

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**ÖĞRETMENLERİN SOSYAL MEDYADAKİ BENLİK SUNUMLARI
ÜZERİNE DRAMATURJİK BİR ARAŞTIRMA**

Alaattin URAS

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Prof. Dr. Erdal YILDIRIM

TUNCELİ-2023

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ÖĞRETMENLERİN SOSYAL MEDYADAKİ BENLİK SUNUMLARI
ÜZERİNE DRAMATURJİK BİR ARAŞTIRMA

Alaattin URAS
(20001407)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Prof. Dr. Erdal YILDIRIM

TUNCELİ-2023

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**ÖĞRETMENLERİN SOSYAL MEDYADAKİ BENLİK SUNUMLARI
ÜZERİNE DRAMATURJİK BİR ARAŞTIRMA**

Alaattin URAS
YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

Bu tez 21/06/2023 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından **oybirliği/oyçokluğu** ile kabul edilmiştir.

İmza
Prof. Dr. Erdal YILDIRIM
(Munzur Üniversitesi)

DANIŞMAN

İmza
Prof. Dr. Murat Cem
DEMİR
(Munzur Üniversitesi)

ÜYE

İmza
Doç. Dr. Handan
KARAKAYA
(Fırat Üniversitesi)

ÜYE

Bu tez, Enstitümüz Sosyoloji Anabilim Dalı'nda hazırlanmıştır.

Doç. Dr. Murat KORUNUR
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu”ndaki hükümlere tabidir.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

İmza
Alaattin URAS

Danışman
Prof. Dr. Erdal YILDIRIM

TEŞEKKÜR

Sadece tez sürecinde değil, yüksek lisans eğitimim boyunca hiçbir yardımını esirgemeyen değerli danışman hocam Prof. Dr. Erdal YILDIRIM'a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunuyorum. Tez konusuyla ilgili olumlu yönlendirmeleriyle cesaret veren Prof. Dr. Murat Cem DEMİR'e, Fırat Üniversitesi'nden tez savunmasına katılan değerli jüri üyesi Doç. Dr. Handan KARAKAYA'ya ve yüksek lisans eğitimim boyunca ders aldığım diğer hocalarıma teşekkür ediyorum.

Tezin yöntemiyle ilgili fikirlerini aldığım Dr. Yusuf EKİNCİ'ye ve İngilizce özetin çevirisini kontrol eden Doğan ÖZLÜK'e ayrıca teşekkür ederim.

Erving Goffman'dan sürekli bahsederek başını şişirdiğim, her türlü aksiliğimi çeken, tezi yazmam için gerekli ortamı sağlayan, sıkıldığımda çalışmam için teşvik eden, yeterli vakit ayıramadığım çocuklarımızın her türlü sorunuyla ilgilenen hayat arkadaşım Hacer'e sonsuz minnetarım. Kızlarım Leyl Sevrâ ve Şevval'den onlarla birlikte olamadığım zamanlar için özür diliyorum.

Son olarak araştırma için instagram içeriklerini kullandığım öğretmen meslektaşlarıma ve aileme sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum.

**Alaattin URAS
TUNCELİ-2023**

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	I
TEŞEKKÜR	II
İÇİNDEKİLER	III
ŞEKİLLER LİSTESİ	V
TABLolar LİSTESİ	VI
RESİMLER LİSTESİ	VII
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
ÖZET	IX
ABSTRACT	X
1. GİRİŞ	1
2. BENLİK VE BENLİK SUNUMU	5
2.1. Benlik Kavramı	5
2.1.1. Benliğin gelişimi	8
2.1.2. Kuramların benlik kavramına bakışı	9
2.1.3. Simgesel etkileşimde benlik kavramı	12
2.2. Erving Goffman ve Benlik Sunumu	17
2.3. Dijital Kültürde Benlik	31
3. DEĞİŞEN DÜNYADA İNTERNET, MEDYA ve İLETİŞİM	34
3.1. Yeni Medya Kavramı	35
3.1.1. Sosyal medya ve özellikleri	37
3.1.2. Sosyal medya araçları ve kullanım amaçları	40
3.1.3. Sosyal ağ siteleri	42
3.2. Instagramda Benlik Sunumu	47
3.3. Sosyal Medyada Öğretmenler	49
4. MATERYAL VE METOT (YÖNTEM)	52
4.1. Araştırmanın Konusu	52
4.1.1. Araştırmanın amacı ve önemi	52
4.1.2. Araştırma soruları	53
4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	54
4.3. Araştırmanın Yöntemi	57
4.3.1. Veri toplama yöntem ve teknikleri	58
4.3.2. İçerik analizi ve uygulama süreci	58
4.3.3. Kategorileri belirleme ve kodlama cetvelinin oluşturulması	59
4.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	66
5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRME	67
5.1. Instagram Hesaplarının İçeriklerine Ait Frekans ve Yüzde Analizi	67
5.1.1. Instagram hesaplarının kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi	67
5.1.2. Instagram hesaplarının benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	70
5.1.3. Instagram hesaplarının benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	74
5.2. Aktörlerin Kişilik Tanımı Kodlarına Ait Ayrıntılı Frekans Analizi ve Standart İfade Donanımları	78
5.2.1. Esin Sarıkaya'nın standart ifade donanımları	80
5.2.2. Caner Sarioğlu'nun standart ifade donanımları	84
5.2.3. Abdulbaki Altunay'ın standart ifade donanımları	88
5.2.4. Selda Kul Baştürk'ün standart ifade donanımları	92
5.2.5. Emel Metin'in standart ifade donanımları	96

5.3. Bulguların Değerlendirilmesi	98
6. SONUÇ ve ÖNERİLER	104
7. KAYNAKLAR	107
ÖZGEÇMİŞ	



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1. Sosyal medyayı aktif kullanan ülkeler sıralaması	54
Şekil 4.2. İnstagramı aktif kullanan ülkeler sıralaması	55



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1. Öğretmenlerin instagram bilgileri	56
Tablo 4.2. Goffman'ın benlik sunumu değişkenleri	60
Tablo 4.3. Jones ve Pittman'ın benlik sunumu stratejileri	62
Tablo 4.4. Benlik sunumu kodlama cetveli	64
Tablo 4.5. Benlik sunumu sırasında kullanılan standart ifade donanımları	65
Tablo 5.1. Öğretmenlerin instagram hesapları	67
Tablo 5.2. Esin Sarıkaya'nın kişilik tanımı kodları frekans ve analizi.....	68
Tablo 5.3. Caner Sarioğlu'nun kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi	68
Tablo 5.4. Abdülbaki Altunay'ın kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi	69
Tablo 5.5. Selda Kul Baştürk'ün kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi	69
Tablo 5.6. Emel Metin'in kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi	70
Tablo 5.7. Esin Sarıkaya'nın benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	71
Tablo 5.8. Caner Sarioğlu'nın benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	72
Tablo 5.9. Abdülbaki Altunay'ın benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	72
Tablo 5.10. Selda Kul Baştürk'ün benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	73
Tablo 5.11. Emel Metin'in benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi	74
Tablo 5.12. Esin Sarıkaya'nın benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	75
Tablo 5.13. Caner Sarioğlu'nın benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	75
Tablo 5.14. Abdülbaki Altunay'ın benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	76
Tablo 5.15. Selda Kul Baştürk'ün sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	77
Tablo 5.16. Emel Metin'in benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi	77
Tablo 5.17. Esin Sarıkaya'nın kişilik tanımı kodları frekans analizi	79
Tablo 5.18. Caner Sarioğlu'nun kişilik tanımı kodları frekans analizi	83
Tablo 5.19. Abdülbaki Altunay'ın kişilik tanımı kodları frekans analizi	87
Tablo 5.20. Selda Kul Baştürk kişilik tanımı kodları frekans analizi	91
Tablo 5.21. Emel Metin'in kişilik tanımı kodları frekans analizi	95
Tablo 5.22. Kişilik tanımı kodları frekans karşılaştırma	99
Tablo 5.23. Bulguların toplam frekans ve yüzde analizi	100

RESİMLER LİSTESİ

Resim 5.1. Esin Sarıkaya'nın teknolojik taktiği	80
Resim 5.2. Esin Sarıkaya'nın esprili taktiği	81
Resim 3.3. Esin Sarıkaya'nın üretken/tasarımcı taktiği	82
Resim 5.4. Caner Sarioğlu'nun eğlenceli taktiği	84
Resim 5.5. Caner Sarioğlu'nun kitapsever taktiği	85
Resim 5.6. Caner Sarioğlu'nun meydan okuyucu taktiği	86
Resim 5.7. Abdalbaki Altunay'ın artistik beceriler taktiği	88
Resim 5.8. Abdalbaki Altunay'ın farklı taktiği	89
Resim 5.9. Abdalbaki Altunay'ın yaşanan zorluklar taktiği	90
Resim 5.10. Selda Kul Baştürk'ün akademik taktiği	92
Resim 5.11. Selda Kul Baştürk'ün idealist taktiği	93
Resim 5.12. Selda Kul Baştürk'ün toplumsal fayda taktiği	94
Resim 5.13. Metin Metin'in milli değerler taktiği	96
Resim 5.14. Emel Metin'in yaratıcı taktiği	97
Resim 5.15. Emel Metin'in özgüvenli taktiği	98

KISALTMALAR LİSTESİ

TDK
EBA

: Türk Dil Kurumu
: Eğitim Bilişim Ağı



ÖZET

Yeni iletişim teknolojilerinin geliştirilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya, gündelik yaşamın bir parçası olarak tek yönlü iletişimi değiştirmiş, iletişime katılan herkesin mesaj oluşturup paylaşabildiği zamandan ve mekândan bağımsız yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkarmıştır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişimini ortadan kaldıran yeni iletişim teknolojileri; bireylerin, sosyal ağ sitelerinde kendilerine ait profil oluşturarak etkileşime girdiği, hayatlarında olan biteni takipçileriyle paylaşabildikleri bir medya evreni oluşturmuştur. Günümüzde sosyal medya platformları diğerleriyle sıklıkla etkileşim kurmanın bir yolu haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya araçlarının çoğunda bireysel mesaj atma özelliği kişilerarası kurulan etkileşimi kolaylaştırmış, sosyalleşmeyi arttırmıştır. Bununla birlikte yeni medya evreninde bireyler, topluluklar oluşturarak etki alanları üretme, kamusal meseleler hakkında görüş paylaşma, belirli temalar, beceriler ve ürünler hakkında bilgi vermek gibi takipçiler üzerinde beğeni ve etki oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu çalışma için sosyal medya platformu Instagram’da geniş takipçi ve etki alanına sahip öğretmen hesaplarının sosyal medyada kendilerini nasıl göstermeye çalıştıklarına odaklanarak öğretmenlerin sahip oldukları çeşitli özellik, beceri ve niteliklerine ait işaretleri nasıl kullandıkları araştırılmıştır. Bunun için Erving Goffman’ın dramaturji kuramından yararlanılmıştır. Goffman, çalışmalarında ve kuramında insanlar arasında meydana gelen etkileşimleri açıklamaya girişerek insanların kasıtlı ya da kasıtsız bir şekilde benlik sunumu yaptıklarını belirtir. Bireylerin kendilerine ait bilgileri ve durumları kontrol ettiklerini gözlemlemiş ve toplum içinde bireylerin hareketlerini tiyatroya ait kavramlarla açıklamıştır. Goffman’ın insanları toplum içinde bir sahnedeymiş gibi hareket ederler yani bir performans sergilerler. Bu çalışma da sosyal medyadaki etkileşimlerin Goffman’ın dramaturji kuramıyla açıklanabileceğini gösteren bir araştırmadan oluşmaktadır. Bunun için Instagram’da yer alan 5 öğretmen hesabından 2021 yılı boyunca paylaşılan görsel ve metinsel 609 gönderi içerik analizi tekniğiyle oluşturulmuş Benlik Sunumu Kodlama Cetveline göre incelenmiştir. Elde edilen verilerin frekans ve yüzde değerleri tablolaştırılmış ve analiz edilmiştir. Bununla birlikte öğretmen hesaplarından çekilen 15 içerik de Goffman’ın standart ifade donanımları etrafında öğretmenlerin kullandıkları benlik sunumu taktikleri örneklenmiştir. Bulgulara göre incelenen hesaplarda yapılan paylaşımlar öğretmenlik statüsünü yansıtan izlenimin verilmesi ve bu izlenimin takipçiler üzerinde ki etkisinin sürdürülmesi üzerine kurulmuştur.

Sonuç olarak bu araştırmada sosyal medya platformu Instagram’ın, öğretmenlerin rollerine ve yansıtmaya çalıştıkları kişisel özelliklere uygun performans sergiledikleri sahne olarak işlediği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Dramaturji, benlik sunumu, standart ifade donanımları, yeni medya, instagram

ABSTRACT

A Dramaturgical Research on Teachers' Self-Presentations in Social Media

Social media, which emerged with the development of new communication technologies, has changed one-way communication as a part of daily life, and has created a new form of communication independent of time and place, where everyone involved in communication can create and share messages. New communication technologies that eliminate the one-way communication of traditional media; A media world has emerged in which individuals interact by creating their own profiles on social networking sites and share what is going on in their lives with their followers. Today, social media platforms have become a way to interact with others. Especially in most of the social media tools, the feature of sending individual messages facilitated the interpersonal interaction and increased socialization. However, in the new media universe, individuals are trying to influence their followers by creating communities, creating domains, sharing opinions on public issues, and providing information about certain themes, skills and products. For this study, it was investigated how teachers use the signs of their various characteristics, skills and qualifications by focusing on how teacher accounts with large followers and influence on the social media platform Instagram, try to show themselves on social media. For this, Erving Goffman's dramaturgy theory was used. Goffman, in his studies and theory, attempts to explain the interactions that occur between people, stating that people make a deliberate or unintentional self-presentation. He observed that individuals control their own information and situations and explained the movements of individuals in society with theatrical concepts. Goffman's people act as if they were on a stage in public, that is, they put on a performance. This study consists of a research showing that interactions in social media can be explained by Goffman's dramaturgy theory. For this, 609 visual and textual posts shared throughout 2021 from 5 teacher accounts on Instagram were examined according to the Self Presentation Coding Chart created with the content analysis technique. The frequency and percentage values of the obtained data were tabulated and analyzed. In addition, the self-presentation tactics used by teachers around Goffman's standard expression equipment were exemplified in 15 contents drawn from teacher accounts. According to the findings, the posts made in the analyzed accounts are based on giving the impression that reflects the status of a teacher and maintaining the effect of this impression on the followers.

As a result, in this research, it has been seen that the social media platform Instagram functions as the stage where teachers perform in accordance with their roles and the personal characteristics they are trying to reflect.

Key words: Dramaturgi, self presentation, standard expression equipment, new media, instagram

1. GİRİŞ

İnsanın kendi varlığına ait bilinçliliği şeklinde tanımlanabilecek benlik kavramı, ilk kullanımından bugüne araştırma ve inceleme konusu olmaya devam etmektedir. İnsanlık tarihine göre ortaya çıkışı yeni sayılabilecek benlik kavramı, sadece psikolojinin konusu olmakla kalmayıp bugün birçok disiplinin çalıştığı önemli olgulardan biri haline gelmiştir. Bebeklerin doğumundan itibaren bakıcıları ve çevreleriyle kurdukları ilk ilişkilerle başlayan benlik algısı, kişinin ölümüne kadar sürmekte olan bir oluşumdur. Benlik geniş bir bakış açısıyla kişinin var olma ve kendini temsil etme serüvenidir.

Benliğin kişinin kendine yönelik bilinçliliği olduğu kadar diğerlerine yönelik bir boyutu da vardır. Kişiler, toplum içine çıktıkları her anda diğer insanların gözünde nasıl göründüklerini önemserler. Bu açıdan insanların kendileri hakkındaki düşünceleri kişilerin nasıl davranacaklarına ve ne düşüneceklerine yön verir. Kişiler sevilip sevilmediklerini, onaylanıp onaylanmadıklarını, yanlış yapıp yapmadıklarını diğer insanlarla kurdukları iletişim ve etkileşimlerle anlarlar. Bu açıdan kişiler toplumsal sahneye çıktıklarında kendilerini belli şekilde davranmaya ve düşünmeye zorlayan etkiler altında davranışlarını ve düşüncelerini düzenlerler. Bunun yanında bireyler sadece karşıdan gelen etkilerle hareket etmezler. Kendileri de bir etkide bulunur ve bunun için bazı taktiklere başvururlar. Bu taktikler ise bireylerin toplum içinde belli bir izlenim yaratma ve yönetme süreci olarak adlandırılan benlik sunumuyla ilgilidir.

Bu çalışmanın konusu sosyal medyada yer alan çok takipçili ve geniş etki alanına sahip öğretmenlerin benlik sunumu taktiklerinin incelenmesinden oluşmaktadır. Bunun için de Erving Goffman'ın benlik sunumu kavramı etrafında şekillenen dramaturjik yaklaşım araştırmamızın teorik zemini olarak kullanılacaktır.

Erving Goffman insanların kamusal alanda yüz yüze gelerek girdikleri etkileşimlere odaklanarak, toplumsal ilişkilerin doğasına dair özgün açıklamalarda bulunmuş, bunların anlamlarını incelikli ve ustaca bir şekilde örneklerle gün yüzüne çıkarmıştır. Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* kitabında, toplumsal yaşamı ve etkileşimleri mikro düzeyde ele alarak açıklarken, bireylerin kamusal alana çıktıklarında bir tiyatro sahnesinde icra edilen bir oyundaymış gibi hareket ettiklerini varsayar. Kişiler diğer insanlarla beraberken rol yaparak bir performans sergiler. Kişiler performans sergilerken kendilerini toplumun aynasında görmek istedikleri şekilde hayal ederek öyle davranırlar.

Dramaturjik yaklaşımda bireyler bir sahneye çıktığında etrafına kimi bilgiler ve uyarıcılar gönderir. Bu bilgiler ve uyarıcılar, bireylerin kim olduklarına ve ne yaptıklarına ya da kişiliklerine dair imgeler yayar. Benlik sunumu olarak ifade edilen bu durum, Goffman'ın en önemli kavramlarından biridir. Bireyler bir sahneye çıkar gibi kamusal alanda benlik senaryoları içerisinden kendilerine uygun bir rol seçerek, toplumsal beklentileri karşılayan, kendileriyle ilgili idealize ettikleri özellikleri gösteren ve istedikleri izlenimi bırakmayı amaç edinirler. Bu anlamda benlik sunumu toplumsal etkileşimler içinde sürekli başvurduğumuz taktiklerdir.

Goffman'ın önemli kavramlarından biri de izlenim denetimidir. Topluma sunulan imgelerin kontrol edilmesi olarak tanımlanabilecek bu taktik, bir toplumsal sahneye ilk çıktığımızda verdiğimiz izlenimin sürdürülmesi ve bunun sürekli desteklenmesi amacıyla başvuru taktiklerin bütünüdür. Goffman hayli metaforik sayılabilecek şu cümlesi toplumsal etkileşimlerin doğasını çok veciz bir şekilde özetler niteliktedir: 'Dünya aslında bir düğünden ibarettir.'

Goffman'ın yaklaşımının bir model olarak düşünülmesi, benlik sunumlarının yeni medya denilen iletişim ağlarında da başvuru taktikleri açıklama gücünden kaynaklanmaktadır. Bu çalışmanın önemi de buradan gelmektedir. Goffman'ın yaşadığı dönemde yüz yüze ilişkilerin sürdürülmesi zorunluydu. Etkileşim kurmanın tek yolu hala yüz yüze gelmekti. Bu anlamda sanal dünyada meydana gelen etkileşimleri açıklamak için dramaturjik yaklaşımın çalışmamızın teorik zemini olarak düşünülmesi biraz tuhaf gelebilir. Ancak bugün geline noktada sosyal medyanın yapısı ve niteliği durumun hiç de öyle olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda Goffman'ın yaklaşımının yeni iletişim ortamı ya da bilgisayarlarla aracılanmış iletişime uyarlanabileceğini söyleyen çalışmalar da bir hayli fazladır.

Günümüz dünyasında yaygınlık kazanan, sanal dünya denilen bir yerde vuku bulan ve dış dünyada gerçek bir karşılığı bulunmayan sosyal medya, geleneksel medya araçlarını yok etme noktasına gelerek hayatımızı derinden etkilemeye büyük bir hızla devam etmektedir. Kavramsal olarak sosyal medya, çeşitli bilim dallarında yeni medya olarak adlandırılmaktadır. Yeni medyada iletişim, internet denilen ortamda yapılan ve geleneksel medyadan bir hayli farklı düzlemde gerçekleşen çok boyutlu bir iletişim türüdür. Geleneksel medyada televizyon, gazete, radyo vs. gibi araçlar iletişim kanallarının tek yönlü biçimde olduğu araçlarıydı. Geleneksel medya endüstrisinde mesajlar kitlelere bu araçlardan ve tek taraflı bir biçimde yayılıyordu. Bu anlamda tek noktadan üretilip kitlelere

bu araçlarla yayılan ileti demetleri, alıcısının/izleyicisinin tüketimine herhangi bir dahli olmadan sunuluyordu. İşte burada yeni medya olgusunun ‘devrim’ diyebileceğimiz ve nerdeyse eski medya araçlarını da dönüştüren yapısını açıklamak gerekmektedir.

Yeni medya geleneksel medyanın bütün kalıplarının değişmesini de zorlayan yapısı, kullanıcıları için farklı iletişim yollarını açmasının yanında, üretilen içeriğe alıcının/izleyicinin de duhul olduğu veyahut kendilerinin de içerik üreterek yeni iletiler/mesajlar ya da sanal gerçeklikleri yapılandırabilmesidir. Kişiler ürettiği içerikleri istedikleri gibi yayma hakkına sahipken, aldığı iletileri de istediği gibi dönüştürüp yeniden üreterek yeniden paylaşabilmektedir. Bu bağlamda yeni medyada izleyici, alıcı kavramlarının artık kalktığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Bu çalışma bağlamında incelenen sosyal medyada yer alan öğretmenlerin benlik sunumları, yukarıda ifade edilen kavramsal kapsam ışığında gerçekleştirilmiştir. Sosyal medyada çok takipçili ve etki alanı geniş öğretmenlerin fark edilmesi ve bilimsel bir çalışmaya konu edilmesi ise araştırmacının da öğretmen olması ve bu durumun sosyolojik zeminde ele alınabileceğine duyduğu heyecanı yansıtıyor.

Milli Eğitim Bakanlığı’nda çalışan bir öğretmen olarak uzun süredir sosyal medya ağı instagramda yer alan öğretmenleri takip edip gözlemleydim. Sosyal medyada yer alan her meslek grubundan insanlar gibi öğretmenlerde kendi meslekleriyle ve kişisel hayatlarıyla ilgili içerikler üretilip bunları paylaştıklarını ve izleyiciler üzerinde belli etkiler bırakmayı amaçladıkları gözlemledim.

Toplum tarafından da değer verilen bir meslek olan öğretmenlik, sosyal medyada yer alan öğretmenler tarafından idealize edilerek ortaya konulmakta, sahip oldukları sosyal statülerini ortaya koyan performanslar gerçekleştirmekteler. İzleyicilerden aldıkları geri bildirimleri önemsediklerini ve bunlara uygun rollerini sürdürme çabası içinde oldukları tespit ettim. Bu nedenlerle Erving Goffman’ın dramaturjik yaklaşımının öğretmenlerin sosyal medyada var olma süreçlerini açıklayabileceğini düşündüm.

Bu anlamda bu çalışmada, sosyal medya ağı instagramda yer alan çok takipçili öğretmen profillerinin başvurdukları benlik sunumlarının içerik analizi yöntemiyle tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde benlik kavramı ele alınmaya çalışılacaktır. Benlik kavramı, benliğin gelişimi, kuramların benliğe yaklaşımı, simgesel etkileşimcilerin benlik kavramına nasıl baktıkları ve benlik sunumu kavramının ne olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Benlik sunumu anlatıldıktan sonra çalışmanın temel kuramını oluşturan Erving Goffman’ın dramaturjik yaklaşımı etraflı bir şekilde ele alınacaktır. Aynı

bölümde dijital kültürün yaygınlaşmasıyla benliğin sanal dünyada nasıl üretildiği açıklanacak. Çalışmanın üçüncü bölümünde yeni medya ve ilişkili kavramlar ele alınarak yeni medyada iletişimin benlik sunumuna etkileri açıklanacaktır. Materyal ve metot bölümünde araştırmanın yöntemi ele alınarak içerik analizinin kısa tarihi, aşamaları ve bu araştırmadaki süreç anlatılmıştır. Sosyal medya platformu instagramda yer alan çok takipçili öğretmenlerin benlik sunumunu konu alan bu çalışmanın son bölümünde ise çalışmanın örneklemini oluşturan öğretmenlerin bir yıllık zaman zarfında paylaştıkları içerikler tek tek incelenecektir. Bu paylaşımlar benlik sunumu kodlama cetveli yardımıyla sayısal verilere dönüştürülecektir. Instagram verileri sayısal verilere dönüştürülürken, benlik sunumu değişkenlerini ve benlik sunumu stratejilerini doğrulayan paylaşımlara 1 değeri verilecektir, doğrulayanlara değer girilmeyecektir. Bu değerler toplanarak benlik sunumu değişkenleri ve benlik sunumu stratejilerini analiz etmek üzere ortaya çıkan frekans ve bunların yüzdelik oranları ayrı ayrı tablolar haline getirilecektir. Bununla birlikte öğretmenlerin hesaplarından elde edilecek üç adet görsel ve metinsel içerikler üzerinden Goffman'ın set, kişisel vitrin ve rol-rutin öğelerini içeren standart ifade donanımlarının analizi yapılacaktır. Sonuç bölümüyle araştırma bitirilecektir.

2. BENLİK VE BENLİK SUNUMU

Benlik, bireylerin diğer insanlarla ilişki kurmaya başladığı bebeklik döneminde başlayan, temelde kişinin diğerleriyle etkileşim kurarak kazandığı, tanımlanması zor ve birçok boyutu olan bir kavramdır. Bu bağlamda çeşitli benlik tanımları yapılmış ve benliğe ilişkin kuramlar geliştirilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde benlik kavramı ve benlik kuramları ele alınacak ve kimi görüşlerin benlik tanımları açıklanacaktır.

2.1. Benlik Kavramı

İngilizce’de *self* kelimesiyle ifade edilen benlik kavramı, TDK sözlüğünde; “*bir kimsenin öz varlığı, kişiliği, onu kendisi yapan şey, kendilik, şahsiyet¹*” olarak tanımlanır. Ansiklopedik Eğitim ve Psikoloji Sözlüğü’nde ise benlik kavramı; “*bireyin ne olduğu, ne olmak istediği ve çevresince nasıl tanındığı konularındaki bilinçliliği*” olarak tanımlanmaktadır. Sözlük anlamlarının ışığında benlik, bireyin kendisiyle ilgili geliştirmiş olduğu zihinsel tasarımlardır. Bir başka açıdan benlik bireyin kendi özünün farkında oluşudur.

‘Benlik kavramı’ (self-consept) bireyin kendi hakkındaki temsillerin bütününe ifade etmektedir. Benlik kavramı, insanların kendileri hakkındaki bilgileriyle ilgili benliğin bilişsel yönlerini ifade eder. Çeşitli imgeler, şemalar, prototipler, anlayışlar, teoriler, hedefler ve görevlerin bir bütünü veya koleksiyonu olarak karakterize edilen benlik kavramı, dinamik bir yapıdır (Bilgin, 2007). Benlik kendi kişiliğimize ilişkin imgelerimiz ve kendi kendimizi algılayış biçimidir. Benlik kişinin kendi içinde geliştirmiş olduğu bir yapıdır.

Benlik kişinin kendi kendine sorduğu şu soruların cevaplarını içerir:

Ben neyim? Bu sorunun cevabını bazı kimseler, daha çok olumsuz yani, ben beceriksizim, aptalım çirkinim, soğuk bir insanım şeklinde yanıtlar verir. Bunun yanında bazı kişilerin kendilerine ben akıllıyım, güzelim, neşeliyim gibi olumlu özellikler de atfedebilir.

Ben ne yapabilirim ve bende ne gibi yeterlikler var? Ben iyi bir yazarım, güzel resim yaparım, müzik kulağım var, sayılarla aram iyi gibi benliğin daha çok yetenek kısmını oluşturan yanıtlar içerir. Bu yanıtlar da olumlu ya da olumsuz olabilir.

¹ <https://sozluk.gov.tr/>, benlik maddesi. Erişim tarihi: 23.03.2022.

Benim için neler değerlidir, ben ne yapmalıyım, ne yapmamalıyım? Bu sorular da kişilerin içinde bulunduğu toplumun değer yargılarına göre düşündüğü, davranışlar geliştirdiği benliğin bir yanına işaret eder. Olumlu şeyler olabileceği gibi kişiler çeşitli durumlarda etik ya da etik olmayan düşünceler taşıyabilirler. Örneğin para kazanmalıyım, özgeci olmalıyım; trafik polisi ya da mobese yoksa kırmızı ışıktaki geçirim, her şeyden önce kendimi düşünmeliyim gibi yanıtlar kişiliğin benliğinde önemli bir yer tutar. Benlik bu soruların ima ettiği şekliyle, bireylerin hayata bakış açısını, hedeflerini, ne olmaya çalıştığını, iyi biri mi kötü biri mi olduğunu yansıtan özelliklerden meydana gelen dinamik bir yapıdır.

Hayatta ne istiyorum, bu soru da kişinin benliğinin hayattan beklentisini yansıtan tarafını yansıtır. Bireylerin kendilerini görmek istedikleri yerleri işaret eden cevaplar verilir. Doktor, mühendis, öğretmen olmak istiyorum, bunun yanında iyi bir eş olmak, dünyayı gezmek, karavan sahibi olmak gibi maddi ya da maddi olmayan idealleri yansıtan cevaplar da verilir (Hökelekli, 2019; Baymur, 2020).

Benlik, bireyin kendisi, nitelikleri ve özellikleri hakkında sahip olduğu genel düşünce ve tasavvur olarak tanımlanabilir. Bu nedenle, bilişsel temsiller de dahil olmak üzere, bireyin kendisi hakkındaki algısının bir özeti olarak görülebilir (Bilgin, 2007). Bir başka açıdan benlik, bireyin kendisine bakışı, kendisini zihninde tasavvur ettiği şekli, önceki yaşantıları ve gelecekle ilgili planları, toplumsal rollerinin zihninde oluşan algıları ‘kavramsal ben’ olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 1996’dan akt., İmamoğlu, 2009, s. 67).

Giddens’in (2010) bakış açısında benliğin makro düzeydeki etkinliği göze çarpmakta. Ona göre benlik pasif bir varlık olarak görülmemelidir. Bireyler kendilik bilinçlerini oluştururken, her ne kadar yerel bağlamlarla hareket etseler de, kimliklerini oluştururken bunun sonuçları ve içerimleri makro düzeydeki toplumsal etkilere katkıda bulunur ve bu etkileri direkt arttırırlar.

Yukarıda yer alan ilk iki maddede yer alan ben neyim ve ne yapabilirim sorularının cevapları gerçek benliği; son iki maddedeki soruların yanıtları ise ahlaki düzeyi, yapılmak istenen, amaç ve ülküleri gösteren ideal benliği meydana getirir (Baymur, 2020). Kişinin imajı, gerçek yaşamı, kim olması, nasıl olması gerektiğine ilişkin yargısı ve davranışı (ideal benlik) arasında iyi bir uyum ve tutarlılık olması önemlidir. İnsanlar imajlarına göre hareket ettikçe kendilerini daha rahat hissederler ve ideal benliklerinden uzak deneyimlerden etkilenme oranında, soğukkanlılıklarını ve kaygılarını kaybederler. Bireyin ideal benliğine yakın bir yaşam sürmesi, benlik saygısını, güvenini ve yaşama sevincini

artırır. Bununla birlikte, benlik imajına uzak sürdürülen bir yaşam bireylerde bazı çelişkiler ve korkular ortaya çıkarır (Hökelekli, 2009).

Benlik kavramı çoğunlukla kişilik ve kimlik kavramlarıyla karıştırılır ya da birbirlerinin eş anlamlısı olarak kullanılır. “*Kişilik bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü*” ifade eder.² Psikolojide kişilik, bireyi diğer bireylerden ayıran, iç ve dış çevresiyle kurduğu tutarlı ve inşa edilmiş ilişki biçimi olarak tanımlanır (Cüceloğlu, 1990). Bireyin sahip olduğu duygu ve düşüncelerin ifadesi olarak kişilik, konuşması, düşünceleri, hisleri, olaylara ve insanlara bakışı ile onu diğer insanlardan ayıran doğuştan gelen ve sonradan kazanılan bir dizi özelliktir (Ertürk ve Eray, 2016). Kişilik tanımlarından yola çıkarak kişilik hakkında iki hususun ön plana çıktığı görülür. Her şeyden önce, bir birey, onu diğerlerinden ayıran benzersiz bir görünüme sahip olmalıdır. Her insanı diğerlerinden ayıran kendine has özellikleri vardır. İkinci özellik ise kişinin özelliklerinin zaman içinde sabit kalması ve tutarlı bir yapıya sahip olmasıdır. Bu anlamda kişilik uzun bir süreçte oluşur ve kısa sürede değişmez. Kişiliğin bir diğer özelliği de kalıplaşmış ve yapılandırılmış olmasıdır. Kişilik, uyumlu birimlerden oluşan sistematik yapılar biçimini alır. Bu sistemde de tüm bireysel özellikler ve davranış kalıpları uygun olmalıdır. Bir insanı gergin ve sakin olarak tanımlamak, bütünleşmiş bir kişilik yapısıyla çelişir. Ancak kişiliğin bir başka özelliği de ilişkilerin kurulma şeklidir. Bir bireyin davranışı, duygularını, düşüncelerini ve çevreleriyle ilgili algılarını değiştiren iç ve dış çevresinden etkilenir (Tuna, 2011). Sonuç olarak kişilik, bireyin kendine özgü, tutarlı, sistematik ve içsel süreçleriyle uyumlu bir yapıdır.

Kişilik tanımlarından yola çıkarak kişiliğin şemsiye bir kavram olduğunu çikarsayabiliriz. Kişinin içsel olan ancak dıştan da fark edilebilen özelliklerinin bütünlüğünden meydana gelen kişilik bu anlamda benliği de kapsamaktadır. Bunun yanında benliğin de bir dereceye kadar kişiliği kapsadığı da savunulmaktadır. Kişilik kişinin dıştan görünen özelliklerinin toplamıyken, benlik kişinin kendini algılayış biçimidir. Toplumsal etkileşimler sonucu oluştuğu için sosyal bir inşadır ve zamanın herhangi bir noktasında toplumsal olarak gömülüdür. Bu durum benlik ve kişilik kavramlarını birbirinden ayırır (Sayar, 2002).

Kimlik ise doğal olmayan yollarla ortaya çıkarılmış, kişilerin aidiyet duyduğu değerler, ideolojiler, din gibi sosyalleşerek edinilen kültürel özelliklerdir. Bilgin’e (2006) göre kimlik kavramı, bir bireyin veya grubun kendini tanımlamaya genel tepkisini ve diğer

² <https://sozluk.gov.tr/>, kişilik maddesi. Erişim tarihi: 27.03.2022.

bireyler veya gruplarla ilişkili konumunu ifade eder. Bu anlamda kimlik bir yanda imaj, diğer yanda bir adrestir. Cinsel, etnik ve dini kimlikler dâhil tüm kimlikler inşa ürünüdür. İlkel ve ilişkisel kimlikler de dâhil olmak üzere tüm kimlikler kültürel, doğal değildir; özsel değil kurgusaldır. Bauman, kimliğin insan dünyasına zorla sokulmuş bir kurgu olarak doğduğunu ifade etmektedir.

“Kurgu olduğu için ima ettikleri, hatırlattıkları veya harekete geçirdikleriyle insan müdahalesinden uzak, bir aidiyet krizinden ve bu krizin olması gereken ile olan arasındaki uçurumu kapatmak ve gerçeği bu fikir tarafından oluşturulmuş standartlar seviyesine çekmek için tetiklediği çabadan doğmuştur (Bauman, 2021, s. 30).”

Kimlik tarihsel ve kültürel süreçlerle ortaya çıkar ve bireylerin bu kimliklere doğar doğmaz sahip olduğu varsayılır. Kişilerin yaşamı boyunca üzerinde etkili olan kimlikler bu anlamda bireylerin bir parçası haline gelir. Dolayısıyla kimliğin, kişilerin kendini algılama ve kim olduğuna dair fikirleri ifade eden benliğin bir yönünü yansıttığı söylenebilir. Ancak benlik kimlikten daha otantik bir yapıya sahiptir.

Benlik insanın doğumuyla birlikte diğer insanlarla kurduğu etkileşimlerle oluşan insanın zihinsel çabalarının bir ürünüdür. Kimlikler insan hayatının bir döneminde sorgulanıp terk edilebilir toplumsal anlayışları, ideolojileri, düşünceleri; kim olduklarına dair kasıtlı süreçlerle inşa edilen hazır cevapları yansıtırken, benlik ise insanda doğar doğmaz başlayan, diğer insanlarla girdiği etkileşimler sonucu kendilerini algılama, düzenleme ve sürdürme etkinliğini ifade eder. Bu bağlamda bu çalışmada da kimlik ve benlik birbirinin yerine geçen değil ancak birbiriyle ilişkili olan kavramlar olarak ele alınmıştır.

2.1.1. Benliğin gelişimi

İnsan dünyaya fiziksel olarak yetersiz ve diğerlerine muhtaç bir insan yavrusu olarak dünyaya gelir. Doğar doğmaz bazı hayvanların tek başına kalabildiği gibi doğada tek başına kalamayan insan yavrusu, uzun süreli bir bakıma, korunmaya ve ilgiye muhtaçtırlar. Bu anlamda bebeklerin diğer insanlara ihtiyacı vardır ve bu ihtiyaç uzun süreli bir bağımlı olma durumunu gerektirmektedir.

Bebekler diğer insanlarla iletişim kurmaya yatkınlıkları ile dünyaya gelirler ve dünyaya gelir gelmez iletişim kurmaya başlarlar (Hayes, 2011). Bebeklerin fiziksel olarak diğerlerine muhtaç olmasıyla birlikte, doğar doğmaz sosyalleşme donanımlarının açığa çıktığı da hemen herkesin gözlemlediği bir durumdur. İstemsiz gülümsemeler, nesne takibi

yapmaları, bakıcısının kokusunu tanıyıp bilmesi gibi basit tepkilerle ortaya çıkan davranışlar, bebeklerin diğer insanlara tutunmanın ve etkileşim istençlerinin birer tezahürüdür.

Bebekler ilk zamanlar kendi varlıklarının farkında değildirler ve birçok şeyi taklit yoluyla öğrenirler. Yeni yürümeye başlayan çocuklar, yaşamlarının ilk birkaç ayında, insanlar ve etraflarındaki nesneler arasındaki farkı çok az anlar veya hiç anlamazlar ve kendilerinden habersizdirler. Çocuklar iki yaşına kadar 'ben', 'ben' ve 'sen' gibi kavramları kullanmazlar. Ancak yavaş yavaş, diğer insanların kendilerinden farklı kimlikleri, algıları ve ihtiyaçları olduğunu fark ederler (Giddens, 2012).

Bebekler ilk etkileşimlerini bakıcılarıyla kurarlar. Bakıcısı ve zamanla genişleyen çevresiyle kurduğu bu etkileşimler bebeğin dış dünyayı tanımasına ve sosyalleşerek kendilerine dair imajlar geliştirmelerine yardım eder. Bu bağlamda bebek ve bakıcısı arasında geçen ilk etkileşimler bebeğin benlik gelişimini başlatan ve sürdüren bir etkiye sahiptir.

Psikologlar benlik kavramı çalışmalarında, gerçekte kendimizi nasıl gördüğümüzle ilgili en önemli etkenlerden birinin, diğer insanların bizi nasıl gördüğü olduğunu bulmuştur (Hayes, 2011). Bu anlamda bebeklik, çocukluk ve ergenlik gibi gelişme süreciyle birlikte kendisinin ayrı bir birey olduğunu kavrayan insan, kim olduğuna ve ne işe yaradığına, hayattan beklentilerine dair düşünceler geliştirir. Bu aşamadan sonra diğer insanların bakış açısı önem kazanmaya başlar ve insanların gözünde kim olduğunu ve nasıl görüldüğünü değerlendirmeye başlar. Bu açıdan bireyin benliği, kendisini diğer bireylerden farklı bir birey olarak tanımlama deneyiminden oluşur. Birey bu şekilde kendini diğer insanların gözünden algılamaya başlayarak kendine ait bir 'ben' düşüncesi geliştirir.

2.1.2. Kuramların benlik kavramına bakışı

Benlik kavramı başta psikoloji olmak üzere sosyoloji, felsefe, davranış bilimleri gibi alanlarda da tartışılan önemli kavramlardan biridir. Benlik kavramının kökeni Eflatun'a kadar götürülebilmektedir. Ancak doğru yazarlar da bu dönemlerden önce benlik problemiyle ilgilenmişlerdir. Benlik, günümüzdeki anlamıyla kullanımına ise Avrupa'da Aydınlanma dönemiyle ortaya çıkan toplumsal, bilimsel, teknolojik ve ekonomik gelişmelerle birlikte başlamıştır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014). Bu gelişmeler öncesi Ortaçağ'da insanın kendine dair bir bilinçliliği yoktu. Kişinin bireysel benliğinin, diğer kişilerin ve dünyanın ayrı varlıklar, ayrı öğeler olarak farkına varması

olgusu henüz gelişmemişti (Fromm, 2012). Kişiler içinde bulunduğu toplumun bir parçası sayılıyordu. Bu anlamda 16. yüzyıla gelene kadar bireylerin içlerinde bir benlik taşıdıklarına dair bir farkındalık oluşmamıştı. Bu bakımdan benlik fikrinin geliştirilmesinin yeni bir durum olduğu savunulabilir.

Benlik fikrinin geliştirilmesiyle birlikte kozmik düzen, doğadan ve toplumdan ayrışan kişi bu aşamadan sonra bireyleşerek kendine ait bir varlık olma durumuna gelmiştir. Cüceloğlu'na (1997) göre benlik kavramı ile birey, “kendi dışında kalanlardan ayrılmakta ve kendine özel bir alan oluşturmaktadır. Oluşturulan bu alanı korumak, geliştirmek ve sosyal etkileşim içinde konumlandırmak için de çok büyük çaba göstermektedir. Bu çaba "ben olma savaşı" biçiminde nitelendirilmektedir (Kulga, 2014, s. 59).” Buradan yola çıkarak bu kavram, insanların kendilerini, kendi düşüncelerinin nesneleri olarak ele almalarına olanak tanıyan yansımali ve düşünümsel becerilerin altını çizer (Marshall, 1999).

Benliğin psikolojide ilk olarak etraflı bir şekilde incelenmesini William James'in (1890) “Psikoloji'nin Prensipleri” adlı kitabının “Benliğin Bilinci” adlı bölümünde görmekteyiz. James, sadece benlik araştırmalarının kavramsal temelini atmamış, aynı zamanda insan davranışını anlamak için benliğin çok önemli olduğunu da vurgulamıştır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014).

James, “bilen benlik ve bilinen benlik” olmak üzere benliğin iki boyutlu olduğunu belirtmektedir. Bilen benlik boyutunun “I” bilinen benlik boyutunun ise “me” kelimeleri ile adlandırılabilceğini ifade eden James, bireyin düşünceleri ve kendi mevcudiyeti ile ilgili daima bir parça da olsa farkında olduğunu savunmaktadır. James'e göre bireyin benliği, bilen benlik (I) özne, bilinen benlik (me) nesne olarak boyutlandırılrsa bile bütünü ile birbirinden ayrılamamaktadır. Bu boyutlar sadece benliğin iki ayrı tarafını meydana getiren bütün bir yapıdır. Bilen benliğin özelliklerinin bütünü, kimliği bilinen benliktir. Benliğin öznel (I) yönünün; bireyin zihin yeterliliğini kullanarak kendinin, niteliklerinin ve başkalıklarının bilincine varmasını sağlayan, bireyin kimliğini aktaran yapı olduğunu ifade etmektedir. James, benliğin nesnel (me) yönünün ise kendinin farkında olan bireyin benliğinin sosyal, maddi, manevi ve psikolojik unsurlar ile düzenlenen yapısı ve maddi, sosyal ve ruhsal unsurları düzenleyen benlik ifadelerini belirleyen nesnel yapı olduğunu ifade etmektedir (Çitil, 2020).

James'e göre benliğin üç yönü bulunmaktadır: (1) maddesel ben, kişinin sahip olduğu nesneler ve kişileri algılayıp kendisiyle özdeşleştirilmesi, (2) sosyal ben ise,

başkalarının sizi nasıl gördüğüne dair algılarını (3) ruhsal ben ise, özel duygu ve düşünceleri izleyen öz olarak açıklanmaktadır. James'e göre kimliğinizle ilişkilendirdiğiniz her şey, bir bakıma ben'in parçası haline gelir. Bu insanların arkadaşları ya da ailelerinden biri, ben'in bir parçası, saldırıya uğradığında neden savunmaya geçtiklerini açıklıyor (Gerrig ve Zimbardo, 2012).

Kinch (1963), bir kişinin bizim hakkımızda ne düşündüğü hakkında algımızın kendimiz hakkındaki fikri belirlediğini söylemiştir (Yılmaz, 2016). Benlik kişinin kendisini algılaması, varoluşunu anlamlandırması, ne yaptığını bilme durumudur. Benlik içsel süreçlerle olduğu kadar toplumsal süreçlerle de ilgisi vardır. Bireyler toplum yaşamında nasıl algılandıklarıyla da ilgilidirler. Dolayısıyla benlik hem bireysel hem de sosyal olarak kişinin kendini nasıl tanımladığı ve dışarıdan nasıl görüldüğünü de kapsar.

Benlikle ilgili açıklamalar modern psikolojinin temelini atan Freud tarafından oluşturulan yapısal kişilik kuramında geniş bir şekilde yer alır. Yapısal kişilik kuramı, bireyi oluşturan içsel süreçlerin bir buz dağı metaforuyla anlatılmasıdır. Freud'a göre kişilik üç bölümden oluşur. Birincisi olan alt-benlik (id), kişiliğin temelidir ve içgüdülerin kaynağıdır. İçgüdüler doyurulmak ister ve gerektiğinde saldırgan olurlar. Bu özelliğini bastırmak için kişiliğin benlik (ego) bölümü devreye girer. Üst-benlik (ego) kişiliğin mantıklı yönünü temsil eder. Alt-benliği (idi) yatıştırır, kişiliğin diğer bölümü olan üst benlikle (süper egoyla) bütünleştirilmesini sağlar. Süper ego da kişinin anne-baba ve toplumdan aldığı ahlaki yönünü temsil eder. Kişiliğin bu bölümü ideal benliğin temsil edildiği bölümdür (Bacanlı, 2003). Bu anlamda ideal benlik, alt benlik (id) ve üst-benlik (süper egonun) arasında bir arabulucu görevi görür.

Freud'a göre benlikte idin bir bölümü dış dünyanın etkisi altında özel bir gelişme gösterir, dış uyaranları algılar ve dış katmandan zihinsel yapıyı aşırı uyarılmaya karşı koruyan çok özel bir yapı geliştirir ve bu yapı aracı rolü oynar. İd ile dış dünya arasında gelişen bu yapıya benlik adı verilmiştir (Freud, 1894'den akt., Gözüaçık, 2019, s. 6).

Freud'a ciddi eleştiriler yönelten psikanalist Karen Horney, Freud'un insan davranışlarının içgüdü denilen fizyolojik süreçler sonucu ortaya çıktığı görüşüne karşı çıkmış, bozuk davranışların aile içi ilişkilerdeki aksaklıklar sonucu meydana geldiğini ve sosyokültürel süreçlerin de bu durumda etkili olduğunu savunmuştur. Davranışlar sadece fizyolojik süreçlerle şekillenmez, davranışların belirleyicileri, insanın yaşamı boyunca geliştirmiş olduğu amaçlar, duygular, değerler, düşünceler, yargılar, algılar ve bunların birbiriyle olan karşılıklı etkileşimlerinden vücuda gelir (Geçtan,1998).

Freud'dan ve George Herbert Mead'den etkilenen Harry Stack Sullivan ise benliğin oluşumunda kültürel süreçlere ve insanlar arasındaki etkileşimlere odaklanır. Sullivan'a göre hastalıklar insanlar arasındaki ilişkilerden kaynaklanır ve tedavi de bu ilişkilerde aranmalıdır. İnsanların birbirlerini yanlış algılayıp yorumlayabileceğinden Sullivan çalışmalarında ilişkilere ve iletişime odaklanmıştır.

Sullivan kişiliğin varsayımsal bir kavram olarak görürken kişiliğin yapısının temelinde ilişkilere yer verir. Böylece kişilik alanında etkinlik gösteren bazı süreçleri tanımlamış ve kavramlaştırmıştır. Bunlardan biri de dinamizmlerdir. Dinamizm, kişilik yapısının en küçük birimidir ve bir organizmanın canlılığını sürdürmesini sağlayan enerji dönüşümü olarak tanımlanır. Enerji dönüşümü davranış üretir ve açık ve dışarıdan gözlemlenebilir. Ek olarak, yalnızca kişinin farkında olduğu başka bir dinamik türü daha vardır. Bunlardan biri de korkudan kaynaklanan benlik ya da benlik sistemidir. Kişilerarası kaygı, ebeveyniden çocuğa geçen ve insanların tehlikede olduğu durumlarda ortaya çıkan bir duygudur. Bu duyguyla başa çıkmak için benlik sistemi müdahale eder, bazı davranışları onaylar ve bazılarını yasaklar. Benliğin buradaki rolü insanları güvende tutmak gibi görünüyor (Geçtan, 1998).

Benlikle ilgili görüşlerden biri de Rogers'a aittir. Carl Rogers, psikanalitik görüşlerin aksine insan doğasına iyimser bakar. Ona göre her insan mutluluğu arar ve insan doğası gelişme ve iyiye doğru değişme potansiyeline sahiptir. Rogers benlik bilincine değer verir. Benlik bilinci, kişinin kendisiyle ilgili imajları algılama ve kendisiyle ilgili kanaatleri içerir. Benlik, bireyin kendisini nasıl algıladığını özetler.

Rogers'a göre benlik bilinci iyi, kötü veya ortada olabilir ve benlik bilinci her zaman gerçeği yansıtmayabilir (Cüceloğlu, 1990). Bu bağlamda benlik bilinci kişilerin kendilerini nasıl gördüğünü ifade ettiğinden, kişiler kendi gerçekliklerini çarpıtılmış bir şekilde de algılayabilir. Kişi yeteneksizken kendini yetenekli görebilir. Sonuçta herkes daha iyi ve gelişmiş, idealize edilmiş benlik inşa etme peşindedir.

2.1.3. Simgesel etkileşimde benlik kavramı

Bu bölüme kadar, benlik kavramının psikolojik temelli bazı kuramlar etrafında nasıl tanımlandığı ve tartışıldığı ele alındı. Bu bölümde sosyolojik olarak benlik kavramı ve benlik sunumu, simgesel etkileşim kuramı bağlamında ele alınarak açıklanmaya çalışılacaktır. Bunun için simgesel etkileşimci kabul edilen Charles Horton Cooley, George

Herbert Mead ve Helbert Blumer'in düşünceleri etrafında şekillenen tartışmalar anlatılacaktır.

Öznenin mikro ve makro yapılar olarak kabul edilen olgular karşındaki durumuna getirdikleri açıklamalarla farklılaşan bir yaklaşım olarak ortaya çıkan simgesel etkileşim, toplumda bireyin konumunun pasif bir belirlenen mi olduğu yoksa, bireylerin eylem ve pratikleriyle toplumsal süreçleri üreten ve etkileyen bir özne mi olduğu sorunsalıyla ilgilenmiş, insanlar arasında gerçekleşen etkileşimlere odaklanmıştır. İsminden de anlaşılacağı gibi insanlar arasında gerçekleşen yüz yüze ilişkileri inceleyen simgesel etkileşimcilerin ana tezi, “toplumun makro boyutunun birbirini etkileyen süreçler tarafından oluşturulduğu, devam ettirildiği ve değiştirildiğidir” (Şenol, 2017). Bu anlamda özne ve yapı kavramları arasındaki ilişkileri ele alışlarıyla özgün bir yere sahip olan simgesel etkileşimcilik, insan eylemlerinin doğasını açıklama amacından ortaya çıkmıştır.

Herbert Blumer tarafından isimlendirilen simgesel etkileşim yaklaşımı, George Herbert Mead, Charles Horton Cooley, W. I. Thomas, Robert Ezra Park gibi isimlerin katkıda bulunduğu çağdaş sosyoloji içinde önemli bir yer kaplamaktadır. Simgesel ya da sembolik etkileşim perspektifine en güçlü entelektüel etki ise temelde pragmatist felsefeye dayanan Chicago Okulu'nun etkileşimci sosyal psikoloji anlayışından gelmiştir (Morva, 2017).

George Simmel ve Max Weber simgesel etkileşime yaklaşımının düşünsel kökleri olarak önemli etkilerde bulunarak insan eylemleri ve toplumsal etkileşimler üzerinde duran ilk öncüller sayılabilir. Weber'in 'verehen'e ağırlık vererek sosyolojiye getirmiş olduğu bakış açısı bireyin eylemlerini anlamada önemli bir yöntem olmuştur. Weber'e göre sosyoloji, izlediği yol ve sonuçlarının nedensel açıklamalarını ortaya çıkarmak için, toplumsal düşünüş ve davranışı yorumlayıcı olarak anlamaya çalışan bir bilimdir. Eylem, eyleyen bireyin öznel bir anlam verdiği bütün insan davranışını içerir. Bu anlamda eylem, ya açık ya da tamamen içkin veya öznel olabilir; bu bir duruma olumlu müdahale ya da böyle bir müdahaleden bilerek kaçınmak veya duruma edilgin olarak katılmaktır. Eylem, eyleyen birey (ya da bireyler) tarafından başkalarının davranışlarını gözетerek yönlendirildiği ve öznel anlam taşıdığı için toplumsaldır (Weber, 1964'den akt., Wallance ve Wolf, 2012, s. 379). Weber'in eylem kuramı simgesel etkileşim yaklaşımına ilham olan önemli kuramlardan biri olmuştur.

Simgesel etkileşim üzerinde önemli etkilerde bulunan bir diğer sosyolog ise Simmel'dir. Simmel'de insan davranışlarının toplumdaki yaratıcı etkisini görüyoruz.

Simmel'e göre toplumu toplum yapan şey etkileşimlerdir. Ona göre bir toplum, bireylerin birbirleri üzerinde yarattıkları etkilerle oluşur. Toplum haline gelmenin bir koşulu dolaylı ya da dolaysız bir şekilde başkaları üzerinde etki bırakmaktan geçer. Herhangi bir mekânda toplanmaktan ya da zaman içinde birbirini izlemekten ibaret olan şey ancak o zaman topluma dönüşür (Simmel, 2009). Simmel'in ilişkileri açıkladığı ikililik ve üçlülük kavramları insanları karşılıklı ilişkileri resmettiği önemli kavramlarından bazılarıdır. Simmel'in Amerikan sosyolojisinde ki etkisinin nedeni ise Simmel'in toplumsal yaşamda bireylerin önemi üzerinde durması ve modern toplumların bireyler üzerindeki yabancılaştırıcı etkisiyle Amerikan kültürünün temelsizliği arasındaki açıklayıcı bağlantıydı (Swingewood, 1998).

Simgesel etkileşim, temelde bir benliğe sahip olan bireye ve bireylerin düşünce ve duyguları ile toplumsal eylemleri arasındaki ilişkilere odaklanmıştır. Buna göre bireyler, dış güçler karşısında pasif varlıklar olarak değil, davranışlarını yorumlayan, değerlendiren, tanımlayan ve etkili bir şekilde şekillendiren bireyler olarak görülmektedir (Wallence and Wolf, 2012).

Toplum insanların etkileşim kurarak ortaya çıkardığı bir ilişkiler düzenidir. Bu düzen, insanlar tarafından, etkide bulunmak ve etkilenmek için ortaya koydukları duygu, düşünce, bedensel duruş, hareket, karar verme, fikir oluşturma gibi her türlü insan eylemi neticesinde oluşur. Bu bağlamda simgesel etkileşimciler için önemli üç nokta şunlardır: fail ve dünya arasındaki etkileşime odaklanma, bunların durağan yapılar olarak değil, işleyen süreçler olarak görülmesi ve failin toplumsal dünyayı yorumlama kapasitesine verilen büyük önemdir (Ritzer ve Stepnisky, 2014).

Simgesel etkileşim kuramının aktör ve zihinsel süreçlere atfettikleri büyük önem benlik kavramını öne çıkarmış ve böylece benliğin toplumsal süreçlerde ki rolünün incelenmesinin gerekliliğini göstermiştir.

Bu çalışma da benliğin ilk olarak ele alındığı psikoloji temelli açıklamalar ele alınmıştır. Benlik kavramı üzerinde ciddi bir şekilde ve sosyolojik olarak üzerinde duran bilim insanı William Cooley olmuştur (Apaydın, 2018). Cooley, henüz 1902'de benlik kavramını ayna benlik olarak tanımlamıştır (Hayes, 2011). Ona göre bireyin benliği içinde bulunduğu toplumdan soyutlanamazdı. Buna göre ayna benlik, bireyin etkileşimde bulunduğu diğer insanların kendisini nasıl algıladıkları ve değerlendirdiklerini yansıtan bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Öyle ki ayna benlik üç temel unsurdan oluşmaktadır:

1) bireyin başkaları tarafından nasıl algılandığına yönelik tasarımları, 2) başkalarının bireyin bir davranışına ilişkin eriştiği yargının onda yarattığı tepki ki bu bireyin toplum içinde aldığı değeri ifade eder, 3) benliğe ilişkin duygular (Özkalp, 2004'den akt., Halil Apaydın, 2018, s. 57).

Cooley toplum/birey ve beden/zihin ikiliklerini ortadan kaldırmayı hedeflemiş ve bunlar arasındaki içsel bağlantıları ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Ona göre sosyal bilimlerin temelinde yatan problem toplum ile toplumsal düzen arasındaki ilişkiydi ve insan yaşamı özünde birey ve toplumun arasında gerçekleşen etkileşime dayanıyordu. Bu anlamda toplum ve birey birbirleriyle ilişkileri çerçevesinde tanımlanabilirdi.

Cooley tarih, felsefe ve sosyal psikolojiyi birleştirmeye çalışıyordu. Bu rağmen ortaya attığı kavramlar sosyoloji nosyonunu kapsıyordu. Bu kavramlardan ilki 'ayna benliği' bireyin benlik duygusunun başkalarının aynasına tutulması ve yansımaları anlatır. Bireyin kendi benliğini, diğerlerinin ona yönelik davranışları, eylemleri ve tepkileri temelinde algılama sürecini ifade etmektedir. Cooley'e (1902) göre karakterimiz, davranış tarzımız, eylemlerimiz, dış görünüşümüz, amaçlarımız, dostlarımız vb. başkasının zihnine yansır ve bunlardan birçok yönde etkileniriz (Yikebali, 2018).

Cooley'in ikinci kavramı ise yüz yüze, yakın, candan ilişkilerle nitelenen 'asli grup' kavramıdır. Kurama göre benliğin oluşumunda etkili olan aile ve arkadaş çevreleri asli unsur sayılmaktadır. Cooley'in ayna benlik kavramı daha sonra George Herbert Mead tarafından ele alınarak genişletilecektir (Marshall, 1999).

Mead'in benlik kavramı ise simgesel etkileşimciliğin esasıdır. Mead, benliği edilgin bir yapıda değil, hareket eden bir organizma olarak kabul eder (Wallence and Wolf, 2012). Mead'in benlik kavramı bireyin kendi kendini nesne olarak kavramasını içerir. Benlik hem özne hem de nesne olmaya yönelik özgün bir yetenektir. Benliğin ortaya çıkması için bir toplumsal sürecin yani insanlar arasında iletişimin var olması gerekir. Mead'e göre zihin de benlik de gündelik yaşamın toplumsal eserleriydi. Mead:

"İnsan toplumu, tanıdığımız kadarıyla, zihinsiz ve benliksiz var olamazdı, çünkü onun en karakteristik özelliklerinin tümü de, toplum un fertlerinin zihinleri ve benlikleri olmasını ön gerektirmekteydi (Mead, 1934'den akt., Swingewood,1998, s. 312)."

Toplumsal deneyimler olmadan benlik ortaya çıkamaz. Yani benlik doğuştan gelmez, toplumsal süreçlerle elde edilir. Bunun yanında benlik bir kere ortaya çıktıktan sonra bunlar olmadan da devam edebilir (Ritzer ve Stepnisky, 2014). Benliğin bu özelliği toplumsal deneyimlerin bireylerin üzerindeki etkilerini göstermektedir. Bu anlamda benlik

düşünümsel oluşuyla kişinin kendisini bir başkası yerine koyduğu ve kişinin kendi kendisini nesneleştirdiği toplumsal süreçlerle ortaya çıkan bir fenomendir.

Mead benliği iki evrede sınıflandırır. Birince evre bireyin diğerlerine karşı örgütlenmemiş, içten gelen yanı Ben'dir (I). Diğeri de bireyin toplumsal deneyimlerle oluşan, başkalarından öğrendiği kendisiyle ilgili olan imajları ifade eden Beni (me)'dir (Wallance ve Wolf, 2012). Mead 'Ben' ve 'Beni'yi şöyle açıklamaktadır:

“‘Ben’ organizmanın başkalarının tutumuna olan tepkisidir. ‘Beni’ ise; bireyi varsayan diğerlerinin tutumunun organize edilmiş dizisidir. Başkalarının tutumları organize edilmiş ‘Beni’ oluşturur ve birey buna ‘Ben’ olarak tepki verir (Swingewood, 1998, s. 312).”

Ben ve Beni arasındaki ilişkide Ben kişinin spontane, özgür, yaratıcı yanını ifade ederken, Beni bireyin davranışlarının toplumsal süreçlere uyması, içinde yer alınan grubun değerlerinin benimsenmesini gerektirir. Beni, toplumsal deneyimlerin bireyler üzerindeki etkileri ifade eder. Bu anlamda benlik hem bireysel bir güçtür, hem de toplumsal bir üründür.

Simgesel etkileşimi sosyoloji içinde sistemleştiren Blumer ise Mead'in düşüncelerini yorumlayarak yaklaşıma önemli katkılarda bulunmuştur. Blumer, benliği *“insanların kendi eylemlerinin nesnesi olması, yani insanların sadece başkalarına değil kendilerine yönelik davranabilmesi (Ritzer ve Stepnisky, 2014, s. 362)”* şeklinde tanımlamaktadır. Blumer'e göre simgesel etkileşimcilik üç varsayım üzerine kurulmuştur. Birincisi insanlar şeylere, şeylerin onlar için ifade ettiği anlamlara göre davranırlar. Ona göre nesnelerin kendi başlarına bir anlamları yoktur. Nesneler anlamalarını etkileşimler sonucu kazanır. İkincisi şeylerin anlamı insanın diğer insanlarla kurduğu toplumsal ilişkiler sonucu ortaya çıkar. Nesneler hakkında farklı düşüncelerin olması, o nesnenin anlamının toplumsal etkileşimler sonucu ortaya çıktığını göstermektedir. Blumer'in üçüncü varsayımı ise nesnelerin anlamlarının tekrar yapılandırılması ve dönüştürülmesidir. Bu ilke ise anlamın toplumsal süreçler içinde inşa edildiğinden aynı şekilde insanların düşünceleri ve nesnelere yükledikleri anlamlar da değişecektir (Wallance ve Wolf, 2012).

Simgesel etkileşimde eylem önemli bir kavram olarak yer almaktadır. İnsan davranışları dış faktörler altında değil yukarıdaki varsayımlarla hareket eder. Bu anlamda toplumsal eylem uyarıcı-tepki ilişkisiyle açıklanamaz. Anlam ortak olarak üretilir ve üretilen anlam tekrar değiştirilebilir. Blumer, simgesel etkileşimin temel taşı şöyle belirler: *“bir topluluktaki insanların sahip oldukları ortak simgeler ve anlayışlar takımı (Wallance ve Wolf, 2012, s. 378).”*

Bu çalışma kapsamında simgesel etkileşim yaklaşımının önemi ise benlik sunumunda bulunan bireylerin çevrelerine etkin olarak mesajlar yaydıklarını, toplumsal deneyimlerle kendilerini inşa ettiklerini ve başkalarının gözünden kendilerini gördükleri ve düzenledikleri kabulüne dayanıyor. Kişiler benliklerini oluştururken ve sunarken toplumsal deneyimleri dikkate alırlar ve bu deneyimler sonucu üretilen sembollere uyumlu davranma yetenekleriyle toplumsal bir dizgenin içinde yer alırlar. Böylece benlik toplumsal olarak oluşurken kişiler de yorumlama gücüyle toplumu yeniden kurarlar.

2.2. Erving Goffman ve Benlik Sunumu

İnsanlar bir toplum içinde yaşadıklarından birbirlerine isteklerini iletmek, duygularını açığa vurmak veya çeşitli amaçlara ulaşmak için diğerleriyle etkileşim kurmak durumundadırlar. Etkileşime girerken fiziksel, yüz yüze ya da günümüzde online olsun insanlar bir başkasının karşına çıktığında bir aynaya bakar gibi kendini ayarlamakta, diğerlerinin bakışlarını üzerlerinde hissetmektedirler. Bireyleri çeşitli şekillerde etkileyen bu bakışlar, insanların kendilerini düzenlemelerine, farklı şekilde davranmaya, dış görünüşlerine dikkat etmeye gibi çeşitli etkilere yol açarlar.

Kişiler kimi zaman kendilerinde olmayan özellikleri varmış gibi gösterebilir, kendileri hakkında bilerek yanlış izlenimler yayabilir, öğrenilmesini istemediği bilgileri saklayabilirler. Tüm bu süreçler insanların başkalarıyla birlikteyken kullanmış olduğu benlik sunumu kavramını karşımıza çıkarmaktadır.

Benlik sunumu kavramının kökeninde William James'in benliği iki boyutlu olarak kurgulayarak bilen benlik ve bilinen benlik şeklinde açıklayan çalışmaları yatar. James benliği üç kategoride incelemişti. Bunlardan maddi benlik kişinin sahip olduğu fiziksel şeylerdi, ruhsal benlik ise kişinin kendisini algılamasını ve değerlendirmesini içermektedir. Sosyal benlik ise kişinin diğer insanlara gösterdiği benliği ifade etmektedir (Araz, 1998).

Cooley ise ayna benlik kavramıyla benliğin oluşumunda toplumun rolüne vurgu yaparak, James gibi diğerlerinin davranışlarımız üzerindeki etkisine dikkat çekmişti. Bu doğrultuda benlik sunumu *"kişinin diğer insanlar tarafından nasıl algılandığını kontrol etme süreci"* olarak tanımlanmaktadır (Leary, 1996'dan akt., Araz, 1998, s. 6).

Benlik sunumuyla ilişkili olarak ve izlenim denetimi teorisi ve araştırmalarının temelini oluşturan (Demir, 2003) Erving Goffman'ın 1959'da yazmış olduğu *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (The Presentation of Self in Everyday Life) kitabı, bu alanda ilk sistematik çalışma olarak kabul edilir. Blumer'in öğrencisi olan ve Mead'den etkilenen

Erving Goffman, sembolik etkileşimciler gibi benlikle ilgilenmiş ve bu konuda sıra dışı çalışmalar ortaya koymuştur.

Goffman sadece sembolik etkileşim bakış açısını kullanmamıştır. Goffman sosyal bilimlerde önemli bir konu olan toplumsal düzenin nasıl olduğu, birey davranışının toplumda ve kamusal alanda hangi etkilerle ortaya çıktığını (Goffman, 1963a, 1971), şekillendiğini ve altında yatan nedenlere kadar toplumsal, kültürel, tarihi alanlarda da çalışmalar yapmıştır. Onun sosyolojisi; psikoloji, antropoloji ve tarih gibi birçok disiplinin bir sentezidir (Yılmaz, 2021).

Goffman, keskin gözlemlerine dayalı bir takım önemli kavramlarla toplumbilimi zenginleştirmiş; yine de temel ilgisi, aktörlerin, hareketlerini gözden geçirirken kendi kendilerine ne söyledikleri değil, tanımlanan durumun üstesinden nasıl geldikleri olmuştur (Wallace ve Wolf, 2012). Goffman'ın bireylerin kolaylıkla kaybedebileceği özerkliğini nasıl koruyabileceği sorusu çalışmalarının ana meselesi olmuştur. Goffman'ın çalışmaları kavramsal olarak üç başlık altında toplanabilir (Şentürk, 2017).

1. Etkileşim (interaksiyon): İnsanlar birlikte bir şeyler yapar, inşa eder, yıkar veya aralarında bir şey vuku bulur. Anlamlar ve kimlikler, insanlar arasında meydana gelen etkileşimlerin bir ürünüdür. Bu anlamda toplumsal çevre de etkileşimin bir sonucudur.
2. Dramaturji: Toplumda meydana gelen etkileşimler belirli senaryoların bir ürünüdür ve sahnelerde veya benzer çerçevelerde ortaya çıkarlar. Yüz yüze ilişkilerde, etkileşimde bulunan oyuncular çeşitli roller ve şemalar etrafında davranışlar sergileyerek bir tür performans ortaya koyarlar. Dramaturjik araştırmalar toplumsal hayatı bir tiyatro oyunu olarak tasvir eder ve arka plandaki dramaturjiyi ortaya çıkarır.
3. Semiyotik: Etkileşim ve dramaturji çerçeveleri ve kodları ifade eden semboller sistemine nüfuz etmiştir ve keyfi olarak manipüle edilemez. Kültür sosyal olarak inşa edilmiş bir işaretler sistemi sunan makro bir yapıdır. Semiyotik bakış, toplumsal gerçekliğin işaretvari karakterini ortaya koyar ve semiyotik süreçleri analiz eder (Şentürk, 2017).

Goffman, etkileşimi yani yüz yüze iletişimi “*kabaca fiziksel olarak aynı ortamda bulunan bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin eylemleri üzerindeki etkileri*” olarak tanımlamaktadır (Goffman, 1959, s. 28). Goffman, çalışmalarında, iki veya daha fazla

insanın fiziksel varlığının oluşturmuş olduğu etkileşimlere ilişkin kapsamlı açıklamalar gerçekleştirmiştir. Etkileşim düzeni diye adlandırdığı sosyal durumlar; günlük hayatın akışı gibi basit olgulardan kurumsallaşmış yapılara ve beklenmedik olaylara kadar insan hayatını domine eden bir çeşitlilik sunmaktadır. Günlük konuşmalar bir sosyal kurumdur ve kültürel olarak üretilmiş sosyal yapıya tek yönlü etkisi olmayan ritüeller tarafından düzenlenir. Goffman, ritüel kavramıyla insanı dilsel bir dünyanın içine yerleştirmektedir. Etkileşim bireylerin ritüel gibi biat ettiği ve sosyalizasyon sonucu oluşan bir sosyal düzene işaret eder. Bu etkileşim sözel ve sözel olmayan dil aracılığıyla sürekli üretilir (Bayad, 2016). Bunlar ruh ve beden hallerini içeren bireylerin isteyerek veya istemeyerek kullandığı bakışlar, jest ve mimikler, duruşlar ve sözlü ifadelerdir (Goffman, 1967). Goffman'ın davranış modelleri, etkileşim ritüelleri, roller ve ortaya çıkan durumlar arasındaki mesafe biçimleri ve benliğin günlük yaşamda sergileniş şekilleri üzerine yaptığı çalışmalar günümüze kadar etkisini sürdürmektedir (Şentürk, 2017).

Goffman'a göre insan davranışlarının büyük bir bölümünde ritüeller bulunur. Farkında olarak ya da olmayarak gerçekleştirilen bu ritüeller yoluyla bireyler, karşıdaki kişi ya da nesneye saygı ve güven duyduklarını gösteren işaretler olarak toplumsal düzeni tesis ederler. Goffman, toplumun insanları nasıl kendileriyle ilgili belirli imgeler yaymaya zorladığına ve bireylerin bu imgeleri yayma ve düzenleme stratejilerini açıklamaya girişir. Toplumsal düzen, toplumsal etkileşim ve benlik ilişkisine, toplum ile genel olarak gündelik toplumsal karşılıklı ilişkiye ve makro ve mikro sosyoloji arasındaki ilişkilere odaklanır (Slattery, 2014).

Goffman'ın benlik anlayışı temelde Mead'in *ben* ve *beni* arasındaki gerilimi taşıyan önemli bir açılım olarak görülmektedir (Wallance ve Wolf, 2012). Goffman, kendi benliğimiz ve toplumsal benliğimiz arasında ortaya çıkan, toplumsal yaşantı içinde bireylerden ne beklendiğinin ve bu beklentiye uygun spontane olarak ortaya konulmak üzere tasarlanan davranışlar üzerinde durur (Ritzer ve Stepnisky, 2014). Goffman benliği, eyleyen ve izleyici arasında dramatik bir ilişkiyle ortaya çıktığını varsayar:

“Sahnelenen benlik, sahnede belli bir karakteri canlandıran bireyin başkalarına vermeye çalıştığı bir imajdır. Her ne kadar bu imaj bir kişiyle ilgili oluşturulsa ve böylece o kişiye bir benlik atfedilmesini sağlasa da, bu benlik ona sahip olandan değil, onun eylemlerinin toplamından gelir, olayların şahitlerce yorumlanmalarına imkân veren nitelikleri tarafından yaratılır. Doğru şekilde düzenlenmiş ve canlandırılmış bir sahne, seyirciyi canlandırılan bir karaktere bir benlik atfetmeye yönlendirir, ama bu atıf -bu benlik- ortaya konulan sahnenin nedeni değil ürünüdür. Buna göre, canlandırılan bir karakter olarak benlik, belli bir yeri olan, esas kaderi doğmak, büyümek ve ölmek olan organik bir şey değildir; sergilenen bir sahneden

dağınık olarak doğan bir dramatik etkidir ve tipik sorun, asıl kaygı, inandırıcı olup olmayacağıdır (Goffman, 1959, s. 234-235)."

Dramaturji benliği (self), toplumsal durumun ortaya çıkardığı ürüne benzer şekilde, sahnedeki karakteri, bireylerin sergilemiş olduğu yazılmamış senaryoların bir ürünü olarak ele alır (Poloma, 2007). Goffman'a göre kişilik insanın bu senaryolara göre oynadığı rollerin toplamıdır. Gerçek benliğin kişisel ya da içsel olmayıp, kişinin kendini kamusal alanda sunduğu tiyatroya etkiler olduğuna gönderme yapar (Collin ve ark., 2012).

Goffman'a göre bireyler sabit bir benliğe sahip değildirler. Kişiler birden fazla benliğe sahiptirler ve etkileşimde bulunulan kişiye ve kamusal alanda ki ilişkilerin seyrine göre ortaya çıkar. Benlik sosyal ilişkilerle oluşturulur ve etkileşim sırasında performe edilen şeydir. Benliğin etkileşim sırasında ortaya çıkması bireylerde gerçek ve sabit bir benliğin oluşmasını engellemektedir. Yüz yüze etkileşimde her sosyal ortama verilmek istenen izlenimler farklı olduğu için gerçek benliğin ortaya çıkması zorlaşmaktadır.

Goffman'ın önemli kavramlarından biri olan izlenim denetimi farklı sosyal ortamlarda, kişilerin kendilerine yönelik düşünceleri yönlendirmek üzere çevrelerine yaydıkları bilgi, görünüş, davranışlar olarak tanımlanabilir. Karşısındaki kişiye istenilen sonuç doğrultusunda yönlendirme maksadıyla çeşitli bilgiler iletmesi (Demir, 2003), kişilerin diğerleri üzerinde gerçekleştirdiği, kendilerine ait enformasyonu düzenleme ve kontrol etme süreci olarak tanımlanan izlenim denetimi zamanla bilim dışından insanların da ilgilendiği sosyal psikolojinin ve sosyolojinin önemli çalışma alanlarından biri haline gelmiştir (Araz, 1998).

Goffman izlenim denetimini; bir bireyin, çevresindeki insanların kendisine ilişkin düşünceleri etkilemeyi amaçladığı davranışlar olarak açıklamaktadır. Sahip olunan çoklu benliklerin idaresinin izlenim denetimi vasıtasıyla ortaya çıkarak, toplumsal etkileşim içinde kurgulandığını ve bireylerin bu benliklerden birini maskeleyerek performansını ortaya koyduğunu belirtir (Goffman, 1959). İnsanlar, başkaları tarafından nasıl algılandıkları konusunda duyarlıdır ve başkalarını istedikleri gibi tepki vermeye zorlayacak pek çok izlenim yönetimi biçimi kullanırlar. Bu, kimi zaman makul bir biçimde yapabileceğimiz, ancak genellikle bilinçli olarak dikkat etmediğimiz şeylerden biridir (Giddens, 2012).

Goffman'ın doktora çalışmaları için Shetland Adalarında bir çiftçi topluluğu üzerine gerçekleştirdiği araştırmalara dayanan *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (1959) kitabı Dramaturji yaklaşımını ayrıntılı bir şekilde anlattığı kitabıdır. Kitabın Almanca

baskısının ismi de Hepimiz Tiyatro Oynuyoruz'dur. Dramaturji bir tiyatro terimi olarak: 'tiyatro tarihi, oyun kuramı, oyun yazımı ve oyunun sahnelenmesiyle ilgili tüm bilgilerle uğraşan sanat-bilim' olarak tanımlanmaktadır (Erim, 2009).

Goffman dramaturji yaklaşımında toplumsal yaşantıyı ve yüz yüze ilişkileri tiyatro oyununun sergilendiği bir sahnede oynanan bir oyun gibi ele alarak çözümledi. Oyun sırasında ortaya konan etkinlikleri ise performans olarak adlandırdı. İnsanlar toplumsal dünyada etkileşirken bir oyundaymış gibi hareket ederek bir performans ortaya koyarlar ve benliklerini de bu performans içinde sergilerler.

Dramaturjik yaklaşımın çıkış noktası temelde kişilerin kendileri hakkında ne düşünüldüğünü önemsemesidir. Birçok bakımdan iyi ve yetenekli olduğumuzu göstermek, varlığımızın kabul edildiğini görmek, saygı duyulan biri olarak görülmek yaşam boyunca ulaşılmak istenen amaçlardandır. Yanlışlarımızın belli olması, bulunulan sosyal çevre tarafından dışlanmak, görünür ya da görünmez fiziksel durumumuz ya da kültürel özelliklerimiz ve çeşitli durumlar yüzünden damgalanmak³ hiç kimsenin istemeyeceği hallerdir (Albayrak, 2019). Goffman'a göre toplum, *"belli toplumsal özelliklere sahip herhangi bir bireyin diğer insanların kendisine belli bir şekilde değer vermelerini ve davranmalarını beklemesinin o kişinin ahlaki hakkı olduğu ilkesi üzerine kuruludur (1959)"*. İkinci ahlaki ilke ise gizlice veya açıkça bireyin gerçekten de iddia ettiği gibi olmasıdır. Goffman'a göre insanlar bulundukları ortama yeni birisi girdiği zaman o kişi hakkında bilgi edinme ya da daha önceki bilgileri kullanma çabası içine girerler. Bunun amacı gözlemcilerin kendilerinden ne beklendiğini ve gözlemlenen kişiden de ne bekleyebilecekleri üzerine bir ön bilgi sağlayarak durumun tanımını yapmak. Ortamda bulunan kişiler pek çok bilgi kaynağına başvurarak gelen kişinin görünüş ve tavırlarından, kendisiyle ilgili söylediklerinden ya da kim ve ne olduğuna yönelik sunduğu belgelerden faydalanmaya çalışırlar. Bu ilk durum karşısında kişi öyle ya da böyle kendini ifade edecek şekilde davranması ve gözlemcilerin de bir şekilde izlenim edinmesi kaçılmaz bir etkileşimsel süreçtir (Goffman, 1959, s. 16).

³ Erving Goffman, Damga (1963b) adlı kitabında, toplum tarafından damgalanmış bireylere karşı 'normal' insanların dünyasında takınılan tavır ve eylemlere odaklanarak, damgalı bireylerin bu tavır ve eylemlere karşı geliştirmiş oldukları idare etme yöntemlerini ele alır. Goffman farklı üç tip damgadan bahseder. Birincisi kendi ifadesiyle beden korkunçlukları yani muhtelif fiziki defromasyonlar. İkincisi zayıf irade, baskıya müstehak ya da doğal olmayan tutkular, sapkın ve katı ve ahlaksızlık olarak algılanan bireysel karakter bozuklukları gelir. Bunlar ruh bozuklukları, hapis yatmak, bağımlılık, alkolizm, eşcinsellik, işsizlik, intihara girişim ve radikal siyasi davranışlar. Üçüncü tip damga ise ırk, ulus ve din gibi etnolojik damgalardır.

Dramaturji yaklaşımında öne çıkan temel kavramlar performans, takım, bölgeler ve bölgesel davranışlar, ayrık roller, karakter-dışı iletişim ve izlenim denetimi sanatıdır. Goffman, *performansı* “belli bir durumda belli bir katılımcının, diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik tüm etkinlikleri; bir diğer ifadeyle belli bir gözlemci önünde bulunduğu süre boyunca gerçekleştirdiği ve gözlemciler üzerinde biraz da olsa etkisi olan bütün faaliyetler” olarak tanımlamaktadır. Performans tanımı içinde, eylemleriyle katkıda bulunanlardan seyirciler, gözlemciler ve diğer katılımcılar da sayılmaktadır.

Performans ortaya konurken önceden belirlenmiş ve diğer durumlarda da oynanabilecek eylem kalıbı ise rol veya rutin olarak adlandırılmaktadır. Goffman, eylemi ortaya koyan kişiye aktör, aynı ortamda bulunan gözlemcilere seyirci, gözlemcilere sunulan bütün etkinlik ve eylemleri de performans olarak adlandırmaktadır.

Bir performansın ortaya çıkmasının ilk koşulu, izleyenlerin verilmek istenen izlenimi ciddiye aldıklarını ve kişinin kendisinin görünmek istediği şekilde olduğuna inanmalarıdır. Burada ortaya çıkan ikinci durumda kişinin verdiği izlenime kendisinin inanıp inanmamasıdır. Bu gibi durumda kişi oynadığı oyuna ve verdiği izlenime gerçekten inanabilir. Seyirci de sergilenen oyuna inandığında oyunun gerçekliğinden kuşku duymak için bir neden yoktur. İkinci durumda ise oyuncu rolüne inanmaz ve verdiği izlenim de umurunda olmadığında oyuncunun bir kinik yaklaşım içinde olduğundan bahsedilir. Sonuç olarak kişi kendi rolüne inanabilir ya da kinik bir tavır sergileyebilir. Kişi kendi rolüne inanmaması durumunda verdiği izlenim, hakiki benliğini yansıttığı karakterinin ayrılmaz bir parçası haline gelir. Goffman’ın Park’tan aktardığı gibi kişilik (persona) sözcüğünün ilk anlamının maske olması tesadüf değildir. Bu herkesin bir rolü oynadığının kabulüdür. Kendimizi bu maskeyle tanıtırız ve taktığımız maske bir süre sonra kişiliğimiz haline gelir.

Performans ortaya konulurken aktörler, seyirciler için belirsiz ve görünmez olması muhtemel faaliyetlerin altını çizdiği *dramatik canlandırma* denilen bir yöneme başvurur. Dramatik canlandırma faaliyetlerin seyircinin gözünde anlamlı hale getirildiği, oyuncunun iletmek istediklerini ve taşıdığını iddia ettiği özellikleri ifade edecek şekilde davranmasıdır (Goffman, 1959). Bu faaliyetlerin dramatik işaretlerle donatılmasıdır ve kimi statülerin niteliklerini ve özelliklerini iletmesi açısından işlevsel bir öneme sahiptir. Boksörler, cerrahlar, kemancılar ve polisler kendilerini dramatik olarak ifade etmeye imkân tanıyan mesleklerdir.

Goffman'a (1959) göre, bir grubun veya sınıfın üyelerinin belli başlı rutinlere bağlanma eğiliminde olduklarını ve performe ettikleri diğer rollere daha az önem verdiklerini tespit etmek mümkündür. Yetkin bir kimse herhangi bir yerde alçakgönüllü bir rol oynayabilir. Ancak yetkinliğini oynadığı sosyal çevrede etkili bir izlenim vermek için davranışlarını bu rutine göre ayarlayıp sahnelediği rutinler arasından sadece mesleki itibarının kaynağı olan rolü dikkate alacaktır.

Oyuncuların başvurduğu bir diğer önemli yöntem de ise bir performansın sunulduğu toplumun anlayışına ve beklentilerine uyması için toplumsallaştırılması, şekle sokulması ve uyarlanmasının bir özelliği olan seyircilere *idealize edilmiş* bir izlenim sunma eğilimleridir. Cooley eğer olduğumuzdan daha iyi gibi görünmeye hiç çalışmasaydık, nasıl gelişebilir ya da kendimizi dıştan içe doğru eğitebilirdik diye sorar ve şöyle devam eder:

“Dünyaya daha iyi ve idealize edilmiş yönümüzü gösterme dürtümüz çok çeşitli meslekler ya da sınıflar aracılığıyla kendine örgütlü bir ifade bulur; bu meslek ya da sınıfların her biri kendine ait, üyelerince farkında olmadan benimsenen, ama dünyanın geri kalanının saflığından yararlanan bir komplo gibi işleyen bir argoya ve duruşa sahiptir. Yalnızca teoloji ve iyilikseverliğin değil, aynı zamanda hukuk, tıp, öğretmenlik, hatta bilimin de –belki de şu sıralar özellikle bilimin, çünkü belli bir meziyet ne kadar kabul görüyorsa ve beğeniliyorsa, ona sahip olmayanlar tarafından benimsenmesi de o denli muhtemeldir- bir argosu vardır (Cooley, 1922'den akt., Goffman, 1959, s. 45).”

Dramaturjik yaklaşımın temel anlayışı bireylerin etkileşim kurarken en iyi yönlerini ortaya koyan davranışlar içinde hareket etmeleridir. Bunu yaparken bir takım hareket tarzlarına başvurarak dramatik etkiyi arttırırlar. İdealize etme dramatik etkiyi arttırmak için performans sırasında aktörlerin görünüşlerini, sahip olduğu nitelikleri ortaya koyarken toplumsal kalıplara uyacak şekilde davranacak bir role girmesini ifade eder. Oyuncu toplumun gözünde belirli çerçevede hareket ettiğini göstererek idealize edilmiş bir benlik sunar.

Oyuncular performans sırasında idealize edilmiş yönünü ortaya koyarken bir yandan da ideal standartlara uymayan yönlerini ya gizlemek ya da bunlardan vazgeçmek zorunda kalabilir. Orta sınıf ev hanımlarının ikram edecekleri yiyecekleri gizlice daha ucuz ve taklit ürünleri kullanarak hazırlarken aynı zamanda bu yiyeceklerin kaliteli oldukları izlenimini verirler. Bu bağlamda Goffman'a göre oyuncular performans sırasında birçok gizleme yöntemine başvurur. İlk olarak oyuncu seyircilerin kendi performansı hakkında edinecekleri izlenimden çok farklı bir performans gösteriyor olabilir. İkincisi, yanlışlık ve

hataların performanstan önce düzeltilerek bunların düzeltildiğine dair kanıtların gizlenmesi. Üçüncüsü bir ürünün tanıtıldığı etkinliklerde genellikle sonuçta ortaya çıkan ürünün gösterilmesi kaydıyla izleyenlerin işi bitmiş bir şeye dayanarak hükme varmalarına yol açmak. Dördüncü gizleme yöntemi ise kanuna aykırı fiziksel olarak pis işlerin sahnelenmesi sırasında, rahatsız edici gerçeklerin seyircilerden saklanması ya da bunların nadiren dile getirilmesidir. Beşinci yöntem ise yetersizliği saklanamayacak standartları korumak adına saklanabilecek olanlardan vazgeçilmesidir. Son olarak oyuncular, sahneledikleri role ideal amaçlar için girdiklerini, o rol için ideal niteliklere sahip oldukları izlenimini yaratmak isterler.

Aktörler performans sırasında ifade edilen durumları denetleyip performans sırasında ifade denetiminin elde tutulması ise bireylerin performansı sahnelerken verdikleri izlenimleri sakatlayan, iletilmesi tasarlanmamış anlamları denetlemek için başvuru stratejileri belirtir. İletişimde kimi zaman oyuncunun vermek istediği durumla çelişen kazalar meydana gelebilir ve bu durum seyircilerin içinde bulunduğu etkileşimi sorgulayarak performansın tümüyle sahte olduğu izlenimine kapılmalarına yol açabilir. Buna neden olan istemeyen hareketlerin yol açtığı geçici tanım değil, bu durumun resmi olarak yansıtılan tanımdan farklılığının açığa çıkmasıdır. Goffman'a (1959) göre bir performansın verilmek istenen izleniminin çok minik kazalar tarafından dağılabilen hassas ve kırılğan bir süreç olduğunu kabul etmeye hazırlıklı olmalıyız.

İnsani zaafı olan oyuncular için toplumsal benlik ifade denetimine açık bir şekilde homojen bir şekilde yansıtılmalıdır. Bireyler değişken güdülere ve duygulara sahip bir andan diğerine değişken varlıklardır. Seyirciler önünde yansıttığımız kişiliklerimiz için çeşitli duygu durumları ve güdülerimiz olamaz. Seyirciler önünde sabit bir kimliğin yansıtıldığı durumda benliğin bürokratikleşmesi beklenir (Goffman, 1959).

Seyircilerin oyuncu tarafından gönderilen işaretleri kabul etme eğilimi oyuncuyu ifade konusunda daha dikkatli davranmasına yol açar. Oyuncular seyircilerin bu eğilimini kullanarak onları kandırabilir veya yanlış yönlendirebilir. Bunun yanında ortada olmayan bir durumun varlığını iddia etmek için de kullanabilirler. Goffman'a göre birçok oyuncunun yanlış sunum için gerekli yeteneğe ve amaca sahip olduğunu belirtir. Ancak suçluluk, korku ve utanç bunu yapmalarını engeller.

Seyircilerin bir performansın ve ortaya çıkan izlenimlerin sahte olduğunu düşünmesi normaldir. Bu şüpheyile birlikte performansın manipüle edilemeyecek kısımlarına dikkat edilir, böylece yanlış sunuma açık bölümleri hakkında bir kanaate

varırız. Oyuncunun kolayca manipüle edemeyeceği belirli statü simgelerinin oyuncunun hak ettiği değeri almasına izin verilse bile Goffman’a göre çoğu kez oyuncunun iddialarını boşa çıkaracak yanlış sunumları öne çıkarmaya istekliyizdir. Verilen izlenimin sahte mi sahici mi olduğunu sorduğumuzda da aslında oyuncunun o performansı gösterme yetkisi olup olmadığını sorgularız. Bir kişinin sahtekâr olduğunu öğrendiğimizde o kişinin o rolü oynamaya hakkı olmadığını ve iddia ettiği ilgili statüye sahip olmadığını görmüş oluruz.

Goffman’a göre sahtekâr, bir performansı ne kadar iyi sergilerse seyircilerin de güvenini zedelediğinden bu aynı zamanda ahlaki bir ikilem de yaratmaktadır. Belli bir rolü oynamak için gerekli yetki ve o rolü oynamaya yetisi arasında var olan ahlaki bağı koparabilir. Sahte doktor ve öğretmenlerin bu sahtelikleri ortaya çıktığında olduğu gibi bu kişiler itibarlarını tümüyle kaybedebilirler. Burada taklit edilen statünün profesyonel bir meslek veya herhangi bir toplumsal statüye sahip olup olmaması durumun ciddiyetini arttıran ayrı bir faktör olarak değerlendirilebilir. Toplumda doktor ve öğretmenlik gibi statü gruplarının taklidinin yapılması büyük bir suç olarak kabul edilirken, Goffman’a göre yeterliliklerin nesnel olmadığı alanlarda gösterilen sahte performanslar daha düşük bir yaptırımla geçiştirilir. Bir sokak serserisinin, bir inşaat işçisinin rolü yapıldığında bu o kadar önemli görülmez. Söz konusu bir kişinin sahte bir doktor olduğu ortaya çıktığında ise büyük fırtınalar kopar. Sahte doktor olayı büyük bir iletişimsel sorunun yanında, bu toplumsal güveni zedeleyen bir krize dönüşme istidadı taşır aynı zamanda.

Performansları bir iletişim süreci olarak kabul edersek, bu süreçte verilmek istenen algının nasıl algılandığı denetlemek Goffman’a göre kurulan bağlantı üzerinde denetim kurmak demektir. Neyin görünüp görünmeyeceğini düzenlemek bağlantıların düzenlenmesi sürecidir bu anlamda. Bu sürecin performans açısından amacı toplumsal yaşamda seyircilerle olan mesafeyi korumak, izleyenler üzerinde hayranlık bırakmak ve hayranlığın devam etmesini sağlamaktır. *Gizemlileştirme* denilen performanslara ait bu taktik seyircilere, sergilenen performans da gizli saklı bir şeyler olduğu izlenimi vererek seyircilerle aradaki mesafeyi koruma düşüncesine dayanır. Seyirciler de oyuncuda ki gizemli havaya inanarak ya da inanmış gibi yaparak bu iletişim sürecinde saygısını ve işbirliğini ortaya koyar. Gizemlileştirme sırasında böylece seyircilerle olan işbirliği sayesinde, performans sırasında yaratılan durumun bozulmasıyla oyuncunun utanmasına yol açacak konuların da böylece ortaya saçılmadığı gizem durumu ve mesafe sürdürülmüş olur. Seyirciler oyunun ardında farklı gerçekler olduğunu, oyuncu da sakladığı gerçeklerin sıradan olduğunu hisseder.

Gizemlileştirme taktiğinin ardında ki gerçek verilen izlenimi yöneterek bir gizem havası oluşturmak suretiyle seyircilerle kurulan mesafeyi korumak ve böylece seyircilerin hayranlığını sürdürmelerini sağlayarak aslında ortada bir gizem olmadığı gerçeğini seyirciden ustaca saklamaktır. Sonuç olarak seyircilerin dikkati aktörden kayarak performansın bütününe yönelecektir (Goffman, 1959). Bunun için Türkiye’den popüler bir örnek olarak bir aşçıya yaptığı yemeğin nasıl yapıldığıyla ilgili soruya ‘mutfak sırrı’ diye yanıt vermesi, hiçbir sır olmamasına rağmen ya da saklamaya değecek bir şey olmamasına rağmen yapılan işe saygıyı ve hayranlığı arttırmak amacıyla gizemlileştirme taktiğinin yaygın bir kullanımını görmekteyiz.

Goffman’a göre bazı performanslar sahtekârlık içinde diğerleri de dürüstlikle performe edilir; ancak bu ikisi de dramatik açıdan zaruri değildir. Bir performansın başarılı olması için oyuncunun kendi rolünü sevmesinden çok, izleyenlerin oyuncunun içtenliğine inanmaları gerekir. Burada karşımıza çıkan durum düzmece bir görünüşle de seyirciler de içtenlik hissinin uyandırılabilirliği. Bu açıdan gerçek ve düzmece performanslar görünüş olarak gerçeklik hissinin ortaya çıkarılması anlamında çok da farklı değildir. Goffman’a göre herkes bir tiyatro metnini yeterince iyi çalışarak seyircilere gerçeklik hissini aktarabilir. Bunun böyle olmasının nedeni toplumsal etkileşimin bir sahnedeymiş gibi oluşmasıdır ve yaşamın kendisinin bir dramatik canlandırmaya dayanmasıdır.

Toplumsallaşma bir rolün gereklerini yerine getirmek olarak ele alındığında bireylerden beklenen, rolün gerektirdiği asgari işaretleri öğrenmesi ve rolü canlandırmasıdır. Bir rolün canlandırılması birçok farklı özelliğin birleşiminden oluşabilir. Performansın toplumsal gruplarda yaş, cinsiyet, eğitim, bölge, sınıf statüsü gibi özellikleri içeren eylem repertuarlarıyla ortaya çıkar. Oyuncular bu özellikleri oynadıkça rolleri daha incelikli bir şekilde ifade etme derecesine ulaşır. Burada gerçekte nasıl bir insan olduğumuz ve gerekli özelliklere sahip olup olmadığımız önemli değildir. Önemli olan görünüşümüzün ve öğrendiğimiz işaretlerin içinde olduğumuz toplumsal grubun standartlarıyla uyumlu olmasıdır. Goffman’a göre bir statü sahip olunacak ve sonra sergilenecek maddi bir şey değildir, süslü ve ustaca bir şekilde dile getirilecek bir eylem kalıbıdır. Düzmece bir şekilde de olsa o eylemin oynanması ve içine girilen rolün gerçek kılınmaya çalışılması gerekmektedir. Düzmece olsun ya da olmasın toplumsallaşma, bir bütün olarak herkesin rolünü gerçek kılmaya çalıştığı ve izleyenlerin rolün gereklerini yerine getirmemizi beklediği bir dramaturjik oluşum olarak meydana gelmektedir.

Goffman'ın dramaturjik kuramının temel kavramlarından biri de *takımdır*. Goffman'ın bir diğer deyişle performans takımı da dediği önemli kavramlarından biri olan takımdan kastettiği, *“bir rutinin sahnelenmesi veya yansıtılan durum tanımının sürdürülmesi sırasında işbirliğinde bulunulan kişiler toplamıdır.”* Performanslar her ne kadar bireysel benlik sunumlarına zemin oluştursa da bunun diğer bireylerle işbirliğine gidilerek kotarılan bir görev olduğu da bir gerçek. Benlik sunumunun esas amacı oyuncunun özelliklerini göstermek değil, sahnelenen görevin özelliklerini ortaya koymaktır. Bu özelliklerin ortaya konması diğer kişilerin işbirliğine ve katılımına muhtaçtır. Goffman'a göre *“takım arkadaşı, belli bir durum tanımını yaratmak için dramatik işbirliğine bağımlı olduğumuz kişidir.”* Takım haline gelmek toplumsal bir düzende etkileşime katılanlar, gerçekliğin ne olduğunu göstermek için işbirliği yaptıklarında bir takımın üyeleri olurlar.

Bölgeler ve bölgesel davranışlar da dramaturji kuramının önemli kavramlarından biridir. Bölge kavramı *“bir ölçüde algıya karşı engellerle çevrili herhangi bir yer olarak”* tanımlanır. Bir başka deyişle performansın sergilendiği yer olarak vitrin bölgesi kavramı ön plana çıkar. Vitrin, sergilenen performans sırasında kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan ifade donanımlarıdır. Goffman, vitrinin set kısmını, *“sergilenen insan faaliyetlerine ortam ve sahne sunan sabit ve değişmez mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve arka plan düzenlemeleri”* olarak tanımlamaktadır. Set kelimesi sahnenin görsel kısmı iken, kişisel vitrin de oyuncunun kendisiyle bağdaştırdığımız ve oyuncuyu izlemesini beklediğimiz diğer parçalarıdır. Bunlar cinsiyet, yaş, ırksal özellikler; boy, görünüş; duruş şekli; konuşma kalıpları; yüz ve vücut ifadeleri vb. özelliklerdir.

Temel olarak kişisel vitrin görünüş ve tutum olarak değerlendirilebilir. Görünüş oyuncunun toplumsal statüsü hakkında bilgi veren işaretlerdir. Tutum ise etkileşim sırasında oyuncunun oynamayı beklediği rol hakkındaki uyarıcı bilgilerdir. Saldırgan bir tutum oyuncunun sözel etkileşimi başlatacak ve yönlendirecek bir kişi olmayı beklediği anlamına gelebilir. Yumuşak başlı bir tavır ise oyuncunun başkasının liderliğini kabul etmeyi beklediğini veya buna yönlendirilebileceğini gösterebilir (Hülür, 2017).

Goffman, vitrin bölgesinde yer alan arka bölge/sahne arkasını, seyircilere kapalı ve aktörün sahne önündeki performansıyla çelişen izlenimlerin yer aldığı bölge olarak adlandırırken; seyircilere açık olan, performansın sahnelendiği yeri ön bölge/sahne önü olarak tanımlar. Arka bölgenin özel işlevi, performansların burada geliştirilip düzenlendiğidir. Her türlü hazırlık sahne arkasında yapılır, burada verilmek istenen izlenim inşa edilir ve ortaya çıkan kusurlar giderilir. Sahne arkası, seyircilerin izinsiz giremeyeceği

bir bölge olma konumuyla aktörlerin güvenli bir şekilde inşa edilen izlenimlerini bir süreliğine bıraktıkları rahat bir yerdir. Aktörler sahne arkasının sağladığı bu rahatlık sayesinde performanslarının dışına çıkarak gerçek duygularını burada ortaya koyabilirler. Sahne arkasından fiziksel olarak ayrı olan sahne önü de performansın sergilendiği seyirciye açık bölgedir. Sahne önü izlenim denetiminin sürdürüldüğü ve izleyicilerin idare edildiği yerdir. Oyuncu burada sahnelenmek üzere arka bölgede hazırlığı yapılmış rolü canlandırır. Sahne önü, sahne arkası gibi rahat bir yer olmayıp, aktörlerin verilmek istenen izlenimle çelişen davranışlardan uzak durması beklenen bir bölgedir.

Sahne arkası bir başka açıdan, işbirliğinde bulunulan kişiler arasında yaratılmak istenen duruma ait sırların olduğu yerdir. Bu sırların açığa çıkması performansı çeşitli şekillerde etkileyebilir. Performans açısından yıkıcı olabilecek bilgilerin titizlikle korunması gerektiği dramatik açıdan ortaya çıkan bir gerçek. Bu bilgilerin korunmasını sağlamak, takımın vermek istediği durumun tanımına ait kimi gerçeklerin belirginleştirilmesini, kimilerinin de gizlenmesini gerektirebilir. Bu açıdan bir performans için temel sorunlardan biri de bilgi denetimi olgusudur.

Goffman'a göre performansı üç boyutlu olarak ele almak, bilgi denetiminin hangi bölgeleri kapsadığını, bu bölgelere kimlerin erişebildiğini ve bir kişinin oynadığı role ve performansa göre erişebildiği bilgi türünü ortaya çıkarabilir. Bu üç boyuttan biri performansı sahneleyenler yani oyuncular, ikinci ise performanstan etkilenmesi beklenen seyirciler ve son olarak rolü bulunmayanlar ve performansı gözlemlemeyen dışarıdakiler. Yıkıcı bilgilere sahip olan oyuncular arka bölgede bulunur ve yarattıkları izlenimin farkındadırlar. Seyirciler ise sahne önünü görür ve verilmek istenen durum tanımının farkındadırlar ama performansla ilgili yıkıcı bilgilere sahip değildirler. Son olarak dışarıdakiler ise ne performansı bilirler ne de performansın vermek istediği gerçekliği bilirler. Bir performansın kırılabilirliği bu üç boyut arasındaki uyumun bozulmasıyla ortaya çıkar. Bu bölgeler dışında kalan bölgelere erişimde ortaya çıkan yeni açık noktalardan ve buna bağlı bilgi denetimini zorlaştıran rollerden bahseden Goffman, performansın yarattığı izlenimi lekeleyen ve bu üç boyut dışında kalan rolleri *ayrıksı roller* şeklinde isimlendirir. Muhbir, yem, gözcü, profesyonel müşteri, arabulucu (aracı) ve görünmez insan rolü ayrıksı roller olarak tanımlanır. Ayrıksı rolleri oynayan kişiler takımın seyirciden gizlediği karanlık ve stratejik sırları ele geçirmeye çalışan kişilerdir. Toplumda çeşitli şekillerde rollere bürünerek çeşitli çıkarlar elde ederek performansı etkilemeye, zayıflatmaya veya desteklemeye çalışırlar.

Karakter-dışı iletişim Goffman'ın dramaturji kuramının bir diğer kavramıdır. Bir oyuncunun kendini oynadığı karakterin o anda geçerli olmadığı bir duruma sokmasını ifade eder. Goffman karakter-dışı iletişimin dört çeşidinden bahseder. Mevcut olmayana karşı davranış biçimi, seyircinin kendilerini göremeyeceği sahne arkasına geçen takım üyelerinin seyirciler hakkındaki gerçek düşüncelerinin açığa çıkmasıdır. Sahne arkasına geçen takım üyeleri, seyirciyle dalga geçer, dedikodusunu yapar ve eleştirir. Takımın böyle davranmasının nedeni takım moralinin ayakta tutulmasıdır. İkinci durum sahneleme muhabbeti, takım üyelerinin arka sahnede performansla ilgili sorunlardan ve muhtemelen aksaklıklardan bahsetmeleridir. Takım içi danışıklık ise, takım üyeleri arasındaki gizli iletişim biçimi olarak takımdakilerin, seyircilerin durumun tanımının dışında iletilen işaretlerin farkına varmayacak şekilde davranmalarını ifade eder. Goffman (1959) takım içi danışıklığı, seyirci için oluşturulan aldatmacaya tehdit olmayacak yoldan iletilen her tür gizli bilgi olarak tanımlamaktadır. Bir mağazada müşterileri idare etmek için geliştirilen dil, müşterilerin gereksiz kimi isteklerini savmak için takım üyeleri arasında kullanılan gizli bir iletişim olanağı sağlamaktadır. Tekrar saflaşma eylemleri ise oyuncuların geçerli mutabakatla ilgili hoşnutsuzluklarını belli ettikleri ama iki takımın bütünlüğünü ve sosyal mesafeyi tehdit etmeyecek biçimde davranmalarıdır. Örtük iletişim biçimi olarak iki takımın karşı tarafa yönelik olumlu olma görüntüsü altında karşı takımı olumsuz bir konuma sokma hedeflenmektedir (Goffman, 1959, s. 181).

Dramaturjik yaklaşımın son ilkesi *izlenim denetimidir*. Bir oyuncunun iddia ettiği karakteri başarılı bir şekilde sahneleyebilmek için gerekli niteliklere sahip olması gerekmektedir. Performans sırasında ortaya çıkabilecek ufak bir aksaklık o anda uygun olmayan izlenimler iletmeye yol açarak, iddia edilen karakteri ve nitelikleri tehlikeye atacaktır. Goffman, bu aksaklıkları kasıtsız hareketler, davetsiz misafirlikler, çam devirmeler ve rezaletler olarak tanımlamaktadır. Bunlar meydana geldiğinde oyuncunun yansıtmaya çalıştığı gerçeklik tehdit edilir ve çeşitli mahcubiyetler ortaya çıkabilir. Aktörlerin kendilerini tehdit altında hissettiklerinde başvurdukları bir takım tedbirler vardır. Bunlara dramaturji yaklaşımında izlenim denetimi denmektedir. Goffman izlenim denetimi yöntemlerini üç başlık altında ele almaktadır: oyuncuların başvurduğu savunma manevraları, seyirciler ve dışarıdakilerin oyuncuların gösteriyi kurtarmalarına yardımcı olmak için başvuru olan savunma manevraları ve son olarak seyirciler ve dışarıdakilerin oyuncular adına savunmaya başvurabilmeleri için oyuncular tarafından kullanılması gereken savunma manevralarıdır. Bu yöntemlerden birincisi dramaturjik sadakat, takım

üyelerinin vermeye çalıştıkları izlenimle çelişmeyecek şekilde birlikte davranmalarındır. Takımın performans sırasında şahsi çıkarlar, kişisel ilkeler veyahut kasıtsız şekilde olsun takımın sırlarına ihanet etmemesi olarak ifade edilir. İkinci savunma manevrası dramaturjik disiplin, takımın her bir üyesinin dramaturjik disipline bağlı olması ve rolünü oynarken bu disiplini sergilemesidir. Aktörler kendi rolleri sahnelerken ortaya çıkabilecek acil durumlarla da baş edebilecek kadar duygusal olarak sunumuyla mesafeli olmalıdır. Dramaturjik tedbir, takım üyelerinin gösterinin sahnelenmesi sırasında ortaya çıkabilecek aksaklıklar üzerinde düşünmelerini, planlı ve hazırlıklı olmaları gerektiğini belirten bir yöntemdir.

Bu çalışmanın teorik altyapısını oluşturan Dramaturji yaklaşımının temel kavramları ve ilkeleri açıklanmıştır. Dramaturjik yaklaşım günlük yaşamda bir araya gelen bireylerin bir oyun sahnelediğini, benlik sunumu yaptığını ve çeşitli taktikler kullanarak kendileri hakkında izlenimler verdiğini/yaydığını analiz eden ve tiyatroyla aynı bakış açısını kullanan ilkelerdir. Kişiler diğeriyle birlikteyken her gün karşılaşılan durumlarda, bir bireyin kendini ve faaliyetlerini nasıl sunduğu, başkalarının kendisi hakkında oluşturduğu izlenimleri nasıl yönlendirdiği ve denetlediği, onların karşısında performansına devam ederken neler yapabileceğini ve yapamayacağı anlatılır (Goffman, 1959). Bu bağlamda Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı önemli kavram setiyle toplumsal dünyayı teatral bir şekilde tasavvur eden bir anlayışın ürünü olarak ortaya çıkmıştır.

Çalışmada buraya kadar benlik tanımları yapıp, benlik kuramlarının benlik kavramına getirdikleri bakış açıları ele alınmış daha sonra da simgesel etkileşim yaklaşımının benliği algılayış tarzları ve Goffman'ın dramaturji yaklaşımı açıklanmıştır. Bu tanımlar ve kuramlarda ortak olan şey benliğin insanın ayrılmaz bir parçası olduğu ve gerçek bireylerde yani dış dünyaya ait etkileşimlerle oluşan bir fenomen olmasıdır. Bu tanım ve kuramlara göre insana ait benlik fiziksel dünyanın sınırları içinde meydana gelen etkileşimlerle oluşan bir süreçti. Burada benliğin oluşumu ve sürdürülmesi kişilerin diğer insanlarla karşı karşıya/yüz yüze gelmesini varsayıyordu. Ancak iletişim olanaklarının gelişmesiyle bu geleneksel ilişki kurma biçimleri değişmiş, fiziksel etkileşimlerle beraber günlük hayatımıza yüz yüze gelmeden yapılan internet aracılı iletişim şekilleri girmiştir. Bu bağlamda bireylerin çevrim-içi ortamlarda kendilerini yansıttıkları kimlikler dijital benlik olarak ele alınacaktır.

2.3. Dijital Kültürde Benlik

Goffman, çalışmalarını yüz yüze iletişim etrafında şekillendirdi, ancak günümüzün evrimii sosyal medya araçları için ortaya koyduğu teorisinin yalnızca gerçek hayatla ilgili değil, dijital platformlarla da ilgili olduğunu gösteriyor. Bu bağlamda insanların yüz yüze etkileşimde bulunup bulunamayacakları gerçeği, insanları sanal dünyalarda kendilerini inşa etmeye y neltmiiştir (D ğer, 2023).

Günümüz internet, enformasyon ve teknoloji ağı, dijital kültür ve dijital toplumu üretmiş, bütün dünyayı küresel bir köye çevirmiştir. Zaman ve mekân olmadan iletişim kurulabilen yeni iletişimde insan eylemleri ve kültürü dijitalleşmiş, sanal  lemin ağırlığı her alanda hissedilir olmuştur. İletişim araçlarının çok boyutlu iletişime açık özellikleri sayesinde insanlar birbiriyle sanal bir ağ üzerinden istediği anda ve yerde iletişim kurabilmekte ve istediği zaman bu iletişimi sonlandırabilmektedir. Bu bakımdan internetin belirleyici etkisi günlük hayatımızı şekillendiren ve dönüştüren bir olgu haline gelmiştir. Geleneksel medyadan farklılaşan iletişim biçimleri yeni medya kavramıyla hayatımızda yer alırken, kişilerin çevrim-içi denilen bir mekânda, fiziksel sınırlar olmadan etkileşim içine girmelerine ve kendilerini istedikleri gibi yapılandırmalarına olanak vermektedir.

Fiziksel sınırların olmadığı sanal dünyada üretilen ve dış dünyadaki benliğin bir uzantısı konumunda olan dijital benlik bireylerin sanal ortamlarda oluşturmuş oldukları kimliklerine gönderme yapar. Bu kimlik kişinin diğerleriyle etkileşime girdiği ve kişinin kendisinin tasarladığı soyut benliğini ifade eder. Bireyler yeni medya ortamlarında oluşturmuş olduğu benliği istediği zaman değiştirebilir, kişiselleştirebilir ya da geri çekebilir. Zhao dijital benliğe dört temel özellikle açıklar: 1) ie yönelimli olması, 2) anlatıya dayanması, 3) istendiğinde vazgeçilebilir olması ve son olarak 4) eşitli olmasıdır (Morva, 2016). İlk  zellik kişilerin gerçek dünyada kurulan etkileşimlerde ortaya koymadığı benliğini daha rahat sunabilmesini ifade eder. Kimi bireylerin sanal ortamların anonim yapısı sayesinde daha rahat hareket etmesini sağlayarak akışkan bir şekilde benlikler oluşturmasını sağlar. Ayrıca günlük hayatta çekingenlik yaşayan kişiler internet ortamında kendilerini daha iyi ifade etmekte ve bu da etkileşime katılımı arttırmaktadır (Kaya, 2017). Dijital benliğin ikinci özelliği olan anlatıya dayalı olması, benliğin bireylerin kendileri hakkında bilgiler vermeye başlamasıyla oluşmasıdır. Kişiler sosyal medyada kimseye bir açıklama yapmadan izleyenlerin onlar hakkında bir fikir edinememesi benliğin anlatıya dayalı olmasındandır. Kişiler herhangi bir bilgi vermeden diğerleri onun hakkında

herhangi bir bilgi edinemezler. Burada kişilerin benliklerini oluşturup, bunu gizleme ya da ifşa etme iradesinin kullanıcının elinde olması yeni medyanın kullanıcılara sunduğu bir iktidar alanı olarak ifade edilmektedir. Kişinin kendine ait bilgiler ya gizlidir ya da değildir; her şey görülebilir ya da hiçbir şey görünmezdir (Timisi, 2004). Üçüncü özellik ise dijital kimliklerin oluşturulduğu gibi istenildiğinde geri alınabilmesi ya da silinebilmesini ifade eder. Dijital benliğin Deleuzcü tabirle organsız beden oluşu onu kolay bir şekilde değiştirebilir ya da terk edilebilir kılmaktadır (Bauman ve Raud, 2018). Kullanıcılar adeta bir yap-boz oyununun içindedir. Kimlikler sabit ve değişmez olmaktan çıkmış, akışkan metinler içinde bireyler kendilerini sürekli bir şekilde kurabilirler (Timisi, 2004).

Günümüzde sosyal medya araçları kişilere hesaplarını kontrol etme ve düzenleme de gelişmiş özellikler sağlamakta, hesaplarını kalıcı bir şekilde silmelerine olanak vermektedir. Dijital ortamda kurgulanan benliklerin bedenden ayrılarak kendine ait bir gerçeklik üretmesi, dijital ortamlarda benliklerin akışkan hale gelmesine işaret eder (Bauman ve Raud, 2018). Bu ise bireye yeni bir benlik sunumunu mümkün hale getirip, kusursuz bir şekilde kendini sunma, kişinin kendine yeni özellikler atfetme olanağını getirir.

Kamusal alanda karşı karşıya gelen insanların etkileşimi sırasında meydana gelen benlik sunumu gibi, sosyal medyada da kişiler benlik sunumu yöntemlerine başvurmakta, kendilerine dair beğenileceklerini tahmin ettikleri yönlerini sergilemekteler ve izleyenleri bu şekilde etkilemeye çalışmaktalar. İzleyenler de geri bildirimde bulunarak kişilerin benlik tasarımına etkide bulunarak etkileşimi sürdürürler. Böylece dijital ortamda aktörlerin oluşturmuş olduğu dijital benliğin ortaya çıkması dış dünyadaki etkileşime benzer süreçleri takip eder. Goffmancı tabirle bireyler oluşturmuş oldukları dijital benliklerini, sanal ortama açarak aslından bir performans gerçekleştirmekteler. Sahip oldukları yeteneklerini, kültürel sermayelerini, günlük hayatlarına dair bilgiler, fotoğraflar, videolar, hikâyeler paylaşarak izleyenler üzerinde izlenim oluşturmaya çalışırlar.

Günümüzde astronomik takipçi sayısına ulaşan sıradan insanlar, sosyal medya aracılığıyla fenomenleşerek, çevrim dışında sahip olacağı etkiden daha büyük bir etki alanına ulaşmakta, onları etkilemekte yani izleyicilere bir performans sergilemekteler. Dijital ortamlarda fenomenleşen bireylerin belirli taktikler kullanarak dikkat çekme, izlenim yönetimi gerçekleştirme gibi tüm etkileşimler aynı zamanda bir performans sergileme sürecine dönüşmektedir.

Sosyal medyada gerçekleştirilen benlik sunumunun anlamı üzerine düşünmeden önce sosyal medya kavramını ve özelliklerini açıklamak, benlik oluşturma ve sürdürme etkinliğine imkân veren yapısını incelemek ve izlenim denetiminin nasıl gerçekleştiğini anlamak açısından büyük bir önem arz etmektedir.



3. DEĞİŞEN DÜNYADA İNTERNET, MEDYA VE İLETİŞİM

Ortaya çıktığı ilk zamanlarda sınırlı bir alanda kullanılan internet, zamanla taşınabilir bilgisayar ve diğer mobil cihazlar ile kullanım alanı zenginleşmiş, insanları zaman ve mekân olmaksızın birbirine bağlayarak devrimsel nitelikte değişikliklere yol açarak toplumu, kültürü, ekonomiyi, siyaseti etkileyen günümüzün yeni bir teknolojik ve kamusal gücü olarak parlayan bir olgu haline gelmiştir. İnternetin mikro ve makro değişiklikler açısından en büyük etkisi iletişim formlarının dönüşmesine yol açması olmuştur. İnternet; radyo, televizyon, gazete gibi kitle iletişim denilen medya anlayışını değişime zorlamış ve bu medya araçlarının sanal dünyaya taşınmasına yol açmıştır.

İnternetin ortaya çıkışı ve yaygın bir kullanıma kavuşması ise ilk bilgisayarların kullanımı olan 1945'den sonraya denk gelir. İlk bilgisayar Amerika'da 2.Dünya Savaşı'nda füzelerin atış koordinatlarını hesaplaması için geliştirilmiştir. 1950 ve 1960'larda sadece uzmanların kullanabildiği büyük ana bilgisayarlardan yaygınlık kazanan masaüstü bilgisayarlara, oradan da hafif dizüstü bilgisayarlara geçiş yapılmıştır.

Bilgisayarlar arasında haberleşmeyi mümkün kılan internet ise 1960'lı yılların sonunda ortaya çıkmıştır. Askeri amaçlarla geliştirilen, bilimde ve teknolojiye ilerlemek için kısa adı ARPANET olan İleri Araştırmalar Projeleri Yerel Ağı askeri üsler arasında haberleşmeyi ve bilgi akışını sağlıyordu (Güçdemir, 2017: s. 4-5). Geliştirilen bu ağ 1972'de bir konferansla dünya kamuoyuna tanıtılarak internetin ve bilgisayarların sivil alanlarda kullanımının böylece önü açılmış oldu.

1989'da ise Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezin'de (CERN) World Wide Web'in (www) geliştirilmesi ve internetin multimedia için uygun bir platforma dönüşerek ticari alanlarda da kullanımının önünün açılmasıyla internet kullanımı hızla yayılmıştır (Şentürk, 2017). Bu tarihten sonra internet maliyetleri düşmüş, geliştirilen programlar sayesinde internette bilgi alışverişi herkese açık hale gelmiş ve teknolojinin giderek ucuzlamasıyla da, yeni iletişim olanaklarının kitleselleşmesine yol açmış ve dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanları birbirine bağlayarak etkileşimin boyutunu genişletmiştir.

İnternetin hızlı bir şekilde toplumun bir parçası haline gelmesiyle birlikte geleneksel medya araçları gözden düşmüş, bilginin, mesajın, enformasyonun yeni bir şekilde üretilmesinin ve yayılmasının önü açılmıştır. Giddens'a (2008) göre internet,

medya izleyicilerine bilgi, eğlence, reklam ve ticaret sağlayan tek kanal haline gelerek, kendisi ile geleneksel medya biçimleri arasındaki farkı silme tehdidinde bulunuyor.

Sonuçta internetle birlikte ortaya çıkan yeni medya düzeni bireylerin sıklıkla etkileşim kurdukları sosyal medya ağlarını üretmiş, kitle iletişimde edilgen olan alıcıların iletişim sürecindeki rollerini arttırmış ve sanal kimlikler dolayımında kendilerini yeniden üretmelerini sağlamış, bireyleri dijital bir kültürün öznesi haline getirmiştir.

3.1. Yeni Medya Kavramı

Günümüzde yeni medyanın ortaya çıkışı, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle mümkün olmuştur. Yeni medya, cep telefonları, internet uygulamaları, dokunmaya duyarlı radyolar, MP3 çalarlar, dijital televizyonlar, dijital kameralar gibi dijital iletişim araçlarını ifade eder. Yeni medya ile bilgisayar teknolojisi arasında da ayrılmaz bir bağ vardır. Bu bağlamda 20. yüzyılın son on yılında yaşanan değişimlerin dijital devrim olduğunu söyleyenler bile var (Laughey, 2010).

Yeni medya kavramı, 1970'lerde bilgi ve iletişim araştırmalarında sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından tanıtıldı. 1990'larda büyük bir ivme kazanan internet ve bilgisayar teknolojisinin büyüttüğü yeni medya başka bir boyuta ulaştı (Dilmen, 2007).

Yeni medyayı çarpıcı kılan özelliği geleneksel medyadan farklılaşarak etkileşimli ve mültimedya özelliğine sahip olması ve çok fazla bilgi/içerik akışını mümkün hale getirmesidir. Etkileşimlilik özelliği sosyal medya kullanıcıları tarafından üretilen içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından görülmesi, okunması, yorumlanması, değişime uğratılması ve yayılmasının sağlanması gibi kullanıcıların sahip oldukları imkânları ifade etmektedir.

Etkileşimlilik iletişim sürecine internet uzamında karşılıklılık veya çok katmanlı iletişim olanağı getirmiştir. Mültimedya ise, iletişimi oluşturan veri, metin, ses ve görüntü gibi farklı veri türlerini tek bir bağlantıda buluşturan bir platformken, hipermetinsellik ise ağ üzerinden alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleştirilmesidir.

Yeni medya ile birlikte, yüz yüze iletişim gibi kullanıcılara anında geri bildirim sağladığı için doğrusal iletişimden hiper metin iletişimine geçiş olmuştur (Binark, 2007). Bu özellik benzer içeriklerin organize biçimde senkronize hale getirilmesini sağlar. Böylece kullanıcılar bir metin okurken, alakalı diğer ses, görüntü ve metinlere de kolayca ulaşır (Göker ve Keskin, 2015). Bu anlamda yeni medya tipik olarak geleneksel ve kitle

iletişiminden ayrışarak kullanıcıların çok katmanlı uzamda aktif birer içerik üreticisi ve yayımcısı olduğu bir medya anlayışını temsil etmektedir.

Yeni medya kitle iletişimini dönüştürerek herkesin birbiriyle etkileşim ve iletişim kurduğu, bireylerarası da gerçekleşebildiği ve herhangi bir zamanda ve mekânda etkileşim kurma olanağı getirerek iletişimin alanını genişletmiştir. Bilgisayar teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan bu üç özellik iletişim çalışmalarında etkileşim, eşzamansız olma ve kitlesizleştirme olarak ifade edilir. Etkileşim özelliği geleneksel medyayı yeni medyadan ayıran temel özelliklerden biridir. Etkileşim, iletişimi bireyselleştiren, medya içeriğiyle kullanıcıları bir araya getiren ve bireyleri pasif birer alıcı olmaktan çıkaran ve aktif bir konuma sokan bir özelliktir.

Rogers’e göre yeni medyada etkileşim farklı şekillerde gerçekleşmektedir (Rogers, 2003’den akt: İspir, 2013, s. 19).

- ❖ Birey-birey etkileşimi: İki kullanıcının zaman ve mekândan bağımsız olarak yeni iletişim teknolojilerini kullanarak etkileşim kurmasıdır.
- ❖ Birey-kitle etkileşimi: Yeni iletişim teknolojileri ile kullanıcı tarafından gönderilen içerik, birden fazla kullanıcı tarafından farklı yer ve zamanlarda iletilmesi anlamına gelmektedir. Alıcılar mesajlarla ilgili geri bildirim sağlayabilir. İletişim her iki taraf veya taraflarca kontrol edilir.
- ❖ Birey-teknoloji/içerik etkileşimi: İnsan ve teknoloji arasındaki etkileşimi ifade eder. Bireyler dilek, beklenti, tercih ve iletmek istedikleri izlenimlerine göre iletişim araçlarıyla oluşturulan içerikleri oluştururlar. Kullanıcılar bu işlevleri kendi sistemleri içerisinde gerçekleştirmektedir ancak günümüzde sosyal medyanın sunduğu hizmetler ve sürekli gelişen yeni özellikler ile hayatın her yönünün ve anının mümkün olması dijital dünyayı gerçeğe yaklaştırmaktadır.

Yeni medyanın eşzamansız olma özelliği iletişimin zamandan ayrılarak, kullanıcılarına istediği zaman bilgiye ulaşma ve içerik üretme özgürlüğü getirmiştir. Ağ bağlantısı olan bilgisayarlarla herhangi bir zamanda üretilen içeriklere ulaşılabilir böylece içeriğe/bilgiye erişim, o bilgilerin üretildiği tarihte olma zorunluluğu yoktur. Bunun yanında geleneksel iletişimde anında verilen geribildirim, yeni medya teknolojilerinde kullanıcıların istedikleri zamanda kullandıkları bir özelliği dönüşmüştür.

Kitlesizleştirme özelliği yeni medyanın geleneksel medyadan ayrılan üçüncü özelliği olarak kitle iletişimin yeni bir paradigma ile ters yüz edildiği bir anlayışı ortaya koyar. Kitle iletişiminde mesajlar kitleleri kapsayacak şekilde iletilirken, yeni medyada içerikler kişileşmiş bir şekilde bireylere sunulur. Bilgiler veyahut içerikler bireylere özel bir şekilde düzenlenir.

Günümüzde birçok medya platformu algoritmalarında kişilerin ilgi ve ihtiyaçlarını göz önüne alarak düzenlemekte böylece kişiler sadece kendi merak ve ihtiyaçlarına yönelik içerikler görürler (İspir, 2013). Bu bakımdan yeni medyayı yeni yapan şeyin bireyi merkeze koyması ve bireylerin istek ve ihtiyaçlarını toplumsal refaha öncelemesidir (Kara, 2013). Yeni medyanın ekonomik oluşu, profesyonellik gerektirmemesi, hiyerarşik ilişkileri ortadan kaldırması ve toplumun her kesiminden insanları bir araya getirebilen bir iletişim ortamı kurabilmesi (Güngör, 2011) değişen medya anlayışını yansıtan diğer özellikler olarak görülmektedir.

3.1.1. Sosyal medya ve özellikleri

Sosyal ağ siteleriyle yaygınlaşan ve birey merkezli iletişime dayanan sosyal medya kavramı 2000'lerde ortaya çıkan Web 2.0 tabanlı dijital platformları kapsamaktadır. Sosyal medya hayatın dijitalleşmesini sağlayarak küresel düzeyde katılımcı olan herkesi birbiriyle sürekli bağlantıda olmalarını ve bilgi, fikir, video, fotoğraf, metin ve daha pek çok içerik paylaşmasını sağlayan web sitelerine ve uygulamalarını kapsayan genel bir terim olmuştur.

Güçdemir'e (2017) göre sosyal medya, kullanıcıların bilgi edinmesine, çevrimiçi topluluklar oluşturmalarına, kişisel mesajları ve video gibi diğer içerikleri paylaşmasına ve değiştirmesine, bireyler, gruplar veya kurumlar arasında bilgi ve hizmet alışverişinde bulunmasına olanak sağlayan elektronik bir iletişim şeklidir.

Boyd ve Ellison'a (2004) göre sosyal medya kullanıcıların tamamen veya kısmen açık birer profil oluşturup, ilişkide oldukları insanlar listesi hazırladıkları, sergiledikleri, paylaştıkları ve diğer kullanıcıların profil ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri sanal ortamlardır. Kaplan ve Haenlein'a göre ise sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan, içerik üretimine ve paylaşımına olanak veren, Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş internet tabanlı uygulamalar grubu şeklinde tanımlanmışlardır (Kara, 2013). Bu tanımlardan yola çıkarak sosyal medyanın şu yönleri olduğu vurgulanabilir;

- Sosyal medya içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan ve paylaşılan sanal topluluklardır,

- Sosyal içerik web siteleridir,
- İçeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan haber, fotoğraf, videolardan oluşur,
- Kullanıcılar kendi içeriğini oluşturur,
- Katılımın on-line sağlandığı ortamlardır (Güçdemir, 2017).

Sosyal medyanın gücü geleneksel medyadan farklı bir iletişim doğasına sahip olmasından geliyor. Sosyal medya kullanıcıların birer mesaj üretici olduğu, iletiler üzerinde etkin birer özne oldukları, tepki verdikleri, yorumladıkları bir iletişim ve medya sürecini ifade eder. Bu iletişim ve medya anlayışı bireylerin yüz yüze kurdukları etkileşime benzer bir iletişim sürecini dijital dünyaya taşımış ve en önemli özellik olarak bireylerin iletilere anında geri bildirim vermesinin yolunu açmıştır.

Thompson'ın kitle iletişim ve yüz yüze iletişim arasında gördüğü en önemli farklardan birinin yeni medya araçlarında ortadan kalktığı söylenebilir. Thompson'a göre kitle iletişiminde mesajlar tek bir yerden izleyiciler için üretilirken, izleyiciler mesajların üretildiği, dağıtıldığı ve iletilendiği yerde bulunmazlar. Bu ise mesajların üretimi ve onların izleyiciler tarafından alınması arasında kurumsal bir ayrılık oluşturur. Bu anlamda iletişim geri besleme kaynaklarından yoksun kalır. Mesajlar, izleyicilerin cevapları ve tepkileri dikkate alınmadan iletilmek ve dağıtılmak zorunda olduğundan iletişim sürecinin belirlenemez olması söz konusudur (Thompson, 1995).

Sosyal medyada bilgiler tek bir yerden üretilmez. Dünyanın her yerinden insanlar bilgi üretip yayabilir, herhangi bir konuda fikir beyan edebilir, kamusal tartışmalara girebilir, video yayımlayabilir, fotoğraf paylaşabilirler; arkadaş edinebilirler ve özel hayatını kamuya açabilirler. Bu özellikler sayesinde kişi bazlı sayfalarda bağımsız gazeteciliğin önü açılmış, internet günlükleri ortaya çıkmış, video ve fotoğraf sayfalarıyla bireylerin ses ve bedenden bağımsızlaşarak ama bunların da dijital dünyaya taşındığı gündelik hayat pratiklerinin üretildiği gözlemlenebilir. Bu bağlamda sosyal medyanın kullanıcılara sağladığı özellikler şu şekilde sıralanabilir: Katılım, açıklık, karşılıklı diyalog, topluluk oluşturma, bağlantıda olma (Myfield, 2008).

- Katılımcılık: Sosyal medyanın katılım özelliği herkesi katkı sunmaya ve geri bildirim vermeye teşvik eder. Medya ve izleyici arasındaki çizgiyi belirsiz hale getirir.
- Açıklık: Sosyal medyanın ikinci özelliği olan açıklık ilkesi ise kullanıcıların içerik oluşturabilmesi veya var olan içeriği değiştirerek katkıda bulunabilmesi, içerik hakkında yorum yapabilmeleri, oylamada bulunabilmelerini ifade eder.

Günümüzde bu açıdan erişim engelleri büyük tepkilere neden olarak büyük infial yaratabilir. İnternet herkese açıktır ve eşit imkânlar sunmaktadır.

- Karşılıklı Diyalog: Üçüncü özellik karşılıklı etkileşime imkân veren yapısıdır. Geleneksel medya çoğunlukla mesajın izleyicilerden bağımsız olarak yayınların üretilmesi ve dağıtımıyla ilgiliyken, sosyal medya karşılıklı konuşmalara imkân veren demokratik bir araç olma özelliğine sahiptir.
- Topluluk oluşturma: Topluluk oluşturma özelliğiyle sosyal medya bu açıdan hızlı oluşu ve topluluk çıkarlarını bir anda gündem etme ve etkili bir kamuoyunu yönetmesine olanak tanır. Toplulukları örgütlemek ve belirli bir gündemi yukarılara taşımak oldukça basittir. Sosyal medya gündelik hayatımızdaki basit bir gerçeği bütün bir ülkenin gündemi haline getirebilir. Söz gelimi sosyolog Vedat Milor'un sosyal medyada yapmış olduğu ankette sorduğu 'menemen soğanlı mı olur soğansız mı olur?' sorusu sosyal medyanın kimilerince gereksiz görülen konular etrafında bile ne kadar etkili olduğunu ortaya koymuştur.
- Bağlantıda olma: Son olarak sosyal medya bireylerin birbirleriyle olan bağlantıları sayesinde var olur ve gelişir.

Sosyal medyanın temelleri, 1979 yılında Duke Üniversitesi'nden Tom Truscott ve Jim Ellis'in üniversitelerin internette araştırmaları tartıştığı bir platform olan Usenet'i oluşturmasıyla atıldı. Kullanıcı ağı anlamına gelen Usenet, sosyal medyanın ilk adımı olarak kabul ediliyor. Bu, birden çok kullanıcıyı aynı ağ üzerinde bir araya getiren kullanıcı tabanlı içerik oluşturma yeteneği sağlamak içindir.

Sosyal medyanın tarihsel gelişim sürecine bakıldığında modern anlamda ilk sosyal medya sitesinin 1997 yılında kurulan sixdegrees.com olduğu bilinmektedir (Bostancı, 2010). Bu sitede kullanıcılar kendilerine ait profiller oluşturup arkadaş listesi düzenleyebilmekteydi. Çok fazla kullanıcıya sahip olmasına rağmen kullanıcıların sitede arkadaş edindikten sonra yapacak pek bir şeylerinin olmaması sitenin 2000 yılında hizmetini durdurmak zorunda bırakmıştır.

Aynı zamanlarda kurulan www.classmates.com sitesi de kullanıcılarına okul arkadaşları ile iletişim kurmalarına fırsat veren çevrimiçi arkadaşlık sitesidir (Efendioğlu ve Yılmaz, 2020). Yine bu yıllarda kurulan weblog denen internet günlüklerini Jorn Barger oluşturmuştur. 2001 yılında Jimmy Wales ve Larry Sanger tarafından kurulan Wikipedia kullanıcılarına içerik oluşturmalarına izin veren bir internet ansiklopedisidir. 2003 yılında kurulan MySpace kullanıcılarına arkadaş kurma imkânı sağlayan, ayrıca kişisel profilleri,

blogları, resimleri, müzik ve videoları kapsayan bir sosyal medya aracı olarak oluşturulmuştur. 2004 yılında Caterina Fake ve bilgisayar programcısı Stewart Butterfield, fotoğraf paylaşım sitesi Flickr'ı oluşturdu. Bu yılda kurulan Facebook ise Harvard Üniversitesi öğrencilerinin haberleşme ve bilgi alışverişinde bulunmaları için Mark Zuckerberg tarafından oluşturuldu.

Facebook başta üniversite öğrencilerini kapsarken 2005 yılında diğer öğrencileri de ekleyerek kullanıcı sayısını arttırmıştır. Aynı yıl açılan video paylaşım sitesi Youtube kullanıcılarına video yükleme ve görüntüleyebilme özelliğiyle birlikte günümüzde canlı yayın yapma ve izleyicilerle iletişim kurma olanağı veren bir sosyal medya ağıdır. 2006 gelindiğinde bir mikroblog olarak ve sınırlı karakterlerle metinler hazırlamaya imkân veren Twitter açılmıştır. Bu yıl Facebook genel kullanıcılara açılarak dünya çapında bir popülerlik kazanmıştır. 2010 yılında fotoğraf paylaşma uygulaması olan Instagram ücretsiz bir şekilde kullanıma sunulmuştur (Güçdemir, 2017).

Genel hatlarıyla sosyal medyanın geçirdiği bu süreç birçok başka uygulamanın önünü açmış, sosyal medya araçlarının çeşitlenmesine yol açmış, birbirinden farklı işlevlere sahip değişik ihtiyaçlara cevap veren sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

3.1.2. Sosyal medya araçları ve kullanım amaçları

Günümüzde milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşan sosyal medya araçları farklı tür ve kullanım alanlarına göre kategorilere ayrılabilir. Kara, Sosyal Medya Endüstrisi kitabında sosyal medya araçlarını sosyal ağ siteleri, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, bloglar, mikro bloglar, wikiler, sanal yaşam simülasyonları ve sanal yaşam simülasyonları olarak işlevsel 7 kategori etrafında toplamıştır (2013).

Sosyal Ağ Siteleri: Bireyleri açık ya da sadece kendi arkadaşlarının görebileceği profiller oluşturmalarına izin veren, paylaşım yapmalarına imkân tanıyan ve multimedya özelliği taşıyan ağ temelinde kullanılan hizmetler ve uygulamalardır. Sosyal ağ siteleri bireylerin kişisel ve toplumsal olarak iletişim kurmasını sağlayan; paylaşım yapma, ortak ilgi alanlarını keşfetme, yeni arkadaşlıklar ve ilişkiler kurabilme ve bunları ağ temelinde sürdürme, kişiye ait haberleşme ortamı oluşturma ve anlık iletişim kurmayı sağlayan bir yapıya sahiptir (Altunay, 2015).

Sanal topluluklar oluşturma, belli bir tema veya gündem etrafında çevrimiçi gruplar kurmak ve üretilmiş haber, gönderi, içerik paylaşımını ve etkileşimi hızlıca

gerçekleştirmek sosyal ağlar sayesinde mümkün hale gelmiştir. Sosyal ağ sitelerine en iyi örnek Facebook, MySpace, Google+, LinkeIn'in verilebilir.

Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri: Dünya çapında en bilinen örneklerinden biri olan Youtube ve fotoğraf paylaşılan Flickr gibi kullanıcıların kendi oluşturmuş oldukları videoları ve fotoğrafları paylaşmaya imkân veren sitelerdir. Son zamanlarda parlayan fotoğraf ve video gibi daha birleşik özellikleri bünyesinde taşıyan ve kendini sürekli yenileyen İnstagram'da mobil bir uygulama olmasına rağmen bu kategoriye popüler bir örnek olarak verilebilir (Kara, 2013). Üretilen içeriklere kullanıcılar yorumda bulunabilirler ve beğenebilirler.

Bloglar: Geleneksel olarak bir defterde gün içinde meydana gelen olayların, herhangi bir konuda düşüncelerin veya hislerin samimi ve içten bir üslupla anlatıldığı metin türüne günlük denildiğini biliyoruz. İşte bu günlüklerin yeni iletişim olanaklarıyla sanal dünyaya taşınması internet günlükleri/weblog denilen sosyal medya araçlarını ortaya çıkarmıştır. Blog kelimesi weblogdan türetilmiştir. Weblog kelimesi web ve kayıt anlamına gelen log kelimelerinin birleşimiyle meydana gelmiştir. İnternet günlükleri anlamına gelen weblog zamanla kısaltılarak blog olarak anılır olmuştur.

Bloglar kullanıcılara düşüncelerini, duygularını veya gün içinde yaşadıkları olay ya da durumları anlattıkları sanal defterlerdir. Bloglarda gönderiler alt alta gelecek şekilde konumlandırılmıştır. Böylece okuyucular için takip edilmesi kolay olan bir akış sağlanır. Blogların en önemli özellikleri üyelerine kısa sürede yayın yapma olanağı vermesi ve ücretsiz olmasıdır. Bir diğer özellik ise hazır şablonlar kullanılarak internet sitesine göre kolay ve hızlı bir şekilde oluşturulabiliyor (Dilmen, 2007). En tanınan blog servislerine Blogspot ve Wordpress örnek olarak verilebilir.

Mikrobloglar: Mikrobloglar bloglara göre anlık ve daha kısa iletiler oluşturulmasını ve paylaşılmasını sağlayan araçlardır. Mikrobloglar genelde haber ve bilgi akışının çok hızlı gerçekleştiği bir ortam sunar. Mikrobloglar da sadece metin değil, fotoğraf, video ya da oluşturulmuş içerikler de paylaşılabilir. Bunun yanında örneğin twitterda canlı ses yayını yapabilme özelliği de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Açıldığından bu yana popülerliği azalmayan Twitter mikroblog bir formatta hizmet sunmaya devam etmektedir.

Wikiler: Kullanıcılarına bilgi oluşturma, daha önceden oluşturulmuş metinlere düzenleme olanağı veren internet ansiklopesidi olarak isimlendirilen sosyal medya araçlarıdır. Wikiler bloglara benzese de onlar gibi tek yazarlı değildir. Blog sayfalarında okuyucular yorum bırakabilirler ancak içeriğe müdahalede bulunamazlar. Wikilerde ise

herkes yazar olarak kabul edilir ve içeriği geliştirmesi teşvik edilir. Bu anlamda wikilerde yeni bir başlık oluşturabilir, var olan bilgilere eklemeye bulunabilir veya bilgiler dzenlenebilir (Aytekin, 2011). rnek olarak Wikipedia rzgrr ansiklopedi mottosuyla kullanıcılara hizmet veren rnlrr bir wiki sayfasıdır.

Sanal Yaşam Simrrasyonları: Bilgisayar bilimlerinin gerrek yaşamın sanal drryada oluşturulmasıyla ilgili araştırmalarına dayanır. Bireylerin sanal drryada kurgulanan bir hayatı yaşadıkları etkileşimli oyun siteleriğir. Bu sitelerde bireyler kendi avatarlarını rreterek gerrek hayatın bir simrrasyonunu yaşarlar.

Sanal Oyun Simrrasyonları: Sanal oyun siteleri, bireylerin arkadaşlarıyla veya tanımadıkları kişilerle oyun oynayıp sohbet ettikleri, rrvrimiçi topluluklar oluşturdukları eğlence amaçlı oluşturulan sitelerdir.

Grrnrmrzde sosyal medya araçları diğerleriyle etkileşim kurmanın bir yolu haline gelmiştir. Sosyal medya araçlarının rrręunda bireysel mesaj atma rzzelliği kişilerarası kurulan etkileşimi kolaylaştırmış, sosyalleşmeyi arttırmıştır. Bireyler sanal ortamlarda sosyalleşirken bir yandan da içerikler rreterek takipçileri ve izleyenleri etkileme yoluna giderek dikkatleri rzerine rvmeye rvmaktadırlar. Bir tartışma başlatma, herhangi bir sorun hakkında konuşma, sahip olunan bir beceriyi veya mesleki yeteneklerini grrsterme, bir kampanyaya dahil olma, benzer ilgileri sahip insanların bir araya gelerek topluluklar oluşturması sosyal medyanın kullanım amaçlarından bazılarıdır. rzetle trrm bu sosyal medya araçlarının amacı kullanıcılar arasındaki etkileşimi arttırmak ve bağlantıyı srrekli hale getirmek olduğu srylenebilir. Bu anlamda sosyal ağ sitelerinin bu amaca hizmet eden rzzelliklerine yakından bakmak gerekmektedir.

3.1.3. Sosyal ağ siteleri

Sosyal ağ siteleri kişilerin kendilerine ait aalık ya da kapalı sayfalar oluşturduğu, arkadaş listeleri oluşturduğu, bilgi alış verişinde bulunduğu, eğlendiği, sohbet ettiği, deneyimlerini aktardığı, fotoğraf ve video paylaştığı, o an ne yaptığını veya ne hissettiğini aktardığı sanal iletişim ağları şeklinde tanımlanabilir.

Grrnrn her saatinde arkadaşlarımızla sosyal ağ siteleri rzerinden iletişim kurabiliyor, fikirlerimizi, o anda okuduğumuz kitaptan bir crrmleyi, yeni ręrendięimiz bir yemek tarifini, grrnlrrk hayatımızın doğal hallerini paylaşabiliyoruz. Sosyal ağlar grrnrmrzrzn diğerleriyle srrekli bir şekilde bağlantıda kalarak sosyalleştiğimiz rvmrrmrzn vazgeçilmez sosyal bir gerrekliği haline gelmiştir.

Sosyal ağ sitelerinin günümüzde kullanım amaçları temelde arkadaş edinmek ve sosyalleşmek olarak başlasa da günümüzde değişik amaçlar için de kullanılır olmuştur. Bilgi alışverişinde bulunma, düşünceleri paylaşma, tartışma, eğlenme, video ve fotoğraf paylaşma, para kazanma, dikkat çekme, sanat, müzik, edebiyat gibi ilgi alanlarda içerik üretme, paylaşımlar yapma ve boş zaman geçirme gibi etkinliklerin yapılabildiği mecralara dönüşen sosyal ağ siteleri kişilere ait özel alanında istenen takipçilere açık edilebildiği mecralar haline gelmiştir.

Sosyal ağlar adından da anlaşılacağı üzere, gündelik yaşam içerisinde ilişkisel ve etkileşimsel anlamda gerçekleştirilen etkinliklerin çoğunun sanal ortamda gerçekleştirildiği, kendine özgü ritüelleri, törenleri, arkadaşlıkları, boş zaman etkinlikleri ve gündemi olan iletişim ortamları olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündelik yaşam içerisinde önemli bir yere sahip olmakla birlikte, bizzat kendi ortamı içerisinde ayrı bir gündelik yaşam pratiği de sunmakta, kimi noktalarda gündelik yaşamdan ve meydana gelen gelişmelerden etkilenirken, kimi noktalarda gündelik yaşama ve gerçekleşen gelişmelere çok farklı yönlerden etkide bulunabilmektedir (Arklan ve Akdağ, 2016).

Mutlu Binark'a (2005) göre sosyal paylaşım siteleri, bireyin sahip olduğu simgesel, kültürel ve ekonomik sermayesinden beslenen beğenileri ve yaşam tarzları, aidiyet tasarımının kurulmasında rol aynar. Sosyal ağ sitelerine en popüler örnekler Facebook, Twitter ve Instagram verilebilir.

Facebook, başlangıçta Harvard öğrencilerinin arkadaş edinmeleri ve bilgi alışverişinde bulunmak maksadıyla Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Aslında Facebook Zuckerberg'in kurmuş olduğu ikinci sitedir. Zuckerberg'in ilk kurmuş olduğu sosyal ağ sitesi facemash, öğrencilerin resimlerini ve bilgilerini içeren ilk sosyal ağ sitesidir. Ancak bu site Zuckerberg'in öğrencilere ait bilgileri bu sitede izinsiz paylaşması üzerine okul yönetimi tarafından kapatılmıştır. Bu olaydan sonra Zuckerberg daha kapsamlı bir sosyal ağ sitesi kurmak için okula bir sene ara verir ve yurttan da arkadaşlarının desteğiyle ilk adı The Facebook olan Facebook projesini hayata geçirir. Bu sefer kullanıcıların kendi fotoğraflarını yükleyerek kişisel meraklarını içeren bir profil oluşturmalarına izin veren, özel veya herkese açık mesaj atabildikleri, farklı arkadaş gruplarına girebilecekleri, kendilerine ait bilgilerin paylaşılmasını ve görüntülenmesini sınırlayabilecekleri bir sosyal ağ sitesi ortaya çıkmıştı.

Facebook kurulduğu ilk aydan sonra Harvard'daki nüfusun yarısı üye oldu. Aynı yıl haziranda farklı bir eyalete taşınan Facebook eylülde grup uygulamaları ve duvar

özelliğiyle güncellendi. Facebook ilk yıl bir milyon üye sayısına, bir yılın sonunda bu sayıyı da geçmişti. 2005 yılında başındaki the takısı kaldırılarak Facebook olarak ünlendi. İkinci yıl eylül ayında fotoğraf yükleme uygulaması kullanıcıların hizmetine girdi. Böylece çok rağbet gören Facebook 2005 yılını 5,5 milyon üyeyle bitirdi.

Günümüzdeki mobil Facebook'un temelleri ise 2006 yılında atılmıştır. Ağustos ayında not hizmetini açan Facebook Microsoft'la işbirliğine gitti. Eylül ayında ise haber kaynağı özelliğini getiren Facebook tüm üyelerin birbirini görebileceği bir yapıya geçti. 11 Eylülü 2006 Facebook internetteki bütün kullanıcılara açılarak evrensel bir sosyal ağ yolunda büyümeye başladı. Yapılan itirazlar sonucunda Facebook'a getirilen bir özellekle girişler geçerli bir e-maile yapılabilecekti.⁴

Twitter, 2006 yılında oluşturulan ve sınırlı karakter sayısı ile metin, görüntü ve sessten oluşan içerikler paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağ ve mikro blogdur. Geçerli bir maille üye olunabilen sosyal ağ sitesinde üyeler hızlı bir şekilde akan duvarda gündemi takip etmekte, metinler oluşturup paylaşabilmekte veya bir başkasının gönderisini paylaşabilmektedir. Kullanıcıların anonim bir şekilde de üye olabildiği ve gerçek kişilerin kendilerine ait profilleri gizleme seçeneği olan Twitter bu yüzden günümüzün kamusal alanının çok sesli olmasını sağlayan bir sosyal medya aracı haline geldiği savunulmaktadır.

Instagram, günümüzün en popüler fotoğraf düzenleme ve paylaşım ağı olarak 2010 yılında Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. İOS için ücretsiz olarak kurulan, İngilizce'de anlık anlamına gelen *instant* ile telgraf anlamına gelen *telegram* kelimelerinin birleşmesiyle ortaya çıkan Instagram, kendisini, "*hayatınızı arkadaş listenizde bulunan kişiler ve sosyal ağ dünyasıyla fotoğraf aracılığıyla eğlenceli ve hızlı bir şekilde paylaşabileceğiniz bir ortam*" olarak tanıtmaktadır (Gündüz ve ark, 2018).

Instagramı başlarda çekici kılan özelliği fotoğrafların 11 farklı filtreyle düzenlenebilmesi ve bu fotoğrafları diğer sosyal ağlarda paylaşmayı kolaylaştırmasıdır. Bu özellikler sayesinde Instagram bir anda popüler hale gelerek milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Görsel odaklı içeriklerin daha çok ilgi gördüğü günümüzde bunun Instagramın yükselişini açıklayan önemli etkenlerden biri olduğu ortada.

Instagram, İOS tabanlı kurulduktan iki yıl sonra Android uygulamasını yayınladı. Bu sayede Instagram mobil uygulaması bir günde bir milyon kez indirildi. 30 milyon kullanıcıya ulaşan Instagram 2012'de Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alındı.

⁴ Kaynak: 2014, <https://sosyalaglarim1.wordpress.com/2014/05/29/facebook-ne-zaman-kuruldu-facebook-kurulus-tarihi/> Erişim tarihi: 11.10.2022.

İnstagram sosyal ağ olarak dünyada sadece fotoğraf paylaşım ağı olarak değil ticaret yapan bireysel veya kurumsal kullanıcıların da sahnesi haline geldi. Sponsorlu içerikler, ürün etiketleme özelliği gibi özellikler İnstagram kullanımının kullanıcılar için büyük bir motivasyon kaynağı haline gelmesini sağlamıştır. İnstagram kullanmayı basit ve eğlenceli hale getiren ana özelliklerini ise şöyle sıralayabiliriz⁵:

Fotoğraf paylaşımı: İnstagram'da çeşitli efektler ve filtrelerde bireyler kendilerini istedikleri şekilde yansıtabilecekleri fotoğraflar düzenleyerek paylaşabilmektedirler. Bu fotoğrafları istedikleri gibi boyutlandırıp, istedikleri kişileri de etiketleyerek yayınlatabilmektedirler.

Video: 2013 yılında fotoğraf paylaşma özelliğinden sıyrılan İnsatgram'da efektler ve filtreler kullanılarak düzenlenen kısa veya uzun videolar yayınlamak mümkün hale gelmiştir.⁶ Videolar sponsorlu içerik olarak etiketlenerek paylaşılabilmekte, açıklama kısmında kişiler etiketlenebilmekte ve açıklamalar yapılabilmektedir.

Direkt Mesaj (DM): Kişiler arası mesaj gönderme özelliğiyle kullanıcılar tanıdıkları kişilerle anlık mesajlaşabilirken, tanımadıkları kişilerle sosyalleşmenin önünü açmıştır. Direkt mesajla kullanıcılar video ve fotoğraf da gönderebilirler.

Canlı yayın: Önceleri 1 saat olan canlı yayın süresi, 2020 yılında 4 saate çıkarılmıştır. Canlı yayınlar geleneksel medyada olduğu gibi tek taraflı değil, izleyenlerin yorum yaptığı, beğendiği, çeşitli emojiiler gönderebildiği katılımlı bir etkileşim özelliği göstermektedir. Aynı anda canlı yayın yapma özelliği ise instagramın bir eğitim platformu olarak kullanılmasının önünü açmıştır.

Etiket (#): İnstagram kullanıcıları ürettikleri içerikleri yansıtan anahtar kelimelerin başına # sembolünü ekleyerek paylaşımlarını herkesin görebileceği şekilde yayınlanmasını sağlarlar. Biyografi kısmına da etiket ekleyerek, sahip olunan niteliklerin herkes tarafından fark edilmesi sağlanır.

IGTV: İnstagramda video paylaşım süresi kısa olduğundan daha uzun videolar paylaşmak isteyenler için İGTV özelliği getirilmiştir.

Hikâyeler: 2016'da gelen hikâye ekleme özelliğiyle birlikte kullanıcılar fotoğraf paylaşmanın yanında anlık olarak fotoğraf ve video atma, instagramda bulunan araçlar yardımıyla metinler oluşturup, çeşitli düzenlemeler yaparak bu metinleri paylaşma

⁵ <https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/>, erişim tarihi: 12.10.2022.

⁶ <https://webrazzi.com/2018/05/10/2010dan-bugune-instagramin-tarihsel-gelisimindeki-onemli-noktalar/>, erişim tarihi: 12.10.2022.

özelliğidir. Hikâye kısmına müzik de eklenebilmekte, takipçilere soru sorulabilmekte ve etiketler de eklenebilmektedir. Hikâyeler 24 saat sonra otomatik olarak silinir. Kullanıcılar hikâyelere kimlerin baktığını görebilirler. Ayrıca kullanıcılar, özel gruplar oluşturarak sadece onların görebileceği hikâyeler de gönderebilirler.

Arşiv: Instagramda bir içeriği silmek istemeyen ancak sınırlı bir süre için paylaşımı kapatmak isteyen kullanıcılar içerikleri archive taşıyabilirler. Hikâyeler de archive kaldırılabilir.

İstatistik: Instagramda kurumsal hesaplar için istatistik özelliği getirilmiştir. Bu özellik sayesinde etkileşim, keşif, demografi, lokasyon vs. metrikleri çerçevesinde istatistikler alınabilmektedir.

Kaydedilenler: Instagramda ilgi çekici bir içeriği sonradan görmek için geliştirilen bir özelliktir. Instagramda beğenilen bir içerik kaydedilebilir. Instagram bu içerikleri kullanıcılar çevrimdışı olsalar bile izleyebilme ve görebilmeyi sağlamaktadır.

Öne çıkan hikâye: Instagram kullanıcıları 24 saat sonra silinen hikayelerden bir seçki yaparak profillerine koyabilirler. Bireylerin kendilerine ait anlardan oluşan bu hikâyeler herkese açık bir şekilde istenirse kategoriler halinde arşivlenir.

Hareketler: Bu özellik instagram kullanıcıların uygulama özelinde zaman yönetimi yapabilmesi için sunulmuştur. Kullanıcılar bu özellik sayesinde uygulamada geçirdikleri günlük ve haftalık süreyi öğrenmeleri mümkün hale gelmiştir.

Instagram her geçen gün yeni özelliklerle kendisini geliştirmekte ve kullanıcı sayısını arttırmaktadır. Günümüzde 2 milyardan fazla aktif kullanıcıya ulaşan instagram günlük 500 milyon aktif kullanıcıyla hizmetini sürdürmeye devam etmektedir. Görsel odaklı olan instagram fotoğrafları ve videolarıyla bugün facebooktaki görsellerden ve videolardan daha fazla etkileşim almaktadır. Instagram kullanıcılarının yüzde 60'ından fazlası her gün uygulama giriş yapıyor. Kullanıcıların yüzde 70'inden fazlası 35 yaşından küçüktür. Kullanıcılar her gün dört milyardan fazla gönderiyi beğeniyor.⁷

3.2. Instagramda Benlik Sunumu

Instagram sosyal medya platformu, dramaturjik kavramlara karşılık gelen birçok özellik barındırmaktadır. Instagramın en önemli özelliği, görselliği öne çıkaran bir paylaşım platformu olarak benlik sunumlarının, yüz yüze ilişkilerde olduğundan daha

⁷ <https://www.websiterating.com/tr/research/instagram-statistics/#references>, erişim tarihi: 15.10.2022.

kusursuz ve ideal bir şekilde performe edilmesini sağlayarak istenilen izlenimi vermeyi kolaylaştıran araçlara sahip olmasıdır.

Bu bölümde Erving Goffman'ın yüz yüze ilişkiler sırasında gerçekleşen benlik sunumu ve taktiklerini içeren dramaturjik yaklaşımını instagram sosyal medya ağının özelliklerine uyarlamak ve gerçekleşen etkileşimleri açıklamak amaçlanmaktadır.

Sosyal medya ağları, bireylerin sıklıkla bir araya gelerek sanal topluluklar oluşturduğu, çeşitli ilişkiler başlattığı, tartışmalar yürüttüğü, içerik üreterek paylaştığı, etkileşim kurduğu sanal bir sosyal evrendir. Goffman'ın *sahne* kavramına karşılık gelen bu evrende, instagram profil sahipleri Goffman terminolojisinde *aktörler* kendi sahnelerini yaratmakta ve bu sahnede *seyircilere* benlik *performanslarını* gerçekleştirmektedirler.

Performans, aktörün paylaştığı bütün içerikleri, fotoğraflar, yer bildirimleri, beğenileri, yorumları, diğer hareketlerine ve bilgilerine gönderme yapar. Bu performanslar, instagram sahnesinde, sahip olduğu özelliklerden dolayı ideal bir şekilde sunulurken gelen geri bildirimlerle yeniden düzenlenebilmektedir. Aktörler yapacakları yeni paylaşımları gelen geri bildirimleri dikkate alarak yapar. En beğenilen ve yorum alan gönderilere benzer içerikler oluşturulmaya çalışılır, böylece verilmek istenen izlenimin devam etmesi sağlanır. Goffman performansta benliğin sunum amacının olumlu izlenim bırakmak olduğunu ve bu amacın sürekli varlığına değinir. Yani sahnelenen benlik, genellikle güvenilir olumlu bir imaj bırakmayı amaçlamaktadır (Çakır, 2017).

Instagramda bireyler kendilerini şekillendirirken verilmek istenen izlenime ve *izleyicilerin* beklentilerine göre hareket edebilmektedir. Performanslar dijital ortamlarda bırakılan izlenime uygun yapılır. Aktör çok gezdiğini, okuduğu kitapları, dinlediği müzikleri, ilgilerini, iş ortamını, sosyal-kültürel yeteneklerini ve becerilerini ortaya koyacak paylaşımlarla izleyenler üzerinde etki bırakmaya çalışır. İzleyiciler izlenim oluşturmaya çalışan bireylerin hareketlerini takip edebilmekte ve bu hareketlere tepki verebilmektedir. Instagram izleyici ve aktörler arasında etkileşimi mümkün kılan bu özelliği sayesinde etkileşimin hiç durmadan aktörler ve izleyiciler arasında çok boyutlu bir şekilde sürdürülmesine yol açar.

Sosyal medya sanal bir mecra olduğundan bireylerin fiziksel yokluğu bir avantaj sağlar. Sosyal ağlarda oluşturulan profiller bireylerin dijital bedeni haline geldiğinden benlikler, içerikler oluşturulup paylaşıldıktan sonra *sahne önüne* çıkarak varlık kazanır. Kullanıcılar bir şey paylaşmadıkça benlik oluşmaz. Fiziksel yokluk kişinin benliğini instagramda istediği gibi yansıtabileceği bir alan sağlar.

Bireylerin sanal dünyada fiziksel olarak bulunmayışlarının bir etkisi de Goffman'ın *verilen izlenim* ve *yayılan izlenim* kavramlarının gerçek dünyadakinden farklı bir şekilde ortaya çıkmasıdır. Yüz yüze ilişkilerde bireyler etkileşimi bitirip verilmek istenen izlenimi performe ettikten sonra aynı ortamda bulunan diğer kişilere izlenim yaymaya devam ederler. Ancak sanal ağlarda verilmek istenen izlenim aktörün sanal ağlarda ki etkileşimleriyle birlikte gerçekleştiğinden yayılan izlenim içeriklerle ve aktörün profiliyle sınırlı kalır. Bu açıdan yüz yüze ilişkilerden farklı olarak sanal etkileşimlerde verilen izlenimle yayılan izlenim arasında bir kopuş yaşanır (Çitil, 2020). Bunun pozitif bir özelliği yayılan izlenimin kontrol dışılığına önüne geçmesidir. Yüz yüze etkileşimler de aynı ortamda bulunan kişilere izlenim yaymaya devam ederiz. Kimi durumlarda verilemek istenen izlenimin tersine izlenim yayılabileceğinden aktörün amacının dışında bir mesaj iletebilir. Dijital ortamlarda ise yayılan izlenim sınırlı ve paylaşılan içerikler hâlihazırda ideal ve kusursuz olduğundan aktörün amacının dışında bir izlenimin yayılmasının önüne geçilir.

Goffman'ın kavramlarından biri olan sahne arkası ise instagramda kullanıcıların içerik oluşturmak için kullandığı bütün alanları ifade eder. Aktörlerin fotoğraf ve video paylaşacakları profil sayfaları, diğer kullanıcılara ait sayfalar ve taslakta duran içerikler sahne arkasıdır. Burada kişi ideal olduğu düşündüğü içerikleri düzenleyip kontrol ederek paylaşır ve izlenim denetimini sürdürür.

Goffman'ın yüz yüze ilişkilerde fiziksel tasarım, dekor ve diğer düzenlemelere denk gelen set kavramı instagram ağında yer alan fotoğraflar, videolar, biyografi kısmına eklenen bilgileri ifade eder. Kişisel vitrin ise kişinin yaşı, cinsiyeti, kökeni, aksanı, mimikler, beden dili gibi kişinin bedenin taşıdığı özellikleridir. Instagramın özellikle hikâye bölümü, kişisel vitrin unsurlarının etkili bir şekilde aktarılmasını sağlar. Bu bölüm aktörün isterse o an çektiği, isterse daha önce çekip düzlediği kısa videoların, fotoğrafların ya da metinlerin paylaşıldığı bir bölümdür. Paylaşılacak içeriklere, izlenime uygun unsurlar eklenerek izlenimin güçlendirilmesi sağlanabilir. İçeriklerin üzerine yazılacak bir cümle, konulacak bir yüz ifadesi, uygulanan efektlerle dramatik etki güçlendirilir.

Goffman terminolojisinde cephe kavramı; dekor, kişisel cephe, görünüş ve tarz gibi öğelerden meydana gelmektedir. Görünüş aktörün sosyal statüsünü göstermeye yarayan uyaranlar olarak, tarz ise yaklaşmakta olan durumda aktörün oynaması beklenen etkileşim rolüyle ilgili olarak başka kişileri uyarma işlevi olan uyaranları temsil etmektedir (Goffman, 2004). Bu iki kavram sosyal statü temsillerinin sosyal medya ağlarına nasıl

yansıdığını göstermek açısından açıklayıcı olabilir. Yüz yüze ilişkilerde bireylerden beklenen sosyal statüsünü yansıtacak şekilde davranmaktır. Mesleki itibarının sosyal statüsünü etkileyecek bilinciyle hareket eden aktörler, performanslarını mesleki yeterliliğini gösteren kanıtlarla donatırlar (Karaoğlu, 2015). Instagram sosyal ağında da kullanıcılar sosyal statüsünü yansıtan mesleki kanıtlarla izlenimi sürdürmeye çalışırlar. Bunun yanında belli bir tema üzerine kurulmuş instagram hesaplarında izleyiciler sıklıkla aktörden bu temanın dışına çıkmamasını bekler. Kullanıcıları anonim olmayan sosyal ağlar gündelik hayatın pratiklerini yeniden ürettiklerinden, aktörlerden performansta gündelik rutinin çok dışına çıkmaması beklenir (Karaoğlu, 2015).

Goffman'ın kavramları yüz yüze ilişkilerle meydana çıkan etkileşimi ele alarak insanlar arasındaki dramaturjiyi açıklamaya çalışır. Bireylerin karşılaşmalarıyla başlayan benlik sunumu taktiklerini analiz eder, izlenim denetimini nasıl sürdürdüklerini anlatır. Bu anlamda bu çalışmada Goffman'ın dramaturji kuramı, yeni iletişim teknolojileriyle birlikte günlük hayatın bir parçası haline gelen sosyal medya ağı olan instagrama uyarlanmaya çalışılmıştır. Goffman'ın temel kavramları instagramın özellikleriyle eşleştirilmiş, yüz yüze ilişkilerin bir izdüşümü olan sanal etkileşimlerin dramaturjik karşılıkları ve etkileri açıklanmıştır. Böylece insanların birbirlerini etkileme sanatının, dijital ortamlarda da sürdürüldüğünü ve Goffman'ın kuramının dijital etkileşimlere uyarlanabileceğini gösterilebilmektedir.

3.3. Sosyal Medyada Öğretmenler

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesi öğretmenleri çok farklı şekillerde etkilemiştir. Öğretmenler, sosyal medyayı kişisel amaçlarla kullanımının yanında mesleki fayda temin etmek için de kullanmakta, kültürel ve sosyal sermayelerini yansıtan paylaşımlarda bulunmakta ve meslektaşlarıyla (takım) iletişim kurmak ve birbirlerinden bilgi alış verişi yapmak için kullanmaktadırlar. Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım amaçları, hızlı bir şekilde iletişim kurmak, iyi uygulamalar paylaşmak, alanlarıyla ilgili yeni yaklaşımları keşfetmek, velileri bilgilendirmek, derslerle ilgili etkili anlatım ve stratejileri paylaşmak, öğrencilerle etkileşim ve ödev verme, bilgi ve kaynaklara kolay erişim şeklinde sıralanmaktadır. Bu bağlamda öğretmenlerin sosyal medya paylaşımlarına bakıldığında ise öğretmen paylaşımları dört tema etrafında gruplandırılmıştır. Sınavlara yönelik paylaşımlar yapan, yabancı dil öğrenimine yönelik paylaşımlar yapan, aile ve öğretmenler için içerik paylaşımı yapan ve son olarak eğitimle ilgili mizahi paylaşımlar

yapan öğretmenler sosyal medyayı aktif şekilde kullanmaktadırlar (Arkan ve Yünter, 2018).

Türkiye’de görev yapan öğretmenler üzerine yapılmış olan Sosyal Ağlarda Öğretmenler (2023) başlığını taşıyan doktora çalışmasında ise Mehmet Fatih Döğër, Goffman’ın benlik sunumu kavramından yola çıkarak öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarını sorgulamış ve ulaştığı bulgularla eğitim pratiklerine yansımalarını konu edinmiştir. Doktora tezinin önemli bir özelliği sadece öğretmenlerin üye olabildiği bir platform olan eTwinning üzerine yoğunlaşmış olmasıdır. Doktora tezinin önemi ise Türkiye’de çalışan öğretmenlerle ilgili internet kullanım alışkanlıkları ve amaçları ve sosyal ağlarla ilgili düşünceleri hakkında çeşitli bulgular içermesidir.

Türkiye’de görev yapan öğretmenler üzerine yapılmış olan Sosyal Ağlarda Öğretmenler (2023) başlığını taşıyan doktora çalışmasında öğretmenlere interneti ne amaçla kullandıkları sorulmuş ve verilen cevaplarda ilk üç sırada; bilgi almak, araştırma yapmak ve mesleki gelişime katkı sağlamak gelmektedir. Öğretmenlerin interneti kullanım amaçları arasında şunlar yer almakta: Eğitim-öğretim sürecine katkı sağlamak, anlık iletişimde bulunmak, gündemi takip etmek, günlük işleri kolaylaştırmak, resmi hizmetleri yürütmek, sosyal medyayı takip etmek, mail alış verişinde bulunmak, paylaşım yapmak, eğlenmek, boş zamanlarını değerlendirmek, sohbet etmek, paylaşımlara bakmak ve yüklemek, takipçilerin duvarlarında yazılanları okumak ve duvara yazı yazmak, insanları daha iyi tanımak, insanların iletişim bilgilerine ulaşmak ve yeni arkadaşlar edinmek.

Sosyal Ağlarda Öğretmenler çalışmasına katılan 6005 öğretmene sosyal medyayı kullanıp kullanmadıkları sorulmuş, yüzde 97.07’yle 5829 öğretmen sosyal medyayı kullandığını belirtmiştir. Katılımcılara hangi sosyal medya platformunu kullanıyorsunuz sorusuna ise en çok facebook, instagram ve twitter cevabını vermişlerdir.

Öğretmenlerin sosyal medyanın temel kullanım amaçlarıyla ilgili ulaşılan bulgulara bakıldığında ise takip edilen kişilerin paylaşımlarını görmek, içerik paylamak, boş zamanları değerlendirmek, görünür olmak ve farklı görüşteki kişileri takip etmek gelmektedir. Beğeni almak, bildirimlerle iyi hissetmek, içeriklere yorum yazmak, dikkat çekmek, takipçi sayısını arttırmak ise en az tercih edilen gerekçeler olmuştur.

Öğretmenlerin çalışmamız bağlamında instagram uygulamasıyla ilgili görüşlerine bakıldığında ise doktora çalışmasında ulaşılan bulgular şöyle: Öğretmenlerin instagramı tercih etmelerinin nedeni olarak etkileşimin yüksek ve canlı yayın olanağının olması, kendilerini gösterme ve öğrencilerle yapılan çalışmaları sergileme, fotoğraf ve video

paylaşımı yapmak, instagramın diğer platformlardan daha samimi görülmesi, öğretmenlerin instagramı daha çok gençlerin kullandığını düşünmeleri, kendilerini daha net ifade ettiklerini düşünmeleri, instagramın günümüzdeki en popüler ve son modası olarak düşünmeleri ve birçok kişinin bu uygulamaya yöneldiğini ve kişilere ulaşmanın kolay olması gibi etkenler belirtilmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan sosyal medya öğretmenlerin hem bireysel hem de toplumsal rollerini sergileme aracı olmuştur. Bu bağlamda bu tezde öğretmenlerin herkese açık olan instagram uygulamasında öğretmenlerin kendileri sunma eylemleri ve durumları gösterilmeye çalışılmaktadır. Geniş takipçi ve beğeni toplayan öğretmenlerin etkileşim yoluyla milyonlara varan izlenme ve görülme rekorları sosyal medyanın oluşturabileceği etkilerin incelenmesini bu açıdan zorunlu kılmaktadır.

4. MATERYAL VE METOT (YÖNTEM)

Sosyal medya ve benlik sunumlarının değerlendirildiği ‘Öğretmenlerin Sosyal Medyadaki Benlik Sunumları Üzerine Dramaturjik Bir Araştırma’ başlıklı çalışmanın bu bölümünde; gerçekleştirilen araştırmanın konusu, amacı ve önemi aktararak, araştırma soruları ve bu doğrultuda kullanılan araştırmanın yöntemiyle ilgili bilgiler verilecektir.

4.1. Araştırmanın Konusu

Bu çalışma temel olarak çok takipçili ve etki alanı geniş olarak görülen öğretmenlerin instagram profillerinde ve hesaplarında nasıl bir benlik sunumu gerçekleştirdiklerine odaklanmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın konusu, instagramda hayli geniş takipçi sayısına sahip olan öğretmen hesaplarının benlik sunumlarının incelenmesinden oluşmaktadır.

4.1.1. Araştırmanın amacı ve önemi

Bu çalışma çerçevesinde incelenen çok takipçili öğretmen profilleri ve bu profillerin ürettikleri içerikler üzerinden öğretmenlerin sosyal medya ağı instagramda var olma süreçleri incelenecektir; bunu yaparken nasıl bir benlik inşa ettikleri ve bunu nasıl sundukları, hangi yöntem ve taktikleri izledikleri, izleyen/takipçiler üzerinde nasıl bir etki bırakmaya çalıştıkları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Öğretmenlerin instagram hesaplarından elde edilen veriler, oluşturulan benlik sunumu kodlama cetveline göre toplanmış ve analiz edilmiştir.

‘Öğretmenlerin Sosyal Medyadaki Benlik Sunumları Üzerine Dramaturjik Bir Araştırma’ başlıklı tez için yapılan literatür taramasında benzer çalışmaların yapılmış olduğu görülmüş; ancak toplumda önemli bir konumda bulunan öğretmenlerin yeni medyada gerçekleştirmiş oldukları benlik sunumları üzerinde çalışılmadığı görülmüştür.

Literatür taramasında Goffman’ın dramaturjik yaklaşımından yola çıkarak yapılan birçok çalışmada ünlü insanlar, kadınlar, anneler, akademisyenler, gençler ve diğer bireylerin yeni medyada benlik sunumları ortaya konulmuştur. Bunlardan Nevfel Boz (2012) ‘Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu’ adlı doktora teziyle gençlerin Facebook’ta dijital kimliklerini nasıl oluşturduklarını ve benlik sunumlarını nasıl gerçekleştirdiklerini araştırmıştır. Twitter üzerinde benlik sunumlarını inceleyen Kübra Albayrak (2019) ise ‘Dijital Ortamda Benlik Sunumları Üzerine Niteliksel Bir Araştırma’ başlıklı yüksek lisans tezinde yaptığı çalışmada seçilen beş ünlünün benlik sunumlarının

hangi kategorilerde yaptıklarını içerik analizi yöntemiyle ortaya koymaya çalışmıştır. Goffman'ın dramaturjik yöntemiyle kurgulanan bir başka çalışmada (Demirel, 2019) ise farklı mesleklerden kadınların sosyal medyada başvurdıkları benlik sunumu taktikleri doğal gözlem yoluyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bir diğer çalışma ise anneliğin sosyal medyada nasıl sunulduğunu inceleyen 'Sosyal Medyada Anneliğin Yeniden Üretilmesi: Instagram Örneği' adlı yüksek lisans tezidir. Bu tezde de (Çelik, 2019) yeni medya ortamlarında anne kimliğiyle ön plana çıkan kadınların ortaya koydukları performansa odaklanılmıştır. Benlik sunumu konusunda yapılan en eski çalışmalardan biri Arzu Araz'a aittir.

Instagramda çok takipçili öğretmen hesapları son dönemlerde görünür ve ilgi çekici olmaya başlamış, kimi tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Genel olarak bu tartışmaların öğretmenlerin yansıttığı mesleki ortamı ve sosyal medya hesaplarında görünür olan öğrencileri üzerinden çeşitli etik sorunlar etrafında geliştiği gözlemlenmektedir. Bu çalışma ise Erving Goffman'ın Dramaturjik yaklaşımı çerçevesinden öğretmen hesaplarının ve içeriklerinin incelenerek, kullanılan benlik sunumu taktikleri belirlenmeye ve bu benlik sunumu taktiklerinin takipçiler üzerinde nasıl bir izlenim bıraktığı ortaya konulacağından tartışmalara yeni bir boyut katması tahmin edilmektedir.

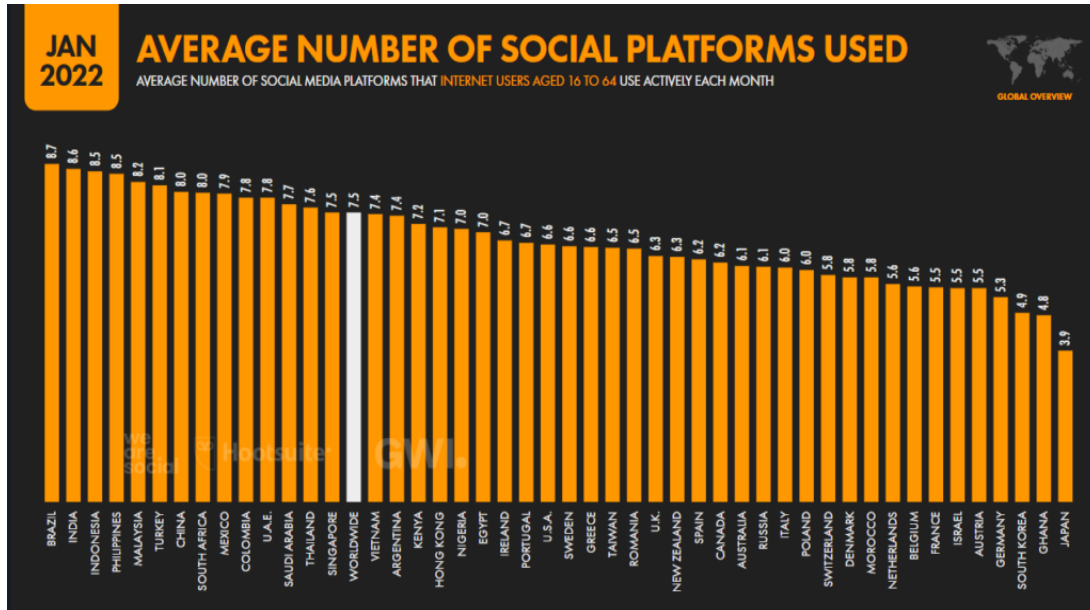
4.1.2. Araştırma soruları

Bu çalışmanın amacı araştırılırken, bu amaç etrafında oluşturulan aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılacaktır:

1. Sosyal medyada yer alan öğretmenler, paylaştıkları içeriklerle nasıl bir benlik sunumu gerçekleştirmektedirler?
2. Sosyal medyada benlik sunumu gerçekleştiren öğretmenler izleyenler üzerinde nasıl bir izlenim denetimi uygulamaya çalışmaktadırlar?
3. Benlik sunumları incelenen öğretmenler instagramda hangi yöntem ve taktikleri kullanmaktadırlar?
4. Sosyal medya platformu instagramda öğretmenler mesleki nitelik, yeterlik, beceri bildiren statü ve kişisel özelliklere ait işaretleri nasıl kullanmaktadırlar?
5. Instagramda öğretmen hesaplarının kullandıkları standart ifade donanımlarını kapsayan set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurları nelerdir?

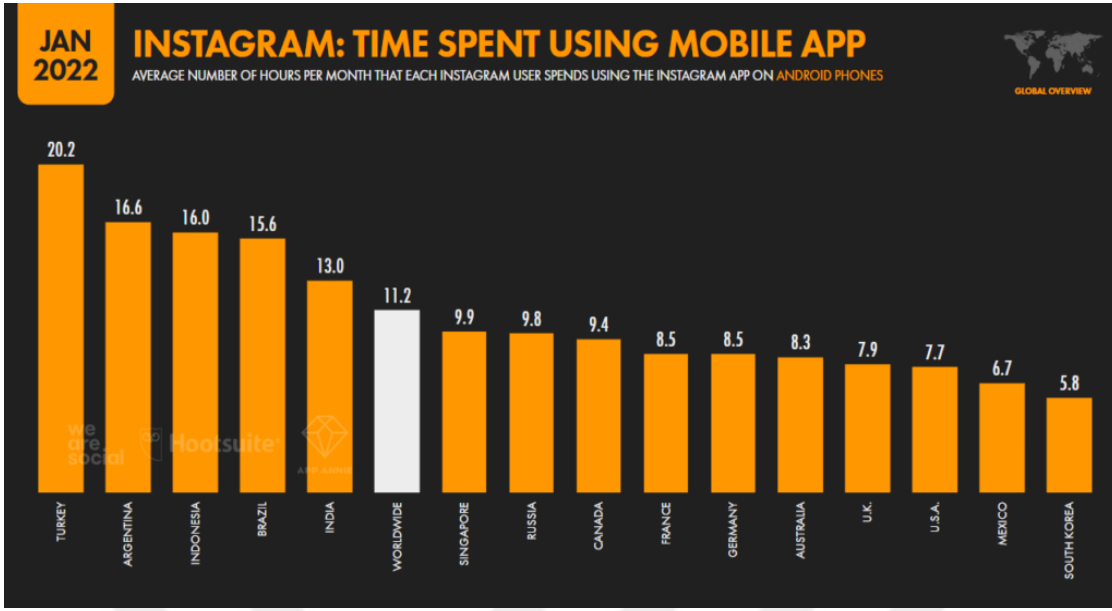
4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırma için instagram platformunun seçilmesinin nedeni, Türkiye’de instagramın son yıllarda yaygınlaşan kullanımıdır. Dünya ve ülkeler bazında yıl içinde belli dönemlerde internet bazlı analizler ve raporlar yayımlayan We Are Social’ın son dönem raporlarına göre Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu %93.2 ile Whatsapp olmuş. Whatsapp’ı Instagram ve Facebook izlemiş. İstatistiklerde Türkiye Instagram kullanım oranı % 92.5 tespit edilmektedir.



Şekil 4.1. Sosyal medyayı en aktif kullanan ülkeler sıralaması.⁸

⁸ <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>, erişim tarihi: 17.10.2022.



Şekil 4.2. İnstagramı en aktif kullanan ülkeler sıralaması⁹

Rapora göre Türkiye, 2022 yılında tüm dünyada sosyal medyayı en aktif kullanan altıncı sıradayken, instagramı dünyada en aktif kullanan birinci ülke konumuna yükselmiştir.¹⁰ Bu bağlamda araştırmada sosyal medyada öğretmenlerin benlik sunumlarının tespit edilmesi amaçlandığından araştırmanın evrenini, instagram sosyal medya ağını kullanan öğretmen hesapları oluşturmaktadır. Örneklem belirleme tekniği olarak ise amaçlı örneklem modeli kullanılmıştır. “Amaca yönelik örnekleme son derece özel ve ulaşılması güç bir nüfusun olası tüm örnek olaylarını belirlemek için geniş bir yöntemler yelpazesi kullandığı rastlantısal olmayan bir örneklemdir” (Neuman, 2006, s. 322). Amaçlı örneklemin mantığı, bilgi bakımından zengin, araştırmacının amacı açısından kritik öneme sahip konular hakkında çokça şey öğrenilebilecek durumların seçiminde yatmaktadır (Merriam, 2013’den akt., Gökçe, 2019, s. 74). Örneklem belirlenirken evren içerisinde çok takipçili veya ilgi çekici içerikler oluşturan ve öğretmen olduğu tespit edilen instagram hesapları göz önüne alınmıştır. Bu hesapların paylaşım ve etkileşim sıklığına ve paylaştıkları içeriklerin çeşitliliği gibi araştırma sorularına cevap vermesi hedeflenen olguları ve olayları resmedecek ve bunları derinlemesine ortaya çıkaracak hesapların seçilmesine dikkat edilmiştir. Bu hesaplar kamuya açık olup herkes tarafından takip edilebilmektedir.

⁹ <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>, erişim tarihi: 17.10.2022.

¹⁰ <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>. Erişim tarihi: 17.10.2022.

Tablo 4.1. Öğretmenlerin instagram bilgileri

İnstagram Hesabı	İsim	Cinsiyet	Takipçi Sayısı	Takip Ettiği Kişi Sayısı	Toplam Gönderi Sayısı
esin_ogretmen_	Esin Sarıkaya	Kadın	83,8 B	2.202	454
yeni_nesil_ogretmen	Caner Sarioğlu	Erkek	223 B	718	692
cocuk_dostu_ogretmen	Abdulkaki Altunay	Erkek	14,2 B	1.274	172
Seldakulbasturk	Selda Kul Baştürk	Kadın	9.429	1.511	3.112
biri_etkinlik_mi_dedi	Emel Metin	Kadın	52,6 B	757	613

Tablo 4.1’de amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen instagram hesaplarının bilgileri gösterilmektedir. İlk hesap ‘esin_ogretmen_’ kullanıcı adıyla Esin Sarıkaya. Esin Sarıkaya 83.8 bin kişi tarafından takip edilirken, öğretmen 2.202 kişiyi takip etmektedir. Toplam gönderi sayısı ise 454’tür. Takipçi sayısı en fazla olan ‘yeni_nesil_ogretmen’ kullanıcı adıyla Caner Sarioğlu ise 718 kişiyi takip ederken 223 bin kişi tarafından takip edilmektedir. Profilinde kendini yeni nesil öğretmen olarak adlandıran Caner Sarioğlu’nun toplam gönderi sayısı ise 692’dir. Amaçlı örneklem yöntemiyle seçtiğimiz üçüncü öğretmen ise ‘cocuk_dostu_ogretmen’ kullanıcı adıyla instagramda yer alan Abdulkaki Altunay da 13,8 bin kişi tarafından takip edilmekteyken, 1,217 kişiyi takip etmektedir. Abdulkaki Altunay’ın toplam gönderi sayısı ise 163’tür. Dördüncü seçilen öğretmen Selda Kul Baştürk’ün, Seldakulbasturk kullanıcı adıyla açılan instagram hesabının takipçi sayısı 9.429’dur. 1511 kişiyi takip eden Baştürk’ün gönderi sayısı 3112’dir. Beşinci seçilen öğretmen ise biri_etkinlik_mi_dedi kullanıcı adıyla açılmış olan Emel Metin’e ait instagram hesabı olmuştur. Emel Metin 52,6 bin kişi tarafından takip edilirken, 765 kişiyi takip etmektedir. Gönderi sayısı ise 613’tür.

Tablo 4.1’de ilk sırada yer alan Esin Sarıkaya isimli öğretmenin instagram profiline bakıldığında ilk olarak sayfanın kişisel blog kategorisinde olduğu görülüyor. ‘Bu sayfa çok güzel gelsenize’ şeklinde bir cümlemin yer aldığı profil bilgilerinde ayrıca küresel öğretmen, Eba TV öğretmeni, Web 2.0 araçları eğitmeni, akıllı tahta, #kütahya, #sınırsızsınıf, #sınırsızogretmen, #teknolo, model sınıf, zeka oyunları, kodlama, arttırılmış gerçeklik, eğitsel oyunlar şeklinde sahip olunan beceri ve nitelikleri belirten kelimeler yer almaktadır. Hesapta, öğretmenin kendisinin yer aldığı bir profil fotoğraf kullanılmaktadır. Tabloda ikinci sırada yer alan Caner Sarıoğlu’nun instagram profili ise eğitim kategorisinde paylaşımlar yapan bir sayfa olarak belirtilmiş. Instagram sayfasının biyografi kısmında ‘yarının öğretmeni’ şeklinde kendini tanımlayan öğretmenin aldığı ödülleri belirten çeşitli semboller yer almakta. Profil kısmında küresel öğretmen, eğitsel oyun, çocuklarla felsefe, yaratıcılık, drama, zeka oyunları ve kendisinin TedX’de yapmış olduğu konuşmasına ve kendisinin çalışmalarına referans gösterdiği bir bağlantı adresi yerleştirmiş. Profil fotoğrafında ise arkada öğrencilerin yer aldığı, önde kendisinin durduğu bir fotoğraf kullanılmış. Üçüncü hesap olan cocuk_dostu_ogretmen hesabının profil sayfasında tanınmış kişi kategorisi olduğu belirtilmiş. Profilin bilgiler kısmında mesleğine aşık ve insanlar arasında insanlardan bir insan ifadeleri yer almaktadır. Abdalbaki Altunay’ın profil fotoğrafında ise sadece kendisi yer almaktadır. Dördüncü hesap Selda Kul Baştürk’ün hesabı incelendiğinde biyografi kısmında İngilizce öğretmeni, more&more Speaky’s Notebook, Eba TV İlkokul İngilizce, eTwinning Türkiye Özel Ödülleri ve 2020 Küresel Öğretmen Ödülü yazmaktadır. Ayrıca kendi çalışmalarının yer aldığı bir bağlantı adresi yer almaktadır. Beşinci öğretmen ise Emel Metin girişimci kategorisinde görünen hesabının biyografi kısmında sınıf öğretmeni olduğunu belirtmiş. Ayrıca profilde vantrolog, TRT EBA TV okuyorum yazıyorum kuşağı öğretmeni, etkinlik fikirleri yazmakta.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın teorik alt yapısını oluşturan araştırma modeli olan içerik analizi uygulama ve kodlama cetvelinin oluşturulması açıklandıktan sonra araştırmanın evren ve örnekleme hakkında bilgi verilip araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları açıklanacaktır.

4.3.1. Veri toplama yöntem ve teknikleri

Bu çalışmada sosyal medya araçlarından biri olan instagramda yer alan çok takipçili öğretmen hesapları incelenerek, nasıl bir benlik sunumu gerçekleştirdiklerini anlamak için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bulguların elde edilip yorumlanmasına yönelik olarak niteliksel araştırmalarda veri oluşturma tekniği olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

4.3.2. İçerik analizini ve uygulama süreci

Max Weber'in, 1910'da Alman Sosyoloji Derneği'nin ilk toplantısında gazete içeriklerinin taranmasını önermek suretiyle içerik analizinin temellerini atmıştır (Gökçe, 2019). Kuramsal temelli çalışmalar Weber'dan sonra yayılarak 1940 sonrası bilim dünyasındaki yerini almıştır. 1960'dan sonra ise içerik analizinin siyasal bilimler, gazetecilik, sosyoloji ve psikolojiden sonra etnoloji, tarih, psikiyatri ve dilbilim gibi disiplinlere de girerek gelişmiştir. Bu açıdan içerik analizi, geniş bir uygulama alanı bularak sistematik olarak bilimsel bir yapı kazanmıştır.

İçerik analizi temel amacı, metnin içerisindeki anlamların keşfedilmesi yoluyla sosyal gerçekliği açıklayan çıkarımlar yapmaktır. Bu bakımdan içerik analizinin birçok tanımı yapılmıştır. Literatürde yaygın bir şekilde kullanılan tanımlardan birini yine bu yöntemin bilimsel olarak kullanılmasında büyük katkıları olan Bernard Berelson tarafından yapılmıştır. Berelson içerik analizini, "*içerik analizi, iletişimin açıklanan içeriğinin yansız, dizgeli (sistematik) sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği*" olarak tanımlamaktadır (Aziz, 2020, s. 121). Bu tanımdan yola çıkarak içerik analizinin temel özelliğinin verilerin belirlenen kategorilere yerleştirilmesi sürecinden oluştuğu söylenebilir (Gökçe, 2019).

İçerik analizi yönteminin uygulanması araştırmanın belirli aşamalarla tasarlanmasını gerektirmektedir. Bu süreç genel olarak;

- ❖ Kavramsallaştırma ve amaç,
- ❖ Tasarım veya planlama,
- ❖ Veri toplama ve analiz olmak üzere üç aşamayla ifade edilmiştir (Riffe vd. 2005'den akt., Yıldırım, 2015, s. 126).

İlk aşamada araştırma probleminin, sorularının ve hipotezlerinin ortaya konulmasından sonra ikinci aşamada, içerik analizi tekniğinin kendi aşamalarını içeren

süreç takip edilir. Bu aşamada çözümleme birimleri ve kategoriler oluşturulur. Daha sonra kategorileri ölçmeye yönelik veriler kavramsal ve betimsel ifadelere dönüştürülür. Son aşamada bulgular analiz edilerek raporlaştırılır.

4.3.3. Kategorileri belirleme ve kodlama cetvelinin oluşturulması

İçerik analizi yönteminde kategorilere dönüştürme aşaması en önemli aşama sayılmaktadır. Çünkü bu aşama içerik analizinin önemli bir kısmını oluşturduğundan içerik analizinin omurgası durumundadır (Gökçe, 2019).

Kategorilerin işlevleri şu şekilde ifade edilmektedir:

1. Kategori sistemi bir ölçek sunmaktadır ve bu ölçek, araştırma sorusu açısından önemli olan bilgilerin metinden seçimini belirlemekte ve yönlendirmektedir.
2. Kategori sistemi üzerinden sosyal gerçek yapılandırılmakta ve tanımlanmaktadır.
3. Kategori sistemi, sosyal gerçekliğin unsurlarını belli kriterlere göre birbirinden farklılaştırarak gruplandırmakta ve bu süreçte araştırma sorusu açısından önem arz etmeyen anlam farklılıkları analiz dışı bırakılmıştır (Huth, 1991; Merten, 1983'den akt., Gökçe, 2019, s. 91).

Besim Yıldırım'a göre içerik analizinde kategori üretme işlemi iki şekilde yapılır: Birincisi konuyla ilgili daha önceden yapılmış ve standartlaştırılmış kategorilerin kullanılması, ikincisi ise çalışmanın kuramsal yaklaşımına, araştırma soru ve hipotezine göre yeni kategoriler oluşturulmasıdır (Yıldırım, 2015).

Kategorilerin belirlenmesi sürecinden sonra içerik analizi yönteminin sonraki aşamasında kodlama işlemine geçilir. Kodlama analiz birimlerinin çözümleme kategorisi içerisine yerleştirilmesi işlemidir (Yıldırım, 2015). Araştırmanın amacına yönelik oluşturulacak kodlama çizelgesi, hangi bilgilerin hangi kategoriler içine konulacağı belirlenerek standardize edilmesi sağlanır. Bu anlamda verileri kategorilere yerleştirme sırasında belirli simgeler veya sayılar kullanılabilir.

İçerik analizinin son aşaması ise veriler kodlanmasıyla ortaya çıkan bulguların araştırmanın kuramsal çerçevesi etrafında yorumlanması ve raporlanmasından oluşmaktadır.

Bu çalışmada geliştirilen kodlama cetvelinde bulunan kategorilerin elde edilmesinde, Erving Goffman'ın 1959 yılında geliştirdiği "Benlik Sunumu Değişkenleri" ile Jones ve Pittman'ın 1982 yılında geliştirdiği "Benlik Sunumu

Stratejileri” birlikte kullanılmıştır. Benlik Sunumu Değişkenleri ile Benlik Sunumu Stratejileri’ni açıklamak üzere araştırmacı tarafından literatür araştırmasından elde edilen verilerden yola çıkılarak benlik sunumuna karşılık gelen kişilik tanımları kodları oluşturulmuştur. Bunun yanında toplanan verilerden seçilecek 3 görsel ve metinsel içerikte yer alan set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurları analiz edilecektir.

Bu çalışmanın kuramsal temeli, Erving Goffman’ın çalışmalarında geçen benlik sunumu kavramı etrafında şekillenmektedir. Goffman’ın çalışmaları yüz yüze etkileşimin doğasını anlamaya yönelik olarak kişilerin toplumda birbiriyle karşılaşma, yüz yüze gelme, iletişim kurma ve diğer ilişki biçimlerinin örnekler üzerinden açıklandığı geniş bir kuramsal temel sağlamaktadır.

Goffman, bireylerin benlik sunumlarını gerçekleştirirken kullandıkları stratejileri Benlik Sunumu Değişkenleri olarak sınıflandırmıştır.

Tablo 4.2. Goffman’ın benlik sunumu değişkenleri

Benlik Sunumu Değişkenleri		Açıklama
Dramatik Canlandırma		Kişinin performansını daha ön plana çıkarmak amacıyla iletmek istediklerinin dramatik yolla atının çizilmesine dramatik canlandırma denir (Goffman, 2014).
İfade Denetiminin Elde Tutulması		Bireylerin performansı sahnelerken verdikleri izlenimleri sakatlayan, iletilmesi tasarlanmamış anlamları denetlemek için başvurulan stratejileri belirtir (Goffman, 2014).
Yanlış Sunum	Gizem Yaratma	Yanlış Sunum: Oyuncuların performans sırasında verdikleri izlenimle uyumayan işaretlerdir (Goffman, 2014). Gizemlileştirme: Toplumsal yaşamda mesafenin oluşturulmasının bir yolu olup, seyirciler tarafından alınan bilgilerin düzenlemesi veya kısıtlanmasıdır (Goffman, 2014).
İdealize Etme		Bireylerin sunmuş olduğu performansın toplumun beklentilerine ve anlayışlarına uyarak, dünyaya daha iyi ve idealize edilmiş yönlerini sergilemeleridir (Goffman, 2014).
Gerçeklik ve Düzmece		Bireyin ilgi çekmek, takdir edilmek vb. gibi davranışlar doğrultusunda gerçekleştirdiği kendisini mağdur olarak sergilediği paylaşımları ifade etmektedir (Goffman, 2014).

Tablo 4.2’de görülen Benlik Sunumu Değişkenleri’ni öğretmenlerin kullandıkları benlik sunumu taktikleriyle şöyle açıklayabiliriz.

Dramatik Canlandırma: Öğretmenler ifade etmek istediklerini öğretmen rolüyle sahnelemektedirler. Kullandıkları set, çalıştıkları kurum olan okul, sınıf, okul bahçesi, koridor olabilmektedir. Kişisel vitrin unsurlarını da sahneye alarak daha etkili bir dramatik anlatım sergilerler. Öğretmen kimliğinin sık sık vurgulanması ve bunun oyunun sahiciliğini arttırmak için kullandıkları kişisel vitrinleriyle destekleyerek daha etkili bir dramatik canlandırma meydana getirilir.

İfade Denetiminin Elde Tutulması: Öğretmenlerin verdikleri izlenimleri destekleyecek roller sahnelemelerini ifade eder. Öğretmenlerin kişilik özelliklerini ifade eden mizaç ve karakterini mesleki rolüyle ortaya koyduğu bir benlik sunumunu içerir.

Yanlış Sunum: Öğretmenliği, eğitimi ve bunlarla ilgili durumları yansıtmayan işaretlerin performanstan uzak tutulmasıdır.

Gizem Yaratma: Öğretmenlerin kendileriyle ilgili bazı bilgileri gizlemeleridir. İzleyicinin sadece öğretmenlik ve eğitimle ilgili temalar etrafında paylaşımlar yapması ve özel hayatını, politik veya dünya görüşünü izleyiciden saklamasını ifade eder.

İdealize Etme: Öğretmenlerin, toplumun gözünde de kutsanan ve değer verilen öğretmenlik mesleğinin gerçekten de böyle olduğunu gösteren görsel ve metinsel paylaşımlardır.

Gerçeklik ve Düzmece: Sosyal medyanın izleyenler ve onlarda oluşması istenen izlenimler için tasarlanmış bir yapıya sahip olduğu iddia edilebilir. Dramaturjik yaklaşım her ne kadar toplumdaki yüz yüze ilişkileri incelese de sosyal medyanın bu yapısını açıklayacak bir form da sunmakta. Ancak sosyal medyanın yüz yüze ilişkilerin anlık ve benzersiz doğasını aşan aşırı kontrol edilebilirlik gerçeklik ve düzmece gibi durumlar meydana getirebilir. Bu bağlamda öğretmenler resmi olarak öğretmen olabilirler ancak instagramda sundukları performans düzmece olabilir.

Araştırma kapsamında Goffman'ın 'Benlik Sunumu Değişkenleri' Jones ve Pittman'ın 1982 yılında geliştirdiği "Benlik Sunumu Stratejileri" ile birlikte kullanılmıştır. Jones ve Pittman bireylerin olumlu bir izlenim üretmek için "Örnek Davranış Sergileme, Kendini Sevdirmeye, Tehdit Etme, Niteliklerini Sergileme, Kendini Acındırma" stratejilerini kullandıklarını belirtmektedirler.

Tablo 4.3. Jones ve Pittman’ın benlik sunumu stratejileri

Benlik Sunumu Stratejileri	Açıklama
Örnek Davranış Sergileme	Birey topluma karşı duyarlı, düşünceli, yardımsever davranış gerçekleştirmektedir.
Kendini Sevdirmeye	Birey sosyal ilişkilerini güçlendirmek, diğer bireyler tarafından duygusal anlamda olumlu bir algı geliştirmek adına davranış gerçekleştirmektedir.
Tehdit Etme	Birey mesafeli, gizemli, karanlık yönünü öne çıkaracak davranış gerçekleştirmektedir.
Niteliklerini Tanıtma	Birey kişisel özelliklerine ilişkin yetenek ve yetkinliklerini ifade eden davranış gerçekleştirmektedir.
Kendini Acındırma	Birey sosyal çevresi doğrultusunda, ilgi çekmek adına kendisinin mağdur, üzgün, haklı olduğu vurgulayan davranış gerçekleştirmektedir.

Jones ve Pittman’ın geliştirmiş oldukları benlik sunumu stratejileri (Jones ve Pittman, 1982’den akt., Boz, 2013, s. 58) fenomen öğretmenlerin benlik sunumları taktikleri etrafında şu şekilde açıklanabilir.

Örnek Davranış Sergileme: Öğretmenlerin toplumsal rolleri ve faydayı ön plana çıkardıkları, yardımseverliği gösteren performanslardır. Ayrıca içinde bulundukları kültürel ve sosyal değerlere göre davranışlar sergilemeleridir.

Kendini Sevdirmeye: Fenomen öğretmenlerin toplumdaki öğretmenlere yönelik olumlu algıyı da kullanarak kendilerini samimi, eğlenceli, özgüvenli, doğal olarak gösterdikleri stratejilerdir.

Tehdit Etme: Jones ve Pittman’a göre, bireyin “Tehdit Etme” davranışı, bireylerin çevresindeki diğer bireylerin cinsellik, şiddet, korku vb. duygular çerçevesinde kendisinden “çekinmesine, hayranlık duymasına ya da kendisini merak etmesine” neden olmak olarak açıklanmaktadır (Jones ve Pittman, 1982’den akt., Özkök, 2019, s. 93).

Niteliklerini Tanıtma: Öğretmenlerinin sahip oldukları özelliklerin, yeteneklerin, farklılığın vurgulandığı performansları ifade eder. Eğitim dünyasında özgün kabul edilebilecek bir fikrin gösterilmesi, yaratıcı olmak gibi özelliklerin öne çıkarılması gibi nitelikler sayılabilir.

Kendini Acındırma: Öğretmenlerin örneğin kimi öğrencileriyle ilgili yaşadıkları güçlükleri, yoksunlukları vurgulayarak, öğretmenliğin zor ve kutsal bir meslek olarak yaydıkları izlenimle izleyicide; şefkat, merhamet, sevgi, yardımseverlik gibi duygularının uyandırılmasıdır.

Çalışma kapsamında Goffman'ın geliştirmiş olduğu Benlik Sunumu Değişkenleri ile Jones ve Pittman'ın geliştirmiş oldukları Benlik Sunumu Stratejilerini bir araya getirilerek bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu kodlama cetvelince Goffman'ın 6 değişkeniyle Jones ve Pittman'ın 5 stratejisi eşleştirilmiştir (Özkök, 2019). Buradan hareketle, çalışmada yer alan Benlik Sunumu Stratejileri ile Benlik Sunumu Değişkenleri'ni açıklamak üzere literatürde yapılan çalışmalardan yararlanarak öğretmenlerin özelliklerini ifade eden kişilik tanımları (Yetim ve Göktaş, 2004; Bek, 2007; Taşkaya, 2012; Özgül, 2021) araştırmacı tarafından kodlama cetveline eklenmiştir.

Bu çalışmada kullanılmak Goffman'ın Benlik Sunumu Değişkenleri ile Jones ve Pittman'ın Benlik Sunumu Stratejilerinin eşleştirilmesiyle oluşturulan ve bunları açıklayacak kişilik tanımlarının da yer aldığı kodlama cetveli Tablo 4.4'de gösterilmektedir.

Tablo 4.4. Benlik sunumu kodlama cetveli

BENLİK SUNUMU DEĞİŞKENLERİ VE BENLİK SUNUMU STRATEJİLERİ		AÇIKLAMALAR	KOD
Dramatik Canlandırma Örnek Davranış Sergileme		Toplumsal Fayda Toplumsal Değerler Evrensel Değerler Milli Değerler Mesleki Yaşantılar Artistik Beceriler Demokrat Vatansever Sanatsever Kitapsever Yardımsever Doğasever Hayvan sever Sağlıklı yaşam	1
İfade Denetiminin Elde Tutulması Kendini Sevdirme		Esprili Güler Yüzlü Nazik Samimi Doğal Özgüvenli Eğlenceli Sempatik Karizmatik Giyime özen gösteren	2
Yanlış Sunum	Tehdit Etme	Meydan okuyucu Güncel görüş Gizemli	3
Gizem Yaratma			
İdealize Etme Niteliklerini Tanıtma		Yenilikçi Farklı Hümanist İdealist Vizyon sahibi olma Yaratıcı Üretken/tasarımcı Bilimsel olma Teknolojik Lider Akademik	4
Gerçeklik ve Düzmece Kendini Acındırma		Yakınma Düş kırıklıkları Yaşanılan Zorluklar	5

Çalışmanın örneklemini oluşturan öğretmenlerin bir yıllık periyotta paylaştıkları içerikler tek tek incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda 609 instagram içeriği analiz edilmiştir. Bu paylaşımlar benlik sunumu kodlama cetveli yardımıyla kodlanarak sayısal verilere dönüştürülmüştür. Instagram verileri sayısal verilere dönüştürülürken, benlik sunumu değişkenlerini ve benlik sunumu stratejilerini doğrulayan paylaşımlara 1 değeri

verilmiştir. Bu değerler toplanarak benlik sunumu değişkenleri ve benlik sunumu stratejilerini analiz etmek üzere ortaya çıkan frekans ve bunların yüzdelik oranları ayrı ayrı elle tablolar haline getirilmiştir.

İçerik analizinin son bölümünde ise aşağıdaki tablo yardımıyla belik sunumu yapan öğretmenlerin, paylaşmış oldukları içeriklerden üç adet seçilerek araştırma sorularının sonuncusunda geçen ve Goffman literatüründe önemli bir yere sahip olan rol-rutin, set ve kişisel vitrin öğelerinin benlik sunumu kapsamında diğer kodlarla birlikte nasıl kullanıldıkları ortaya konulacaktır.

Tablo 4.5. Benlik sunumu sırasında kullanılan standart ifade donanımları

Rol-Rutin	Rol veya rutin, kişinin içinde bulunduğu duruma dair kendi görünüşünü ve bu görünüşle de diğer katılımcıları ve özellikle de kendisini nasıl değerlendirdiğini ifade eden sözlü veya sözsüz fiillerden oluşan bir eylem kalıbıdır (Goffman, 2019).
Set	Performans ve her türlü insan faaliyetleri için ortam ve sahne sağlayan, mobilya, dekor, fiziksel tasarım ve diğer arka sahne araçlarını içeren donanımlardır (Goffman, 2020).
Kişisel Vitrin	Vitrin, performans sırasında kullanılan standart ifade donanımıdır. Kişisel vitrin ise oyuncunun kendisiyle bağdaştırılan ve gittiği her yerde oyuncuyu doğal olarak izlemesi beklenen donanımlardır. Cinsiyet, yaş, ırksal özellikler, boy ve görünüş, duruş şekli, konuşma kalıpları, yüz ve vücut ifadeleri vb. örnekler verilebilir (Goffman, 2020).

Rol-Rutin: Bu kategoriye giren performans incelenen hesaplarda tespit edildiği gibi, hesap sahipleri öğretmenlik performanslarını ön plana çıkarırlar. Genellikle mesleklerine yönelik paylaşımlar, öğrencilerle yapılan etkinlikleri ve kendi başarılarını paylaşırlar.

Set: Aktörün içine girdiğinde performansını başlattığı yerdir. Genellikle sınıftır, bazen okul bahçesi de olabilir. Sınıfta ya da bahçede öğrencilerle birlikte yapılan etkinlikler ve oyunlar paylaşılır. Herhangi bir ortamda set olarak kullanılabilir. Pandemi döneminde öğretmenlerin ev içi ortamları sete dönüşerek performansın sergilendiği mekan haline gelmişti.

Kişisel Vitrin: Eğitim materyalleri, kalem, gözlük, kıyafet ve makyaj, yüz ifadesi, vücut duruşu. Duruma göre beklenmedik eşyalar da kişisel vitrin unsuru olabilir.

4.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmaya konu olan öğretmenler seçilirken birçok öğretmen hesabı uzun bir süre gözlemlenmiştir. En başta 10 örneklem seçilip hesapların hareketleri uzun bir süre takip edilmiştir. Ardından öğretmen hesaplarının paylaşımları tek tek incelenmiştir. Öğretmenlerin paylaşımları araştırmanın amacına uygunluğu çerçevesinde değerlendirilmiş ve ardından örneklem 5 instagram hesabıyla sınırlı tutulmuştur. Çıkarılan öğretmen hesapları, instagram hesaplarını daha çok akademik içerik oluşturmak ve bunu diğer öğretmenlerle paylaşmak için kullandığı tespit edilmiştir. Örneklem için seçilen öğretmen hesaplarının ise çok yönlü paylaşımlar yaptıkları, sosyal medyayı sadece eğitsel içerik üretip paylaşmak için değil, kendilerini ve gündelik hayatlarını da konu alan birçok alanda paylaşımlar yaptıkları gözlemlenmiştir. Örneklem beşe düşürülmesinin bir diğer nedeni ortaya çıkan içeriklerin çok fazla olması ve bunların kodlanmasının tek bir araştırmacı tarafından yapılmasının zor olması ve verilerin organize edilmesi sırasında ortaya çıkacak sorunların araştırmanın uzamasına yol açmasından. Ayrıca seçilen beş öğretmenin tezin amacını yansıtacak yeterlilikte olduğu görülmüş ve örneklem düşürülmüştür.

Sosyal medyada öğretmenlerin benlik sunumlarının incelendiği bu araştırmanın verileri güncel olması bakımından araştırma tarihine en yakın tarih olan Ocak 2021- Aralık 2021 arasındaki on iki aylık zaman dilimi araştırma için analiz edilmiştir. Araştırma için öğretmenlerle instagramda DM yoluyla iletişime geçilmiş, araştırma hakkında bilgi verilmiş ve kullanılan görsel ve metinsel içerikler için izin alınmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın bu bölümünde seçilen öğretmen hesaplarının paylaştıkları sosyal medya hesaplarından içerik analizi yöntemiyle elde edilen veriler tablolar halinde gösterilecektir. Biri kadın ikisi erkek toplam 5 öğretmenin yapmış oldukları paylaşımlar 2021 yılına ait olmak üzere toplamda 609 görsel ve metinsel içerik kodlama cetveli yardımıyla çözümlenmiştir. Sosyal medyada çok takipçili olan öğretmenlerin benlik sunumlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada öğretmenlere ait bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.1. Öğretmenlerin instagram hesapları

Öğretmenin adı ve soyadı	İnstagram hesabı
Esin Sarıkaya	esin_ogretmen_
Caner Sarioğlu	yeni_nesil_ogretmen
Abdubaki Altunay	cocuk_dostu_ogretmen
Selda Kul Baştürk	Seldakulbasturk
Emel Metin	biri_etkinlik_mi_dedi

5.1. İnstagram Hesaplarının İçeriklerine Ait Frekans ve Yüzde Analizi

Benlik sunumlarının incelendiği bu araştırmada öncelikle öğretmenlerin instagram hesaplarının taranmasıyla elde edilen toplam içerik sayısı tablolar halinde gösterilecektir. Esin Sarıkaya, Caner Sarioğlu ve Abdubaki Altunay, Selda Kul Baştürk, Emel Metin'in Ocak 2021 ile Aralık 2021 tarihleri arasındaki instagram paylaşımlarının içeriklerine ait bulgular frekans ve yüzde değerleriyle aşağıdaki tablolarda yer almaktadır. Yüzde değerleri toplanırken sadeleştirilerek tablolara eklenmiştir.

5.1.1. İnstagram hesaplarının kişilik tanımları kodları frekans ve yüzde analizi

Esin Sarıkaya, Caner Sarioğlu ve Abdubaki Altunay, Selda Kul Baştürk ve Emel Metin Ocak 2021 ile Aralık 2021 tarihleri arasındaki instagram paylaşımlarının Kişilik Tanımı Kodlarına ait bulgular frekans ve yüzde değerleriyle aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.2. Esin Sarıkaya'nın kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi

Kişilik Tanımı Kodları	Frekans	Yüzde
Kod 1	10	10,30
Kod 2	18	18,55
Kod 3	5	5,15
Kod 4	60	61,85
Kod 5	4	4,12
Toplam	97	99,97

Öğretmen Esin Sarıkaya alınan tarih aralığında instagram hesabında yaptığı 97 paylaşımda, yüzde 10,30 oranıyla 10 içerikte mesleki yaşantılar, doğasever, yardımsever ve artistik beceriler içeren paylaşımlar yaparken yüzde 18,55 oranıyla 18 paylaşımında esprili, güler yüzlü, samimi, doğal, eğlenceli, sempatik, giyime özen gösteren kodlarına uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 61,85 oranıyla 60 paylaşımında yenilikçi, teknolojik, yaratıcı, bilimsel olma, farklı, idealist, akademik çalışmalar, üretken/tasarımcı, hümanist niteliklerine uygun içerikleri oluştururken, yüzde 4,12 oranıyla da 4 paylaşımında da yaşanan zorluklar ve yakınma kodlarını içeren paylaşımlarda bulunmuştur. Son olarak aktörün yüzde 5,15 oranıyla 5 paylaşımında güncel görüş belirttiği ve meydan okuyucu olduğu paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 5.3. Caner Sarioğlu'nun kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi

Kişilik Tanımı Kodları	Frekans	Yüzde
Kod 1	31	22,14
Kod 2	51	36,42
Kod 3	2	1,42
Kod 4	55	39,28
Kod 5	1	0,71
Toplam	140	99,97

Öğretmen Caner Sarioğlu ise yüzde 22,14 oranıyla 31 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 36,42 oranıyla 51 paylaşımında da esprili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir içerikler

paylaşmıştır. Yüzde 39,28 oranıyla 55 paylaşımda farklı, bilimsel olma, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yaparken, yüzde 0,71 oranıyla da 1 paylaşımda yakınma vb. sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktörün yüzde 1,42 oranıyla paylaştığı 2 içerikte de güncel görüş ve meydan okuyucu kodlarına uygun bir performans sergilediği tespit edilmiştir.

Tablo 5.4. Abdulkaki Altunay’ın kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi

Kişilik Tanımı Kodları	Frekans	Yüzde
Kod 1	18	17,52
Kod 2	39	40,20
Kod 3	1	1,03
Kod 4	33	34,02
Kod 5	7	7,21
Toplam	98	99,98

Öğretmen Abdulkaki Altunay ise yüzde 17,52 oranıyla 17 paylaşımda mesleki yaşantılar, artistik becerileri vb. sergileyen paylaşımlar yaparken, yüzde 40,20 oranıyla 39 paylaşımda da eğlenceli, esprili, sepmatik, samimi, güler yüzlü vb. nitelikleri yansıtan paylaşımlar yapmıştır. Yüzde 34,02 oranıyla 33 paylaşımda farklı, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklere uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 7,21 oranıyla 7 paylaşımda da yakınma, düş kırıklığı vb. içerikte paylaşımlar yapmıştır. Aktörün Kod 3’e ilişkin 1 paylaşım yapmış olduğu tespit edilmiş o da toplam içinde yüzde 1,03 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5.5. Selda Kul Baştürk’ün kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi

Kişilik Tanımı Kodları	Frekans	Yüzde
Kod 1	27	14,51
Kod 2	81	43,54
Kod 3	2	1,07
Kod 4	68	36,55
Kod 5	8	4,30
Toplam	186	99,97

Öğretmen Selda Kul Baştürk ise yüzde 14,51 oranıyla 27 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 43,54 oranıyla 81 paylaşımda da esprili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir içerikler paylaşmıştır. Yüzde 36,55 oranıyla 68 paylaşımda farklı, bilimsel düşünme, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yaparken, yüzde 4,30 oranıyla da 8 paylaşımında yakınma vb. sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Selda Kul Baştürk, yüzde 1,07 oranıyla 2 paylaşımında güncel görüş ve tehdit etme paylaşımları yapmıştır.

Tablo 5.6. Emel Metin'in kişilik tanımı kodları frekans ve yüzde analizi

Kişilik Tanımı Kodları	Frekans	Yüzde
Kod 1	36	40,90
Kod 2	16	18,18
Kod 3	2	2,27
Kod 4	31	35,22
Kod 5	3	3,40
Toplam	88	99,97

Öğretmen Emel Metin ise yüzde 40,90 oranıyla 36 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 18,18 oranıyla 16 paylaşımda da esprili, samimi, sempatik, eğlenceli, özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir içerikler paylaşmıştır. Yüzde 35,22 oranıyla 31 paylaşımda farklı, bilimsel olma, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yaparken, yüzde 3,40 oranıyla da 3 paylaşımında yakınma vb. sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktörün yüzde 2,27 oranıyla 2 paylaşımında ise meydan okuyucu içerikte paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir.

5.1.2. Instagram hesaplarının benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Esin Sarıkaya, Caner Sarıoğlu ve Abdulkaki Altunay, Selda Kul Baştürk ve Emel Metin'in Ocak 2021 ile Aralık 2021 tarihleri arasındaki instagram paylaşımlarının Benlik

Sunumu Değişkenlerine ait bulgular frekans ve yüzde değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.7. Esin Sarıkaya'nın benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Değişkenleri	Frekans	Yüzde
Dramatik Canlandırma	10	10,30
İfade Denetiminin Elde Tutulması	18	18,55
Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	5	5,15
İdealize Etme	60	61,85
Gerçeklik ve Düzmece	4	4,12
Toplam	97	99,97

Öğretmen Esin Sarıkaya alınan tarih aralığında instagram hesabında yaptığı 97 paylaşımında, yüzde 10,30 oranıyla 10 içerikte mesleki yaşantılar, artistik becerileri vb. yansıtan *Dramatik Canlandırma* değişkenine uygun paylaşımlar yaparken, yüzde 18,55 oranıyla 18 paylaşımında kişilerin daha çok kişisel özelliklerini yansıtan ve öğrencileriyle kurmuş olduğu etkileşimleri yansıtan espirili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren yönünü gösteren *İfade Denetiminin Elde Tutulması* değişkenine uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 61,85 oranıyla 60 paylaşımında profesyonel öğretmenlik niteliklerine uygun *İdealize Etme* değişkenini içeren yenilikçi, teknolojik, yaratıcı, bilimsel olma vb. niteliklerine uygun içerikler paylaşılmış. Yüzde 4,12 oranıyla da 4 paylaşımında *Gerçeklik ve Düzmece* değişkenine uyan ve öğretmenliğin zorluklarını yansıtan sunumlardan oluşmaktadır. Esin Sarıkaya yüzde 5,15 oranıyla 5 paylaşımında da *Yanlış Sunum/Gizem Yaratma* değişkenini içeren güncel görüş ve meydan okuyucu izlenimler verdiği tespit edilmiştir.

Tablo 5.8. Caner Sarioğlu'nun benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Değişkenleri	Frekans	Yüzde
Dramatik Canlandırma	31	22,14
İfade Denetiminin Elde Tutulması	51	36,42
Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	2	1,42
İdealize Etme	55	39,28
Gerçeklik ve Düzmece	1	0,71
Toplam	140	99,97

Öğretmen Caner Sarioğlu ise yüzde 22,14 oranıyla 31 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine karşılık gelen *Dramatik Canlandırma* değişkenine uygun benlik sunumunu içeren paylaşımları yaparken, yüzde 36,42 oranıyla 51 paylaşımda da espirili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir *İfade Denetiminin Elde Tutulması* değişkenini kapsayan içerikler paylaşmıştır. Yüzde 39,28 oranıyla 55 paylaşımda farklı, bilimsel olma, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun *İdealize Etme* değişkenini kapsayan paylaşımlar yaparken, yüzde 0,71 oranıyla da 1 paylaşımında *Gerçeklik ve Düzmece* değişkenini kapsayan yakınma sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktörün *Yanlış Sunum/Gizem Yaratma* değişkenine uygun yüzde 1,42 oranıyla 2 paylaşım yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 5.9. Abdulkaki Altunay'ın benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Değişkenleri	Frekans	Yüzde
Dramatik Canlandırma	18	17,52
İfade Denetiminin Elde Tutulması	39	40,20
Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	1	1,03
İdealize Etme	33	34,02
Gerçeklik ve Düzmece	7	7,21
Toplam	98	99,98

Öğretmen Abdulkaki Altunay ise yüzde 33,33 oranıyla 52 paylaşımda *Dramatik Canlandırma* sunumunu kapsayan mesleki yaşantılar, artistik becerilerini vb. sergileyen

paylaşımlar yaparken, yüzde 43,58 oranıyla 68 paylaşımında da *İfade Denetiminin Elde Tutulması* eğlenceli, esprili, sempatik, samimi, güler yüzlü vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yapmıştır. Yüzde 16,02 oranıyla 25 paylaşımında *İdealize Etme* sunumunu içeren farklı, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklere uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 7,05 oranıyla 11 paylaşımında da *Gerçeklik ve Düzmece* değişkenine uygun yakınma, düş kırıklığı içeren paylaşımlar yapmıştır. *Yanlış Sunum-Gizem Yaratma* değişkenine uygun yüzde 1,03 oranıyla 1 paylaşım yapılmıştır.

Tablo 5.10. Selda Kul Baştürk'ün benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Değişkenleri	Frekans	Yüzde
Dramatik Canlandırma	27	14,51
İfade Denetiminin Elde Tutulması	81	43,54
Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	2	1,07
İdealize Etme	68	36,55
Gerçeklik ve Düzmece	8	4,30
Toplam	186	99,97

Öğretmen Selda Kul Baştürk, yüzde 14,51 oranıyla 27 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine karşılık gelen *Dramatik Canlandırma* değişkenine uygun benlik sunumunu içeren paylaşımları oluştururken, yüzde 43,54 oranıyla 81 paylaşımında da esprili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir *İfade Denetiminin Elde Tutulması* değişkenini kapsayan içerikler paylaşmıştır. Yüzde 36,55 oranıyla 68 paylaşımında farklı, üretken/tasarımcı, akademik, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun *İdealize Etme* değişkenini kapsayan paylaşımlar yaparken, yüzde 4,30 oranıyla da 8 paylaşımında *Gerçeklik ve Düzmece* değişkenini kapsayan yakınma sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Selda Kul Baştürk paylaşımlarının yüzde 1,07 oranına denk gelen 2 paylaşımında da *Yanlış Sunum/Gizem Yaratma* koduna karşılık gelen izlenim denetimini kullanmıştır.

Tablo 5.11. Emel Metin’in benlik sunumu değişkenleri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Değişkenleri	Frekans	Yüzde
Dramatik Canlandırma	36	40,90
İfade Denetiminin Elde Tutulması	16	18,18
Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	2	2,27
İdealize Etme	31	35,22
Gerçeklik ve Düzmece	3	3,40
Toplam	88	99,97

Öğretmen Emel Metin’in, yüzde 40,90 oranıyla 36 gönderisinde mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine karşılık gelen *Dramatik Canlandırma* değişkenine uygun benlik sunumunu içeren paylaşımları oluştururken, yüzde 18,18 oranıyla 16 paylaşımda da espirili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir *İfade Denetiminin Elde Tutulması* değişkenini kapsayan içerikler oluşturmuştur. Yüzde 35,22 oranıyla 31 paylaşımda farklı, bilimsel olma, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun *İdealize Etme* değişkenini kapsayan paylaşımlar yaparken, yüzde 3,40 oranıyla da 3 paylaşımda *Gerçeklik ve Düzmece* değişkenini kapsayan yakınma sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktörün paylaşımlarının yüzde 2,27 oranına denk gelen 2 paylaşımda da *Yanlış Sunum/Gizem Yaratma* koduna karşılık gelen izlenim denetimini kullanmıştır.

5.1.3. Instagram hesaplarının benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Esin Sarıkaya, Caner Sarioğlu ve Abdalbaki Altunay, Selda Kul Baştürk ve Emel Metin Ocak 2021 ile Aralık 2021 tarihleri arasındaki instagram paylaşımlarının Benlik Sunumu Stratejilerine ait bulgular frekans ve yüzde değerleriyle aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.12. Esin Sarıkaya'nın benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Stratejileri	Frekans	Yüzde
Örnek Davranış Sergileme	10	10,30
Kendini Sevdirmeye	18	18,55
Tehdit Etme	5	5,15
Niteliklerini Tanıtma	60	61,85
Kendini Acındırma	4	4,12
Toplam	97	99,97

Öğretmen Esin Sarıkaya, alınan tarih aralığında instagram hesabından yaptığı 108 paylaşımda, yüzde 10,30 oranıyla 10 içerikte *Örnek Davranış Sergileme* değişkenine uygun mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever kodlarını yansıtan paylaşımlar yaparken, yüzde 18,55 oranıyla 18 paylaşımında daha çok kişisel özelliklerini yansıtan esprili, güler yüzlü, samimi, doğal kodlarına karşılık gelen *Kendini Sevdirmeye* değişkenine uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktör, yüzde 5,15 oranıyla *Tehdit Etme* niteliklerine uygun içerikler paylaşırken, yüzde 61,85 oranıyla 60 paylaşımında profesyonel öğretmenlik niteliklerine uygun *Niteliklerini Tanıtma* değişkenini içeren yenilikçi, teknolojik, yaratıcı, bilimsel düşünme vb. niteliklerine uygun içerikler paylaşmış. Aktörün yüzde 4,12 oranıyla da 4 paylaşımında *Kendini Acındırma* değişkenine uyan ve öğretmenliğin zorluklarını vb. yansıtan sunumlardan oluşmaktadır.

Tablo 5.13. Caner Sarioğlu'nun benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Stratejileri	Frekans	Yüzde
Örnek Davranış Sergileme	31	22,14
Kendini Sevdirmeye	51	36,42
Tehdit Etme	2	1,42
Niteliklerini Tanıtma	55	39,28
Kendini Acındırma	1	0,71
Toplam	140	99,97

Öğretmen Caner Sarioğlu ise yüzde 22,14 oranıyla 31 içerikte mesleki yaşantılar, artistik beceriler, doğasever, yardımsever, toplumsal fayda, milli değerler vb. niteliklerine

karşılık gelen *Örnek Davranış Sergileme* değişkenine uygun benlik sunumu stratejisini içeren paylaşımları oluştururken, yüzde 36,42 oranıyla 51 paylaşımda da esprili, samimi, sempatik, eğlenceli özgüvenli, giyime özen gösteren vb. nitelikleri gösterir *Kendini Sevdirmeye* stratejisini kapsayan içerikler paylaşmıştır. Yüzde 39,28 oranıyla 55 paylaşımda farklı, bilimsel olma, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklerine uygun *Niteliklerini Tanıtma* stratejisini kapsayan paylaşımlar yaparken, yüzde 0,71 oranıyla da 1 paylaşımında *Kendini Acındırma* stratejisini kapsayan yakınma sunumuna uygun paylaşımlar yapmıştır. Aktörün 2 paylaşımıyla yüzde 1,42 oranında *Tehdit Etme* stratejisi izlemiştir.

Tablo 5.14. Abdalbaki Altunay’ın benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Stratejileri	Frekans	Yüzde
Örnek Davranış Sergileme	18	17,52
Kendini Sevdirmeye	39	40,20
Tehdit Etme	1	1,03
Niteliklerini Tanıtma	33	34,02
Kendini Acındırma	7	7,21
Toplam	98	99,97

Öğretmen Abdalbaki Altunay ise yüzde 33,33 oranıyla 52 paylaşımda *Örnek Davranış Sergileme* stratejisini kapsayan mesleki yaşantılar, artistik beceri vb. sergileyen paylaşımlar yaparken, yüzde 43,58 oranıyla 68 paylaşımında da *Kendini Sevdirmeye* stratejisini içeren eğlenceli, esprili, sempatik, samimi, güler yüzlü vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yapmıştır. Yüzde 16,02 oranıyla 25 paylaşımında *Niteliklerini Tanıtma* sunumunu içerek farklı, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklere uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 7,05 oranıyla 11 paylaşımında da *Kendini Acındırma* değişkenine uygun yakınma, düş kırıklığı vb. içerikte paylaşıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 5.15. Selda Kul Baştürk'ün benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Stratejileri	Frekans	Yüzde
Örnek Davranış Sergileme	27	14,51
Kendini Sevdirmeye	81	43,54
Tehdit Etme	2	1,07
Niteliklerini Tanıtma	68	36,55
Kendini Acındırma	8	4,30
Toplam	186	99,97

Öğretmen Selda Kul Baştürk ise yüzde 14,51 oranıyla 27 paylaşımda *Örnek Davranış Sergileme* stratejisini kapsayan mesleki yaşantılar, artistik becerilerini vb. sergileyen paylaşımlar yaparken, yüzde 43,54 oranıyla 81 paylaşımında da *Kendini Sevdirmeye* stratejisini içeren eğlenceli, esprili, sempatik, samimi, güler yüzlü vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yapmıştır. Yüzde 36,55 oranıyla 68 paylaşımında *Niteliklerini Tanıtma* sunumunu içerek farklı, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklere uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 4,30 oranıyla 8 paylaşımında da *Kendini Acındırma* değişkenine uygun yakınma, yaşanan zorluklar içerikli ve son olarak yüzde 1,07 oranıyla 2 paylaşımda da tehdit etme koduna uygun paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 5.16. Emel Metin'in benlik sunumu stratejileri frekans ve yüzde analizi

Benlik Sunumu Stratejileri	Frekans	Yüzde
Örnek Davranış Sergileme	36	40,90
Kendini Sevdirmeye	16	18,18
Tehdit Etme	2	2,27
Niteliklerini Tanıtma	31	35,22
Kendini Acındırma	3	3,40
Toplam	88	99,97

Öğretmen Emel Metin, yüzde 40,90 oranıyla 36 paylaşımda *Örnek Davranış Sergileme* stratejisini kapsayan mesleki yaşantılar, artistik beceri vb. sergileyen paylaşımlar yaparken, yüzde 18,18 oranıyla 16 paylaşımında da *Kendini Sevdirmeye*

stratejisini içeren eğlenceli, esprili, sempatik, samimi, güler yüzlü vb. niteliklerine uygun paylaşımlar yapmıştır. Yüzde 35,22 oranıyla 31 paylaşımında *Niteliklerini Tanıtma* sunumunu içerek farklı, yenilikçi, yaratıcı, idealist vb. niteliklere uygun paylaşımları oluştururken, yüzde 3,40 oranıyla 3 paylaşımında da *Kendini Acındırma* değişkenine uygun yakınma, düş kırıklığı vb. içerikler paylaşılırken aktörün son olarak yüzde 2,27 oranıyla 2 paylaşımında da tehdit etme koduna uygun içerikler paylaştığı yaptığı tespit edilmiştir.

5.2. Aktörlerin Kişilik Tanımı Kodlarına Ait Ayrıntılı Frekans Analizi ve Standart İfade Donanımları

Araştırmanın bu bölümünde aktörlerin önce kişilik tanımları kodlarının ayrıntılı frekans tablolarına yer verilecektir. Ardından kullanılan kişilik tanımları kodlarına uygun düşen görsel ve metinsel içeriklerden rastgele 3 adet seçilerek Goffman'ın rol-rutin, set ve kişisel vitrin kavramlarını kapsayan standart ifade donanımlarının analizi yapılacaktır.

Tablo 5.17. Esin Sarıkaya'nın kişilik tanımı kodları frekans analizi

Kişilik Kodları	Frekans
Mesleki Yaşantılar	7
Artistik Beceriler	1
Doğasever	1
Yardımsever	1
Esprili	7
Eğlenceli	3
Samimi	3
Doğal	3
Sempatik	1
Giyime özen gösteren	1
Güncel Görüş	1
Meydan okuma	3
Teknolojik	37
Üretken/tasarımcı	10
Yaratıcı	6
Bilimsel olma	3
İdealist	1
Farklı	1
Akademik çalışmalar	1
Hümanist	1
Yakınma	3
Yaşanılan zorluklar	1
Toplam	97

Öğretmen Esin Sarıkaya'nın kişilik kodları frekanslarına bakıldığında en çok paylaşım yaptığı kişilik kodu idealize etme/niteliklerini tanıtmaya kategorisinde bulunan teknolojik kodu olmuştur. Bu kodu 37 kez kullanan aktörün paylaşımlarının 10 tanesi kendini üretken olarak yansıttığı içeriklerden oluşmaktadır. Dramatik canlandırma/örnek davranış sergileme kategorisinde mesleki yaşantılar 7 kez paylaşılrken, artistik beceriler doğasever ve yardımsever olduğu 1'er paylaşım yapılmıştır. İfade denetiminin elde tutulması/kendini sevdirmeye kategorisinde bulunan esprili koduna uygun 7'şer paylaşım yapılmışken, eğlenceli, samimi, doğal 3'er, sempatik ve giyime özen gösteren 1'er içerik paylaşılmıştır. Aktör idealize etme/niteliklerini tanıtmaya kategorisinde 37 frekansla teknolojik görüldüğü içerikler paylaşılrken, idealist, farklı, akademik çalışmalar ve

hümanist olarak yansıttığı 1'er içerik paylaşımında bulunmuştur. Meydan okuyucu 3 içerik paylaşılırken 1 içerikte de güncel görüş bildirilmiştir. Son olarak yakınma kodunu 3 kez ve yaşanan zorlukları 1 kez kullanmıştır.

5.2.2. Esin Sarıkaya'nın standart ifade donanımları



Resim 5.1. Esin Sarıkaya'nın teknolojik taktiği

Aktör Esin Sarıkaya'nın Resim 5.1'de en çok kullandığı teknolojik koduna uygun bir benlik sunumu gerçekleştirmektedir. İdealize etme/niteliklerini tanıtmak kategorisi içerisinde bulunan bu kod, kişinin kendi niteliklerine vurgu yaptığı içerikleri kapsamaktadır. Akıllı tahtadan bir web 2.0 aracını tanıtan aktörün bir sınıfta olduğu anlaşılıyor. Goffman terminolojisinde içinde bulunulan sınıf mekânı, akıllı tahta set kavramına karşılık gelir. Aktörün bir tahta önünde durması kişisel vitrin olarak değerlendirilebilir. Resim 5.1'de öğretmenlik performansı ile alakalı bir duruma işaret edildiğinden rol-rutin donanımı olduğu anlaşılmaktadır.



Resim 5.2. Esin Sarıkaya'nın esprili taktiği

Aktörün Resim 5.2'de görüldüğü gibi ifade denetiminin elde tutulması/kendini sevdirmeye kategorisine ait esprili koduna uygun benlik sunumu yapmaktadır. Bir sosyal medya fenomeninin taklit edildiği bu içerikte aktör set olarak kendi evini kullanmaktadır. Temizlik malzemeleri de oyunu destekleyen donanımlar olarak yer almıştır. Esprili durumu yansıtacak şekilde saçların bağlanma tarzı, yüz ve mimik hareketleri kişisel vitrin öğeleri olarak kullanılmıştır. Aktörün paylaşımları çoğunlukla öğretmen rolüyle ilgiliyken kimi paylaşımları da gündelik hayatı yansıtan rollerle ilgilidir. Bu açıdan resimde rol-rutin donanımına uygun olarak evde temizlik yapan bir kadın performansı gösterilmektedir.



Resim 5.3. Esin Sarıkaya'nın üretken/tasarımcı taktiği

Aktörün Resim 5.3'de, idealize etme/niteliklerini tanııtma kategorisi içerisinde yer alan üretken/tasarımcı koduna karşılık gelen bir performans ortaya koyduğu görülmektedir. İçeriklerinden 10 tanesi üretkenlik/tasarımcı durumunu yansıtan aktörün çeşitli mekânlarda bu taktiği kullandığı tespit edilmiştir. Resim 5.3'de set olarak yine bir sınıf ortamı seçilirken, kişisel vitrin öğeleri olarak hazırlamış olduğu bir eğitim materyali kullanılmaktadır. Bu görselin alındığı videoda hazırlamış olduğu materyali öğrencileriyle birlikte yaptığı etkinlikleri yansıtan aktör öğretmen performansını yansıtan rol-rutin donanımını kullanmıştır.

Tablo 5.18. Caner Sarioğlu'nun kişilik tanımı kodları frekans analizi

Kişilik Kodları	Frekans
Milli Değerler	6
Mesleki Yaşantılar	5
Hayvan sever	5
Kitapsever	5
Sanatsever	3
Doğasever	3
Evrensel Değerler	2
Sağlıklı olma	2
Eğlenceli	16
Esprili	15
Samimi	9
Doğal	5
Samimi	2
Güler yüzlü	2
Özgüvenli	1
Karizmatik	1
Güncel görüş	1
Meydan okuma	1
İdealist	13
Yaratıcı	12
Farklı	10
Bilimsel Olma	9
Akademik	6
Vizon sahibi olma	3
Teknolojik	1
Yenilikçi	1
Yakınma	1
Toplam	140

Aktör Caner Sarioğlu'nun kişilik kodları paylaşımlarına bakıldığında, ifade denetiminin elde tutulması/kendini sevdirmeye kategorisinde, 16 frekansla kendini en çok eğlenceli olarak sunduğu tespit edilmiştir. Aynı kategoride bulunan esprili kodunu 15 kez kullanan Sarioğlu, idealize etme/niteliklerini tanıtmaya kategorisinde bulunan idealist özelliğini 13 kere yansıtmıştır. Bu kategoride yaratıcı niteliğini 12 kez, farklı olma niteliğini 10 kez yansıtmıştır. Dramatik canlandırma/örnek davranış sergileme kategorisinde de en çok kullandığı milli değerlerin yansıtıldığı içeriklerin sayısı ise 6'dır.

Yanlış sunum-gizem yaratma/tehdit etme kategorine ait olan meydan okuma ve güncel görüş koduna ait 1'er paylaşım yapan aktör, gerçeklik ve düzmece-kendini acındırma kategorisinde bulunan yakınma koduna ait 1 paylaşım yapmıştır. Caner Sarioğlu'nun benzer içerikte yapmış olduğu 3 paylaşım ise kodlamadan çıkarılmıştır.

5.2.2. Caner Sarioğlu'nun standart ifade donanımları



Resim 5.4. Caner Sarioğlu'nun eğlenceli taktiği

Aktör Caner Sarioğlu Resim 5.4'de müzik eşliğinde ödev dağıtarak eğlenceli bir benlik sunumu gerçekleştirmektedir. İfade denetiminin elde tutulması/kendini sevdirmeye kategorisinde bulunan bu taktik, aktörün instagram hesabında en fazla kullandığı taktik. Hesabında sık sık oyunun eğitim üzerindeki yararları üzerinde duran Sarioğlu, set olarak okul bahçesini kullanmıştır. Ödev kâğıtları ve çevresinde müzik eşliğinde hareket eden öğrenciler ise kişisel vitrinin öğeleri olarak sayılabilir. Caner Sarioğlu, rol-rutin donanımı olarak kendisini klasik öğretmenin dışına çıkararak eğlenceli bir kişilik olarak yansıtmıştır.



Resim 5.5. Caner Sarioğlu'nun kitapsever taktiği

İnstagram hesaplarında zaman zaman öğretmenler kitap okumanın önemi üzerinde durarak ne kadar kitapsever olduklarını göstererek takipçilere örnek olmak istemektedirler. Resim 5.5'te Caner Sarioğlu set olarak kullandığı oyun parkında öğrencilerine kitap okuduğu görülmektedir. Dramatik canlandırma-örnek davranış sergileme kategorisinde bulunan kitapsever kodunu toplamda 5 kez kullanan aktörün bu paylaşımında oyun parkını, öğrencileri ve hikâye kitabını kişisel vitrinin öğeleri olarak kullanmıştır. Öğrencilerle yapılan kitap okuma etkinliği ve merkezde bulunan aktörün üstlendiği anlatıcı performansı rol-rutin donanımı sayılır.



Caner Sarioğlu
@caner55s

"Öğretmenler rahata alıştı." diyerek okulların açılmasını ipe çeken, öğrencilerine ulaşmak için her yolu deneyen öğretmenleri zan altında bırakan gazeteciyi (!) bir günlüğüne derslerime davet ediyorum. Uzaktan davulun sesi hoş gelirmiş. Var mısın uzaktan okuma-yazma öğretelim?

@yeni_nesil_ogretmen

Resim 5.6. Caner Sarioğlu'nun meydan okuyucu taktiği

Bu araştırma için toplanan verilerin paylaşıldığı yılda bütün dünyada etkisi devam eden bir pandemi süreci yaşanmaktaydı. Eğitim-öğretim sürecini derinden etkileyen bu süreç on-line eğitim, uzaktan eğitim gibi olguların bir anda gündelik hayatın bir parçası haline gelmesine yol açtı. Caner Sarioğlu'nun paylaşımına konu olan bir gazetecinin öğretmenlerle ilgili çeşitli iddialarda bulunduğu bir yazıya cevap vermek istemesi. Bunun için Resim 5.6'da Caner Sarioğlu, yanlış sunum/gizem yaratma-tehdit etme kategorisinde kullandığı taktik meydan okuyucu taktiğidir. Metin temelli bir içerik olduğundan set unsuru olarak yazının paylaşıldığı instagram uygulamasının izleyiciye açık kısmı aynı zamanda ön sahnedir. Aktörün öğretmenlerin kendi rollerini gerçekleştirmek için ne kadar çaba sarf ettiklerini belirterek arka sahnede neler olduğuyla ilgili bilgiler vermesi rol-rutin donanımı yani eylem kalıbının varlığını gösterir.

Tablo 5.19. Abdalbaki Altunay’ın kişilik tanımı kodları frekans analizi

Kişilik Kodları	Frekans
Mesleki Yaşantılar	10
Artistik beceriler	5
Vatansever	1
Doğasever	1
Milli değerler	1
Esprili	21
Eğlenceli	11
Samimi	3
Sempatik	2
Karizmatik	1
Giyime özen gösteren	1
Gizemli	1
İdealist	12
Yaratıcı	8
Farklı	5
Yenilikçi	2
Hümanist	2
Vizyon sahibi	2
Bilimsel olma	1
Teknolojik	1
Yaşanılan zorluklar	3
Yakınma	3
Düş kırıklığı	1
Toplam	98

Abdalbaki Altunay’ın en çok kullanmış olduğu kişilik özelliği 21 frekansla ifade denetiminin elde tutulması/kendini sevdirmeye kategorisinde yer alan esprili kodu olmuştur. Bu kategoride yer alan eğlenceli taktiğini 11 kez kullanan aktör, 3 kez samimi, 2 kez sempatik ve 1’er kez karizmatik ve giyime özen gösteren kodunu kullanmıştır. Dramatik canlandırma/örnek davranış sergileme kategorisinde en çok mesleki yaşantıları yansıtan 10 içerik paylaşılmıştır. Aynı kategoride aktörün kurgularından oluşan artistik becerilerini yansıtan 5 içerik paylaşıldığı tespit edilmiştir. İdealize etme/niteliklerini tanıtmaya kategorisinde en çok kullanılan taktik ise öğretmenlik statüsünün övüldüğü idealist kodu olmuştur. Yaratıcı kodu 8 kez kullanılırken farklı kodu 5 kez kullanılmıştır. Yenilikçi, hümanist, vizyon sahibi olma 2’şer kez, teknolojik ve bilimsel olma 1’er kez kullanılmıştır.

Yakınma ve aktörün öğretmenlikte yaşadığı zorlukların altının çizildiği 3'er, düş kırıklıklarının yansıtıldığı 1 ve gizemli olduğu 1 içerik paylaşılmıştır.

5.2.3. Abdalbaki Altunay'ın standart ifade donanımları



Resim 5.7. Abdalbaki Altunay'ın artistik beceriler taktiği

Öğretmen Abdalbaki Altunay'ın Resim 5.7'de kullanmış olduğu dramatik canlandırma-örnek davranış sergileme kategorisinde bulunan artistik beceriler kodu, aktörün bir durumu anlatmak için canlandığı performansı göstermektedir. Resim videodan ekran fotoğrafı alma yöntemiyle elde edilmiştir. Okulda nöbet görevleri bulunan öğretmenlerin nöbet gününe hazırlığını ve nöbet günü yaşadıklarını dramatik bir şekilde canlandıran aktör, durumu, videoda çeşitli ifadelerle süsleyerek kısa bir film formatında sunmuştur. Bir bakıma kendisini kendi gözünden oynayarak artistik becerilerini ortaya koymuştur. Set olarak dış mekân, okulun çeşitli mekânları kullanılmıştır. Kişisel vitrinin öğeleri olarak yaka kartı ve rol yapan çocuklar kullanılmıştır. Videoda nöbet tutan öğretmenin yaptığı rol, gerçeklik hissini seyirciye aktarmayı amaçladığından performansa uyumlu bir rol-rutin canlandırılmıştır.



Resim 5.8. Abdulkaki Altunay'ın farklı taktiği

Sosyal medya uygulaması instagramda öğretmenlerin kullandığı bir diğer taktik de kendilerini farklı olarak gösterdikleri performanslardır. Resim 5.8'de öğretmenin başka bir sete ait bir eylem kalıbını sınıfa taşıdığı görülmektedir. Öğrencilerinin saçlarını şekillendiren Abdulkaki Altunay, idealize etme-niteliklerini tanıtmak kategorisinde bulunan farklı olma taktiğini kullanmıştır. Bu taktiği 5 kez kullanan aktör, set olarak sınıfı kullanmıştır. Kişisel vitrin öğeleri olarak kendi saçını savurma gibi vücut hareketleri, saç kurutma makinesi ve fırça gibi malzemeler sayılabilir. Rol-rutin olarak öğretmen dışı bir performansa ait eylem kalıbı canlandırılmıştır. Böylece ne kadar farklı olduğuna dair işaretler belirginleştirilmiştir.



Resim 5.9. Abdalbaki Altunay'ın yaşanan zorluklar taktiği

İnstagramda öğretmenler ne kadar genellikle eğitime, okula ve öğretmenliğe dair olumlu duyguları harekete geçiren içerikler üretseler de az da olsa yaşadıkları zorluklara vurgu yapan paylaşımlarda da bulunmuşlardır. Resim 5.9'da Abdalbaki Altunay'ın kullanmış olduğu taktik de öğretmenlerin yaşadıkları zorlukları anlatan bir canlandırmadan oluşmaktadır. Bir konuyu tekrar tekrar anlatan bir öğretmenin öğrencileriyle yaşadığı zorluğun anlatıldığı videoda aktörün set olarak bir sınıfı kullandığı görülmektedir. Kişisel vitrinin öğeleri olarak, yaşadığı zorluğu yansıtan gergin yüz, el-kol ve vücut hareketleri sayılabilir. Gergin olan ama bu gerginliği de yansıtmamaya çalışan bir rol-rutin canlandırılmıştır.

Tablo 5.20. Selda Kul Baştürk'ün kişilik tanımı kodları frekans analizi

Kişilik Kodları	Frekans
Mesleki Yaşantılar	9
Artistik beceriler	2
Evrensel değerler	1
Doğasever	1
Milli değerler	8
Toplumsal fayda	4
Vatansever	1
Kitapsever	1
Esprili	6
Eğlenceli	8
Samimi	4
Sempatik	8
Doğal	28
Özgüvenli	9
Nazik	4
Giyime özen gösteren	3
Güler yüzlü	3
Karizmatik	8
Güncel görüş	1
Meydan okuyucu	1
Yaratıcı	3
İdealist	11
Üretken/tasarımcı	21
Teknolojik	13
Akademik	20
Yakınma	7
Yaşanılan zorluklar	1
Toplam	186

Selda Kul Baştürk'ün paylaşımlarına ayrıntılı bakıldığında 28 frekansla kendini daha çok doğal olarak yansıttığı içeriklerden oluşmaktadır. İfade denetiminin elde tutulması-kendini sevdirmeye kategorisinde en çok kullandığı diğer taktik ise 9 frekansla özgüvenli görüldüğü içerikler olmuştur. Aktörün eğlenceli, karizmatik ve sempatik olarak yansıttığı her birinden 8'er içerik paylaşmışken, 6 içerikte de eğlenceli olduğu anları paylaşmıştır. Aynı kategoride bulunan samimi ve nazik taktiğini 4'er kez kullanırken, 3'er kez giyime özen gösterdiği ve güler yüzlü olduğu içerikler paylaşmıştır. Öğretmen Selda

Kul Baştürk doğal taktiğinden sonra ikinci en çok kullandığı kod idealize etme-nitelikleri tanıtma kategorisinde yer alan üretkenlik kodu olmuştur. Üretkenlik/tasarımcı kodu 21 kez kullanılmışken, akademik çalışmalar kodu 20 frekansla ikinci sırada gelmektedir. Öğretmen bu kategoride 13 kez teknolojik, 11 kez idealist ve 3 kez de yaratıcı olarak yansıtmıştır kendini. Dramatik canlandırma-örnek davranış sergileme kategorisinde ise Selda Kul Baştürk mesleki yaşantılarını gösterdiği 9 paylaşım yaparken 8 milli değerler, 4 toplumsal fayda sağladığı içerikler paylaşmıştır. Bu kategoride aktör artistik beceriler taktiğini 2 kez, evrensel değerler, doğasever, kitapsever ve vatansever taktiğini de 1'er kez kullanmıştır. Yanlış sunum/gizem yaratma-tehdit etme kategorisinde 1'er kez meydan okuyucu ve güncel görüş bildirdiği tespit edilmiştir. Aktörün gerçeklik ve düzmece-kendini acındırma kategorisinde 7 kez yakınma ve 1 kez de yaşanan zorlukları yansıtan içerikler paylaşmıştır.

5.2.4. Selda Kul Baştürk'ün standart ifade donanımları



Resim 5.10. Selda Kul Baştürk'ün akademik taktiği

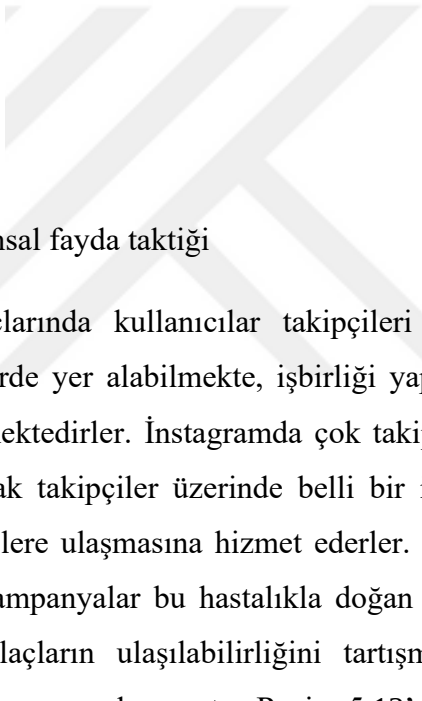
Selda Kul Baştürk'ün idealize etme-niteliklerini tanıtma kategorisinde bulunan akademik taktiğine instagram paylaşımlarında 20 kez başvurduğu tespit edilmiştir. Resim 5.10'da aktör, uluslararası bir öğrenme platformu olan eTwinning'le ilgili bulunduğu çalışmalardan birini yansıtmaktadır. Selda Kul Baştürk'ün set olarak duvara asılı afişin kullandığını kişisel vitrin öğeleri olarak da çalışmacı olduğunu belirten bir yaka kartı

kullandığı görülmektedir. Afişte yer alan kanatları ortalayan vücut konumunun verdiği izlenim akademik çalışmalarda bulunmaktan memnun görünümü pekiştiren bir rol-rutin canlandırmasıdır.



Resim 5.11. Selda Kul Baştürk'ün idealist taktiği

Selda Kul Baştürk'ün Resim 5.11'de görülen yapılan işe yönelik bir düşünceyi ifade ederek hem görsel hem de metinsel içerik olarak idealist görüldüğü bir içerik olarak idealize etme-niteliklerini tanıtmaya kategorisinde yer alır. Aktör 11 kez idealist görüldüğü ya da çeşitli görsel ve metinsel ifadelerle idealist olduğunu gösterdiği içerikler paylaşmıştır. Set olarak masa sandalyelerin olduğu pastaneye benzeyen bir ortamın kullandığı görsel de kişisel vitrin öğeleri olarak yapılan işin sevildiğini belli eden bir özlü söz kullanılmıştır. İşini seven bir öğretmen izlenimi veren aktör rol-rutin donanımı olarak idealist bir öğretmen profili çizmiştir.



nasına yol açmıştır. Resim 5.12'c

naçlı bir girişimde yer alarak takipçileri üzerinde
mektedir. Dramatik canlandırma-örnek davranış
al fayda kodunu 4 kez kullanmıştır. Set olarak bir
öğeleri olarak fotoğrafının yer aldığı içerik de
ş ve istek ve rica ederken kullanılan el simgesi
nlere seslenen aktör toplumsal fayda sağlayıcı bir
ya koymuştur.

Tablo 5.21. Emel Metin’in kişilik tanımı kodları frekans analizi

Kişilik Kodları	Frekans
Mesleki Yaşantılar	17
Artistik beceriler	4
Sanatsever	8
Hayvan sever	2
Milli değerler	4
Toplumsal fayda	1
Esprili	7
Eğlenceli	4
Samimi	1
Sempatik	1
Doğal	1
Özgüvenli	2
Güncel görüş	2
Yaratıcı	16
Farklı	4
Yenilikçi	2
Hümanist	1
Vizyon sahibi olma	2
Bilimsel olma	2
Teknolojik	1
Akademik	3
Yakınma	3
Toplam	88

Emel Metin’in 2021 yılında instagram hesabında yaptığı paylaşımlara bakıldığında en çok mesleki yaşantılarını yansıtmayı tercih etmiştir. Dramatik canlandırma-örnek davranış sergileme kategorisinde aktörün paylaşımlarının 17 tanesi mesleki yaşantılarından oluşmaktadır. Aktör bu kategoride yaptığı diğer paylaşımlarda kendisini 8 tanesinde sanatsever, 2 tanesinde hayvan sever olarak sunarken, 1 tanesinde toplumsal fayda, 4 tanesinde artistik becerilerini ve 4 tanesinde de milli değerleri yansıtmıştır. İfade denetiminin elde tutulması-kendini sevdirmeye kategorisinde en çok kullandığı taktik ise esprili kodudur. Bu kategoride bulunan eğlenceli özelliğini 4 kez yansıtan aktör, doğal, samimi, sempatik özelliğini toplamda 3 kez ve özgüvenli taktiğini de 2 kez yansıtmıştır. Yanlış sunum-gizem yaratma kategorisinde bulunan güncel görüş kodu 2 kez yansıtılırken idealize etme-niteliklerine tanıtma kategorisinde en çok kullanılan yaratıcı kodu olmuştur.

Yaratıcı kodunu 16 kez kullanan Emel Metin, 3 kez akademik çalışmalarını yansıtırken, kendisini farklı olarak yansıttığı 4 içerik paylaşmıştır. Aktör kendisini yenilikçi ve bilimsel olarak 4 kez sunarken, teknolojik, hümanist ve vizyon sahibi olarak 4 kez sunmuştur.

5.2.5. Emel Metin'in standart ifade donanımları



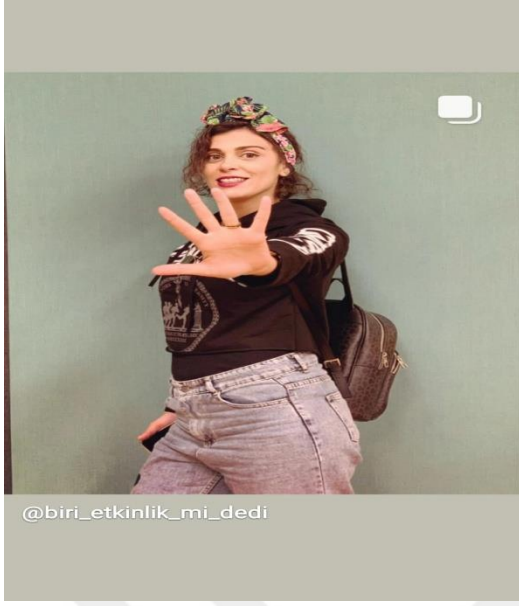
Resim 5.13. Emel Metin'in milli değerler paylaşımı

İncelenen instagram hesaplarında öğretmenlerin belirli gün ve haftalarla ilgili paylaşımlar yaptıkları tespit edilmiştir. Öğretmenlerin milli bayramlar ve Atatürk'ün ölüm yıldönümü gibi günlerde özel paylaşımlar yapması, seyircilerin/takipçilerin veyahut toplumun beklentilerine yönelik bir benlik sunumu olarak değerlendirilebilir. Aktörün milli değerleri yansıtan 4 içeriği bulunmaktadır. Resim 5.13'de Emel Metin'in bir kuklayla Cumhuriyet Bayramı'nı kutlamasıyla dramatik canlandırma/örnek davranış sergileme kategorisine uygun bir performans sergilemektedir. Performansa mekân olan yer bir ev olarak görülmektedir. Kişisel vitrin öğeleri olarak bedeninin bir parçası gibi kullanılan kukla, arkada asılı bayrak, müzik, kullanılan emojiler ve 29 Ekim yazısı seti tamamlayan unsurlar olarak yer almaktadır. Rol-rutin olarak kuklayla birlikte İzmir Marşı'nın söylenmesiyle amaca yönelik bir canlandırma ortaya konuluyor.



Resim 5.14. Emel Metin'in yaratıcı taktiği

Öğretmenlerin kullandığı taktiklerden biri de performanslarını yaratıcı olduklarına dair işaretlerle donatmak. Resim 5.14'de de aktörün bir oyunu başka bir formata sokarak canlandırması yer almaktadır. İdealize etme-niteliklerini tanııtma kategorisinde kullanılan bu taktik öğretmenlerin önemli özelliklerinden biri olarak görülmektedir. Emel Metin'in yaratıcı özelliğini sergilediği set bir sınıf ortamında geçmektedir. Kişisel vitrin öğeleri olarak oyun oynayan bir öğretmen görünüşü ve eğitim materyali olarak kullanılan top söylenebilir. Eylem kalıbı olarak aktörün yaratıcı bir imgeye sahip olması rol-rutin donanımını ifade eder.



Resim 5.15. Emel Metin’in özgüvenli taktiği

Resim 5.15’de Emel Metin’in özgüvenli olduğunu gösteren bir benlik sunumu gerçekleştirmektedir. Aktörün vantrilok olmasıyla ilgili bir haberi duyurduğu bu paylaşımında ifade denetiminin elde tutulması-kendini sevdirmeye kategorisinde bulunan özgüvenli kodunu sergilemiştir. Set olarak yeşil bir duvarın önünde duran Emel Metin, kişisel vitrin olarak dramatik vücut duruşu ve öne doğru konumlanan el-kol hareketiyle özgüvenli bir kadın rol-rutini canlandırmıştır.

5.3. Bulguların Değerlendirilmesi

Bu çalışmada sosyal medyada yer alan çok takipçili öğretmenlerin hesapları incelenerek hangi benlik sunumu taktiklerini kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun için öğretmen hesaplarına ait 2021 yılında paylaşılmış 609 içerik tek tek kodlanarak aralarından random olarak seçilen 3 örnek de Goffman’ın set, kişisel vitrin ve rol-rutin donanımlarının analizi yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde de Goffman’ın Benlik Sunumu Değişkenleri ile Jones ve Pittman’ın Benlik Sunumu Stratejilerini doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi bulguları ve öğretmenlerin kullandıkları standart ifade donanımları değerlendirilmiştir.

Tablo 5.22. Kişilik tanımı kodları frekans karşılaştırma

Kişilik tanımı kodları	Esin Sarıkaya	Caner Sarioğlu	Abdulkaki Altunay	Selda Kul Baştürk	Emel Metin
Kod 1	10	29	18	27	36
Kod 2	18	51	39	81	16
Kod 3	5	2	1	2	2
Kod 4	60	57	33	68	31
Kod 5	4	1	7	8	3
Toplam	97	140	98	186	88

Öğretmenlerin instagram hesaplarında kişilik tanımı kodları içeriklerine göre paylaşımlarına bakıldığında ilk sırada yer alan kodda en çok paylaşımı yapan aktör Emel Metin olmuştur. Emel Metin birinci koda giren kişilik özelliklerini ifade eden 36 paylaşım yapmıştır. Emel Metin’i ikinci sırada 29 içerikle Caner Sarioğlu takip ederken, üçüncü sırada 27 içerikle Selda Kul Baştürk takip etmiştir. Dördüncü sırada 18 paylaşım ile Abdulkaki Altunay gelmiştir. Birinci koda giren kişilik tanımlarında en az paylaşımı ise 10 içerikle Esin Sarıkaya yapmıştır. Kod 2’de ise en çok paylaşım yapan öğretmen 81 içerikle Selda Kul Baştürk olmuştur. Onu sırayla 51 içerikle Caner Sarioğlu, 39 içerikle Abdulkaki Altunay, 18 içerikle Esin Sarıkaya ve 16 adet en az içerikle de Emel Metin takip etmiştir.

Kişilik tanımlarının yer aldığı kod 3’e bakıldığında en fazla içeriği 5 frekansla Esin Sarıkaya üretmiştir. Caner Sarioğlu, Selda Kul Baştürk ve Emel Metin 2’şer içerik üretirken, Abdulkaki Altunay bu kodda 1 içerikle en az paylaşım yapan aktör olmuştur. Kod 4’ü yansıtan paylaşımlar karşılaştırıldığında 68 paylaşım ile en çok içerik üreten öğretmen Selda Kul Baştürk olmuştur. İkinci en çok paylaşım yapan öğretmen ise 60 içerikle Esin Sarıkaya olurken üçüncü sırada 57 içerikle Caner Sarioğlu yer gelmektedir. Abdulkaki Altunay 33 paylaşım ile dördüncü sırada gelirken, 31 paylaşım ile Emel Metin en az paylaşım yapan öğretmen olmuştur. Son kişilik tanımı özellikleri olan kod 5’te ise en çok paylaşımı 8 içerikle Selda Kul Baştürk yapmışken, ikinci sırada 7 içerikle Abdulkaki Altunay gelmektedir. Üçüncü sırada 4 içerikle Esin Sarıkaya, dördüncü sırada 3 içerikle Emel Metin, son sırada ise 1 içerikle Caner Sarioğlu gelmektedir.

Tablo 5.23. Bulguların toplam frekans ve yüzde gösterimi

Kişilik Tanımı Kodları	Benlik Sunumu Değişkenleri	Benlik Sunumu Stratejileri	Toplam Frekans	Toplam Yüzde
Kod 1	Dramatik Canlandırma	Örnek Davranış Sergileme	120	% 19,70
Kod 2	İfade Denetiminin Elde Tutulması	Kendini Sevdirmeye	205	% 33,66
Kod 3	Yanlış Sunum/Gizem Yaratma	Tehdit Etme	12	% 1,97
Kod 4	İdealize Etme	Niteliklerini Tanıtma	249	% 40,88
Kod 5	Gerçeklik ve Düzmece	Kendini Acındırma	23	% 3,77

Tablo 5.23'e göre Goffman'ın Benlik Sunumu Değişkenleri ve Jones&Pittman'ın Benlik Sunumu Stratejileri'ne karşılık gelen kişilik tanımları kodlarından aktörler tarafından en çok kullanılan kod 4 olmuştur. Buna göre öğretmenler kendilerini en çok İdealize Etme-Niteliklerini Tanıtma kategorisi çerçevesinde benlik sunumunda bulunmuşlardır. Öğretmenlerin 2021 yılında instagram sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımların %40,88'inde meslek statüsünü ileten işaretler kullanmışlardır ve öğretmenlik mesleğinin kodlama cetvelinde yer alan niteliklerine uygun içerikler paylaşmışlardır.

Öğretmenlerin benlik sunumu değişkenleri ve stratejileri kategorisinde ikinci en çok kullandıkları taktikler İfade Denetiminin Elde Tutulması-Kendini Sevdirmeye taktiğidir. Bu kategoride % 33,66 oranla 205 paylaşım yapan öğretmenler, kendi rolleri etrafında gelişen davranışlar sergileyen kişilik kodlarını kullanmışlardır. Üçüncü sırada gelen Dramatik Canlandırma-Örnek Davranış Sergileme kategorisine giren benlik değişkenleri ve stratejilerini ise % 19,70 oranla 120 kez kullanmışlardır. Öğretmenlerin mesleki, kişisel, sosyal, kültürel paylaşımlarını ifade eden performansların sergilendiği dramatik canlandırma-örnek davranış sergileme kategorisi instagramda sıklıkla başvurulan taktikler olduğu görülmüştür. Dördüncü sırada 23 frekansla kullanılan kategori ise Gerçeklik ve Düzmece-Kendini Acındırma taktiği olmuştur. Paylaşımların % 3,77'sini ifade eden bu kategoride öğretmenlerin yapmış oldukları paylaşımlarda yaşanan zorlukları, yakınma ve düş kırıklığı yansıtan içerikler paylaşılmıştır. Bu paylaşımlar Goffman'a göre içten ve

dürüst görünüş ya da tiyatro oyuncularının icra ettikleri ve ciddiye alınmaması gereken performansları ifade eder. Aktörlerin kullanmış oldukları en az benlik sunumu değişkenleri ve stratejileri ise % 1,97 oranla 12 paylaşım ile Yanlış Sunum/Gizem Yaratma-Tehdit Etme kategorisi olmuştur. Buna göre öğretmenler kendileriyle ilgili çok fazla bilgi içermeyen meydan okuyucu ve güncel görüş bildiren içerikler paylaştılar da, toplumda mesafe oluşturabilecek durumları yansıtan fikir, ideoloji veya siyasi tartışmalara gönderme yapabilecek içeriklerin paylaşılmadığı görülmüştür.

Bu çalışma için seçilen beş öğretmenin instagram hesaplarında en çok yansıttıkları ve başvurdukları kişilik özelliklerine bakıldığında Esin Sarıkaya, Dramatik Canlandırma-Örnek Davranış Sergileme kategorisinde yer alan teknolojik kodunu 37 kez kullanarak bu kodu en çok kullanan öğretmen olmuştur. Esin Sarıkaya kendini en çok teknolojik becerilerinin altını çizdiği içerikler üzerinden benlik sunumunda bulunmuştur. Esin Sarıkaya kendini 10 kez üretken yansıtarak instagramda benlik sunumunda bulunmuştur.

Caner Sarioğlu'nun ise en çok kullandığı kişilik kodu İfade Denetiminin Elde Tutulması-Kendini Sevdirmeye kategorisinde bulunan eğlenceli kodu olmuştur. Buna göre Caner Sarioğlu kendini 16 kez eğlenceli bir şekilde sunarak takipçilerin ilgisini çekmeye çalışmıştır. Caner Sarioğlu esprili kodunu da 15 kez kullanarak İfade Denetiminin Elde Tutulması-Kendini Sevdirmeye kategorisinde ikinci en çok kullandığı kişilik özelliğiyle verdiği izlenimi desteklemiş ve izlenimin devamını sağlamıştır.

Abdülbaki Altunay'da İfade Denetiminin Elde Tutulması-Kendini Sevdirmeye kategorisinde bulunan esprili kodunu 21 kez kullanarak izleyenler üzerinde etki oluşturmaya çalışmıştır. Paylaşımlarının çoğu bu minvalde olan Abdülbaki Altunay 12 kez idealist bir görüntü vererek benlik sunumu sanatını sürdürmüştür. Abdülbaki Altunay 11 kez de eğlenceli olduğu izlenimini vermiştir.

Öğretmen Selda Kul Baştürk instagram paylaşımlarının 28 tanesinde doğal bir görünüm vererek İfade Denetiminin Elde Tutulması-Kendini Sevdirmeye taktiklerini kullanmıştır. Selda Kul Baştürk kendini en çok doğal durduğu, mesleki yaşamıyla ilgili içeriklerinin yanında ailesi ve sosyal çevresinde meydana gelen gelişmeleri paylaşarak doğal koduna uygun bir izlenim denetimi sürdürmüştür. Selda Kul Baştürk üretkenlik kodunu da 21 kez kullanarak bilgisayar (Web 2.0. araçları), tasarım ve ders içerikleri oluşturma becerilerini yansıtarak öğretmenlik niteliklerine vurgu yapmıştır. Akademik kodu da aktörün üçüncü en çok kullandığı kod olmuştur. Bu kod içinde yer alan içerikler

de Selda Kul Baştürk proje yapma süreçleriyle ilgili yapılan seminerler ve çalışmalarda ki duruşunu yansıtarak benlik sunumunda bulunmuştur.

Emel Metin'in en çok kullandığı kod mesleki olay ve durumları yansıttığı mesleki yaşantılar olmuştur. Emel Metin'in 17 kez kullandığı bu kod içine giren davranışlar okul ortamında gerçekleştirilen her türlü faaliyeti kapsayan rol-rutinlerdir. Emel Metin'in benlik sunumunda kullandığı yaratıcı kodunu da 16 kez kullanarak mesleki yaşantılardan sonra en çok yansıttığı özellik olmuştur. Yaratıcı rolü öğretmenlerin takımda bulunan diğer arkadaşlara ilham vermek, izleyenlere alışılmadık fikirler sunmak ve göstermek için oluşturulan içeriklerdir.

Çalışmaya göre Esin Sarıkaya kendini en çok teknolojik, Caner Sarioğlu kendini en çok eğlenceli, Abdulkaki Altunay kendini en çok esprili, Selda Kul Baştürk kendini en çok doğal ve Emel Metin kendini en çok mesleki yaşantılar özelliğiyle yansıtmıştır.

Çalışmanın ikinci bulguları olan standart ifade donanımları da aktörlerin instagram hesaplarından alınan üçer içerik üzerinden örneklendirilerek aktörlerin set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurlarını nasıl gösterdiği incelenmiştir. Standart ifade donanımlarını incelemek için Esin Sarıkaya'nın kendisini teknolojik, esprili ve üretken/tasarımcı olarak kullandığı içerikler seçilmiştir. Caner Sarioğlu'nun kendisini eğlenceli, kitapsever ve meydan okuyucu olarak gösterdiği içerikler seçilirken, Abdulkaki Altunay'ın farklı, yaşanan zorluklar ve artistik beceriler kodlarını kullandığı içerikler seçildi. Selda Kul Baştürk, akademik, idealist ve toplumsal fayda içeren paylaşımları kullanıldı. Son olarak Emel Metin'in özgüvenli, milli değerler ve mesleki yaşantılar olarak yansıyan içerikleri incelenmiştir.

Set unsuru öğretmenlerin benlik sunumlarını gerçekleştirirken kullanılan mekan uygulamaları ve rollerine uygun işaretlerin kendileriyle birlikte olan kısmıydı. Öğretmenlerin içeriklerine bakıldığında set unsuru olarak okul bahçesi, sınıf, ev, sokak, oyun parkı ve çeşitli dış ve iç mekânlar kullanılmıştır. Set unsurlarının öğretmenler tarafından rollerini destekleyecek şekilde kullandıkları bulgularla da desteklenmiştir.

Set unsuruyla yakından ilgili olan diğer standart ifade donanımı da vitrin kavramıydı. Vitrin kavramı seyirciye açık olan ve aktörün bedeniyle ve rolüyle birlikte anlam kazanan kısmıydı. Kişisel vitrin ise cinsiyet, yaş, ırksal özellikler, boy ve görünüş, duruş şekli, konuşma kalıpları, yüz ve vücut ifadeleri vb. örnekler verilebilir (Goffman, 2020). Aktörlerin incelenen üçer örnekte kişisel vitrin unsurları olarak role uygun giysiler, vücut duruşu, saç şekli, role uygun yüz ve mimik hareketleri kullandıkları görülmüştür.

Durumu yansıtacak şekilde kullanılan kişisel vitrin öğeleri aktörlerin hesaplarında sürekli kullandıkları unsurlar olarak tespit edilmiştir.

Aktörlerin rol-rutin kalıpları olarak çoğunlukla mesleki statülerini yansıtan işaretler olurken kimi zamanda öğretmenlik mesleğinin dışında ki roller de canlandırılmıştır. Instagram uygulaması aktör ve takipçiler arasında süren yoğun etkileşim aktörü izleyenler üzerinde etkili olmaya sevk ederken izleyiciler de aktör üzerinde kimi etkilerde bulunabilmektedirler. İzleyenler üzerindeki izlenimi sürdürmek ve geniş takipçilere hitap etmek gibi etkenlerden dolayı aktörler farklı rol-rutin kalıplarını da kullanmışlardır.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günlük hayatımızın büyük bir parçası haline gelen sosyal medya çevrim içi etkileşim kurulan, insanların kendilerini açtığı, dijital benliklerini sundukları büyük mecraya olma özelliği göstermektedir. Kamusal alanda olduğu gibi sanal ağlarda etkileşime giren bireyler ürettikleri içeriklerle kendi benliklerini kurarken, etkileşime bağlı olarak da benlik sunumu taktiklerine başvurmakta. Sosyal medyada benlik sunumu yapan bireyler topluma idealize ettikleri daha iyi yönlerini yansıtırken izleyenler üzerinde olumlu etkiler oluşturmak için izlenim yönetimine başvurmakta. İzlenim yönetimi ise sahip olunan çeşitli özelliklerin sergilenmesi, etkileşime bağlı olarak benlik sunumu yapılarak izleyenlerin onayına sunulmasını içermektedir.

Bu çalışmada son dönemlerde toplumun gündemine gelen instagram öğretmenlerinin sosyal medya platformu instagramda kendilerini nasıl sundukları ve bunu yaparken kullandıkları standart ifade donanımları araştırılmıştır. Sosyal medyada yer alan öğretmenler çeşitli taktikler kullanarak benlik sunumunda bulunurken kendi mesleki statülerini ön plana çıkaran işaretler yayarak bu alanda sahip olunan becerileri ve bilgileri sergileyen izlenim denetimini sürdürmektedirler. Bu bağlamda çalışma için sosyal medyada ilgi ve beğeni toplayan beş öğretmen hesabı içerik analizi tekniği kullanılarak oluşturulan bir kod cetveli marifetiyle 609 görsel ve metinsel içerik incelenmiş ve elde edilen bulgular Erving Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı etrafında değerlendirilmiştir. Bu araştırma için ayrıca instagram hesaplarından çekilen 15 görsel ve metinsel içerik Erving Goffman'ın standart ifade donanımı olarak geçen set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurları üzerinden örneklenmiştir.

Çalışmada kullanılan benlik sunumu kodlama cetveli, araştırmanın teorik kısmını oluşturan Goffman'ın benlik sunumu değişkenleri ile Jones ve Pittman'ın benlik sunumu stratejilerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Kodlama cetvelinde bu kategoriler kişilik özelliklerini ifade eden kodlarla eşleştirilmiştir. Buna göre benlik sunumu kodlama cetvelinde Goffman'ın Dramatik Canlandırma değişkeni ile Jones ve Pittman'ın Örnek Davranış Sergileme stratejisi, İfade Denetiminin Elde Tutulması değişkeni ile Kendini Sevdirmeye stratejisi, Yanlış Sunum/Gizem Yaratma değişkeni ile Tehdit Etme stratejisi, İdealize Etme değişkeni ile Niteliklerini Tanıtma stratejisi, Gerçeklik ve Düzmece değişkeni ile Kendini Acındırma stratejisi eşleştirilmiştir.

Bulgulara göre incelenen öğretmenlerin en çok kullandıkları benlik sunumu değişkenleri sırayla şöyle olmuştur:

249 frekansla İdealize Etme, 205 frekansla İfade Denetiminin Elde Tutulması ve 120 frekansla Dramatik Canlandırma olmuştur. Aktörler 23 kez Gerçeklik ve Düzmece ve 12 kez Yanlış Sunum/Gizem Yaratma değişkenlerini kullanmışlardır. Gerçeklik ve düzmece ile kendini acındırma en az kullanılan taktik ve stratejiler olmuştur. Bu çerçevede öğretmenler mesleki yaşantılarında yaşadıkları kimi zorlukları yansıtan benlik sunumu yapmışlardır. İncelenen öğretmenlerin çok az oranda kullandıkları yanlış sunum-gizem yaratma ve tehdit etme taktik ve stratejileri ise öğretmenlerin takipçiler üzerindeki olumlu algıyı sürdürmek amacıyla oldukları şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda kendileriyle ilgili kimi yönleri izleyicilere yansıtmak istemedikleri, toplumsal konularda çok az paylaşımcı oldukları o da genellikle eğitim alanında görüş belirttikleri, siyasal ve ideolojik herhangi bir işarete rastlanmadığı ifade edilebilir. Bu da öğretmenlerin toplumsal mesafeyi korumak için sürdürdükleri benlik sunumu sanatını kullandıkları araştırmanın beklenmeyen sonuçlarından biri olarak sayılabilir. Bu anlamda öğretmenlerin izlenim denetimi yönetimini başarıyla gerçekleştirdikleri söylenebilir.

Benlik Sunumu Stratejilerine bakıldığında sırayla en çok kullanılan stratejiler ve kişilik özellikleri şöyle olmuştur:

Niteliklerini Tanıtma stratejisiyle 249 kez öğretmenler izleyenler üzerinde teknolojik, üretken/tasarımcı, idealist, yaratıcı, farklı akademik, vizyon sahibi durumu yansıtan benlik sunumu taktiklerine ve stratejilerine karşılık gelen açıklayıcı kodları sergileyen paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kendini sevdirme kategorisinde öğretmenler 205 kez esprili, güler yüzlü, eğlenceli, sempatik, samimi, doğal oldukları paylaşımlar yapmışlardır. Üçüncü en çok kullanılan strateji Örnek Davranış Sergileme kategorisinde öğretmenler 120 kez mesleki yaşantılar, artistik beceriler, toplumsal fayda, milli değerler, kitapsever, hayvan sever göründükleri içerikler paylaşmışlardır.

Aktörlerin en çok kullandıkları kodlar ise şöyle olmuştur:

Esin Sarıkaya teknolojik, Caner Sarıoğlu eğlenceli, Abdulkaki Altunay esprili, Selda Kul Baştürk doğal, Emel Metin ise mesleki yaşantıları yansıtan içerikler paylaşmışlardır. Öğretmenlerin paylaşımları çoğunlukla öğretmenliğin altını çizen göstergeleri yansıttığı, gerekli bilgi ve becerileri gösteren mesleki yeterlilikleri yansıtmaya çalıştıkları ve toplumdaki öğretmen algısını yer yer besleyen bu algıyı yer yer değiştiren paylaşımlar yaptıkları sonucu çıkarılabilir. Goffman'a göre sahip olunan nitelikler belli bir

tür insan olduğunu göstermeye yetmeyecek, bunu ait olduğu toplumsal grubun ona yüklediği görünüş ve davranış kalıplarını da tutturması gerekecektir. Bunun için de standart ifade donanımları set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurları devreye girmiştir. Standart ifade donanımları değişik biçimlerde kullanılan iç ve dış mekândan vücut duruşuna kadar çeşitli mekân düzenlemesi ve bedenleriyle birlikte hareket eden işaretleri içeren unsurların benlik sunumunda önemli rol oynadıkları ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak bu çalışmanın temel iddiası, Goffman'ın dramaturjik kuramının dijital etkileşimleri açıklamak için kullanılabileceğiydi. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak sosyal medyanın, gerçek yüz yüze ilişkiler gibi benliklerin kurulup gösterildiği birer performans sergileme alanı olduğunu göstermiştir. Performans sergileme alanı olarak sosyal medya günümüzde sadece zaman geçirme ve eğlenmenin ötesine geçerek zaman ve mekân olmadan sosyal gerçekliğin inşa edildiği yerler haline dönüşmüştür. Gündelik hayatların fiziki karşılaşmalarının sanal dünyaya taşınmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin kendilerine ait sayfalar oluşturdıkları, içerikler paylaştıkları, örgütlendikleri, sosyal ve kültürel sermayelerini yansıttıkları yerler haline gelmiştir. Bu özellikleriyle sosyal medya öğretmenlerin rollerine ve yansıtmaya çalıştıkları kişisel özelliklere uygun performans sergiledikleri sahne olarak işlemiştir. İncelenen hesaplarda yapılan paylaşımlar öğretmenlik statüsünü yansıtan izlenimin verilmesi ve bu izlenimin takipçiler üzerinde ki etkisinin sürdürülmesi üzerine kurulmuştur.

Kısaca bu çalışmada kullanılan dramaturjik kuramda yer alan dramatik canlandırma, ifade denetiminin elde tutulması, yanlış sunum-gizem yaratma, idealize etme, gerçeklik ve düzmece değişkenlerinin; set, kişisel vitrin ve rol-rutin unsurlarını içeren standart ifade donanımlarının öğretmenlerin instagram sosyal medyasında benlik sunumlarını açıklamak için teorik bir çerçeve olarak işleyebileceğini göstermiştir.

7. KAYNAKLAR

- Arkan, A., Yünter, S.,** 2018. Eğitim için sosyal ağlar. *SETA Perspektif*, 217:1-6.
- Arklan, Ü., Akdağ, M.,** 2016. Gündelik yaşamın sosyal medyası, sosyal medyanın gündelik yaşamı: ilişkisel ve etkileşimsel perspektiften uygulamalı bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 16:16-34.
- Altunay, A.,** 2015. Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1:410-428.
- Albayrak, K.,** 2019. Dijital ortamda benlik sunumları üzerinde niteliksel bir araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Apaydın, H.,** 2019. Ailesi Yanında ve Parçalanmış Ailede Yaşayan Ergenlerde Benlik ve Din İlişkisi. Bilimkent Yayınları, Amasya, 56s, 57s.
- Araz, A.,** 1998. Çeşitli değişkenler açısından benlik sunumu. *Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir, 4-6s.
- Aytekin, Ç.,** 2011. Wiki uygulamalarına iletişimsel yaklaşım ile bir model önerisi. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Tecnology*, 5:7-17.
- Aziz, A.,** 2020. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 121s.
- Bacanlı, H.,** 2003. Gelişim ve Öğrenme. Nobel Yayınları, Ankara, 85s.
- Bakırcıoğlu., R.,** 2012. Ansiklopedik Eğitim ve Psikoloji Sözlüğü, Anı Yayıncılık, Ankara, 244s.
- Bauman, Z.,** 2002. Kimlik. Heretik Yayınları, Ankara, 30s.
- Bauman, Z., Raud, R.,** 2018. Benlik Pratikleri. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 73s.
- Bayad, A.,** 2016. Erving Goffman'ın benlik kavramı ve insan doğası varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları*, 36(1):81-93, 82s.
- Baymur, F., A.,** 2020. Genel Psikoloji. İnkılap Kitapevi Yayın Sanayi ve Ticaret AŞ, İstanbul, 285, 286s.
- Bek, Y.,** 2007. Öğretmenin toplumsal/mesleki rolleri ve statüsü. *Yüksek Lisans Dönem Projesi*, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Bilgin., N.,** 2007. Sosyal Psikoloji Sözlüğü, Kavramlar, Yaklaşımlar. Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 49, 50s.
- Bilgin, N.,** 2006. Kimlikler kültürelidir. *Türk Yurdu Dergisi*, 221.

- Binark, M.,** 2007. Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. *Yeni Medya Çalışmaları*, ss. 21-44, der. Mutlu Binark, Dipnot Yayınları, Ankara, 21-22s.
- Binark, M.,** 2005. Kimlik(lenme), dipnotsuz iletişim ve etnik laflama odaları. *İnternet, Toplum, Kültür*, ss. 118-136, der. Mutlu Binark, Barış Kılıçbay, Epos Yayınları, Ankara.
- Bostancı, M.,** 2010. Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Yüksek Lisans Tezi*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 38-39s.
- Boz, N.,** 2012. Yeni iletişim ortamlarında dijital kimlik ve benlik sunumu. *Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 58s.
- Cüceloğlu, D.,** 1990. İnsan ve Davranışı. Remzi Kitapevi A.Ş., İstanbul, 404s, 425s.
- Çitil, E.,** 2020. Instagramda benlik sunumu: Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı açısından bir analiz. *Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir, 81-227s.
- Çakır, M.,** 2017. Sosyal medya ve gösteri. *Sosyal Medya Araştırmaları I*, ss. 11-67, ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- Demir, K.,** 2003. İmaj Yönetimi, Çalışma Yaşamında İzlenimlerin Yönetimi. Sandal Yayınları, Ankara, 20s.
- Dilmen, N.E.,** 2007. Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları, *Marmara İletişim Dergisi*, 12:113-122.
- Dolunay, Ş.,** 2017. Sembolik Etkileşim. Net Kitap Yayıncılık, Ankara, 48s.
- Döğər, M.F.,** 2023. Sosyal ağlarda öğretmenler. *Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi, Ankara, 29s.
- Efendioğlu, İ.H., Durmaz, Y.,** 2020. Sosyal Medya, Reklam ve Marka Üçgeni. Hiperlink Yayınları, İstanbul, 12s.
- Ertürk, Y.D., Eray, T.E.,** 2016. Fenomenolojik bir kavram olarak kendilik ve sosyal ağlarda kendilik sunumu ile narsistik eğilimler ilişkisi: iletişim fakültesi (i.ü.i.f.) öğrencileri üzerine bir ön çalışma. *Intermedia International e-Journal*, 3(1):12-29.
- Erim, B.T.,** 2009. Derleme Tiyatro Sözlüğü. Mitos Boyut Yayınları, İstanbul, dramaturji maddesi.
- Fromm, E.,** 2012. Özgürleşme Olgusu. Altınpost Yayıncılık, Balıkesir, 44s.
- Geçtan, E.,** 1998. Psikanaliz ve Sonrası. Remzi Kitapevi, İstanbul, 237-274s.
- Giddens, A.,** 2010. Modernite ve Bireysel Kimlik, Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum.

Say Yayınları, İstanbul, 12s.

Giddens, A., 2012. Sosyoloji. Kırmızı Yayınları, İstanbul, 202s, 181s, 633s.

Goffman, E., 2020. Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Metis Yayınları, İstanbul.

Goffman, E., 2020. Toplum İçinde Davranmak. Heretik Yayınları, Ankara.

Goffman, E., 2019. Etkileşim Ritüelleri. Heretik Yayınları, Ankara.

Goffman, E., 2021. Kamusal Alanda İlişkiler. Heretik Yayınları, Ankara.

Goffman, E., 2021. Damga. Heretik Yayınları, Ankara.

Göker, G., Keskin, S., 2015. Sosyal medya türevi olarak sosyal içerik platformları: betimsel bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 39:861-874.

Gökçe, O., 2019. Klasik ve Nitel İçerik Analizi, Felsefe, Yöntem, Uygulama. Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya, 13-91s.

Gerrig, R.J., Zimbardo, P.G., 2012. Psikoloji ve Yaşam; Psikolojiye Giriş. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 427s.

Gözüaçık, S., 2019. Dijital toplumlarda benlik sunumu. *Yüksek Lisans Tezi*, Artuklu Üniversitesi, Mardin, 61s.

Güçdemir, Y., 2017. Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama. Derin Yayınları, İstanbul, 4-18s.

Güngör, N., 2011. İletişim/Kuramlar ve Yaklaşımlar. Siyasal Kitabevi, Ankara, 313-315s.

Gündüz, A., Attar, G.E., Altun, A., 2018. Üniversite öğrencilerinin instagram'daki benlik sunumları. *DTCF Dergisi*, 58(2):1862-1895.

Hayes, N., 2011. Psikolojiyi Anlamak (çev. Filiz Şar ve Asiye Hekimoğlu), Optimist Yayınları, İstanbul, 18-20s.

Hökelekli, H., 2019. Psikolojiye Giriş. Düşünce Kitapevi Yayınları, Bursa, 166-169s.

Hülür, A.B., 2017. Erving Goffman: günlük yaşamda benliğin sunumu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, Cilt 2, 4:158-65.

İmamoğlu, S., E., 2009. Kişilerarası İlişkiler. Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul, 67s.

İspir, B., 2013. Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. Dijital İletişim ve Yeni Medya. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir. 18-20s.

Kağıtçıbaşı, Ç., Cemalcılar, Z., 2014. Sosyal Psikolojiye Giriş. Evrim Yayınevi, İstanbul, 247s.

- Karaoğlu, B.,** 2015. Gündelik hayatta benlik sunumunun sosyal paylaşım ağı facebook üzerinden incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi, Ankara, 65-67s.
- Kara, T.,** 2013. Sosyal Medya Endüstrisi; İnsan, Toplum, Ekonomi. Beta Yayıncılık, İstanbul, 13-74s.
- Kaya, A.,** 2013. Sosyal paylaşım ağlarının kişilerarası iletişim sürecine etkisi bağlamında facebook, Sosyal Medya Araştırmaları I, ss.155-206, edit. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık. Çizgi Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Kulga, C., E.,** 2014. Günlük yaşamda benlik sunumları üzerine bir inceleme. *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara, 59s.
- Laughey, D.,** 2010. Medya Çalışmaları, Teoriler ve Yaklaşımlar. Kalkedon Yayınları, İstanbul, 158s.
- Marshall, G.,** 1999. Sosyoloji Sözlüğü (çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 63s, 107s, 108s.
- Mayfield, A.,** 2008. What is social media?
http://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, erişim tarihi: 27 Ekim 2022.
- Morva, O.,** 2016. Ben, kendim ve dijital benliğim: dijital iletişim çağında benlik kavramsallaştırması üzerine. Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler, ss. 41-63, edit. Nilüfer Timisi, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Morva, O.,** 2017. Chicago sosyoloji okulu'nun etnografik mirasını yeniden okumak: dijital etnografi çağında sembolik etkileşimcilik. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4(1):135-154.
- Neuman, W.L.,** 2014. Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar 1.Cilt. Siyasal Kitapevi, 322s.
- Özkök, Ö.,** 2019. Sosyal medyada sanal kimlikler; sosyal medya fenomenlerinin benlik sunumları üzerine bir araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul, 93s.
- Özgül, H.B.,** 2021. Yeni nesil öğretme özellikleri nasıl olmalı? *Bitirme Projesi*, MEF Üniversitesi, İstanbul.
- Poloma, M.M.,** 2007. Çağdaş Sosyoloji Kuramları. Palme Yayıncılık, Ankara, 213s.
- Ritzer, G., Stepnisky, J.,** 2014. Sosyoloji Kuramları. De Ki Yayınları, Ankara, 336s, 346s, 362s.
- Sayar, K.,** 2002. Aşınan kimlikler, dağılan kişilikler; benlik, kişilik ve kişilik bozuklukları üzerine kültürel bir okuma. *Divan İlmî Araştırmalar Dergisi*, 13: 261-292.
- Simmel, G.,** 2009. Bireysellik ve Kültür. Metis Yayınları, İstanbul, 48s.

- Swingewood, A.**, 1998. Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 309s, 312s, 362s.
- Slattey, M.**, 2014. Sosyolojide Temel Fikirler. Sentez Yayıncılık, Bursa, 192s.
- Şentürk, Ü.**, 2017. Yeni bir toplumsal metin olarak internet. Sosyoloji Divanı, 9:21-44.
- Şentürk, R.**, 2017. İletişim ve Televizyon Teorileri. Küre Yayınları, İstanbul, 40-41s.
- Taşkaya, S.M.**, 2012. Nitelikli bir öğretmende bulunması gereken özelliklerin öğretmen adaylarının görüşlerine göre incelenmesi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (33):283-298.
- Thompson, J.B.**, 1995. Kitle İletişimi ve Modern Kültür: Eleştirel Bir İdeoloji Kuramına Katkı. Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji, ss. 75-90, der. Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Timisi, N.**, 2005. İnternet, Toplum ve Kültür, ss. 89-105, der: Mutlu Binark, Barış Kılıçbay. Epos Yayınları, Ankara.
- Collin, C., Benson, N.B., Ginsburg, J., Grand, V., Lazyan, M., Weeks, M.**, 2012. Psikoloji Kitabı. Alfa Yayınları, 229s.
- Tuna, Y.**, 2011. Kişilik, Birey ve Davranış. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 66-91s.
- URL-1**, <https://sozluk.gov.tr/>. Kişilik maddesi, 27 Mart 2022.
- URL-2**, <https://sozluk.gov.tr/>. Benlik maddesi, 23 Mart 2022.
- URL-3**, <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. We are Social Media, dijital 2022: anather year of bumper growht.
- URL-4**, <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>. We are Social Media 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanım Verileri.
- Wallace, R.A., Wolf, A.**, 2012. Çağdaş Sosyoloji Kuramları, Klasik Geleneğin Genişletilmesi. Doğubatı Yayınları, İstanbul, 378- 447s.
- Yetim, A.A, Göktaş, Z.**, 2004. Öğretmenin mesleki ve kişisel nitelikleri. *Gazi Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 12(2):541-550.
- Yıldırım, B.**, 2015. İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Araştırmaları. İletişim Araştırmalarında Yöntemler, Uygulama ve Örneklerle, ss.105-153, edit. Besim Yıldırım. Literatürk Akademia, İstanbul, 126-139s.
- Yılmaz, H., A.**, 2016. Bir derleme: benlik kavramına ilişkin bazı yaklaşımlar ve tanımlamalar. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 48:79-89.

Yılmaz, D., 2021. Pazar yerlerinden gündelik hayata dair mekan ve birey etkileşimi: Muğla örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, 14s.

Yikebali, M., 2018. Sembolik etkileşim ve çağdaş sosyal teori: topluma yeni bakışlar. *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 66s.



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Alaattin URAS

Yabancı Dil: İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı:

E-Posta:

Eğitim Geçmişi:

- 2021-....., Mardin/Midyat Acırlı Atatürk İlkokulu, Sınıf Öğretmenliği.
- 2017-2021, Mardin/Midyat Fahrettin Önen İlkokulu, Sınıf Öğretmenliği.
- 2014-2017, Mardin/Midyat Sarıköy İlkokulu, Sınıf Öğretmenliği.
- 2010-2014, Mardin/Midyat Dolunay İlkokulu, Sınıf Öğretmenliği.

Mesleki Geçmişi:

- 2020-2023, Munzur Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- 2013-2018, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.
- 2005-2009, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalı.