



## Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü

Özlem IŞIKLAR\* & Özlem DUĞAN\*\*

\*Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO  
ozlem.isiklar@usak.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-9813-6210>

\*\*Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ozlem.dugan@usak.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-9028-7989>

**Anahtar Sözcükler**  
Toplumsal Cinsiyet, Kalıp Yargı, Kadın, Motosiklet.

**Key Words**  
Gender, Stereotypes, Female, Motorcycle.

**Atıf/Citation**  
Işıklar, Ö. (2022). Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss: 10-32.

### Özet

Seyahat günlüklerini ve yaşadıkları maceralı yolculuklarını video yayınlarken, blog yazıları yazarak ya da her iki yöntemi de kullanarak yayınlayan pek çok vlogger motosiklet sürücüsü bulunmaktadır. Vlogger, "Video-logger" kelimesinin kısaltılmış halidir. "Video-logger" ise, videolar oluşturan kişi manasına gelmektedir. Vlogger'lar; Blogger'lar ile aynı işi yapmalarına karşın yazmak yerine kamera kullanmayı tercih etmektedirler. İçerik üreticileri açısından Youtube popüler Vlog kanalları arasında yer almaktadır. Bu anlamda sadık takipçileri olan motosiklet sürücülerini yolculuk görüntülerini dünya çapında pek çok izleyici ile paylaşabilmektedirler. Macera turizminin sert turizm kısmı içinde yer alan motosiklet ile seyahat hem fiziksel hem de psikolojik olarak yoğun çaba gerektirmesi nedeniyle erkeklerin daha rahat yapabilecekleri bir tür olarak görülmektedir. Son yıllarda seyahat maceralarını paylaşan kadın motosiklet sürücülerini Youtube'da yüksek abonelik sayıları ve izlenme oranlarıyla bu aktivitenin erkeklere özgü bir iş olmadığını ortaya koymaktadırlar. Bu çalışmada; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube'da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniğiyle bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Itchy Boots ve On Her Bike kanallarından yayınladıkları dönemlerde aldıkları yorum sayıları göz önünde bulundurularak birer adet video seçilmiştir. Yorumlar incelendiğinde her iki Youtube kanalını takip edenlerin; güç, dayanıklılık, azim ve cesaretine övgü yapanlar ve saygı ve hayranlık duyanlar-ilham kaynağı olarak görenler olmak üzere iki grupta incelenebileceği anlaşılmıştır. Yapılan çalışmada her iki sürücünün zorluklara meydan okumalarına yönelik takdir ve hayranlık içeren yorumların ağırlıkta olduğu görülmüştür. Yorumlar arasında; cesaret, azim, kararlılık, kadın gücü, ilham kaynağı olma kelimeleri ön plana çıkmıştır. Kadın motosiklet sürücülerinin yayınladıkları görsel ve yazılı içeriklerle toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede önemli bir yol kat ettikleri ifade edilebilir.

## Abstract

### The Role of Adventure Female Motorcycle Drivers in Fighting Gender Stereotypes

There are many vlogger motorcycle riders who post their travel diaries and their adventurous journeys by posting videos, writing blog posts or using both methods. Vlogger is short for "Video-logger". "Video-logger" means the person who creates videos. Vloggers, although they do the same job as bloggers, prefer to use cameras instead of writing. In terms of content producers, Youtube is among the popular Vlog channels. In this sense, motorcycle riders who are loyal followers can share their journey images with many viewers around the world. Traveling by motorcycle is considered a part of adventure tourism is seen as a type that men can do more comfortably because it requires intense effort both physically and psychologically. Female motorcycle riders, who have shared their travel adventures through videos and written content in recent years, reveal that this activity is not a job specific to men, with high subscription numbers and viewing rates on Youtube. In this study; by examining the content produced on Youtube by adventurous female motorcycle drivers who go on adventurous journeys with their motorcycles and the comments made on these contents, the research was carried out with the method of netnography on the roles of these drivers in combating gender stereotypes. Within the scope of the study, some videos were selected from Itchy Boots and On Her Bike channels, taking into account the number of comments they received during their broadcasts. When the comments are analyzed, those who follow both YouTube channels; It is understood that it can be studied in two groups: those who praise their strength, endurance, determination and courage, and those who feel respect and admiration - those who see him as a source of inspiration. In the study it was seen that the comments containing appreciation and admiration for the challenges of both drivers were dominant. Among the comments; words of courage, perseverance, determination, female power, being a source of inspiration came to the fore. It can be stated that female motorcycle drivers have made significant progress in combating gender stereotypes through the visual and written content they publish.

### 1. Giriş

Bütün insanlar, insan davranışındaki genel benzerlikleri kısmen açıklayan kimi biyolojik özelliklerle doğarlar. Biyoloji -örneğin sağlığımız, dayanıklılığımız, vücut yapımız aracılığıyla- üstesinden gelinemeyecek sınırlamalar getirerek bizi bütünsel düzlemlerde de etkiler. Buna ek olarak biyolojik etkenler, kimi bireysel davranış tarzlarını da etkiler. Bir toplumun mensupları toplumsal öğrenme aracılığıyla kendi davranış ve algılama tarzlarını geliştirirler. Toplumsal öğrenme öncelikle, toplumsal grup ve ailenin resmi eğitim ve bilinçsiz modernleştirmelerle beceri, bilgi, değer, tutum ve davranışları gelecek kuşaklara aktarma süreci olan toplumsallaşma ile gerçekleşir. Toplumsallaşma kanalları, çocuk yetiştirme, toplumsal cinsiyet ve yaş rollerinin öğrenilmesi için geçiş ritlerini içermektedir (Bates, 2013, s. 78).

Türkçe karşılığı olarak 'kalıp yargı' kelimesi, stereotip (Alm. Stereotyp, İng. stereotypes) kavramı, Latince olan ve katılık anlamına gelen 'stereos' ile iz anlamına gelen 'tipos' kelimelerinin bir araya gelmesiyle meydana gelmiştir. Bu kelime ya da kavram baskı teknolojilerinden alınma olup günümüzde matbaacılıkta halen kullanılmakta olan bir sayfa veya paragraf için metalden hazırlanan dökümlere verilen bir tür kalıbın adıdır. Bu dökümden oluşan kap hazırlanıp bitirildikten sonra üzerinde yapmak istenilen düzeltme ve değişiklikler kabın tümü bozulmadan yapılamamaktadır (Işık, 2012, s. 163-165). Kalıp yargı/stereotip kavramını sosyal bilimler alanına ilk getiren kişi Lippmann (1922) olmuştur. Ancak bu terimin net bir tanımını belirtmemiştir. Lippmann'ın görüşü, çevremizle ilgili iki tür anlayışın olduğu yönündedir. Bu türlerden birincisi bir yapı aracılığıyla anlamak ve diğeri ise çerçevesiz anlamaktır. Stereotipleştirme, çerçeve olarak önemli bir rol oynamaktadır (Kanağara, 2006, s. 306-307).

Çalışmada, sert turizm öğelerinden biri olarak kabul edilen ve bir erkek işi olarak algılanan motosiklet sürüşü ile gerçekleştirilen maceraların, kadın motosiklet sürücülerine duyulan saygı, güven ve benimseme üzerindeki etkileri medya metinleri üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube’da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniğiyle bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

## 2. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları

İnsanlar insan davranışındaki genel benzerliklerin bazılarını açıklayan kimi biyolojik özellikleri paylaşırsa da aynı popülasyondaki bireyler arasındaki kimi davranış farklılıklarının da biyolojik nedenleri vardır (Bates, 2013, s. 55). “Kadın ve erkek insan türünün cinsiyetleridir” dediğimizde, her iki cinsiyeti birbirinden ayırma, onların bedenlerinin biyolojik nitelikleri temelinde olmaktadır. Biyolojik cinsiyet (sex) kavramı, kadın ve erkek bedenlerine ilişkin bu biyolojik nitelikleri işaret etmektedir (Epstein, 1988’den akt. Nazlı, 2016, s. 46). İnsanlarda cinsiyet isteğe bağlı olmaksızın, cinsiyet kromozomları ile belirlenir. Cinsiyet kromozomları erkekte (XY) ve kadında (XX) olarak birer çifttir. Y kromozomu erkekliği, X kromozomu da dişiliği saptayan genleri taşır. Döllenme sırasında erkek ve kadın dan (XX) kombinasyonu “dişi” bir canlı, (XY) kombinasyonu ise cinsiyetin “erkek” oluşunu sağlamaktadır (Özgül, 2012, s. 37).

Avrupa Konseyi, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki farkı şu şekilde özetlemektedir: “Cinsiyet, erkek ve dişilerin üreme organları, kromozomlar, hormonlar gibi farklı biyolojik ve fizyolojik özelliklerini ifade eder”. Toplumsal cinsiyet kavramı ise beş önemli unsuru içerir: İlişkisel, hiyerarşik, tarihsel, bağlamsal ve kurumsal (www.coe.int, 2022). Toplumsal cinsiyet, toplumsal olarak inşa edilmiş kadın, erkek, kız ve erkek çocukların özelliklerini ifade eder. Bu, kadın, erkek, kız veya erkek olmakla ilgili normları, davranışları ve rolleri ve ayrıca birbirleriyle olan ilişkileri içerir. Toplumsal bir yapı olarak toplumsal cinsiyet toplumdaki topluma değişir ve zamanla değişebilir. Cinsiyet hiyerarşiktir ve diğer sosyal ve ekonomik eşitsizliklerle kesişen eşitsizlikler üretir. Cinsiyete dayalı ayrımcılık, diğerleri arasında etnik köken, sosyoekonomik durum, engellilik, yaş, coğrafi konum, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelim gibi diğer ayrımcılık faktörleriyle kesişir. Buna kesişimsellik denir (www.who.int, 2022).

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet yakından ilişkilidir ve aslında aralarında belirsiz bir sınır paylaşır. Biyolojik cinsiyet, erkek ve kadın cinsel organlarındaki farklılıklara dayanır. Cinsiyet, bir kişinin sosyolojik ve kültürel cinsel kimliğiyle ve aynı zamanda toplum tarafından nasıl görüldüğüyle ilgilidir. Öte yandan, bir kişinin genetik cinsiyeti, zaman zaman cinsiyet kimliğiyle uyuşmayabilir. Kendini transseksüel, ikili olmayan veya cinsiyete uygun olmayan olarak tanımlayan kişiler genellikle bu şekilde bilinir. DSÖ’nün cinsiyet tanımı, toplumsal olarak inşa edildiği ve kadın ve erkek arasındaki roller, normlar ve ilişkiler olarak tanımlandığı gerçeğini içerir. Farklı kültürlerdeki kadın ve erkeklerin tipik olarak farklı düzeylerde finansal ve karar alma sorumluluğunu üstlenmeleri beklenirken, her birinin çocuk yetiştirme ve aileyi desteklemeye ayırdığı zaman farklıdır. Cinsiyet rolleri kavramı bu fenomen listesine uygulanır.

İnsan doğasının anlaşılmasının zorluğu konusuna ışık tutacak olası kültürlerarası düzenlilikleri aramak önemli olmakla birlikte biyolojinin yazgı olduğunu düşünmekten kaçınmak gerekmektedir. Bu konuyu en güçlü vurgulayan Margaret Mead olmuştur; özgür bulgularının bir bölümü yoğun eleştirilerin hedefi olsa da genel fikir geçerliliğini korumaktadır (Bates, 2013, s. 58). Margaret Mead’ın (1935) çığır açan çalışması ile başlayan ve günümüz alan çalışmalarına doğru devam eden bu araştırmalar, toplumsal cinsiyet rollerinin fiziksel çevre, ekonomik ve siyasal sistem bazında fazlasıyla değişken olduğunu göstermektedir (Schaefer, 2013, s. 276-277).

Ann Oakley, toplumsal cinsiyet kavramını ayırt eden ilk sosyal bilimcilerden biridir. Oakley'e göre toplumsal cinsiyet, cinsiyetin erkek ve kadın olarak biyolojik bölünmesiyle paralellik gösterir, ancak erkeklik ve kadınlığın bölünmesini ve toplumsal olarak değerlendirilmesini içerir. Birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşimleri, ancak büyük ölçüde erkekler ve kadınlar arasındaki biyolojik farklılıklara dayanır (Oakley'den aktaran Blackstone, 2003, s. 335).

Gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan, geniş kitleleri etkisi altına alan kitle iletişim araçları yaşamın her anında toplumsal cinsiyete ilişkin kalıpların ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesine, pekiştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları içerisinde hedef kitleyi en fazla etkileme gücüne sahip olan televizyon ise aynı anda göze ve kulağa hitap ederek oldukça etkili bir reklam ortamı yaratmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin toplumsallaşma sürecinde sürekli olarak -yeniden- öğrenilen ve üretilen bir olgu olması, temelinde tekrar etme faktörünün yer aldığı reklamlara ayrı bir önem katmaktadır. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarında, özellikle de televizyonda yer alan reklamların söylemleri topluma, kültüre ve zamana göre farklılıklar içerebilmektedir. Özellikle toplumsal değişimin hız kazandığı günümüz toplumlarında geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinde yaşanan dönüşüm, geleneksel kadınlık ve erkeklik rollerinin belirli ölçüde geçerliliklerini yitirmesine ve yeniden sorgulanır hale gelmesine yol açmıştır (Zeybekoğlu-Dündar, 2012: 123).

Araştırmalar, medyada kadınların genellikle erkeklerden farklı bir şekilde resmedildiğini ortaya koymaktadır. Erkekler için uzun vadeli ve üst düzey kariyer statüleri başarılarıyla ilişkilendirilirken, kadınların kariyer statüleri görünüşleri ve güzellikleri ile belirlenir (Carter ve Steiner, 2004). Toplumsal cinsiyet çalışmaları, genel olarak hem erkekliğin hem de kadınlığın önemli olduğunu öne sürmektedir ancak bu tür fikirler nadiren aynı anda ele alınmaktadır. Medyadaki çalışmalar, kadınların bakış açılarına ve onların nasıl tasvir edildiğine odaklanma eğilimindedir. Olumlu yönler hakkında çok az tartışma ile çoğunlukla kadın temsilinin olumsuz taraflarını vurgular. Genelde erkeklerin nasıl temsil edildiğiyle ilgilenmez. Her halükârda, eğer tartışılıyorsa aynı derecede tartışılacaktır. Ek olarak, medya ve toplumsal cinsiyet, çeşitli şekillerde toplanabilecek ve incelenebilecek sürekli veriler üreten devasa bir alandır (Upoma, 2021, s. 202).

Kadınlar her zaman takılan kalıp yargılar, güzel görünüm, güzellikten hoşlanma, yumuşak bir ses, yumuşak ve anneci bir kişiliğe sahip olmakla eş anlamlıdır. Stereotip, halk tarafından yaygın olarak inanılan kültürden kaynaklanmaktadır. İletişim medyası olarak filmler ve dramalar, özellikle kadın stereotipleri konusunda kamuoyu oluşturma gücüne sahiptir.

Stereotipleştirmenin ortaya çıkışı, algılayanın taleplerini basitleştirmenin bir yolu olarak anlaşılabilir. Algılayanın gelen bilgi yerine önceden depolanmış bilgiye güvenmesine ve çeşitli çevresel faktörlere yanıt vermesine izin verir: Farklı sosyal roller, grup çatışmaları ve güçteki farklılıklar vb. stereotipler ayrıca statükoyu haklı çıkarmanın bir yolu olarak veya sosyal kimliğe tepki olarak ortaya çıkabilir. Ayrıca, ayrımcı bakış açılarının mutlaka kasıtlı olarak benimsenmediğini hatırlamak hayati önem taşımaktadır (Tabassum ve Nayak, 2021, s. 193).

### 3. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargılarını Oluşturan Faktörler

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, toplumun bir grup olarak kadınlardan ve bir grup olarak erkeklerden beklediği bazı davranışlar ve özelliklerdir. Cinsiyet kalıp yargıları hem kadınların hem de erkeklerin davranışlarını sınırlandırır; bu gereklere uyulmaması çok dikkat çekicidir ve bu durum genellikle olumsuz algılanır (Dökmen, 2021, s. 107).

Kuralcı ve yasaklayıcı cinsiyet kalıp yargıları açısından kadınlardan sıcak, kibar, çocuklara ilgi duyan, duyarlı, temiz, dış görünüşe özen gösteren, sabırlı, kibar ve neşeli olmaları beklenirken; isyankâr, inatçı, kontrolcü, alaycı, karışık ve kibirli olmaları asla beklenmez. Öte yandan erkeklerden iş disiplinine, yüksek benlik saygısına, liderlik yeteneğine sahip

olmaları ve atletik, kendine güvenen, hırslı, risk alan, iddialı, kararlı, rasyonel, rekabetçi ve agresif olmaları beklenmektedir (Sakallı-Uğurlu vd., 2018, s. 311-312).

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, çeşitli cinsiyet gruplarının üyeleri arasındaki gerçek çeşitlilikten bağımsız olarak, yalnızca cinsiyetlerine dayalı olarak bireylerin özellikleri hakkında genelleştirilmiş inançlardır. İnançlar, algılayanların kadınlar, erkekler, trans bireyler ve diğer cinsiyetli insanlar hakkındaki bilgi ve beklentilerini yansıtır. Kalıp yargıların içeriği tipik olarak diğerlerinin yanı sıra kişilik özelliklerini, davranışları, fiziksel özellikleri, rolleri, tercihleri, tutumları, becerileri ve ilgileri içerir. Kalıp yargılar cinsiyet psikolojisi ile ilgilidir çünkü insanların cinsiyet hakkındaki bilgileri nasıl işlediğini şekillendirir ve çeşitli cinsiyet gruplarının üyeleri hakkında yapılan yargıları etkiler. Kalıp yargılar, bireylerin sosyal dünyalarını gördükleri bir şema veya merceğe görevi görür. Bu girdi, tarih, köken ve amaç, türler ve biçimler, sonuçlar ve toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını azaltma yöntemleri dahil olmak üzere toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına kısa bir genel bakış sağlar (Casad ve Wexler, 2017, s. 755).

Görsel-işitsel medya, toplumun kadınları aynı şekilde gördüğü için televizyon ve filmlerde kadın güzelliğini cinselliğin sembolü olarak kullanma eğilimindedir. Bununla birlikte görsel-işitsel medya, farkındalık yaratma, insanları cinsiyet ayrımcılığına karşı eğitime ve kadınların topluma katkısını tanıma konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Reklamcılar, ürünü veya markayı hedeflenen hedef pazara iletme için cinsiyet görüntülerini kullanır. Cinsiyet ifadesi, erkekliği ve/veya kadınlığı iletmenin yollarını belirtir ve marka reklamı söz konusu olduğunda, cinsiyet, merkezi figürün fiziksel görünümü açısından ifade edilebilir (ör. saç stilleri, giysiler ve/veya makyaj, cinsiyet ifade biçimleri olarak kullanılır). Bu cinsiyet ifadeleri genellikle sosyal ve kültürel normlara uygundur (örneğin kadın veya erkek kimliklerinin kalıp yargı tasvirleri) veya erkek/kadın cinsiyet kimliğinin dışında kalan ikili olmayan ifadeleri yansıtabilir (Michaelidou vd., 2022).

Cinsiyet klişeleştirme faktörlerini kategorize ederken göz önünde bulundurulması gereken birkaç husus vardır. Örneğin, kalıp yargılar, insanların sosyal gruplar hakkındaki inanç ve beklentilerine yansır. Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını oluşturan faktörler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Tabassum ve Nayak, 2021, s. 197-200):

**Bireysel Faktörler:** İnsanların ırk ve cinsiyet gibi fiziksel farklılıkları kalıp yargılara neden olabilir. İnsanlar özgüvenlerine yönelik bir tehditle karşılaştıklarında klişeleştirmeye eğilimlidirler.

**Bilişsel Faktörler:** İnsanlar genellikle bilgiyi işlerken basmakalıp inançlarına uyan gözlemlere, basmakalıp-karşıtı gözlemlerden daha fazla önem verirler.

**Aile Faktörleri:** İnsanların yetiştirilme şekli kalıp yargılara neden olur. Çocukluktan gelen kalıplaşmış düşünceyi değiştirmek zor olabilir. Kalıp yargıların oluşmasında geçmiş deneyimler önemli rol oynar.

**Sosyo-Kültürel Faktörler:** İnsanların adil bir dünya algısını sürdürmek ve ataerkil sosyal sistemi ve erkeklerin egemen olduğu statükoyu savunmak için cinsiyet kalıp yargıları oluşturması daha kolaydır. Erkek ve kız çocukları için eşit mesleki kimlik kavramlarını içermeyi amaçlayan eğitim reformlarına ve müfredat değişikliklerine rağmen, her iki cinsiyetten beklenenler arasındaki farklılıklar, on yıllar önce olduğu gibi bugün de göze çarpmaktadır.

**Organizasyonel Faktörler:** Örgütler, kalıp yargıları etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Kadın ve erkeklerin farklı iş tercihlerine ilişkin algıları ve kadın davranışlarının gerekçeleri, kalıp yargıların nedenleri olarak belirlenmiştir. Kadınlara sunulan, daha az riskli projelerin atfedilmesi veya en yakın park yerlerinin sağlanması gibi ayrıcalıklar kalıp yargılara neden olabilir. Eğer bir iş için seçim kriterleri olarak basmakalıp erkeksi ya da kadınsı özellikler kullanılıyorsa; erkeksi işler için erkek, kadınsı işler için kadın personel seçimi ağırlık kazanmaktadır.

Khan, (2021, s. 1-4) toplumsal cinsiyet çalışmaları kapsamında kadınların sportif faaliyetlerini değerlendirdiği makalesinde son 50 yılda kadın sporu büyük ölçüde değiştiğine, ancak 1896'da kadınların ilk Olimpiyatlarda yarışmasına izin verilmediğini belirtmektedir. Khan ayrıca, kadınların için yalnızca belirli spor türleri ve egzersizlere erişilebilirken, erkeklerin her birini oynamasına izin verilmesinin cinsiyet kalıp yargıları ile olan bağlantısını belirterek spor katılımının bazı literatürlerde erkeksi bir aktivite olarak sınıflandırıldığını, rekabetçi sporlara katılımın kadınların geleneksel cinsiyet rollerini azalttığını iddia ettiğini vurgulamıştır; medyanın artık, kadın sporcuları daha fazla ele alarak çocuklara rol model sunmasının çocukları küçük yaşlardan itibaren spora yönlendirmenin önemli bir parçası olduğuna dikkat çekmiştir.

Sakallı-Uğurlu ve Türkoğlu (2016) tarafından 2006-2007 ve 2012-2016 yılları arasında ODTÜ Psikoloji bölümünden hem alan içi hem de alan dışı ders alan öğrencilere yönelik cinsiyet kalıp yargıları araştırması gerçekleştirilmiştir. Erkeklerle dair kalıp yargılar bekar ve evli olarak ayırıp incelendiğinde bekar erkeklerin sosyal (aktif, hareketli, eğlenceli, delidolu), bireysel (negatif: sapık, tacizci, sorumsuz, vurdumduymaz/ pozitif: cesur, mert, yürekli), dış görünüş (çekici, bakımlı, güçlü) ve rahatlık (çapkın, hovarda, özgür) temaları; evli erkeklerin ise aile (sorumluluk sahibi, baba, aile reisi), iktidar (baskıcı, dominant, otoriter, sert, özgür), ilişkisel (fedakar, sadık, güvenilir) ve bireysel özellikler (olgun/oturaklı, çalışkan, kendine güvenen) ile dış görünüş (salmış, göbekli, bıyıklı) temaları etrafında tanımlandığı görülmüştür. Kadına dair kalıp yargılarda ise bekar kadın kırılğan (utangaç, kırılğan, hanım hanımcık, masum), baskılanan/bağımlı (baskı gören/ezilen/baskılanmış), sosyal (flörtüz, eğlenceli) ve bireysel özellikler (özgürlüğüne düşkün, çalışkan) ile dış görünüş (genç, güzel, bakımlı, süslü) temalarıyla tanımlanırken; evli kadınlar için ilişkisel (fedakar, cefakar, sadık/ vefakar), eve dair (anne, anaç, ev hanımı, ailesine bağlı), baskılanmış (itaat eden, kocasına bağımlı), dış görünüş (kısa boylu, yıpranmış, şişman, bakımsız), elinden iş gelen (çalışkan, sorumluluk sahibi) ve kişisel özellikler (olgun/oturaklı, pasif) temaları ön plana çıkmıştır.

Sanay (2020, s. 1297) "Kristal Elma Ödüllü Reklamlarda Cinsiyet Rollerinin Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi" isimli yüksek lisans çalışmasında; Türkiye'de 30 yılı aşkındır yapılan Kristal Elma Reklam Yaratıcılığı Yarışması'nda ödül kazanmış televizyon reklamları, farklı toplumsal cinsiyet eşitliği parametreleri ve toplumsal cinsiyet rollerinin temsili çerçevesinde incelemiştir. Araştırma kapsamında, 2011, 2014 ve 2017 yıllarında Kristal Elma'da ödül kazanmış 222 televizyon reklamı içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular; 2011, 2014 ve 2017 yıllarında ödül kazanan televizyon reklamlarının, çoğunlukla geleneksel kadınlık ve erkeklik temsilleri içermekle birlikte ilerici cinsiyet rollerini de barındırdığını ortaya koymuştur. Ancak, genel tablo hem görsel hem de işitsel olarak Türkiye'de hala erkek egemen reklamlar ürettiğini göstermiştir.

Gündüz-Kalan (2010, s. 75-89) reklamlardaki konumlandırmaların çocuğun toplumsal cinsiyet düşüncesine etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasında, çocuklara yönelik bir ürün yelpazesine küresel bir marka olan Kinder'in Türkiye'de yayınlanan üç reklam filmini incelemiştir. Göstergibilimsel olarak çözümlenen üç reklam filmi, kız/erkek çocukların ya da ebeveynlerinin yer alması bakımından seçilmiştir. Çözümleme görüntü düzleminin çözümlenmesi, dilsel ileti düzleminin çözümlenmesi, toplumsal cinsiyet göstergelerinin düzenlem/yananlam düzeyinde çözümlenmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, verilerin göstergibilimsel yöntemle, betimsel olarak değerlendirmesi sonucunda, reklamlardaki kız/erkek çocukların ve annenin konumlandırılışının toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına uygunluğunun görüldüğünü belirtmiştir.

Dumanlı (2011, s. 149) reklamlarda kadına yönelik toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl sunulduğunu açıklamak amacıyla bir reklam içerik analizi gerçekleştirmiştir. Analiz sonucunda; reklamlarda kadınların, genç, güzel ve çekici kadın, yaşlı kadın, çalışan kadın ve eş-anne rolleriyle reklamlarda sıklıkla yer aldığını, "tüketen (belli güzellik kalıplarına uymak için, daha iyi bir ev hanımı ve anne olmak için ürünleri satın almaya, tüketime motive edilen)"

ve “tüketilen (güzelliği ve seksiliği ile özgüven kazanan ve bedeni erkek bakışının nesnesine dönüştürülen, tüm emeği karşılıksız aile saadeti için harcanan)” olarak sunulduğunu tespit etmiştir.

Başfıncı vd. (2017, s. 208) “izleyici gözünden toplumsal cinsiyete meydan okuyan reklamlar” isimli çalışmalarında mevcut toplumsal cinsiyet algılarını yıkmaya çalışan reklamların sayısında ciddi artış söz konusu olduğunu belirterek toplumsal cinsiyete meydan okuyan reklamların izleyicilerce nasıl algılandığı ortaya koymuşlardır. Analiz sonucuna göre; reklamları izleyenlerin tamamı (farklı sosyokültürel gruplardan olmalarına rağmen) reklamların geleneksel toplumsal cinsiyet kalıplarının dışında olduğunu gerek doğrudan gerekse dolaylı biçimde ifade etmişlerdir. Diğer yandan, reklamların görüşmecilerde bıraktığı genel izlenim reklamlarda sergilenen tablonun gerçek hayatla bağdaşmadığı / bir dereceye kadar bağdaştığı yönündedir. Diğer bir bulgu da, kurgudan çok gerçek hayat öykülerini resmeden reklamların, diğer reklam filmleri ile kıyaslandığında gerçek hayat hissini daha yakından verdiği.

Öztürk (2020, s. 72) “Türkiye’deki Kuşakların Reklamda Toplumsal Cinsiyet Konusuna Yönelik Bakış Açıları” isimli çalışmada derinlemesine mülakat yöntemi kullanarak Türkiye’de yaşamakta olan Sessiz Kuşak, Baby Boomers Kuşağı, X, Y, Z ve Alfa Kuşaklarını temsil eden 404 (203 kadın, 201 erkek) katılımcı ile yapılan görüşmelerle onların reklamda toplumsal cinsiyet konusuna yaklaşımını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmanın bulgularına göre kuşakların reklamda toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farklılıklar olduğu ve kuşak kavramının bu bakış açısı üzerinde yönlendirici bir özelliği olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca en eleştirel ve eşitlikçi yaklaşımın Y kuşağında olduğu; onları Z ve Alfa kuşaklarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Azmi vd., (2021: 10) sosyal medyadaki çocuk oyuncak reklamlarındaki toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının görsel unsurlarını araştırmayı amaçladıklarında çalışmada Mattel’in resmi Facebook sayfasındaki çocuk oyuncak reklamlarını Ocak 2019’dan Aralık 2019’a kadar analiz etmişlerdir. Bulgular, Mattel’in Facebook sayfasındaki oyuncak reklamlarında kız modellerin baskın olduğunu ve kız çocuklarına yönelik oyuncak bebekler, aksesuarlar ve büyüklü hayvanlar gibi oyuncaklar daha sık yayınlandığını göstermiştir. Araştırma, erkek çocuklara yönelik oyuncaklar ise daha çok erkek modellerini tasvir edildiğini ve siyah, kırmızı, mavi gibi erkeksi tema renkleri kullanıldığını göstermiştir.

Rofidah, (2021, s. 14) kadın halterci üzerinden kadın kalıp yargılarının nasıl temsil edildiğini incelemeyi amaçladığı çalışmada Güney Kore yapımı Halter Perisi Kim Bok Joo “Weightlifting Fairy Kim Bok Joo” isimli dramayı ele almıştır. Rofidah, dramada Kim Bok Joo’nun kadın haltercileri temsil ederek, kadınların cesur, hafife alınmayacak, yüksek hırslı ve aynı zamanda çalışma alanında çalışabilecekleri veya hareket edebilecekleri mesajını verdiğini belirterek film ya da dramaların, kamuoyu oluşturmada büyük rolü olan iletişim araçlarından biri olduğuna ve medyada gösterilen izlenimlerin, özellikle kadın kalıp yargıları konusunda insanların düşüncelerinin oluşmasındaki etkisine vurgu yapmıştır.

Rasmussen vd. (2021, s. 1-3) Nike tarafından son on yılda yayınlanan 131 reklamın niteliksel bir içerik analiziyle, sosyal olarak ilerici bir şirket olma hedeflerinin, reklamlarında gerçekten çeşitli ve kapsayıcı cinsiyet tasvirlerini kapsayıp kapsamadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda Nike reklamlarının sporu baskın ve basmakalıp erkeksi bir alan olarak görmeye devam ettiğini, Nike tarafından tasvir edilen sporcuların büyük kısmının cinsiyet kalıp yargılarına bağlı olanlar olduğunu görülmüştür.

Kumar vd., (2022, s. 25) Hollywood filmlerindeki kadın ve erkek karakterlerle ilgili kalıp yargıları anlamak için 1940 ile 2019 arasında her yıl güncellenen “Wikipedia’nın Hollywood Filmleri Listesi’nden yıllara göre rastgele 200 film seçerek gerçekleştirdikleri araştırmalarında filmlerdeki kadın karakterlerin hayatlarının çoğunlukla romantizm ve ilişkiler etrafında döndüğünü; buna karşılık, erkek karakterlerin hayatlarının çok daha çeşitli olarak işlendiğini tespit etmişlerdir.

#### 4. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ve Kadın Motosiklet Sürücüleri

Macera turizmi ve diğer turizm türleri arasındaki farklılıkları ve ortak yönleri anlayabilmek için, “macera” kelimesinin anlamının bilinmesinde fayda vardır. Macera kelimesi Türkçe sözlükte “baştan geçen ilginç olay ve olaylar zinciri, serüven, sergüzeşt, avantür” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2005, s. 1320). Macera kelimesini aşağıda bulunan tanımlarla da açıklamak mümkündür:

- “Bir gezi veya deneyim gibi olağandışı, heyecan verici ve muhtemelen tehlikeli bir faaliyet veya bu tür bir faaliyetin ürettiği heyecan” (dictionary.cambridge.org, 2022)
- “Tehlikeye atılmaktan hoşlanan kimseleri çeken sonu belirsiz heyecanlı yaşayış, serüven” (Meydan Larousse, 1992, s. 539)
- “Baştan geçen heyecanlı olay” (Ansiklopedik Sözlük, 1967, s. 1287)
- “Bir veya birkaç kişinin katıldığı, güçlüklerle, tehlikelerle, bazen de olağandışı olaylarla dolu yolculuk” (Dictionnaire Larousse, 1994, s.1553)

Swarbrooke (vd. 2003, s. 7) macera ürünleri tedarik eden dergilerde ve broşürlerde sıklıkla kullanılan bir dizi kelimeyi derlediklerinde aşağıda yer alan kelimelerin sıklıkla kullanıldığını tespit etmişlerdir: Hayranlık uyandırma, meydan okuma, adrenalin final, risk, heyecanlanma, sevinç, fethetme, korkma, terör, başarı yolculuğu, sefer, cesur ve konforsuz. TDK sözlüğünde macera aramak, “başına geleceklerden habersiz, sonu bilinmeyen, tehlikeli, heyecanlı bir işe girişmek”, maceraya atılmak ise “ilginç ve tehlikeli olayları göze alan, maceraperest, serüvenci” olarak ifade edilmiştir (TDK, 2005, s. 1320). Maceracı kelimesi “Tehlikeye atılmaktan hoşlanan serüvenci, maceraperest, tehlikelerden, güç olanı başarmaktan, ilginç şeylerden tat aldığından macera arayan (kişi), avantürüye” olarak yorumlanmıştır (Meydan Larousse, 1992, s. 539; Dictionnaire Larousse, 1994, s. 1554). Fiziksel aktivitenin macera ile ilişkisi belki de en yaygın olarak kabul gören olgulardan biridir. Açık hava maceraları bu alandaki en önemli aktivasyon alanlarından biridir. Çünkü doğal dünya bize risk, meydan okuma, duysal uyaran, yenilik, keşif gibi imkânlar ortaya koyar. Bu ortamlar tekrar ziyaret edilse bile doğa her seferinde yenilik ve zorluklar sunar (Swarbrooke vd. 2003, s. 18).

Macera turizmi faaliyetleri, özellikle zorlu macera aktiviteleri, aşırı zorluk ve daha yüksek düzeyde öngörülemezlik içerir. Bu özellikler, bir macera aktivitesine katılmak için itici bir güç görevi gören heyecanı sağlar. Edgework teorisine göre katılımcılar, aktivitede başarılı olacak becerilere sahip olamamaktan endişe duysalar da, gönüllü olarak macera ve heyecanın tadını çıkarma riskini alırlar. Katılımlarının sonucu, bir başarı ve zafer duygusu hissetmektir. Bu sonuç, duygusal zirvelere ve nihayetinde yoğun ve unutulmaz deneyimlere katkıda bulunur. Bu nedenle, bir macera etkinliği ne kadar heyecan yaratırsa, katılımcının duygusal bir tepki yaşama olasılığı o kadar yüksek olur (Beckman vd., 2017, s. 259).

Motosiklet kullanan sürücü için iki kelime kullanılır “motorcu” veya “motosikletçi”. Aynı anlama sahip oldukları görülebilir, ancak birçok kişi tarafından farklı algılanmaktadır. Motosikleti ile bir yerden bir yere süren birey motosikletçi olarak kabul edilebilir. Motosiklet kullanıcısı olmak sadece bir motosiklet sürmek anlamına gelemeyerek bir yaşam biçimini ifade edebilmektedir. Motosiklet kullanıcısı hayattan zevk almaktan hoşlanan, özgürlüğü ifade eden, hepsinden önemlisi neşe duygusunu yerine getiren motosiklet sürmenin gerekliliğini belirten bireyleri kapsamaktadır (Maya ve Fernanda’dan aktaran Abutalibov, 2019, s. 34).

Macera turizminin sert turizm kısmı içinde yer alan motosiklet ile seyahat hem fiziksel hem de psikolojik olarak yoğun çaba gerektirmesi nedeniyle erkeklerin daha rahat yapabilecekleri bir tür olarak görülmektedir. Son yıllarda seyahat maceralarını paylaşan kadın motosiklet sürücüleri Youtube’da yüksek abonelik sayıları ve izlenme oranlarıyla bu aktivitenin erkeklere özgü bir iş olmadığını ortaya koymaktadırlar.

Schoenmaker ve Tanajewska'nın kıtalararası seyahatleri nedeniyle pek çok ülkeden her yaş grubundan hayranları bulunmaktadır. Bu hayranlar arasında aktif motosiklet kullanıcıları olduğu gibi macera dolu seyahatlere ilgi duyan takipçiler de bulunmaktadır. Motosiklet kullanımının güç, dayanıklılık, azim ve cesaret gerektiren bir aktivite olması, bu aktivitenin erkeklere ait bir iş olarak görülmesine neden olmuştur. Gerek Schoenmaker gerekse de Tanajewska atıldıkları maceralarla bu tür kalıp yargılar ile mücadelede aktif rol almaya devam etmekte, bu tür seyahatlere çıkmaya cesaret edemeyenlere ve hayatlarında gözü pek olmak konusunda zorluk yaşayanlara ilham kaynağı olmaktadır.

## 5. Yöntem

Bu çalışma ile; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube'da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniği ile bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Yeni iletişim teknolojileri için tasarlanan netnografik araştırma, etnografik yöntemden uyarlanmıştır. Etnografi temelde nitel bir yöntem olmasına rağmen, araştırmanın desteklenmesi için araştırmacının tercihi ve ihtiyaca göre nicel yöntemlerle de kullanılabilir (Büker-Alyanak, 2014, s. 119). Etnografinin iki temel özelliği vardır: (1) gözlem doğal ortamda gerçekleşir, (2) araştırmacılar bir olayın bir konuşma topluluğundaki insanlar tarafından nasıl algılandığını ve yorumlandığını anlamalıdır. Başka bir deyişle, araştırmacılar gözlemlenen durumu katılımcıların bakış açısından yorumlamaya çalışırlar. Etnografi ayrıca, doğal olarak meydana gelen bir durumdaki katılımcılarla yapılan etkileşimlerin ve görüşmelerin gözlemlerine de dayanır (Nurani, 2008, s. 441).

Netnografya tekniği sanal platformlara yansıyan insan davranışlarını incelemek için Kozinets (1997) tarafından etnografi yönteminden esinlenerek ortaya konulan bir tekniktir. Netnografya, antropolojik yöntemleri pazarlama ve pazarlama araştırmalarına uyarlanmanın bir yolu olarak kullanılmıştır. Bu araştırma türü, benzer yaşam tarzları, ürünler ve markalarla ilgilenen tüketicilerin çevrim içi toplantılarını 'sanal topluluklar' olarak görmektedir. Netnografya, sanal toplulukları anlamak için, antropologların yüz yüze toplulukların kültürlerini, normlarını ve uygulamalarını anlamaya çalıştıkları yöntemlerle aynı şekilde kullanılır. Netnografya 'araştırmacının halka açık çevrim içi forumlardaki iletişimlerini gözlemleyerek ve/veya bunlara katılarak tüketici tartışmalarına erişmesine izin verir (Nelson ve Otnes, 2005, s. 90).

Çalışmada, sert turizm öğelerinden biri olarak kabul edilen ve bir erkek işi olarak algılanan motosiklet ile gerçekleştirilen maceraların, söz konusu kadın sürücülere duyulan saygı, güven ve benimsemenin medya metinlerine nasıl yansıdığı; birer video incelenerek, videolara yorum bırakan takipçilerin ifadelerinden anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu kapsamda Vlogger iki kadın sürücüye ait Youtube kanalları incelemeye tabi tutulmuştur. Bu kanallar Itchy Boots (Noraly Schoenmaker) ve On Her Bike (Kinga Tanajewska) kanallarıdır. Her iki kadın sürücünün ayrıca kendilerine ait web sayfaları ve bu sayfa üzerinden seyahatlerinde kullandıkları ürünleri sattıkları mağazaları da bulunmaktadır. Seçilen videolar sürücüler tarafından çok zorlu koşullar altında gerçekleştirilen ve çok sayıda yorum aldıkları videolardır. Schoenmaker'ın videolarında İngilizce ve İspanyolca'yı aktif olarak kullanması nedeniyle videoda yer alan yorumlar İngilizce ve İspanyolca olarak yapılmıştır. Yorumlar arasından kalıp yargılar ile mücadele ile ilgili 60 adet yorum seçilmiştir. Tanajewska ise videolarında İngilizceyi aktif olarak kullanmaktadır. Seçilen videoda yer alan yorumlar İngilizcedir. Yorumlar arasından kalıp yargılar ile mücadele ile ilgili 50 adet yorum seçilmiştir. Çalışma kapsamında şu sorulara yanıt aranmıştır:

- i. Kadın motosiklet sürücülerini kendilerini nasıl tanımlamaktadır?
- ii. Kadın motosiklet sürücülerine yönelik paylaşılan yorumlar nelerdir?
- iii. Kadın motosiklet sürücülerini toplumda nasıl algılanmaktadır?

## 6. Itchy Boots ve On Her Bike Youtube Kanalları

1.220.000 aboneye ve toplamda 214.020.993 görüntülemeye sahip olan Itchy Boots Youtube kanalı 2018 yılından bu yana maceralı seyahatlerini sürdüren Hollandalı Noraly Schoenmaker'a aittir. Schoenmaker (Görsel 1 ve 2), yalnız başına yaptığı ve yaklaşık 100.000 km'yi bulan seyahatleri boyunca 38 ülke gezmiş ve bu seyahatleri süresince beş farklı motosiklet kullanmıştır (www.itchyboots.com, 2022). Sürücü kendisini motosiklet kullanmayı ve seyahat etmeyi seven ve motosiklet maceralarını tam zamanlı bir film yapımcısı olarak paylaşabilmekten memnun bir kişi olarak nitelendirmektedir. Mesleği jeoloji olan Schoenmaker, seyahatleri sırasında özellikle tali ya da az kullanılan yolları tercih ederek doğal oluşumlar hakkında bilgi vermektedir. Kullandığı motosikletlere atıldığı maceranın konseptine uygun isimler veren sürücü Mayıs 2022 itibarıyla Güney Amerika seyahatini sürdürmekte ve seyahatini Alaska'da tamamlamayı planlamaktadır. Seyahatleri sırasında "Korkmuyor musun?" sorusu ile sık sık karşılaşan Schoenmaker, Chambers (2016) tarafından gerçekleştirilen röportajında korku hakkındaki düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir:

"Bilinmeyenden korkmuyorum. Hayatımı korku içinde yaşamamayı seçiyorum. Korkuyu bırakarak gerçekten özgür olabilirsiniz. Şimdiye kadar 80'den fazla ülkede yalnız yaşadım, çalıştım ve seyahat ettim. Son 15 yıldır deneyimli bir gezginim ve naif olmaktan başka bir şey değilim. Yine de sık sık çok dikkatli olması gereken ve dışarıdaki tüm tehlikeler için sürekli uyarılması gereken 'küçük sarışın kız' olarak anıldığım oluyor. Beni himaye eden ve kadın olduğum için bir şeyi yapamayacağımı ya da yapmamam gerektiğini söyleyen herkesi dinleseydim, büyüdüğüm yerden başka bir yer görmez ya da yaşamazdım. Hepimiz ölürüz. Ama herkes gerçekten yaşamaz".

**Görsel 1 ve 2:** Noraly Schoenmaker



Kaynak: <https://www.facebook.com/ItchyBoots>

273.000 aboneye ve toplamda 30.612.676 görüntüleme oranına sahip olan On Her Bike Youtube kanalı ise Polonya doğumlu Kinga Tanajewska (Görsel 3 ve 4) tarafından kurulmuştur. Polonya doğumlu olan Tanajewska mühendislik eğitimini tamamladıktan sonra Avustralya'ya yerleşmiş ve bir süre inşaat ve madenlerde mühendis olarak çalışma hayatını sürdürdükten sonra 2017 yılı itibarıyla motosikletli dünya turuna başlamıştır. Bugüne kadar beş kıtada motosiklet süren Tanajewska, Mayıs 2022 itibarıyla Afrika'da seyahatlerine devam etmektedir. Sürücüye zaman zaman başka motosiklet kullanıcıları eşlik etmekte ancak sürücü genel olarak yalnız başına seyahat etmektedir (onherbike.com). Yalnız başına seyahat etmesinden dolayı korkup korkmadığının sorulduğu bir röportajda şu sözlerle kendini ifade etmiştir (Brysiak, 2020):

“Hayır, korkmuyorum. O kadar çok yollarda bulundum ki, nerenin güvenli olduğunu, insanların dost olup olmadığını, kötü niyet olmadan nerede bulunmam gerektiğini hissetmeyi öğrendim. Bana göre, motosikletli bir kadın, örneğin yürüyerek seyahat etmekten daha güvende hissedebilir. Büyük, ağır bir motosiklet, erkekler arasında saygı ve korku uyandırır.”

*Görsel 3 ve 4: Kinga Tanajewska*



Kaynak: <https://www.facebook.com/onherbike>

Sürücü aynı röportajda bazen medeniyetten uzak yerlerde tek başına motosiklet kullanmanın daha güvenli olduğunu düşündüğünü de belirtmiştir.

Çalışma kapsamında Itchy Boots ve On Her Bike kanallarından yayınlandıkları dönemlerde aldıkları yorum sayıları göz önünde bulundurularak birer video seçilmiştir. Seçilen birinci video Itchy Boots Youtube kanalında “Project Alaska (Güney Afrika’dan Alaska’ya Seyahat Projesi)” klasörü içinde 71. Bölüm olarak yer alan “Guatemala ormanındaki solo motosiklet macerası ters gitti” isimli, 1.030.382 görüntülenme, 52 bin beğeni ve 4185 adet yoruma sahip olan videodur. Seçilen ikinci video ise On Her Bike Youtube kanalında “Afrika” klasörü içinde 87. Bölüm olarak yer alan “Güney Afrika’da Sani Geçidi Üzerinden Tek Kişilik Motosiklet Gezisi” isimli, 325.466 görüntülenme, 9,8 bin beğeni ve 882 adet yoruma sahip olan videodur.

Yorumlar incelendiğinde her iki Youtube kanalını takip edenlerin yorumlarının; güç, dayanıklılık, azim, cesaret, saygı, gurur, hayranlık, ilham kaynağı ve cinsiyet temelli kişilik özellikleri olarak sınıflandırılarak incelenebileceği anlaşılmıştır. Çalışmada; yorum bırakanların kimliklerinin saklı kalması amacıyla yalnızca isim ve soyadlarının baş harfleri ve takma isimlerinin baş harfleri alınmıştır. Çalışmada, yorumlarda yer alan emoji kullanılmamıştır.

## 6. Bulgular ve Değerlendirme

Noraly Schoenmaker, macera seyahatini Guatemala Yaxha bölgesinde bulunan ve diğer Maya harabelerine göre daha az ziyaret edilen Nakum Maya Harabeleri’ne gerçekleştirmiştir (Görsel 5 ve 6). Seyahatini gerçekleştirdiği yolu sürücü, “korkunç durumda, kısmen bataklık ve kısmen çamurlu” olarak nitelendirmiştir. Kendisinin neredeyse üç katı ağırlığındaki motosikletini yere düşürmesi ve onu kurtarma çabaları videonun konusunu oluşturmuştur. Videosunu tanıtırken sürüşü sırasında vahşi yaşamla iç içe olacağından dolayı memnuniyetini dile Schoenmaker sözlerini şu şekilde sürdürmüştür:

“Bu sürüşü şimdiden seviyorum. Burada benimle aynı zamanda dolaşan jaguarların olduğunu bilmek ne kadar harika. Sadece, bilmiyorum, özel bir his”.

**Görsel 5 ve 6: 71. Bölüm Görüntüsü**



Kaynak: <https://www.facebook.com/ItchyBoots>

- => C.R: Aman Tanrım Noraly, bu yolculuk çok tehlikeliydi. Sadece inanılmaz. Bu zorluklarla yüzleşmeni ve üstesinden gelmeni izlemek çok öğretici. Çok fazla kum vardı. Ailen seninle gurur duyuyor olmalı. (Güç, Azim, Cesaret, Gurur)
- => G.W: 40 yılı aşkın bir süredir motokros ve arazi sürüşü yapıyorum. Seni sürekli alkışlıyordum. Eminim komşularım bile beni duymuştur. Neredeyse imkânsız görünen bir şeyi başardığınızda hissettiğiniz duygu, yalnızca asla pes etmeyenler tarafından hissedilir. (Azim, Cesaret)
- => R.B: Ağır motosikletini nasıl kurtarıp yolunuza devam ettiğin inanılmaz. Ormanda tek başına çok güçlü ve cesursun. Karşılaştığınız zorluklar ne olursa olsun ne kadar azimli ve neşeli olabileceğine hayran kalıyorum. Harika yolculuğunu paylaştığın için çok teşekkür ederiz. (Güç, Dayanıklılık, Hayranlık)
- => G.P: Oh Noraly, tahminime göre yükselmeye devam ediyorsun. Gösterdiğin güç ve dayanıklılık için aferin. Hepimiz seninle gurur duyuyoruz. (Güç, Dayanıklılık, Gurur)
- => W: Ben artık susuyorum. Ne muhteşem bir azim ve kararlılık gösterisi ve hepsi güzel bir pakette toplanmış. Sadece kendinizi zor bir durumdan kurtarmakla kalmayıp aynı zamanda hedefine ulaşmaya devam ettiğin için sana şapka çıkartıyorum. (Azim, Cesaret, Saygı)
- => J.M: “Hayatımda en çok sıkıştığım andı” sözünü söyleyip yine de geri dönmüyorsun. İlerlemeye devam ediyorsun. Gerçek bir maceracı. (Azim, Cesaret)
- => A.P: Ne kadar etkileyici bir yolculuk, bu geziyi bu kadar güçlü bir şekilde bitirmek için çok cesaretiniz ve gücünüz var. Başarılarınız için tebrikler. Kolombiya’dan selamlar. (Güç, Azim, Cesaret)
- => D.V: Onu oradan çıkardığınız için tebrikler. Azminiz ve kararlılığınız bir ilham kaynağı. (Azim, Cesaret, İlham Kaynağı)
- => B.S: Ben tamamen sarhoşum! Saf cesaretiniz ve kararlılığınız bu durumlarda akıllara durgunluk veriyor. Hedefinizden asla vazgeçmememiz ise hepimize bir ders. Bravo Noraly! (Azim, Cesaret, Saygı)

- => A.M: Azimli ve korkusuz ruhundan çok etkilendim, Noraly. Bir koltuk gezgini olarak, maceralarınızı bu kadar detaylı paylaştığınız için minnettarım. Alaska'yı (motosiklet) orman çamurunun pençelerinden kurtarmak için verdiğiniz mücadeleyi izlerken kendimi nefesimi tutarak buldum. Onu kucaklamak isteyenler için maceranın beklediğini dünyaya gösterdiğiniz için teşekkür ederiz. (Güç, Azim, Cesaret, Hayranlık)
- => D: Bu seni izlediğim en stresli yolculuktu. Sen kararlı ve becerikli bir kadınsın!!! Sürüş yeteneklerin inanılmaz. Bir sonraki bölümde o bataklık karmaşasından sağ salim döndüğünü görmeyi umuyorum! (Azim, Cesaret, Hayranlık, Cinsiyet)
- => S.C: Vay canına, daha önce söyledim ve tekrar söyleyeceğim, işler zorlaştığında daha da zorlaşıyor. Stres altındayken gücün, kararlılığın ve zarafetinle beni şaşırtmaya devam ediyorsun. Hayatta kalma durumunda olsaydım, takım lideri olmanı isterdim! Çoğu insan motosikleti kurtardıktan sonra geri dönerdi, ama sen değil. (Güç, Azim, Saygı, Cesaret)
- => S: Ne harika bir macera ve macerası. Sen eşsiz cesur bir maceracısın. (Cesaret)
- => T.P: Vay be.... Bence sen bu gezegendeki en sert ve en belalı motoblog yazarısın... Sana şapka çıkartıyorum... Sadece seni tanımaktan gurur duyuyorum... Sürmeye devam et... İyi şanslar ve Allah'a emanet ol... Adios... (Güç, Dayanıklılık, Saygı)
- => C.S: İnanılmaz cesaret ve dayanıklılık. Yolculukta karşılaştığı tüm sıkıntılara rağmen, hala iç huzuruna ve anlamlı bir yorum yapma yeteneğine sahiptin. (Dayanıklılık, Cesaret)
- => S. K: İyi iş. Cesur Hollandalı kadına büyük bir selam. Sen de benim gibi cesursun, meydan okumaya asla hayır deme. Çok iyisin, devam et. En iyi dileklerimle. (Cesaret, Cinsiyet)
- => B.M: Bu, ormanın ortasında kesinlikle harika bir yolculuktu ve katıksız kararlılık, güç, problem çözme ve cesaret konusunda bir dersti. Tabii ki Itchy Boots pes etmiyor ve bizi dünyanın en ücra köşelerine kadar maceralara çıkarıyor. Harika, teşekkürler!!! (Güç, Cesaret)
- => E.A: Jaguarların dolaştığı bu çamurlu yol, karaya yabancı olan yalnız bir sürücü için aşılmaz bir meydan okumaydı. Ancak cesaretiniz, tutkunuz ve pozitif tavrınız ile üstesinden gelebildirdiniz. Selam cesur kız! (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cinsiyet)
- => G: Çelik hanımın inanılmaz kararlılığı, cesareti ve sinirleri! Seni selamlıyorum!! (Güç, Azim, Cesaret, Cinsiyet)
- => D.C: Çok sertsin! Sabrınız ve gücünüzden tamamen etkilendim! Kendinize dikkat edin. (Güç, Cesaret, Saygı)
- => R.R: Bu kadın ne kadar Amazon! Bu seyahatleri tek başına yaptığına inanamıyorum! (Güç, Cinsiyet)
- => P.C: Noraly, sen inanılmaz genç ve güçlü bir kadınsın. Bu çamurlu yolları çok sıcakta sürmenin nasıl olduğunu gerçekten kimse bilmiyor ve sonra çamura saplanıyorsunuz! Sana şapkamı çıkarıyorum. Güvende ol genç bayan. (Güç, Saygı, Cinsiyet)
- => R.M: Noraly, meydan okumanıza hayranlığım var. Sayısız kez sınavlara dayanan cesaretinize hayran kalıyorum. Çabalama, sebat etme, üstesinden gelme yeteneğinizi açıkça gösteriyorsunuz. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Hayranlık, Cinsiyet)
- => J.M: Fantastik gerilimli bölüm. Ne de olsa, Itchy Boots, maceraperest bir kadının bir motosikletle dünyayı dolaştığı ve ardından bunu milyonlarca kişiyle paylaştığı hayatındaki bir günü konu alıyor. Bu, videolar sadece motosiklet kullanma becerilerini gösteren ve dünyayı dolaşan bir motosikletçi ile ilgili değil. (Cesaret, Cinsiyet)
- => C: Vay canına, maceracının ne olduğunu tanımlıyorsun. Teşekkürler. (Güç,

Dayanıklılık, Cesaret)

=> O.N: Biz Finlerin bir "sisu" kavramı var, bu azim, cesaret ve gücün bir araya gelmesi gibi bir şey. Noraly, bu kurtarma ile sisu ruhunu gerçekten somutlaştırdı! (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cesaret)

=> M.M: Sadece senin nelerden oluştuğunu gösteren bu destansı yolculuk beni çok şaşırttı. Hiçbir şeye teslim olmayan bir savaşçı. Size zarar verebilecek vahşi hayvanlar olup olmadığını bilmeden birçok kez vücudunuzu riske atıyorsunuz... Amacına ulaşmak için hiçbir şeyden vazgeçmeyen cesur Viking savaşçısı, bizi yanınıza aldığınız için teşekkür ederiz, Odin'in değerli kızı... (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cesaret, Cinsiyet)

=> B.S: Cennette yüzmekten kalın çamura saplanmaya kadar. Bir macera sürücüsünün inanılmaz hayatı. İslanıyor olsanız, çok soğuk/sıcak gelse veya ölmek üzere olsanız bile, kim sürmekten vazgeçmeyi seçer ki? (Güç, Dayanıklılık, Azim)

=> J: Son derece çılgın ve (veya) cesursun. Onu seviyoruz! Mücadelelerin yürek burkan bir filmde daha iyi. Harika bir kadınsın, böyle devam et, her macerayı bekliyoruz. İnsanların oraya gitmemesinin bir nedeni var, nedenini görebiliriz. Yine de ne kadar cüretkâr olduğunuzu takdir ediyoruz ve bizi kimsenin gitmeye cesaret edemediği yerlere götürüyorsun, kesinlikle harika. Maceralarınız bağımlılık yapıyor, onları sevin. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Saygı, Cinsiyet)

=> R: Sen çok cesur bir ruhsun, güvende kal. (Cesaret)

=> J.C: Her zamanki gibi başını beladan kurtardın, Noraly. Gerçekten çok cesur ve çok yönlü bir genç kadınsın. (Güç, Cesaret, Cinsiyet)

=> C: Git kızım, git!!! Harikasın!!! Bu videoyu izlerken kalbim çok hızlı atıyor. Engellere rağmen hedeflerimin peşinden gitmem için bana ilham verdiğin için teşekkür ederim. (Dayanıklılık, Azim, İlham Kaynağı)

=> P.T: Vay canına, gerçekten çelikten gücünüz var! Bu inanılmaz bir kurtarmaydı! Başardığınıza sevindim! Size çok fazla saygı duyulur! (Güç, Saygı)

=> N.K: Mutlak çılgınlık düzeyinde saygı! Olumlu bir zihniyetini koruyarak, azim, kendine güvenme ve problem çözmeye konusunda hayranlıkla filme alışımı izliyorum. Selam sana Noraly! Sen bir maceracı ve de büyük cesaret ve becerilerin kâşifisin. (Güç, Azim, Cesaret, Hayranlık)

=> H: Daha önce defalarca söyledim ama. Tek kelimeyle harika ve çok ilham vericisiniz. Macerayı sevmek. Ve Alaska (motosiklet) çok iyi gidiyor. Ve senin kararlılığını ve cesaretini seviyorum. Bu kesinlikle zaman zaman zorlu bir arazi gibi görünüyordu. Ama çok iyi yaptın. Bir sonraki videoyu sabırsızlıkla bekleyin. (Güç, Azim, Cesaret, Saygı, İlham Kaynağı)

=> S.G: Bu macerayı 9 yaşındaki motosiklet seven torunumla izledim. Senin için nefesimizi tutuyorduk. Çok fazla kararlılık ve cesaret gösterdin. Şimdiye kadarki en heyecanlı ve sinir bozucu bölümdü. Artık 9 yaşında yeni bir büyük hayranın var. (Azim, Cesaret, Hayranlık)

=> N.D: İlham kaynağımsın, yıllar önce kanalını bulduğuma ve seni o zamandan beri takip ettiğime çok memnun oldum, keşke bunları yapabilecek yaşta olsaydım, sen hayatı yaşıyorsun ve onu doğru yaşıyorsun. Seni ve mücadelelerini düşünüyorum. (Saygı, İlham Kaynağı)

=> M.C: Videolarını izliyorum kızım. Sen tek başına ne kadar değerlisin, inanılmaz yetenekli bir kadınsın. (Saygı, Cinsiyet)

=> A.B: Dürüst olmak gerekirse, yaptığın şey inanılmaz. Böyle bir ilham. (Saygı, İlham Kaynağı)

- => G: Cesaretinizi, becerikliliğinizi ve devam eden huşu duygunuzu gösterdiğiniz için teşekkür ederiz. (Cesaret, Saygı)
- => S.L: Bu bölüm boyunca resmen nefesimi tuttun. O kadar yolu nasıl başardın bilmiyorum. Bu inanılmaz. Sen tam bir askersin. (Güç, Dayanıklılık, Saygı)
- => J. J: Noraly, azmine her zaman hayran kaldım. Her zaman gitmek istediğin yere ulaşmanın bir yolunu bulursun. Buna çok hayranım. (Azim, Hayranlık)
- => O.S: Bu seni izlediğim en stresli yolculuktu. Sen kararlı ve becerikli bir kadınsın!!! Sürüş yeteneklerin inanılmaz. Bir sonraki bölümde o bataklık karmaşasından sağ salim döndüğünü görmeyi umuyorum! (Azim, Saygı)
- => R.B: Bu bir tuf gezisi oldu. Üstün sürüş becerilerinizi ve sabrınızı gösterir. Pek çok sürücü bunu asla başaramazdı. Harika video! (\*Tuf: Yanardağların püskürttüğü külden ve lav parçalarından oluşan, genellikle açık renkli, gözenekli ve hafif, kolay ufalanıp parçalanabilen bir çökelti taşı). (Azim, Saygı)
- => C.V: Bu genç kadının bize getirdiği şey kesinlikle şaşırtıcı. Çok teşekkür ederim Noraly. (Saygı, Cinsiyet)
- => A.A: Kelimenin tam anlamıyla gördüğüm en sert, en kararlı kadın. Bu kanalı seviyorum. Umarım başkalarına ilham verir! İlham aldığımı biliyorum! (Güç, Azim, İlham Kaynağı)
- => B.W: Büyük saygı! Bu durumlarda yalnızca sabrınız, sakın kalma ve tam olarak işlev görme yeteneğiniz değil, aynı zamanda beceriniz ve en önemlisi, yalnızca iyi olanı değil, aynı zamanda tüm mücadelelerinizi filme almaya ve göstermeye devam etme isteğiniz var. Siz bir efsanesiniz. (Güç, Saygı)
- => H: Bu bölümü izlerken aynı anda hem sinirli hem de şaşkıyım! Noraly, korkularımızın hayatımızı yönetmesine izin vermezsek neler yapabileceğimizi bize gösteriyorsun. Teşekkürler! (Saygı, İlham Kaynağı)
- => R.L: Vay canına... Bu çamurlu cehennemden geçmeni izlemekten yoruldu! Bu tekerlek izlerinden bazılarında motosikletle geçmek zorunda kalmayı umursamadığını söylediğinde kıkırdadım. Bunun için seni eleştiren bir izleyici ya da gerçek bir sürücü hayal edemiyorum. Engeli aşmak için ne yapman gerekiyorsa onu yapıyorsun. Yıllar içinde sürücülük becerilerinin ve özgüveninin geliştiğini gördüm. Sürücülerin büyük çoğunluğundan daha fazla cesaretin var. Noraly'yi selamlıyorum. Olağanüstü bir gezgin, sürücü, kadın ve insansınız. Gelecekteki birçok video ve macerayı dört gözle bekliyorum. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Saygı, Cinsiyet)
- => R.P: Seni izlemek çok ilham verici... 16 yaşındayım ve senin büyük bir hayranımım. Umarım bir gün motosiklet sürmeyi öğrenebilir ve dünya turlarına çıkabilirim. (İlham Kaynağı)
- => B.O: Hey Noraly, sana büyük saygı duyuyorum. Bir Enduro sürücüsü olarak bu tür arazileri biliyorum. Bir erkeğin bu tür çamurla uğraşması zor ama senin enerjin ve kararlılığın... Dilim tutuldu. (Güç, Azim, Saygı, Cinsiyet)
- => B.U: Bu videoda gösterdiğiniz azim ve karakter gücü miktarı, size daha da hayran kalmamı sağlıyor. Heyecanımı nereden aldığınızı hayal edemiyorum. Harika. (Güç, Azim, Saygı)
- => P.L: Merhaba, ben Hong Kong'luyum. Beni dünyanın her yerine götürdüğün için teşekkür ederim. Bir kadın olarak seninle gurur duyuyorum. Çok teşekkür ederim Noraly. (Gurur)
- => S: Zor, vahşi yolculuk ve kesinlikle yalnız!!!! Vay!!! Ne maceralı bir yolculuk!!! Sana şapka çıkarıyorum!!! Hiç şüphe yok ki sen bir fantastik sürücüsün!!! (Güç, Dayanıklılık, Saygı)

=> P.C: Alaska'yı (motosikleti) çamurdan çıkarmakla zirveye ulaşan ve ona tekrar binmek için gereken katıksız fiziksel güce her zaman hayranlık duymuşumdur. Noraly ile bilek güreşi yapacağımı sanmıyorum! (Güç, Azim, Hayranlık)

=> D: Aklınıza koyduğunuz şeyi başarmak için gerekenlere sahipsiniz. Cesaret, dayanıklılık ve bir aslanın kalbi. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret)

=> C.E: Güzel yolculuk, sen benim kahramanımsın. (Hayranlık)

=> C.G: Küçük, mavi gözlü ve sarışın bir kızın ta Hollanda'dan Guatemala ormanlarında toprak bir yolda motosiklet süreceğini kim düşünebilirdi. (Saygı, Cinsiyet)

=> R.M: Noraly'nin büyükbabası olacak yaşta bir erkek olarak, böyle cesur, fiziksel olarak enerjik ve zihinsel olarak güçlü bir genç kadın yetiştirdiği için anne ve babasını tebrik ediyorum. Anne ve babasının bunu izlediğini hayal edemiyorum. Kızları bizi dünyanın bu muhteşem bölgesini görmeye götürürken kesinlikle korktular ve gururlandılar! Bay ve Bayan Schoenmaker'a ebeveynlik becerileri için büyük bir başarmak! (Bilgilendirme: Noraly Schoenmaker videolarını "Umarım videomu beğenmişsinizdir, beğendiyseniz büyük bir başarmak verin" cümlesiyle tamamlamaktadır) (Güç, Cesaret, Saygı, Gurur)

Kinga Tanajewska, macera seyahatini Güney Afrika ve Lesoto arasında uzanan bir dağ geçidi olan Sani Geçidi'ne gerçekleştirmiştir (Görsel 7 ve 8). Videosunun başında seyahatini gerçekleştirdiği yolu kendisi şu sözlerle ifade etmiştir:

"Eğlenceli bir yolculuk olacak. Sani geçidindeki efsanevi rota 1544 metreden başlar ve 1332 metre yükseklikten 2876 metre yüksekliğe çıkar. Sani geçidi, Güney Afrika'nın vadideki sınır istasyonundan Lesoto sınırına kadar uzanıyor. Macera sürücüleri için rüya gibi muhteşem manzaralara sahip ve aynı zamanda zorlu, dik ve kayalık parkurlu bir yol. Ve sonunda yapılacaklar listeme ekleyebilirim."

**Görsel 5 ve 6: 87. Bölüm Görüntüsü**



Kaynak: <https://www.facebook.com/onherbike>

=> A: Çok az erkek Sani Geçidi'nden yukarı çıkıp aşağı inmeye cesaret edebilirdi. Ve sen yaptın. Tebrikler. Aferin. (Cesaret, Cinsiyet)

=> B: Tebrikler!!!! Gördüğüm en iyi videolardan biri. Böyle zorlu bir yolun zorluklarını aşmak için çok cesur ve yetenekliydin! (Güç, Cesaret)

=> S: Harika video! Bu tip gönderileri izlemeyi seviyorum. Fantastik yolculuk. Yeteneklerinden etkilendim. Böyle patikalarda tek başına seyahat etmek konusunda hiç gergin oldun mu ??? Böyle dik bir yokuş. Ne güzel manzaralar ve çekimler yapmışsın!! (Güç, Dayanıklılık)

=> P.K: Bu harika bir manzara ve bir tuf yolculuğuydu, videolarını izlettirmeyi seven cesur bir kadınsınız, motosiklet gezginleri için gerçek bir elçisiniz, videolarınızı paylaştığınız

için teşekkürler, kendinize iyi bakın ve güvenli sürün. (\*Tüf: Yanardağların püskürttüğü külden ve lav parçalarından oluşan, genellikle açık renkli, gözenekli ve hafif, kolay ufalanıp parçalanabilen bir çökelti taşı). (Cesaret, Cinsiyet)

=> P: Mutlu Noeller Kinga, planlarımızın iptal edildiği bir yılda seyahatlerinizi paylaştığınız için teşekkürler, normallik umudunu sürdürmeye yardımcı oldu. Bu tırmanışla başa çıkmakla da iyi iş çıkardın. Kız gücü !!! (Güç, Cinsiyet)

=> H.V: Sani geçidi inanılmaz derecede zor. Bunu kendi başına yapmana şaşırdım. Sen etkileyici bir sürücüsün. (Güç)

=> C.B: Duyduğum en iyi imza atıcı olmayabilirsin ama kesinlikle gördüğüm en cesur sürücüsün. Destansı bir geçiş için tebrikler! (Cesaret)

=> D.R: Ne muhteşem bir yolculuk. Bravo !!! Kayalık dağ yollarında bu kadar ağır bir motosikleti kullanmak hiç de fena bir başarı değil. Ve bunu tek başına yapmış olman başka bir şey hanımefendi. (Güç, Cinsiyet)

=> C.C: Vay be ne cesaret, beceri ve kararlılık yolculuğu. (Güç, Azim, Cesaret)

=> C.H: Vay Kinga, bu hem bir macera filmi hem de rüya gibi bir maceraydı! Afrika çok maceralı ve güzel ve sen gerçekten sertsin! (Güç, Dayanıklılık)

=> A.G: Sana daha fazla güç dilerim. Bu, zayıf kalpliler için değildi ve sen onu fethettin. (Güç)

=> E.L: İşler zorlaştığında, zor olan sertleşir. Harika bir kadın sürücüden harika videolar. Fas'tan size iyi şanslar diliyorum. (Güç, Cinsiyet)

=> D.L: Güzellik, cesaret ve çılgınlık... İşte sevdiğim şey bu! Güzel yapılmış. Bu bölümden gerçekten keyif aldım. Teşekkürler Kinga! (Cesaret, Cinsiyet)

=> O.J: Düşen motosikletinizi almak ve özellikle tek başınıza seyahat etmek becerilerinizden bazıları. Büyük gayret. (Güç)

=> R.S: Bu kız bir makine... (Güç, Cinsiyet)

=> V.K: Bu şartlar altında tam yüklü ağır motosiklet ile son derece zor olanı başardın. Manevra yapma şeklin, o yolu bulman harika. Yaptığına sevindim ve bu çıkartma harikaydı. Sana beş yıldız. (Bilgilendirme: Sani Geçidi'nin zirvesine ulaşan macera sürücüleri zirvede bulunan tabelaya çıkartmalarını yapıştırmaktadır). (Güç, Azim)

=> M.C: Çok az erkek böyle zorlu bir yolda araç kullanma cesaretine sahip olabilir. Başarı için tebrikler. (Cesaret, Cinsiyet)

=> H.W: Zor Sani Geçidi... Ama sen çok güçlü bir kadınsın !!! (Güç, Cinsiyet)

=> G.C: Sana saygım sonsuz. Sani geçidinde süreceğini söylediğinde, yarı yoldan döndüğünü hayal ettim dürüst olmak gerekirse. Bu yolculuğu yapacak çok az sayıda yetenekli sürücü var. Şu an olduğun gibi, profesyonel gibi sürdün. (Azim, Saygı)

=> G: Çok büyük saygı duyuyorum sana Kinga, bu kadar ileri gittiğin sürücü performansınla şaşırtmana bayılıyorum. (Güç, Saygı)

=> D.M: Kinga, bu çok tehlikeli yolu fethederek harika bir iş çıkardınız. Her iki tarafta da tehlikeler vardı. Harika bir video ve bu yolculuğu güvenli bir şekilde yapmanıza sevindim. Nerede olursanız olun iyi kalın. Şerefe. (Güç, Saygı)

=> R.K: Bunu izlemek son derece zor ve yorucuydu, özellikle de kenara çok yaklaştığında. Sana tam not, Zirveye çıkan sert bir kadın, vay çok etkilendim. Bir arazi motosikletim var ve yaptıklarınızı takdir ediyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> S.R: Tüm video boyunca sen ve Chillie (motosiklet) ile acı çektim! Siz ikiniz

epiksınız (\*Destansı) !! Aferin Kinga! (Güç, Dayanıklılık, Saygı)

=> N.M: Sen inanılmazsın! Ne ilham kaynağı. Sadece izlerken gergindim, hayali gidonları tutmaktan ellerim ağrıyor! (İlham Kaynağı)

=> G: Sert bir hanımefendisin Kinga, sana azami saygı gösteriyorum. Seyahatlerini takip etmeyi seviyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> J.M: O sonucu aldıktan sonra Mike Tyson'la on tur atmış gibi hissetmiş olmalısın. Çok fazla sürüş yaptım ve sadece izlerken hissedebiliyordum. İzlemeyi seviyorum, bana gençliğimi hatırlatıyor, yola ve maceraya özlem duymama neden oluyor. (Güç, Dayanıklılık)

=> U.H: Videoyu sevdim. Pratik yaklaşımı sevdim. Asla öl deme tavrını sevdim. Kamera bağlantılarını sevdim. Çok gerçek bir eser. Kudos (\*Şeref, ödül, övgü). Devam edin, ilham vermeye devam edin. (Azim, İlham Kaynağı)

=> C: Harika! Motosiklet ve motosikletli kadınların çok güçlü bir savunucususun! Görmeyi seviyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> A.A: Sevgili Kinga, harikasın, takdire şayansın, yolda çok zor bir iş çıkardın, her zaman bir kadın olarak tarih yazıyorsun, devam et ve her zaman mutlu kal, geride kaldığımı hissediyorum senden...Pakistan'dan sevgiler. (Güç, Dayanıklılık, Saygı, Cinsiyet)

=> G.G: Kinga, dürüst olmak gerekirse, karşına ne çıkarsa çıksın engellerin üstesinden nasıl geleceğini biliyorsun. Etkileyici. Tebrikler. (Güç, Saygı)

=> C.W: Sen kesinlikle gördüğüm en belalı motorcusun. Bana gelince, ben asfalta sadık kalacağım! Harika videolar gelmeye devam etsin! (Güç)

=> D.B: Seninle çok gurur duyuyorum! Sen benim kahramanımsın. (Gurur)

=> C.L: Bunu yapabildiğine inanamıyorum! Çok fazla güç gerektirir! Saygılarımla. Sen nasıl bir kadınsın! vay... (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> V: Vay canına, ne kadar sert bir kadın, Kinga'ya saygı duy. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> K.D: Kinga, kendimi birkaç kez vücudumu sıkarken ve kendime nefes almayı hatırlatırken buldum. Yaşlı bir motosikletçi olarak bu yollardan geçmiştim. Bu büyük bir başarıydı, kendinle gurur duymalısın. Şerefe. (Saygı, Gurur)

=> R: Çok iyi sürmüşsün, kız gibi binmek istememi sağlıyorsun. Bu güzel bir yer. (Saygı, İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> K: Gerçekten helal olsun, izlerken bile 30 defa düştüm ama bu kadın gerçekten çok iyi sürücü. (Saygı, Cinsiyet)

=> M.G: Yaşasın ve genç kadına saygı gösterin! 20 yaş daha genç olsaydım onun yaptıklarını yapmayı düşünürdüm !!! (Saygı, İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> O: Vay canına, kesinlikle harika bir sürüş, kız gücü!!! Aferin Kinga. (Saygı, Cinsiyet)

=> D.E: İnsan olmak için inanılmaz bir ilham kaynağısın. (İlham Kaynağı)

=> R: Fantastik Kinga!!! Kahramanımsın!!! Kız gücü!!! (Saygı, Cinsiyet)

=> A.L: Biliyor musun, seni seviyorum kral. Aksanınız çok hoş ve güçlü bir hanımefendisin. Bir gün yolda karşılaşmak dileğiyle. En iyi dileklerle. Devam et. (Güç, Cinsiyet)

=> A: Sana saygılar sunuyorum. Çok formda olmalısın ve hoş bir kişiliğisin. (Güç, Saygı)

=> H.S: Vay be başardın Kinga tebrikler! Sani geçişi, gerçekten madalyayı hak eden biri için en zor parkurdur. (Güç, Saygı)

=> D.E: İnsan olmak için inanılmaz bir ilham kaynağısın. (İlham Kaynağı)

=> R.D: Vay Genç Bayan !!! Nasıl bir yol. Birçok videonuzu izledim, ama bu gerçek değildi. Büyük saygı sunuyorum. Erkek anatomisinin bazı özelliklerine sahip olduğun belli, söylememde sakınca yoksa. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> M.D: Motosikletli herhangi bir erkeğe göre olmayan bu yolda bir kadın hayal edin... Yeteneğiniz ve zihinsel kararlılığınız için tebrikler! ... (Güç, Azim, Saygı, Cinsiyet)

=> A.G: Selam sana Kinga. Herhangi bir erkeğin kaçınabileceği en zorlu yollardan birinde hayatta kaldınız. Şoför bunu doğru bir şekilde söyledi - "...harika bir iş çıkardın çünkü buradasın..." Sizin için iki başparmak yukarıya!!! (Saygı, Cinsiyet)

=> S.T: Güney Asya'dan yürekten teşekkür. Bangladeş. Kızım ve ben senin videonu izliyoruz, o sadece on üç yaşında. Bir kadın için bu yaptıklarının mümkün olduğuna inanmıyor. Bana giderek daha fazla soru sormaya başladı, nasıl motosiklet kullanıyor, yakıtı nasıl yönetiyor, kim fotoğrafını çekiyor, kim yemeğini veriyor, hangi otelde kalıyor vs. Ona sadece senin olduğunu söylüyorum ama inanmıyor. Lütfen ona soruları hakkında bir şeyler yazın. Senin için Yüce Allah'a dua ediyorum. Güvende kal. Dikkatli sür. (İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> W: Şimdi hayran olacağım iki kadın mı var? Diğeri Hollandalı Noraly. (Saygı, Cinsiyet)

## 7. Tartışma ve Sonuç

Toplumsal cinsiyet, erkek ve kadınların, kız ve erkek çocukların niteliklerindeki farklılıkları ayırt eden ve buna göre kadın ve erkeğin rol ve sorumluluklarına atıfta bulunan sosyal ve kültürel bir yapıdır. Cinsiyete dayalı roller ve diğer nitelikler bu nedenle zamanla ve farklı kültürel bağlamlara göre değişir. Cinsiyet rolleri, bir kültürde, belirli bir cinsiyetten fertler için sosyal olarak olur aldığı yaygın olarak kabul edilen sosyal ve davranışsal normlardır. Bunlar genellikle erkeklere, kadınlara, erkek ve kız çocuklarına verilen geleneksel sorumlulukları ve görevleri belirler. Cinsiyete özgü roller genellikle hane yapısı, kaynaklara erişim, küresel ekonominin belirli etkileri, çatışma veya afet oluşumu ve ekolojik koşullar gibi yerel faktörler tarafından belirlenir (www.unicef.org, 2017).

"Bir gezi veya deneyim gibi olağandışı, heyecan verici ve muhtemelen tehlikeli bir faaliyet veya bu tür bir faaliyetin ürettiği heyecan" (<https://dictionary.cambridge.org>) olarak tanımlanan macera yenilik ve farklılık arayan bireylerin boş zaman geçirmelerini sağlayan bir turizm enstrümanı haline dönüşebildiği gibi bir hayat tarzının da oluşmasına neden olabilmektedir. YouTube, hem ülkeler arasındaki bilgi paylaşımlarını kolaylaştırması hem de yaygın bir ulaşım ağına sahip olması nedeniyle Vloggerlar açısından önemli bir platform olarak varlığını sürdürmektedir. Bu özelliği ile YouTube macera severlerle macera yolcularını bir araya getiren önemli etkileşim ağı olmuştur.

Motosiklet gerek fiziksel güç gerekse de mental dayanıklılık gerektirmesi nedeniyle kullanım amacına ve kullanılan motosikletin özelliklerine göre hem sert hem de yumuşak turizm içinde yer alabilmektedir. Bazı motosiklet sürücüleri doğaya meydan okumakta ve insan bedenini zor sınavlarla sınamakta ve kullandıkları 250-300 kg ağırlıktaki motosikletler ile çetin koşullara dayanmaktadır. Kimsenin gitmek istemeyeceği bozuk, taşlı ya da çetin yolları tercih eden sert motosiklet sürücüleri, bu zorlu yolları aşmak için üstün çaba ve motivasyona sahip olma özelliği taşımaktadırlar. Motosikleti verimli ve güvenli bir şekilde kullanabilmek için eğitimlere katılan bu sürücülerin gerekli durumlarda yolculuk esnasında yaşayabilecekleri problemlerle baş edebilmek için de asgari teknik bilgiye de sahip olması gerekmektedir.

Bütün bu zorlu mücadele ve azim, sert motosiklet kullanımının erkek gücüne ya da erkeksi özelliklere sahip bireylere göre olduğu kanaatini oluşturmaktadır. Her kültürde bulunabilen kalıp yargılar bireylerin yaşayabilecekleri deneyimleri bir ölçüde sınırlayarak, onları

davranış ve düşünce olarak birbirine “benzeten” bazı etkiler de yapabilmektedir. Örneğin cinsiyet rolleri, bu kategoriye girecek kalıp yargılar arasındadır. Her kültür, kadın ve erkek rollerini, yani onlardan kadın ya da erkek olmaları gereği beklediği davranışları az çok belirlemiştir. Bu roller dışında kalan davranışlar, bireyin toplumsal baskıyla karşılaşmasına neden olur. Bu kalıp yargılar, kadın-erkek rollerinin neredeyse bıçakla kesilmiş gibi birbirinden kopartıldığı toplumlarda, belli yeteneklerin geliştirilmesi, belli yeteneklerin ise köreltilmesi gibi sonuçlara yol açabilir (Synder’den aktaran Tolan vd., 1991, s. 125).

Noraly Schoenmaker ve Kinga Tanajewska hayatlarının önemli bir kısmını macera dolu içerikler üretebilmek amacıyla motosiklet üzerinde geçirmektedirler. Yalnız seyahat etmekten ya da zorluklarla tek başına mücadele etmekten çekinmeyen bu kadın motosiklet sürücüleri yayınladıkları Youtube videolarının altında verdikleri emeğin karşılığını görebilmektedirler. Bu kanalların takipçileri arasında motosiklet sürücüleri, macera severler, yeni yerler görmek ve keşfetmek isteyenler bulunmaktadır.

Yapılan çalışmada her iki sürücünün zorluklara meydan okumalarına yönelik takdir ve hayranlık içeren yorumların ağırlıkta olduğu görülmüştür. Yorumlar arasında; cesaret, azim, kararlılık, kadın gücü, ilham kaynağı olma kelimeleri ön plana çıkmıştır. Kadın motosiklet sürücülerinin yayınladıkları görsel ve yazılı içeriklerle toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede önemli bir yol kat ettikleri görülmüştür.

## 7. Kaynakça

- About Itchy Boots (2022). <https://www.itchyboots.com/about>. Erişim Tarihi: 05.05.2022.
- About On Her Bike (2022). <https://onherbike.com/about/> Erişim Tarihi: 05.05.2022.
- Abutalibov, N. (2019). Motosikletle seyahat eden turistlerin motivasyon unsurlarının belirlenmesi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.
- Ansiklopedik Sözlük (1967). Dil ve genel kültür ansiklopedisi. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Azmi, N. J., Hassan, I., Ab Rashid, R., Ahmad, Z., Azira Aziz, N., & Yahaya Nasidi, Q. (2021). Gender Stereotype in Toy Advertisements on Social Networking Sites. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 1-14)
- Başfıncı, Ç., Ergül, B., ve Özgüden, B. (2018). İzleyici Gözünden Toplumsal Cinsiyete Meydan Okuyan Reklamlar, *International Journal Of Economic & Administrative Studies*, (20). 199-216.
- Bates, D. G. (2013). 21. Yüzyılda kültürel antropoloji-insanın doğadaki yeri. (2. Baskı). (Çev. Ed: S. Aydın). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Beckman, E., Whaley, J. E. ve Kim, Y. K. (2017). Motivations and experiences of whitewater rafting tourists on the ocoeeriver, USA *International Journal of Tourism Research*, 19, 257-267.
- Blackstone, A. (2003). Gender roles and society. In Julia R. Miller, Richard M. Lerner, and Lawrence B. Schiamberg (Ed). *Human ecology: an encyclopedia of children, families, communities, and environments*, (p. 335-338). Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- Brysiak, K. (2020). Kinga Tanajewska-On Her Bike, motocyklowa podróżniczka, dla której nie ma rzeczy niemożliwych [WYWIAD]. <https://motovoyager.net/ekstra/wywiady/kinga-tanajewska-on-her-bike-motocyklowa-podrozniczka-dla-ktorej-nie-ma-rzeczy-niemozliwych-wywiad/> Erişim Tarihi: 06.05.2022.
- Cambridge Dictionary. (2022). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english->

- turkish/adventure. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Casad, B. J., ve Wexler, B. R. (2017). Gender stereotypes. K. L. Nadal (Ed.), The sage encyclopedia of psychology içinde (p.755-758). Sage Publication, Inc,
- Chambers, D. (2016). Adventure biker Itchy Boots' tours sa, bringing her legions of fans along for the ride, <https://www.timeslive.co.za/sunday-times/lifestyle/travel/2021-05-30-adventure-biker-itchy-boots-tours-sa-bringing-her-legions-of-fans-along-for-the-ride/> Erişim Tarihi: 06.05.2022.
- Dictionnaire Larousse (1994). Ansiklopedik sözlük. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Dökmen, Z.Y. (2021). Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar (11.Baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dumanlı, D. (2011). Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Kadın İmgesinin Kullanımı; Bir İçerik Analizi, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), 132-149.
- Gender Equality- Glossary of Terms and Concepts. (2017). <https://www.unicef.org/rosa/media/1761/file/Gender%20glossary%20of%20terms%20and%20concepts%20.pdf>. Erişim Tarihi: 12.04.2022.
- Gender ve Health. (2022). [https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1). Erişim Tarihi: 12.04.2022.
- Gündüz-Kalan, Ö. (2010). Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: 'Kinder' Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(38), 75- 89.
- Işık, Ş. (2012). Kültürlerarası iletişim bağlamında Cumhuriyet Üniversitesi'ndeki gençlerin Almanlara yönelik kalıp yargıları, Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 36 (2), 159-191.
- Itchy Boots Facebook Sayfası (2022), <https://www.facebook.com/ItchyBoots>. Erişim Tarihi: 03.06.2022.
- Itchy Boots Youtube Kanalı. (2022). <https://www.youtube.com/c/ItchyBoots>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Kanahara, S. (2006). A review of the definitions of stereotype and a proposal for a progressional model, Individual Differences Research, 4(5), 306-321.
- Khan Md. Mahfuzur Rahman (2021) Women and Sports: View from Stereotyping & Gender Differentials Perspectives, Journal of Sports and Physical Education Studies (JSPES) (1), 1-4.
- Kumar, A.M.; Goh, J.Y.Q.; Tan, T.H.H.; Siew, C.S.Q. (2022) Gender Stereotypes in Hollywood Movies and Their Evolution over Time: Insights from Network Analysis. Big Data Cogn. Comput, 6, 50. Pp. 1-32.
- Meydan Larousse (1992). Büyük lügat ve ansiklopedi. İstanbul: Sabah Yayınları.
- Michaelidou, N., Siamagka, N.T., Hatzithomas, L. ve Chaput, L. (2022), "Femvertising practices on social media: a comparison of luxury and non-luxury brands", Journal of Product & Brand Management, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBPM-09-2020-3074/full/html> (Erişim Tarihi: 27.10.2022)
- Nazlı, A. (2016) Toplumsal Cinsiyet ve Beden (Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları içinde 3.Ünite

- 44-76) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Nelson, M. R., ve Otnes, C. C. (2005). Exploring cross-cultural ambivalence: a netnography of intercultural wedding message boards, *Journal of Business Research*, 58(1), 89-95.
- Nurani, L. M. (2008). Critical review of ethnographic approach. *Jurnal Sosioteknologi*, 7(14), 441-447.
- On Her Bike Facebook Sayfası (2022). <https://www.facebook.com/onherbike>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- On Her Bike Youtube Kanalı. (2022). <https://www.youtube.com/user/onherbike>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Özgülven, İ. E. (2012). *Cinsellik ve cinsel yaşam*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öztürk, G. (2020). Türkiye'deki Kuşakların Reklamda Toplumsal Cinsiyet Konusuna Yönelik Bakış Açıları, *International Journal of Social And Humanities Sciences (Ijshs)*, 4(1), 71-94.
- Rasmussen, Kirsten, Mikaela J. Dufur, Michael R. Cope, ve Hayley Pierce. (2021). "Gender Marginalization in Sports Participation through Advertising: The Case of Nike" *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, 1-22. 7759.
- Rofidah, L. (2021). Stereotip Gender di Media: Representasi Atlet Angkat Besi Perempuan pada Drama Weightlifting Fairy Kim Bok Joo. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 10(2), 14-26.
- Sakallı-Uğurlu, N., ve Türkoğlu, B., (2016). Günümüz Türkiye'sinde Cinsiyet Kalıpyargıları Kadın Kimdir Erkek Kimdir, I. Sosyal Psikoloji Kongresi, Ankara [https://www.researchgate.net/publication/310954437\\_Gunumuz\\_Turkiye\\_sinde\\_Cinsiyet\\_Kalipyargilari\\_Kadin\\_kimdir\\_Erkek\\_kimdir](https://www.researchgate.net/publication/310954437_Gunumuz_Turkiye_sinde_Cinsiyet_Kalipyargilari_Kadin_kimdir_Erkek_kimdir) [Erişim Tarihi: 20.11.2020].
- Sakallı-Uğurlu, N., Türkoğlu, B., ve Kuzlak, A. (2018). How are women and men perceived? Structure of gender stereotypes in contemporary Turkey, *Nesne Psikoloji Dergisi*, 6(13), 309-336.
- Sanay Y. ve Şener, G. (2021). Kristal elma ödüllü reklamlarda cinsiyet rollerinin temsili üzerine bir içerik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Yıl: 2021, Cilt: 12, Sayı: 32, 1297-1315.
- Schaefer, T. R., (2013). *Sosyoloji* (12. Baskı). (Çev. Ed. S. Coşar), Ankara: Palme Yayıncılık.
- Sex and Gender (2022). [https://www.coe.int/en/web/gender-matters/sex-andgender#67588784\\_70858817\\_True](https://www.coe.int/en/web/gender-matters/sex-andgender#67588784_70858817_True). Erişim Tarihi: 07.06.2022
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. ve Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism- The New Frontier*, Burlington: Elsevier Science Ltd.
- Tabassum N, Nayak BS. (2021) Gender Stereotypes and Their Impact on Women's Career Progressions from a Managerial Perspective. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 10(2):192-208.
- Tolan, B., İsen, G. ve Batmaz, V. (1991). *Sosyal Psikoloji*, Ankara: Adım Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük (2005). *Ansiklopedik sözlük* (10.Baskı). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Upoma ASA. (2021). *Analyzing the gender stereotypes in media: perception and impact on*



Bangla-deshi adolescents, *Asian Journal of Social Sciences and Legal Studies*, 3(5), 193-201.)

Zeybekoğlu-Dünder, Ö. (2012). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Reklamlarına Yansıması. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 5(1), 121-136.