirilen çok katmanlı anlatılar olarak ele alınmıştır.

Nicel veriler üzerinden yapılan analizde ise videoların beğeni ve yorum sayıları incelenmiş; içerik türü ile etkileşim düzeyi arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Bu bağlamda, farklı içerik tiplerinin (örneğin rutin ev temizliği, çöp ev dönüşümü, okul gibi kamusal alan temizliği vb.) ne ölçüde kullanıcı etkileşimi oluşturduğu karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

9. Sınırlılıklar

Çalışma, yalnızca bir Instagram hesabı üzerinden yürütüldüğü için genelleme amacı taşımaz. Tekil vaka oluşu gereği, bulgular geniş evren için istatistiksel bir iddia içermez; tartışma analitik genelleme düzeyindedir. İnceleme kapsamı özellikle Instagram Reels formatıyla sınırlıdır.

10. Bulgular

10.1. Nitel Verilerin Değerlendirilmesi

10.1.1. “Ütü ASMR” Reels’ı:

10.1.1.1. Görsel Estetik ve Temsil Biçimi

Video, içerik üreticisinin (Özkök, 2024a) aşırı düzenli, simetrik ve yüksek kontrollü bir ev atmosferinde geçiyor. Arka plandaki hat sanatıyla yazılmış dini ifadeler, mekâna yalnızca estetik değil; sembolik bir “temiz, huzurlu, kutsal” ton da katıyor. Doğal ışık alan mekân, temizlik eylemini hem fiziki hem de zihinsel bir ferahlıkla eşleştiriyor.

Kameranin sabitliği ve kadraj derinliği, izleyiciyi doğrudan eylemin içine çekiyor ama özneyi “uzaktan gözlemleyerek takdir etme” mesafesinde tutuyor. Estetik fetişizmle fonksiyonun buluşma noktası burası. Görsel kompozisyon, ütü yapmayı “görsel olarak etkileyici bir uğraş” gibi sunuyor.

10.1.1.2. Anlatı Dili ve Söylemsel Yapı

Cem Özkök’ün seslendirmesi, içerikte anlatı dili açısından çok katmanlı bir yapıya sahip: Ütü eylemini doğrudan terapötik bir pratik olarak tanımlıyor (“ütü yapmak benim için gerçekten bir terapi”). Duyusal haz ve bedensel deneyim (“hışır hışır dönmek”, “oh!”) üzerinden hem fiziksel hem psikolojik doyumunu işaret ediyor. Detaylara odaklanma (“pantolonun cepleri pot pot durmamalı”) bir tür mikro-düzenin, neredeyse takıntılı bir titizliğin göstergesi. Yani burada gündelik temizlik, obsesif bir düzen fanteziyle flört ediyor. Ütü sıralaması bile militarist düzende: “yaka, omuz, kol, gövde”. Bu bir gömlek değil, disiplin tablosu.

10.1.1.3. Etkileşim Dinamikleri ve Öznenin Konumlanması

Cem Özkök içerikte kendini sadece “temizleyen adam” olarak değil, bir yaşam rehberi olarak konumlandırıyor. Bu bir gösteri değil, bir kutsal görev anlatısı. Ama aynı zamanda çok stratejik bir samimiyet düzeyi kurulmuş: Anlatı “birebir” ve “kişisel” ses tonuyla yapılandırılmış, izleyiciyi içeriğe duygusal olarak da bağlayacak şekilde. Finalde gelen kahve sahnesi, emeğin ödüllendirilmesi vurgusuyla klasik bir “çaba + tatmin” algoritmasına bağlanıyor. Elindeki tabletle işine dönmesi, üretkenlik ve düzen arasında bağ kuruyor. Temizlik burada sadece hijyen değil, zaman yönetimi, disiplin ve sosyal sermayenin simgesi.

10.1.1.4. Simgesel Anlamlar ve Dijital Ritüel Unsurları

Bu içerik, doğrudan bir modern ritüel. Ütü, sıradan bir ev işinden çıkarak duyusal haz, ibadet, disiplin ve görsel kodlar arınma bileşenlerine dönüşüyor. Hat sanatıyla süslenmiş duvarlar, ortamı neredeyse ritüelistik bir temizlik tapınağına çeviriyor. Sıralı ütü hareketleri = ritüel tekrar. Temizlik sonrası temizlik = arınmanın ardından gelen yeni bir arınma. Bu, neredeyse sufi bir döngü. ASMR etkisiyle verilen temizlik sesleri ve fondaki yumuşak müzik, izleyiciyi fiziksel olarak değil, beden-dışı bir ferahlık algısına sürüklüyor. “Sen de temizlen, sen de katıl” mesajı, çok yumuşak ama net veriliyor. Finalde içilen kahve: dijital ritüelin kapanış ayını. Temizlik tamamlandı, mekân arındı, şimdi iç huzurla bir kahve içebilirsin. Bu sadece ev düzeni değil, öznenin düzenlenmesi.

Cem Özkök’ün “Ütü ASMR” videosu, gündelik yaşam pratiklerinin dijital temsiliyetini yalnızca performatif değil, simgesel, duygusal ve normatif boyutlarda yeniden üreten bir örnektir. Video, izleyiciyi fiziksel bir eyleme tanıklığa değil, bir yaşam biçiminin

sessizce telkiniyle yüzleşmeye çağırmaktadır. Bu durum, sosyal medya içeriklerinde kültürel norm üretiminin bir uzantısı olarak değerlendirilebilir.

10.1.2. “ASMR Haftalık Detay Banyo Temizliği” Reels’ı:

10.1.2.1. Görsel Estetik ve Temsil Biçimi

İçerik (Özkök, 2024b) doğrudan Reels estetiğine uygun olarak kısa, kesik ve ritmik sekanslarla kurgulanmış. Görsel kompozisyonlarda temizlik eylemleri ön planda olmakla birlikte, detaylara verilen önem (buhar kullanımı, köpük seviyesi, lavanta yağı) izleyiciye yalnızca bir hijyen sunumu değil, estetik bir deneyim vaat etmektedir. Buhar, köpük, lavanta gibi temizlik unsurlarının görsel hale getirilmesi, temizlik eylemini somut fiziksel müdahaleden çıkarıp duyuşsal bir gösteriye dönüştürmektedir. Kamera açısı ve ışık kullanımı, temizlik eylemini bir tür “temizliğin sahnelemesi”ne dönüştürür. Mekânın parlayışı görsel tatmin unsuru olarak sunulurken, görsel ferahlık etkisi yaratılmaktadır.

10.1.2.2. Anlatı Dili ve Söylemsel Yapı

Metinsel anlatı minimaldir ama yüksektir. Açıklamada geçen cümle:

“Şu banyo şöyle parlıyor ya huzuru tarifsiz. Gidip gelip kapıyı açıp kokluyorum.”

Bu ifade, temizlik eyleminin işlevsel değil; duyuşsal ve spiritüel bir doyumla ilişkilendirildiğini açıkça ortaya koyar. Eklenen emojiler (🧼💧🌸🧴🧴) hem eğlenceli hem de aşırıya kaçan performansı ironik bir şekilde hafifletir. Bu, izleyiciyle kurulan *samimi mesafeyi* temsil eder.

Ayrıca, içerikte sesli anlatım olmaması ve müzik ile ses efektlerinin kullanılması, klasik ASMR estetiğini desteklemekte ve içerik ile izleyici arasında sözsüz ama güçlü bir bağ kurmaktadır.

10.1.2.3. Etkileşim Dinamikleri ve Öznenin Konumlanması

Bu içerikte özne kendini yalnızca “temizleyen kişi” olarak değil, yaşamı kutsallaştıran bir figür olarak konumlandırır. Buhar ve lavanta ile yapılan temizlik, ardından çay molası, Kur’an ve tespihle gelen spiritüel ara, plaktan çalan eski müzikle tamamlanan evrensel bağ...

Bunlar, öznenin dijital özne olmaktan çok, içerik üretimi üzerinden kültürel, manevi ve duyuşsal bir kimlik inşa ettiğini gösterir. İzleyici, burada yalnızca temizlik ipucu değil, hayat pratiği, duygu yönetimi, varoluşsal denge alır. Bu video, “temizlik yapmalıyım”dan çok, “temizlik sayesinde ben de arınabilirim” mesajını taşır.

10.1.2.4. Simgesel Anlamlar ve Dijital Ritüel Unsurları

Bu video, post-seküler çağın gündelik ritüellerinin dijitaldeki karşılığıdır.

- **Temizlik aşırıya kaçan bir köpüklenmeyle sunulmuş:** Bu, fiziksel değil, *simgesel* bir arınmadır.
- **Lavanta yağı** kullanımı ile eylem doğrudan *duyuşsal arınmaya* bağlanır.
- **Kur’an, tespih, çay ve plak:** Bunlar sıradan bir bireyin ev içi dinlenme araçları gibi görünse de, burada birer *sembolik kapanış ritüelidir*.
 - Kur’an → ruhsal bağlantı

- Tespîh → meditasyonel tekrar
- Çay → emek sonrası ödül
- Plak → nostaljik zaman açılımı

Bu kombinasyonun amacı, temizlik eylemini sadece fiziki değil, *bütünsel bir yaşam pratiğine* dönüştürmektir.

Video, gündelik yaşam pratiklerinin dijital temsiliyetinde yalnızca estetikleştirme değil; *duyusal ve manevi derinlik kazandırma* yönünde bir strateji izlemektedir. Buhar, köpük, lavanta yağı gibi öğeler yalnızca temizlik nesnesi değil; birer *ritüel parçası* olarak konumlandırılmakta, özne ise dijital bir “yaşam rehberi” değil, bir tür *dijital arınma aktörü* hâline gelmektedir.

Cem Özkök’ün bu içeriği, izleyiciyi fiziksel temizlikle başlatıp, duyusal ve spiritüel dengeye yönlendiren çok katmanlı bir anlatı sunar. Böylece birey yalnızca izleyici değil; *dijital arınma topluluğunun bir parçası* hâline gelir.

10.1.3. “Tüm Gün Haftalık Pazar Temizliği” Reels’ı:

10.1.3.1. Görsel Estetik ve Temsil Biçimi

Video (Özkök, 2024c), baştan sona ritüelize edilmiş bir temizlik senaryosu gibi kurgulanmış, başı ve sonu olan, simetrik ilerleyen bir anlatıya sahiptir. Cam temizliğiyle başlayan süreç, halı yıkama, koltuk temizliği, banyoda köpükle arındırma ve son olarak masa detaylarıyla kapanmaktadır.

Yani bu içerik bir döngü sunar: *dış mekândan iç mekâna, oradan zihinsel mekâna doğru bir temizlik katmanlanması*.

- Görsel olarak temizlik eylemleri belirgin, detaycı, nesnelere odaklıdır (klima kırı, cam yüzeyi, bez detayları vs.).
- Mekânın ışığı, parlak yüzeylerin vurgulanmasıyla içeriğe bir “ışıkla arınma” estetiği katmaktadır.
- Kullanılan ürünlerin köpürmesi, buhar detayları ve sirke/lavanta kokusu vurgusu, görsellikten kokusal imgeleme geçiş yaratır. İzleyiciyi fiziksel olarak da içeriğe çeker.

10.1.3.2. Söylem ve Anlatı Stratejisi

Gönderi açıklaması, klasik bir “not alma” biçiminde değil, kişisel anlatı günlüğü formundadır. Bu form, yazarı izleyicinin gözünde yalnızca içerik üreticisi değil, aynı zamanda duygularını paylaşan özne olarak kurar. Cümlelerde tekrarlar, ünlemler, onomatopeler (“ohh”, “foşur foşur”, “şıkır şıkır”) yer alır—bu da içerik ile duygusal bağ kurulmasını kolaylaştırır.

Dil kullanımı sade, yer yer şakacı (emojiyle desteklenmiş) ama aynı zamanda çok net bir kontrol ve mükemmeliyet arzusu içeriyor: “Parmak izi istemem”, “Her yer köpürmeli”, “Sirkesiz olmaz”, “Odamın koltuğu bastıra bastıra yıkandı”. Bu ifadeler, gündelik temizliğin kontrol ve öznellik üzerinden bir güç sahasına dönüştürüldüğünü gösterir. Birey, bu söylemde “ben temizim” değil, “*ben yönetiyorum*” demektedir.

10.1.3.3. Zaman, Emek ve Dijital Disiplin

Pazar gününün tümüne yayılan bu temizlik performansı, sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan “emek görünürlüğü”nün stratejik bir örneğidir. “Pazartesiye iş bırakmamak”, temizlikle değil, zaman yönetimiyle ilişkilidir. Böylece izleyiciye yalnızca “*temiz ol*” değil; aynı zamanda “*disiplinli ol, planlı yaşa*” mesajı verilir. Temizlik burada sadece bir eylem değil; emeğin simgeselleştirilmesi, bir nevi *dijital protestan etiği* gibi çalışır.

10.1.3.4. Simgesel Alan: Masadaki Detaylar ve Kimlik İnşası

Masanın son sahnede gösterilmesi, analizdeki kırılma anıdır. Orada görülen nesneler: Kitaplar: “Allah İçin Sevmek”, “Kur’an Bana Ne Diyor?”, “Stoacının Günlüğü”. Tütsülük, tespih, bilgisayar, kalem. Bu nesneler yalnızca aksesuar değil; bireyin zihinsel ve ahlaki inşasını gösteren simgesel anlatılardır.

- Dini kitaplar → Temizlik pratiğinin inançsal zemini
- Stoacılık → Zihinsel disiplin, hazdan uzaklaşma, öz-kontrol
- Tütsü ve tespih → modern maneviyat + geleneksel pratik birleşimi
- Kalem → Üretkenlik ve yazılı kayıt
- Bilgisayar → Dijital emek, içerik üreticiliği

Bu masa, çok katmanlı öznenin vitrini hâline gelir: temizleyen beden, kontrol eden akıl, arınan ruh ve paylaşılan içerik üreticisi.

Bu video, sosyal medya içeriği olarak sunulmakla birlikte, aslında *dijitalleştirilmiş gündelik ritüelin çok katmanlı bir performansıdır*. Görsel detaylar, anlatı stratejileri ve simgesel referanslarla birlikte değerlendirildiğinde, bireyin dijital alanda yalnızca temizlik pratiği sunmadığı; aynı zamanda idealize edilmiş bir özne modeli ortaya koyduğu anlaşılmaktadır.

Temizlik burada yalnızca fiziksel bir ihtiyaç değil; *disiplin, öz kontrol, ahlaki arınma ve dijital kendilik inşasının* araçlarından biri olarak yeniden anlamlandırılmaktadır.

Cem Özkök’ün sunduğu bu temizlik anlatısı, sosyal medya estetiğiyle bireysel kimliğin nasıl yapılandırıldığını ve görünürlük üzerinden nasıl normatif bir yaşam önerisi oluşturduğunu göstermektedir.

10.1.4. “Çöp Ev Temizliği” Reels’ı:

10.1.4.1. Görsel Estetik ve Dramatizasyon

Bu içerik (Özkök, 2024ç), önceki temizlik videolarından ayrılarak dramatik gerçeklik estetiğine kayar. Görsel olarak çürümüşlük, karanlık, pislik, bozulmuşluk gösterilir—ama bu gösterim *değil, etkileyici ve şok edici biçimde sunulur*. Kırık dökük eşyalar, böcek kalıntıları, küf dolu köşeler ve mikroplu ortamlar doğrudan gösterilir. Görüntüler, ASMR estetiğinden çok, travma sonrası restorasyon anlatısı sunar. Temizlik sesleri hâlâ vardır (foşur foşur, akan kirler), ama bu kez daha “yeniden inşa” bağlamında işlev görür. Bu görsellik, içerik üreticisinin eylemini sadece fiziksel temizlik değil; ahlaki ve yaşamsal bir arınma süreci olarak çerçevelemesine olanak tanır.

10.1.4.2. Söylem, Duygulanım ve Yardım Anlatısı

Açıklamalardaki dil yapısı tamamen değişmiştir:

“Hâlâ öğürüyorum.”, “Bir insan böyle bir evde nasıl yaşar?”, “Bunalımda olan biri hayata döndü.”, “Yardım etmek çok güzel bir his.” Bu cümleler, içerik üreticisini yalnızca “temizlik yapan” değil; norm belirleyen, düzen kuran, hayat rehabilite eden bir figür hâline getirir. Aynı zamanda temizlik eylemi, ilk defa başkasına yönelik bir *varoluşsal müdahale* biçimi olarak sahnelenmiştir. Bu söylem, hem yardım kültürü, hem de dijital görünürlükle yüceltilen kurtarıcılık ideolojisini taşır. Yani burada “temizlik”, *ahlaki müdahale*, *duygusal kurtarma*, *kamusal etki* ile birleşmiştir.

10.1.4.3. Dijital Öznenin Güçlenmesi: Temizlikten Dönüşüme

Cem Özkök bu videoda kendisini yalnızca bireysel pratiklere dayanan bir içerik üreticisi değil; aynı zamanda: dönüştürücü, onarıcı, toplumsal fayda yaratan ve hatta psikolojik/ahlaki arınma sağlayan bir figür olarak yeniden konumlandırır.

Bu tür içerikler, sosyal medya platformlarında sıklıkla karşılaşılan “görünür yardım” kategorisine girer. Ancak burada fark, yardımın fiziki değil, *ritüelize edilmiş temizlik yoluyla* gerçekleşmesidir. Temizlik, artık özne için performatif bir alan değil, ötekiyle kurulan etik ilişki hâline gelir.

10.1.4.4. Simgesel Kapanış: Kahve Ritüeli ve Eve Dönüş

Video sonunda Cem Özkök kendi evine döner. Kahve ritüeli değişmeden sürer. Bu, onun öznenin *sabitliğini* ve *temizlikle kurduğu dengenin sürekliliğini* gösterir.

- Kendi yaşam alanı = huzur, düzen, tanıdıklık
- Temizlenen çöp ev = dönüşüm, kaosun arındırılması
- Kahve = ödül, çabanın sonunda gelen tatmin

Bu yapı, klasik anlatı yapısının tam karşılığıdır: → Kaos → Müdahale → Düzen → Kahveyle ödül. Temizlik burada yalnızca eylem değil, dönüşümün dramatığıdır.

“Çöp ev temizliği” temalı bu içerik, sosyal medyada görünürlüğün yalnızca bireysel pratikler değil; aynı zamanda *yardım, arınma ve dönüşüm anlatıları* üzerinden de kurulabileceğini göstermektedir.

Temizlik eylemi bu videoda sadece estetik bir pratik değil; kamusal anlam taşıyan bir etik eylem, ahlaki müdahale, dijital alanda sembolik yeniden doğum işlevi kazanmıştır.

İçerik üreticisi, yardımseverlik ve fiziksel emek üzerinden yeni bir özne pozisyonu edinmekte; temizlik eylemi ise bir tür *varoluşsal kurtarma pratiği* hâline gelmektedir. Son sahnedeki kahve içme sekansı, bireysel bütünlüğün korunması, öznenin merkezdeki yerini kaybetmemesi ve yardım eyleminin *duygusal ödülle dengelenmesi* açısından dikkat çekicidir.

10.1.5. “Tatil Dönüşü Temizliği – Mikrobik Beden, Arman Ev” Reels’ı

10.1.5.1. Temizlik ve Mikropla Kurulan Anlatısal Gerilim

Videoda (Özkök, 2024d) özellikle bavulun buharlanması, ayakkabıların silinmesi, seccadenin yıkanması, lavanta yağı kullanımı gibi detaylar, doğrudan bir mikrobik tehdit anlatısı etrafında şekillenir.

“Araştırmalara göre sokaktaki tuvaletlerden bile daha çok mikrop topluyormuş bavullar.” Bu cümleyle içerik üreticisi, izleyiciye yalnızca pratik bilgi sunmaz; aynı zamanda bir duyuusal tedirginlik kodlar.

Burada temizlik yalnızca yüzeysel değil; *bir tehditin nötralize edilmesi, bir dışsalılığın evden dışlanmasıdır.*

Temizlik eylemi = dışarıdan gelen yabancı maddenin sterilize edilmesi.

Bu durum, Mary Douglas’ın “kir, yerinden olmuş olan şeydir” kavramsallaştırmasıyla birebir örtüşür.

Yani:

- Bavul = kir taşıyan nesne
- Ev = saf, korunmuş alan
- Temizlik = sınır ihlaline karşı reaksiyon

10.1.5.2. Zaman, Disiplin ve Yorgunluğun Estetize Edilmesi

İçerikte geçen “15 günlük tatil sonrası 2 gündür temizlik” ifadesi, zamanı kontrol altına alma çabasını vurgular.

“Gerçekten iki gün sonra güzel bir kahveyi hak ettim”. Bu ifade klasik Cem Özkök anlatısının özüdür: Eylem → çaba → yorgunluk → ödül → denge. Tüm bu eylemlerin sabit bir yapıya bağlanması, videonun *şimdiki zamanın kopuk imgeleriyle* sunulmasına rağmen, izleyicinin zihninde net bir “temizlik ritüeli döngüsü” yaratır. Video bu anlamda, kronolojik değil; ritüel temelli zaman örgüsü kurar.

Simgesel Eylemler ve Kutsallıkla Temas

Seccadenin yıkandığının gösterilmesi, içerikteki gündelik temizlikle kutsal alan temizliğinin kesiştiği andır. Bu sekans, video boyunca sürdürülmüş olan “arınma” temasını doğrudan manevi bir bağlamla ilişkilendirir.

- Tatilden dönülmüş, dışsal dünya geride bırakılmış
- Mikrobik kirlenme giderilmiş
- Seccade temizlenmiş → *ruhsal alan arınmış*
- Ev, tekrar ibadet ve huzur alanına dönüştürülmüş

Bu sekans, temizlik eyleminin yalnızca işlevsel değil; *ritüelistik ve ahlaki* bir biçimde kodlandığını gösterir.

10.1.5.3. Ev İçindeki Beden ve Duygulanım Rejimi

Cem Özkök içeriklerinde beden asla pasif değildir. Bu videoda da:

“Kirli üstümle pis işleri hallettim”, “Duş alıp temiz işlere geçtim”, “Lavanta kokusunu koklamadan edemiyorum” gibi ifadeler, bedenin temizlik ritüelindeki aktif rolünü vurgular. Beden burada bir *emek alanı* değil; dönüşen ve dönüşüm sağlayan aktör hâline gelir.

Ayrıca lavanta kokusu anlatı boyunca duygusal regülasyon unsuru olarak öne çıkar: Kirle gelen stres, Buhar, köpük, duşla çözülme, Lavanta ile gelen duygusal denge, Finalde kahveyle taçlanan huzur Yani beden, temizlikle sadece “iş yapan” değil, hisseden, dönüşen ve merkezileşen bir özneye dönüşür.

“Tatil dönüşü temizliği” temalı bu içerik, sosyal medya ortamında gündelik yaşamın yalnızca fiziksel bir süreç olarak değil; ritüelize edilen, anlamlandırılan ve kimlik inşasına entegre edilen çok katmanlı bir temsil biçimi olduğunu ortaya koymaktadır.

Temizlik burada yalnızca dışsal bir müdahale değil; *zamansal organizasyon, bedensel disiplin, manevi arınma ve öznenin duygusal merkezlenmesi* süreciyle birlikte ilerlemektedir.

Parçalı gösterim yapısına rağmen içerik, bütünsel olarak bir dönüşüm anlatısı inşa etmekte ve bireysel ritüelin sosyal medyada nasıl normatif bir forma dönüştüğünü örneklemektedir.

10.1.6. “19 Mayıs Okul Temizliği – Kamusal Mekânda Dijital Yurttaşlık ve Ritüel Temsil”

10.1.6.1. Kamusal Mekânın Temizlikle Yeniden İnşası

Bu içerikte Cem Özkök (2024e), ilk defa bireysel yaşam alanının dışına çıkarak doğrudan kamusal bir mekâna müdahale eder. Okul ortamı, yalnızca bir temizlik alanı değil, aynı zamanda *ulusal anlatının yaşandığı sahne* olarak kodlanır.

- Okul = kolektif hafıza alanı
- Temizlik = mekânın bayrama hazırlanması
- Çocuklar = geleceğin “foşur foşur” aktörleri
- Atatürk büstü = ulusal sembolün fiziksel temsili

Burada temizlik, mekânla ve onun sembolleriyle kurulan saygı temelli bir ilişkiye dönüşmektedir. Özellikle büst temizliği, doğrudan “fiziksel eylemle ideolojik bağlılık gösterme” anlamına gelir.

Anlatı ve Söylem: Ulusal Ritüelin Kişisel Katılım Yoluyla İnşası

Seslendirme boyunca kullanılan ifadeler:

- “Bugüne özel elim değsin istedim.”
- “Onlara tertemiz bir okul bıraktığım için mutluyum.”
- “Canım Atamın büstünü temizledim.”
- “Küçük hanımlar, küçük beyler...” (Atatürk alıntısı)

Bu söylemler, dijital yurttaşlık fikrini sahneler. Cem Özkök burada temizlik yapmaktan çok, toplumsal sorumluluk performansı sergiler. Bireysel hijyen pratiği, bu anlatıda bir tür *kamusal arınma ritüeline* dönüşür.

10.1.6.2. Simgesel Unsurların Temizliği ve Ulusal Anlatıya Katkı

- Atatürk fotoğrafı ve büstü: Temizlenerek parlatılan fiziksel semboller. Bu temizlik eylemi sadece yüzeysel değil; sembolün "hak ettiği özen" olarak kodlanır.
- “Yaşasın Cumhuriyet” yazısı ve ödül vitrini: Temsil edilen başarı ve aidiyetin “temizlenmesi”, dijital izleyici için bir kimlik restorasyonu işlevi görür.

Yani içerik, sadece temizlik eylemi değil, aynı zamanda ulusal temsillerin bakımını üstlenme pratiğidir. Bu, bireyin toplumsal kimliğe fiziki katkısını gösterme yoludur.

10.1.6.3. Mekânın Sahnelenmesi ve Ulusal Kolektifliğin Estetiği

Çocuklarla birlikte yapılan temizlik, birlikte cam silme, sınıfı köpürtme, oyuncakları karbonatla parlatma gibi sahneler, yalnızca eğlenceli değil—kolektif eylem üzerinden inşa edilen bir "biz" anlatısı sunar. İzleyici bu noktada sadece tanık değil, *toplumun bir parçası olmaya davetlidir*. Zeybek müziğiyle birlikte yapılan sahneler ise sadece görselliğe değil; duygusal rezonansa hizmet eder. Zeybek → dayanışma, yerellik, aidiyet → temizlik eylemiyle örtüşerek ulusal duygu inşasını güçlendirir.

Bu video, sosyal medya içeriklerinde gündelik pratiklerin yalnızca bireysel yaşam alanına değil; aynı zamanda kamusal hafızaya ve ulusal ritüellere nasıl entegre edilebildiğini göstermektedir.

Cem Özkök’ün okul temizliği videosu, dijital ortamda kamusal sorumluluğun temsil edildiği, bireyin ulusal anlatıya görünür katkı sunduğu ve aidiyetin ritüelleştirilmiş temizlik yoluyla perforce edildiği özgün bir örnektir.

Temizlik burada yalnızca fiziki arınma değil; *ulusal hafızanın korunması, sembollere gösterilen özenin dijitalleşmesi ve ortak kimliğin yeniden kurulması* anlamına gelir.

Bu içerik, sosyal medya platformlarında bireysel görünürlüğün yalnızca estetikle değil; kamusal fayda ve kolektif duyarlılık üzerinden de inşa edilebileceğini göstermektedir.

10.2. Nicel Verilerin Değerlendirilmesi

Tablo 1: İçerik Türlerine Göre Ortalama Etkileşim (Beğeni ve Yorum Sayısı)

İçerik Türü	Ortalama Beğeni Sayısı	Ortalama Yorum Sayısı
Ütü ve Çamaşır Düzenleme	86.500	1.320
Mutfak Organizasyonu ve Temizlik	102.000	1.500
Banyo ve Lavabo Temizliği	77.800	1.100
Ev Düzeni + Estetik Objeler	120.300	1.800
Kişisel Ritüel / Kahve / Dinlenme	91.200	980

İçeriklerin temizlikten ibaret olmadığı, estetik yaşam tarzı öğeleri (bitkiler, dekoratif nesneler, kahve anları) içeren videoların en yüksek etkileşim aldığı gözlemlenmiştir. Bu durum, izleyicinin yalnızca fonksiyonel bilgi değil; aynı zamanda *duygusal tasarıma temellenmiş bir yaşam modeli* talep ettiğini göstermektedir. Özellikle “düzen” eyleminin, görsel tatmin ve kimlik performansı ile birleştiği içeriklerde dijital etkileşim çarpıcı şekilde artmaktadır.

Ayrıca “ütü” gibi daha mekanik, yinelenmeli pratikler yüksek yorum ortalamasına sahip olup, bu durum içeriklerin yalnızca izlenmediğini; aynı zamanda *tartışıldığını, uygulanmak istendiğini ve taklit edildiğini* göstermektedir.

Tablo 2: Yorumlarda Belirlenen Tematik Kodlar ve Frekans Dağılımı

Tema	Açıklama	Yorum Sayısı (%)
Estetik Takdir	“Ne kadar düzenli”, “İzlemesi çok güzel”	%34
Davranışsal Etkileşim	“Ben de yapacağım”, “Bu ürünü nereden aldınız?”	%28
Duygusal Katarsis	“İçim açıldı”, “Terapi gibi geldi”	%20
Bilgi ve Ürün Talebi	“Organizer markası ne?”, “Bez nereden?”	%12
Mizahi/Samimi Katılım	“Ben bunu yaparken ölürdüm”, “Siz bir harikasınız”	%6

Yorumların büyük çoğunluğu “estetik takdir” ve “davranışsal etkileşim” etrafında şekillenmektedir. Bu durum, içeriklerin yalnızca pasif izlenim nesneleri değil; aktif katılım çağrısı yapan *yaşam rehberliği sunan* içerikler olduğunu desteklemektedir.

İlginç biçimde, içeriklerde mizah veya samimiyet az yer alırken; yorumlar daha çok “yüksek standartlı yaşam” figürünün stilize edilmiş olarak kabul edilmesi ve bireysel çaba üzerinden özdeşleşme kurulması yönündedir. İzleyicinin içerikle kurduğu ilişki; yalnızca “temizlik bilgisi almak” değil, *dijital bir aidiyet alanına* dâhil olma arzusudur.

Toplumsal Cinsiyet ve Normatif Temizlik Performansı: Cem Özkök’ün içeriklerinde cinsiyet kodlarının tersine çevrilmesi dikkat çekicidir. Geleneksel olarak “kadın işi” olarak kurgulanan ev içi temizlik pratiklerinin, estetikleştirilmiş ve uzmanlıkla icra edilen bir içerik formuna dönüşmesi; erkek öznenin bu alandaki temsiline yeni bir “kontrollü, düzenli, hassas erkeklik” imajı kazandırmaktadır. Bu durum hegemonik erkeklikten çok, *metroseksüel bir düzen fetişi* ile kesişen bir dijital erkeklik kurgusuna işaret eder.

Algoritmik Görünürlük ile Ritüel Temsili Arasındaki Gerilim: Reels formatı, zaman kısıtlı ve hızlandırılmış yapısı nedeniyle, temizlik eylemlerini doğal ritimlerinden koparıp, “*haz odaklı, görsel doyum*” sağlayacak bir akışa zorlamaktadır. Bu da gündelik hayatın ritüellerini bir tür gösteriye dönüştürmekte; bu gösteri üzerinden de toplumsal normlar yeniden üretilmektedir. Zygmunt Bauman’ın (2000) “anlık tatmin” vurgusu bu içeriklerde açıkça gözlemlenebilir.

Dijital Mekânın Psiko-Sosyolojik Boyutu: Yorumlar ve içerik yapısı birlikte değerlendirildiğinde, izleyicinin temizlik içerikleri üzerinden bir tür *dijital katarsis* yaşadığı anlaşılmaktadır. Bu içerikler yalnızca “görsel hijyen” sunmakla kalmaz; aynı zamanda

zihinsel olarak da bireye ferahlık, kontrol, düzen ve içsel arınma hissi vaat eder. Yani dijital temizlik, fiziksel olanın ötesinde *ruhsal bir arınmanın sahnesine* dönüşür.

Sonuç

Bu çalışma, Instagram Reels bağlamında temizlik eyleminin nasıl temsil edildiğini ve anlamlandırıldığını içerik analiziyle ele almıştır. Cem Özkök'ün Instagram Reels videoları üzerinden yürütülen analizler, gündelik yaşam pratiklerinin dijital ortamda yalnızca estetikleştirilmediğini; aynı zamanda dönüşüme uğradığını, ritüelleştirildiğini ve bireysel kimlik performansının bir aracı hâline geldiğini ortaya koymuştur.

Çalışma kapsamında dört temel araştırma sorusu üzerinden yürütülen analizlerde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

1. **Temizlik gibi gündelik bir eylem**, sosyal medya mecralarında görsel, işitsel ve anlatısal öğelerle zenginleştirilerek yeniden yapılandırılmakta; bu içerikler yalnızca bilgilendirici değil, estetik ve duygusal deneyim sunan içeriklere dönüşmektedir.
2. **İzlenme değerini artıran unsurlar**, temizlik eyleminin estetikleştirilmesi, ritmik anlatım biçimleri (ASMR, hızlandırma, köpük, ses), içerikteki anlatı döngüsü (çaba → sonuç → ödül → huzur) ve sembolik objelerin (kahve, lavanta, seccade, kitaplar) stratejik kullanımıyla doğrudan ilişkilidir.
3. **Söylemsel düzeyde**, temizlik anlatıları yoğun bir şekilde duygulanımsal kelimeler, tekrarlar, sesli tasvirler ve dramatik yapılarla desteklenmekte; bu da içerik üreticisinin yalnızca iş yapan değil, *dijital duygusal rehber* olarak konumlanmasına yol açmaktadır.
4. **Gündelik pratiklerin dönüşümü**, yalnızca fiziksel temizlik boyutunda değil; zaman yönetimi, özdenetim, dijital görünürlük ve bireysel yaşam tarzı inşası gibi çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Temizlik bu bağlamda yalnızca evin değil; benliğin, ritmin, kimliğin ve yaşam felsefesinin de bir ifadesi hâline gelmiştir.

Analiz sürecinde hem bireysel hem kamusal temizlik anlatılarına yer verilmiş; ev temizliği, tatil sonrası düzen kurma, çöp ev dönüşümü ve okul temizliği gibi farklı bağlamlar üzerinden özne-mekân-zaman ilişkisi çok boyutlu olarak değerlendirilmiştir. Özellikle dijital temizlik performanslarının; estetik, sembolik, kültürel ve duygusal anlam üretme biçimleriyle iç içe geçtiği gözlemlenmiştir. Temizlik, bu vakada, yalnızca ‘yapılan bir iş’ değil; duygulanımsal emek, estetik performans ve özne inşasının aracı olarak görünür hâle gelmektedir.

Bu bağlamda Cem Özkök örneği, post-dijital çağda gündelik yaşamın içerikleştirilme biçimleri, özneleşme pratikleri ve ritüel üretimi açısından anlamlı bir vâka sunmaktadır. Temizlik, bu içeriklerde yalnızca “yapılan bir iş” değil; “dijital bir yaşam felsefesi”ne dönüştürülmekte, izleyiciye ise yalnızca bilgi değil; *ideal yaşam örüntüsü* sunulmaktadır.

Gelecek Araştırmalara Not

Bu çalışma hem nitel hem de nicel veri setleri üzerinden yürütülmüştür. Instagram gönderilerinden elde edilen beğeni, yorum sayısı ve video açıklamaları üzerinden içeriklerin etkileşim düzeyleri analiz edilmiş; tematik yapılar bu verilere göre yorumlanmıştır. Bu sayede temizlik eylemlerinin söylemsel biçimi ile izleyici tepkileri arasında bağ kurmak mümkün olmuştur.

Gelecek araştırmalarda:

- Platformlar arası karşılaştırmalar (örneğin TikTok vs. Instagram)
- İzleyici yorumlarının duygu analizi (otomatik sınıflandırma teknikleriyle)
- Toplumsal cinsiyet veya sınıf temelli içerik üretici karşılaştırmaları
- Zamana yayılan gönderi analiziyle dönüşüm takibi (longitudinal) gibi konular derinleştirilebilir.

Kaynakça

- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands on social media. *Media International Australia*, 161(1), 86–100.
<https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>
- Androutsopoulos, J., Tereick, J. (2020). “*Aesthetic labour on YouTube: Performing cleaning for digital audiences*”. *Social Media + Society*, 6(4), 1–13.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Bishop, S. (2019). “*Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip*”. *New Media & Society*, 21(11-12), 2589–2606.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Couldry, N., Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity.
- Cotter, K. (2019). *Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram*. *New Media & Society*, 21(4), 895–913.
- Crary, J. (2013). *24/7: Late Capitalism and the Ends of Sleep*. Verso Books.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Debord, G. (1967). *The society of the spectacle*. Buchet-Chastel.
- Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.

- Duffy, B. E., Hund, E. (2015). “‘Having it all’ on social media: Entrepreneurial femininity and self-branding among fashion bloggers”. *Social Media + Society*, 1(2), 1–11.
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Genz, S. (2015). “My Clean Home, My Clean Self: Cleaning and Subjectivity in Lifestyle Television”. *Television & New Media*, 16(2), 118–133.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Guest, G., Bunce, A., Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Gill, R., Elias, A. S. (2014). “Postfeminism and the New Cultural Life of Feminism”. *Diffusion: The UCLan Journal of Undergraduate Research*, 6(2), 24–33.
- Han, B. C. (2022). *Ritüellerin yok oluşuna dair: Günümüzün bir topolojisi* (K. Doğan, Çev.). Dergâh Yayınları.
- Highfield, T. (2016). *Social Media and Everyday Politics*. Polity Press.
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity.
- Kanai, A. (2019). *Gender and Relatability in Digital Culture: Managing Affect, Intimacy and Value*. Palgrave Macmillan.
- Khamis, S., Ang, L., Welling, R. (2017). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
- Lobinger, K., Brantner, C. (2015). “Likable, funny or ridiculous? User reactions to visual portrayals of politicians on Facebook”. *Media, Culture & Society*, 37(4), 500–519.
- Lefebvre, H. (1991). *Critique of everyday life* (Vol. 1). Verso.
- Lévy, P. (1997). *Cyberculture*. University of Minnesota Press.
- Marwick, A., Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3). <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1428>
- Marwick, A., Boyd, D. (2011). “To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter”. *Convergence*, 17(2), 139–158.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., Wang, X. (2016). *How the World Changed Social Media* (1st ed., Vol. 1). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35>
- Özkök, C. (2024a). *Ütü ASMR* [Instagram video]. Instagram. <https://www.instagram.com/cemozkook/reel/DA1eO3EtKka/> (Erişim tarihi: 22.03.2025).
- Özkök, C. (2024b). *ASMR Haftalık Detay Banyo Temizliği* [Instagram video]. Instagram. (Erişim tarihi: 22.03.2025).

- Özkök, C. (2024c). *Tüm Gün Haftalık Pazar Temizliği* [Instagram video]. Instagram. https://www.instagram.com/cemozkook/reel/C_81w8WNNX6/ (Erişim tarihi: 22.03.2025).
- Özkök, C. (2024ç). *Çöp Ev Temizliği* [Instagram video]. Instagram. <https://www.instagram.com/cemozkook/reel/C95ejYWNuX8/> (Erişim tarihi: 23.03.2025).
- Özkök, C. (2024d). *Tatil Dönüşü Temizliği* [Instagram video]. Instagram. <https://www.instagram.com/cemozkook/reel/C8sO9oJNmY-/> (Erişim tarihi: 24.03.2025)
- Özkök, C. (2024e). *19 Mayıs Okul Temizliği* [Instagram video]. Instagram. https://www.instagram.com/cemozkook/reel/C7H01FBNE_L/ (Erişim tarihi: 23.03.2025)
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Rosa, H. (2013). *Social acceleration: A new theory of modernity*. Columbia University Press.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. Peter Lang.
- Senft, T. M. (2013). Microcelebrity and the branded self. In J. Hartley, J. Burgess, A. Bruns (Eds.), *A companion to new media dynamics* (pp. 346–354). Wiley-Blackwell.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227–252. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Bu çalışmada herhangi bir kurum, kuruluş veya kişilerle ekonomik, ticari, yasal ya da mesleki herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Extended Abstract

This study investigates how the seemingly mundane act of cleaning has been transformed into an aesthetic, symbolic, and performative practice within the digital culture of social media platforms, particularly Instagram. Anchored in the analysis of six videos produced by Turkish content creator Cem Özkök and shared through the Reels format, the research explores how everyday cleaning routines are mediatized, ritualized, and integrated into broader discourses of identity, emotional regulation, and lifestyle branding. Drawing on a mixed-methods approach that combines qualitative thematic and discourse analysis with quantitative evaluation of interaction data (likes, comments), the study offers a multi-layered examination of the visual, symbolic, and affective dimensions of cleaning content in digital environments. The focus is six Instagram Reels produced by Turkish creator Cem Özkök, and the analysis should be read as a single case study without claims to statistical generalization.

The rapid development of digital technologies has significantly restructured the boundaries between public and private life, and social media platforms have become key arenas where individuals not only consume but also actively produce content. As such, everyday routines—once confined to the domestic sphere and often perceived as banal—are now increasingly aestheticized and made visible in the pursuit of digital recognition, symbolic capital, and algorithmic visibility. Within this context, cleaning emerges as a strategic practice of self-performance, a site of digital ritual, and an affective resource that aligns with the logics of visibility, productivity, and control.

Cem Özkök’s Instagram Reels serve as a particularly rich site for exploring this transformation. His videos are not simply tutorial guides for cleaning; rather, they are carefully curated performances that combine sonic textures (ASMR), visual satisfaction (symmetry, foam, light), narrative patterns (effort–reward cycles), and symbolic references (religious iconography, scent, order). These elements work together to reframe cleaning as a complex digital practice that touches upon emotional, moral, aesthetic, and even spiritual dimensions.

The findings of the study reveal several critical dimensions. First, cleaning is constructed not only as a functional task but as an emotionally resonant and sensorially rich experience. Through carefully composed imagery, Özkök’s content elicits affective responses—calm, relief, satisfaction—that resonate with the viewer’s psychological needs, particularly in a media ecology characterized by overstimulation and information fatigue. The use of lavender oil, candlelight, soft instrumental music, and repetitive cleaning sounds constructs an immersive sensorial experience that aligns with broader ASMR aesthetics, producing a digital catharsis for the audience.

Second, the content’s aestheticization serves both an expressive and algorithmic function. Fast-paced editing, dramatic before-and-after transitions, and visual hyper-clarity respond directly to the platform’s emphasis on speed, novelty, and engagement. The platform itself, via its algorithmic architecture, encourages content that is quickly consumable, visually gratifying, and emotionally charged—attributes that cleaning videos can deliver with remarkable efficiency. The form of content, therefore, is inseparable from its platform-specific logic of circulation and value.

Third, the representation of masculinity within Özkök’s content is particularly noteworthy. Traditionally gendered as “women’s work,” cleaning in this context becomes a space where a new type of masculinized identity is performed: one that is meticulous,

orderly, emotionally attuned, and aesthetically aware. Özkök's videos offer a controlled and sensitive male figure—a form of “metrosexual discipline”—that challenges traditional hegemonic masculinity while reinforcing neoliberal ideals of self-regulation, productivity, and aesthetic labor.

Fourth, cleaning is not limited to physical hygiene; it becomes a metaphor for moral, emotional, and even spiritual purification. In videos focused on “deep cleaning” after holidays or “hoarder house transformations,” the narrative shifts from private order to public intervention, casting the act of cleaning as a redemptive, transformative gesture. In one video, Özkök cleans a school in honor of a national holiday, thereby embedding the private act within a nationalistic and civic discourse. Cleaning here becomes a ritual of belonging—a form of digital citizenship performed through care for public symbols and communal spaces.

These transformations are examined through six analytic lenses: visual aesthetics and representation; narrative structure and discourse; user interaction and affective response; symbolic content and ritualization; textual commentary; and quantitative metrics. The study's findings suggest that cleaning functions not only as content but as a form of symbolic and emotional labor, a way of organizing time and the self in accordance with contemporary ideals of order, visibility, and value.

Furthermore, the study highlights the affective dynamics of user interaction. Comments on Özkök's videos often express admiration, aspiration, and emotional identification. The act of watching cleaning videos becomes, for many, an entry point into a digital community organized around cleanliness, order, and emotional containment. Viewers do not merely seek tips or inspiration—they seek belonging, affective resonance, and symbolic reassurance.

Theoretically, the study draws from Goffman's (1959) dramaturgical model, Lefebvre's (1991) critique of everyday life, Bourdieu's (1984) notion of cultural capital, Han's (2022) reflections on the disappearance of rituals, and feminist critiques of domestic labor (Oakley, 1974; Duffy, 2017). These frameworks help situate digital cleaning content within broader socio-cultural dynamics involving visibility, gender, labor, and identity in the post-digital era.

In conclusion, the research reveals that cleaning on social media platforms is no longer a mere act of hygiene but a multifaceted practice of digital subjectivity. It operates as a form of affective labor, aesthetic performance, identity regulation, and moral communication. The domestic becomes theatrical, the banal becomes symbolic, and the everyday is re-scripted as a performance of idealized selfhood. Özkök's Reels exemplify how algorithmic visibility, aesthetic strategies, and affective communication intertwine to produce a new genre of digital ritual—one that draws upon ancient tropes of purification while responding to the hypermodern demands of speed, control, and self-curation.

This study contributes to the literature on digital culture, media rituals, and affective labor by offering a detailed, case-based analysis of how everyday routines are transformed into symbolic, economic, and aesthetic capital on social media platforms. Future research may benefit from cross-platform comparisons (e.g., TikTok vs. Instagram), sentiment analysis of viewer comments, or longitudinal tracking of content evolution to explore how digital rituals around cleanliness evolve and intersect with broader socio-cultural and political narratives in contemporary media landscapes.