

## Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu

AYTEKİN İŞMAN \*

BERKAY BULUŞ \*\*

KÜBRA SULTAN YÜZÜNCÜYİL \*\*\*

Öz

Yeni iletişim teknolojileri, gündelik yaşantının her alanında giderek yaygınlaşmıştır. Bu bağlamda, "Ben kimim?" sorusuna yeni iletişim teknolojileri uzamlarıyla cevap verilebilir. Web 2.0'ın gelişimiyle birlikte yeni iletişim teknolojileri, kimlik inşa sürecinde farklı söylem, pratik ve konumları olanaklı kılarak kullanıcıların çeşitli biçimlerde sanal kimlik oluşturmada etkili olmuşlardır. Bu teknolojiler bireyleri dijital olarak var ederken, aynı zamanda onlara dijital benlikle ilgili özgürlük alanı sağlamaktadır. Bu çalışma, çevrimiçi ortamda kimlik tasarımının nasıl oluştuğuna dair enformasyon sunmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde, insanlar arasındaki sosyalleşmenin dijital uzamlarda nasıl değişim/dönüşüm geçirdiği tartışılmaktadır. Ayrıca, dijital iletişimin bireylere sosyal paylaşım ağları sunmasını, öz benliğin sanal kodlarla örülmesi çerçevesinde ele almaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kullanıcıların sosyal ağlar üzerinden dijital benlik yaratmasına odaklanılmıştır. Bu minvalde, dijital benlik tasarımında hangi metodların kullanıldığı açıklanmıştır. Dijital benliğin tasarımını tetikleyen en önemli unsur belirli bir izleyici grubuna kendisini sürekli olarak sunmasıdır. Dijital benliğin oluşum sürecinde Hood'un (2012) ele aldığı "Kim olduğumuzu tanımlayan diğerlerinin varlığıdır," cümlesi önemlidir. Bu cümleden yola çıkarak bireylerin dijital benliklerini şekillendirirken, sosyal ağlarına ekli olan diğer kullanıcıların görüşlerinden etkilendiği ve etkileşimi sayesinde bir benlik tasarımına gittikleri varsayılmaktadır. Çalışmada son olarak, sosyal paylaşım ağlarını aktif olarak kullanan bir kullanıcının dijital kimliğine dair dört olgu, dört farklı gruba dağıtılmış, aynı kullanıcının dijital kimliği farklı gruplar gözünden analiz edilmiştir. Yapılan bu yarı yapılandırılmış görüşmeler çalışmanın iddiasını güçlendirmesi bakımından büyük bir önem teşkil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Sosyalleşme, Dijitalleşme, Çevrimiçi Kimlik, Performans

Makale Geliş Tarihi : 17.03.2016

Makale Kabul Tarihi : 17.05.2016

\* Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sakarya, Türkiye

\*\* Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sakarya, Türkiye

\*\*\* Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sakarya, Türkiye

## Transformation of Socializing into Digitalization and Representation of Digital Identity

AYTEKİN İŞMAN \*

BERKAY BULUŞ \*\*

KÜBRA SULTAN YÜZÜNCÜYİL \*\*\*

### Abstract

New communication technologies have been gradually widespread in every parts of daily life. In this manner, the question "Who I am" can be replied with respect to extensions of new communication technologies. With the rise of Web 2.0, new communication technologies become effective in identity formation by enabling different discourses, practices and locations. These technologies bring individuals into a digital existence by serving a realm of freedom. This study aims to provide essential informations about how identity design originated in on-line platforms.

In the first chapter of the study, the changes which socialization practise has undergone is argued. In addition to this, the fact that digital communication offers individuals social networks is discussed in the framework of virtual pattering of an identity

In the second part of the study, it is the focal point that users creates digital identity through social networks. In this way, it is explained which methods are used in the formation of digital identity. The most important factor which affects digital identity formation is consistently representing itself to the particular audience. In the formation of digital identity, the ideas of Hood (2012) which points out that existence of others define one's virtual identity, is crucial. In the light of argument, it is assumed that individuals are influenced from the views of other users in the way that they shape their digital identity.

Finally in this study, four elements about the digital identity of a user who utilize social networks actively were picked. These elements are distributed to four different respectively. The groups are supposed to make predictions about the user by analyzing the given digital element. After they finished the analysis, semi-structured interviews are made. These interviews are vital due to the fact that they strong the assertion of the study.

**Keywords:** Social Media, Socialisation, Digitalization, Online Identity, Performance

---

\* Prof., Sakarya University, Faculty of Communication, Sakarya, Turkey

\*\* Sakarya University, Faculty of Communication, Sakarya, Turkey

\*\*\* Sakarya University, Faculty of Communication, Sakarya, Turkey

### 1. Sosyalleşmenin Dijitale Evrimi

İnsanoğlu, tarih sahnesine adım attığından beri iletişim becerilerini geliştirmektedir. İlk olarak iletişim becerileri konuşma, yazma ve deneyimleri gelecek nesillere aktaran matbaa ile değişime uğradı. Daha sonra iletişim becerileri, bilgiyi dijital kodlara dönüştüren İnternet ile yeni bir boyuta geçti. Bunun sonucu olarak sosyalleşmede kullanılan iletişim becerileri dijital platformlara taşınmıştır.

Sosyal kelimesinin kökenine bakıldığında farklı aşamalardan geçerek dilimize yerleştiği görülür. Sosyal medya ağlarını sosyalleşmenin yeni biçimi olarak gören Dilmen ve Öğüt, yaptıkları çalışmada (2010: 237) ‘sosyal’ kavramının etimolojisiyle ilgili bilgi verirken, Latince “yoldaş, dost, müttefik” anlamına gelen *socius* kelimesinin aynı semantik çizgide Fransızcaya ve İngilizceye toplumsal olanı ifade eden *social* olarak geçtiğini, ardından Türkçeye de yine aynı anlamları ifade eden sosyal kelimesi olarak yerleştiğini açıklarlar.

İçinde bulunduğu toplumun sosyo-kültürel kodlarını içselleştirip toplumsal yapıya entegre olan insanoğlu için sosyalleşme, dönemsel şartların sağladığı imkânlar çerçevesinde öğrenilen bir süreçtir. Bu sürecin nasıl işlediğini daha detaylı analiz edebilmek için Berger ve Luckmann’ın (1966: 83-90) “Sosyal İnşacılık” kuramına bakılmalıdır. Bu teorinin temel meselesi, sosyalleşme sürecinde bireylerin karşılaştıkları toplumsal kodları hangi araçlarla açılıma uğrattıklarını anlamaktır. Bu açılımların ortak bir noktada birleşerek toplumsal dokuya işlenmesini sosyal gerçeklik olarak belirleyen Berger ve Luckmann (1966: 83-90), onun döngüsel olarak nasıl inşa edildiğini analiz etmişlerdir.

Sosyal etkileşim sürecinde üç önemli aşama vardır (Berger ve Luckmann, 1966:108-130):

1. Dışsallaştırma
2. Nesnelleşme
3. İçselleştirme

Doğduktan kısa bir süre sonra toplumsal yapı ve mekanizmalar içine giren birey, sosyal gerçekliğini bu üç aşamadan geçerek inşa eder. Dışsallaştırma aşamasında bireyler, toplumsal yapıdaki belirleyici kültürü yaratırlar (Berger ve Luckmann, 1966). Toplumsal malzemenin maddi ve kültürel koşullarına nesnel bir nitelik kazandıran bu aşamada bireyler, öznel değerlerini ve anlam dünyalarını dışarıya aktarır. Tekrara dayalı rutinleşmiş faaliyetler ve tipleştirilmeler, bu evrede temel araçlardır (Berger ve Luckmann, 1966).

Ardından dışsallaştırılan fikirlerin sabit bir gerçek oluşturacağı bir zemin hazırlanmalıdır. Nesnelleştirme olarak adlandırılan bu safhada bireyler, bir arada yaşamaları için gerekli olduğunu ileri sürdükleri normları şekillendirir. Örneğin bir hastaneye gidildiğinde kendiliğinden uyduğumuz davranış kalıpları aslında bizden önce yaratılmış ve tarihsel süreç içerisinde kurumsallaşmıştır (Berger ve Luckmann, 1966). Dolayısıyla davranış kalıpları bir dış gerçeklik hâlini almıştır.

Üçüncü aşamada içselleştirme süreci, bahsedilen bu dış gerçeğin toplumsallaşma yoluyla bireylerin öznel alanlarına aktarılmasını açıklar (Berger ve Luckmann, 1966). İnsanlar belirli bir normu inşa edip onu sonraki kuşakların içine doğacağı dışsal bir gerçek olarak nesnelleştirir. Beklenen şey ise bireylerin toplumsallaşma süreçlerinde bu dışsal gerçeği sübjektif evrenlerine taşımaları, inşa edilen sosyal gerçekliği kendi gerçeklerine göre içselleştirmeleridir. Bu sürecin sonunda içselleştirilen kalıplar, rol ve eylemler aracılığıyla dışsallaştırılarak tekrar üretilir ve sonraki kuşaklara aktarılır (Berger ve Luckmann, 1966).

Berger ve Luckmann'ın (1966:210-220) çizdiği bu süreçte gündelik hayatın oluşumu birey merkezlidir. Toplumsal hayat ile birey arasında sürekliliği olan organik bir bağ vardır. Bu bağ, bireyin toplumu üretirken, ürettiği toplumdan kendinin de etkilenmesi üzerine kuruludur. Kelimenin gibi sosyalleşme pratiği de tarihsel süreçlerde farklı mekânlarda gerçekleşmiştir. Özellikle ikinci nesil İnternet hizmetleri olarak bilinen Web 2.0 teknolojilerinin 2004 yılında piyasaya sürülmesiyle, coğrafi sınırların silindiği siber bir kamusal alandan söz etmek mümkün hâle geldi. Kısa bir süre içinde, dijital iletişimin olanak sağladığı sosyal paylaşım ağları, gündelik yaşamın vazgeçilmezleri arasına girdi. Bu nedenle, yukarıda bahsedilen sosyal gerçekliğin inşa mekanizmalarından geçerek dışsal bir gerçeklik hâline geldi. Bireylerin sosyalleşme sürecini ve kimlik oluşumunu şekillendiren bir güce sahip oldu.

Baym'ın "Sosyal Ağlar 2.0" (2011: 384-405) araştırmasına göre elektronik etkileşim ve ağ kurma fikri, kişisel bilgisayarların birbirleriyle bağlanabilir oluşunu kavradığımızda ortaya çıkmıştır. Bu aydınlanma sürecinden sonra hızla ilerleyen teknoloji, günümüzde bütün elektronik araçları birbirine bağlayacak güce ulaşmıştır. Bir iletişim ortamını sosyal paylaşım ağı olarak nitelendirebilmek için gerekli olan standartları Boyd ve Ellison (2007: 210-230) aşağıdaki gibi sıralamıştır:

1. Sınırlı bir sistem içerisinde, kısmen veya tamamen herkese açık bir profil yaratmak,
2. Bağlantı kurulan diğer kişileri bir liste hâlinde oluşturmak,
3. Bağlantı kurulan kişilerin sistem içerisinde listelediği diğer kişileri görüntüleyip onlarla da bağlantı kurabilmek (Boyd ve Ellison, 2007 akt. Baym, 2011: 384).

Bu üç temel kategoriye sağlayan sosyal paylaşım ağlarında bireyler kendi benliklerini dijital kodlara dönüştürebilirler. Bireyler, sosyal ağa katıldıktan sonra yöneltilen formlarla kişisel bilgilerini dijital kodlara dönüştürebilir ve bir profil oluşturabilirler. Oluşturulan profilin görüntülenme özelliğiyle erişilebilirlik özelliği özel olarak ayarlanabilir. Ardından bu platform üzerinden başka kullanıcılar aynı ağa davet edilebilir. Oluşturulan profilde ekli olan listenin başkalarına da açık olması, sosyal paylaşım sitelerinin en önemli özelliğidir. Profillerin dolaylı olarak birbiriyle bağlantı kurmasını sağlayan bu özellik, ağın hacmini genişletir. Sosyal

medya kullanımı, toplumsal gerçekliğin inşasında nesnelleşen bir öge durumuna gelmesiyle birlikte yeni bir sosyalleşme biçimi olarak anılmaya başlamıştır:

“Bireylerin sosyal medyada varoluş şekilleri şu başlıklar altında toplanabilir: Kimlik temsili, performans sergilemek, profil oluşturmak, gözetlenmek, gözetlemek, teşhir etmek, sanal bedenler oluşturmak, örgütlenmek, sanal uzamda eylem/kampanya yapmak hatta çevrimdışı gündelik yaşama taşınmak” (Dunbar ve Goffman, 2009 akt. Toprak, 2009: 29).

Sosyalleşmenin günümüzde dönüştüğü biçimi incelenerek dijital kimlik oluşumu meselesi için gerekli olan altyapı hazırlanmıştır.

## 2. Sosyal Medya ve Dijital Benlik Tasarımı

Sosyalleşme olgusu günümüzde, bireyin içinde bulunduğu fiziksel şartlarla, etrafındaki insanlar ve mekânlarla tanımlanmasının ötesine geçmiştir. Teknolojinin gelişimiyle bu kavram kendine yayılabileceği farklı uzamlar bulmuştur. Sosyal medya ağlarını, bireylerin toplumla bütünleşme sürecini dijital kodlarla yeniden tanımlandığı ortamlar olarak düşünebiliriz. Kullanıcı bazlı içeriklerin eş zamanlı ve çift taraflı paylaşılmasını sağlayan Web 2.0 teknolojileri, yukarıda bahsedilen Berger ve Luckmann’ın (1966: 108-130) teorisini, yani sosyal gerçekliğin üretimi mekanizmasını daha dinamik bir hâle getirmiştir. Bu değişimlerin sağlanmasında yeni medyanın yarattığı sosyal ağ alanlarından bahsetmek gerekir. Binark vd. (2012:124-125) bu alanı, birbirine benzeyenlerin ve “öteki”lerin kolayca karşılaşılabildikleri, yeni kimlikler kurgulayabildikleri, yeni kabilelere dâhil olabildikleri, özgür ve dinamik bir yaşam alanı olarak düşünmüşlerdir. Bu tanımlardan yola çıkarak Web 2.0, bireyin dijital kimlik oluştururken kullanacağı bir özgürlük aracı olarak görülebilir. Arık (2014:97-112) sosyal medyanın sosyalleşmekte bir araç olarak kullanılmasını, kişisel mahremiyetin sınırlarını daha çok genişletilmesi, tüm dünya tarafından “görülebilir” kılınması ve bu görülebilirlik sınırını kişinin kendi inisiyatifine bırakması bağlamında tartışmaktadır. Binark vd. (2012: 118) dijital kimlik oluşturma sürecini sürekli olarak kurma/inşa etme süreci olarak ele almışlardır. Onlara göre bu süreç sadece geleceğe değil, geçmişe dair de göndermeleri olan bir “olma” hâlidir. Yani bireyin, oluşturduğu profildeki kimlik inşası onun kendi biçtiği bir zaman katmanında ilerlemektedir. Timisi (2005: 97) merkezsiz bir iletişim alanı olarak karşımıza çıkan bu yeni durumu, *kendini yaratmanın* mükemmel bir olanağı olarak tanımlar. Kullanıcı bu sayede istediği görsel ya da metinsel içeriği sanal benliğine yerleştirebilir. Kişi artık dijital bileşenlerden oluşan bir kopyasına sahiptir.

Bireylerin sahip oldukları kültürel, simgesel, ekonomik değerler dijital kimlik tasarım sürecinde etkin bir rol oynar. Bu değerler etrafında şekillenen beğeniler ve bu beğenilerin gerçekleştirilme biçimleri, söz konusu temsile birebir yansır.

Bilgin (2007: 85) bu konuya dikkat çektiği ayna benlik çalışmasında, üç ögeyi bütünleştirmektedir:

1. Diğerlerine sunduğumuz imaj,
2. Diğerlerinin bizim hakkımızdaki yargısı,
3. Bundan doğan pozitif ya da negatif duygular.

Mikro sosyolog olan Goffman (2009: 235), Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu çalışmasında kişilerin sergiledikleri performanslara, oyuncu ile zleyici arasında doğan etkileşim çerçevesinde yaklaşmıştır. Performans, benliğin sunumudur; ötekilerin varlığını gerektirir (Goffman, 2009). Onların zihninde belirli bir izlenim yaratmayı hedefler. Bireyler sosyal etkileşim esnasında kendilerini kabul edebilir kişiler olarak sunmaya dikkat ederler. Kendilerini; uzmanlıklara sahip, ahlak yönünden kusursuz vb. gibi sıfatlar altında sunma ihtiyacı duyarlar. Kullanıcılar arzulanana ya da istenilen, kabul edilebilir kişi olma yolunda benliklerini inşa ederler. Goffman (2009: 45) bunu, sosyal olarak kabul görmüş değerlerin yansıttığı, idealize edilmiş performansların sunumu olarak açıklar. Kullanıcılar kendilerini sanal ortamda toplum nezdinde kabul gören sosyal değerler ve beklentiler etrafında sunarlar. Ayrıca Goffman (2014: 16) kişilerin aktörler gibi alkış almak için çevresindekiler üzerinde iyi izlenimler bırakmaya istekli olduklarını, bu nedenle çeşitli roller gerçekleştirdiklerini, aldıkları geri bildirimlerle de, arzu edilen bir kimlik oluşturmak istediklerini belirtmektedir. Goffman (2009) kişinin, sahne gerisinde kendilerine biçtikleri rolü, sahnede en ideal şekilde oynamaya çalıştıklarını ve performans gerçekleştirdiklerini söylemektedir.

Öte yandan Hood (2012: 315) sosyal medyada benliğin yaratım sürecine dair hazırladığı çalışmasında “hepimiz ikinci bir hayat isteriz” alt başlığında meseleye başka bir açıdan yaklaşır. Hood (2012), sosyal medya kullanıcılarını, içinde hiç yaşanmayan, hastalanmayan harika bir bedene sahip olabileceği şahane evlerde sıra dışı yaşamlar sürebileceği çevrimiçi bir dünya tasarlayan bir birey olarak düşünür. Ardından, gerçek hayat ile sanal uzamda yaratılan benliğin farklarına dair çarpıcı örnekler verir. Bu örneklerde doğrudan bireyin kendi benliğini oluştururken başkalarının görmek istediği benliği yarattığına işaret eder.

Hood (2012: 290) “Sosyal ağlarda yer alan kişisel profiller üzerinde bir analiz yaparak, her şeyin bir kenara, başkalarının ne kadar başarılı bir hayatımız olduğunu neden istemeyelim ki?” diyerek bir soru sorar. Buna cevap olarak “Webdeki benliğimizle ilgili saplantının, büyük oranla kim olduğumuzla ve yaratmak istediğimiz kişiyle alakalı olduğudur,” cümlesini kurar. Kullanıcılar kendileri ilişkili bilgi aktarımında da özgürdür. Sosyal medya ortamları bireyin oluşturmak istediği benliğin niteliğine kendisinin karar vermesini sağlar. Timisi (2005: 97), bireyin gerçek dünyada yapamadıklarını, ifade edemediklerini, açığa vurmaktan çekindiklerini bilgisayar klavyesinin olanakları içerisinde ifade edebileceğini söyler. Bu klavyenin ya da ara yüzün verdiği özgürlük alanı söylemlerle sınırlı değildir, elbet-

te benliğin sosyal medya ortamlarındaki inşasında bu alandan yararlandığı bir gerçektir. Morva (2014: 231-253) da benzer bir şekilde, bireyin yaşamak istediği ama yaşayamadığı hayatı sanal ortamda özgürce yaratabileceğine ve bunun dijital kimlik oluşumunda etkili olacağına dikkat çeker. Nitekim kullanıcılar, çevrimiçi ortamda kimliklerini tasarlarken görsel ve sözel tekniklere dayanan kimlik iddialarını, belli bir izleyici grubun var olduğunun bilincinde olarak sunarlar (Morva, 2014: 231-253).

Willson'dan (1997) aktr. Nilüfer Timisi'ye (2005: 98) göre, sanal ya da anonim kimliklerin siber-uzamda bireyler ve kolektif kimlikler için açtığı olanakları, modern toplumsal yaşamın sınırlarının aşılmasıyla eş değer görülmektedir. Yani özgürleşme, teknoloji aracılığıyla gizlenmiş olanda yatmaktadır. Kimi İnternet yorumcularına göre bedenın gizlenmişliği, beden aracılığıyla kurulan bir özne tasavvurunun da ortadan kalkması, bedene yüklenen bütün anlam ve bağlantıların bir anda yok olması âdeta saf bir öznenin ortaya çıkması anlamına gelmektedir (Wilson, 1997: 148).

Timisi (2005: 97-98) ayrıca, bir kimlik mimarı olan bireyin kendini yaratmanın ütöpic fantezileri içinde dolandığını söyler. Cinsiyet, ırk, yaş, etnik köken, cinsel tercihler, sınıf, eğitim gibi insanı *gerçek* kılan bütün sabitlemeler çözülür. Dil, kendini konuşan bedenın sınırlandırılmış sabitlemelerinden bir olanaklar alanına ulaşır. Sanal ortamdaki takma ad kullanımı incelemelerinde kullanıcı, hem dikkat çekici olmak hem kabullenilmek ister. Aynı zamanda kendi benliğinden de parçalar bırakır. Binark (2004: 124-125) bunu, kullanıcıların ad alma işleminde seçilen adın ilgi çekici olmasına, yani ortamdaki diğer kullanıcıların kendisini "tıklamasını" sağlayacak nitelikte olmasına bağlar. Diğer ilke ise seçilen takma adın katılımcı hakkında bazı ipuçlarını içermesidir. Dijital benlik tasarımı sürecinde popülerlik, görünür olma, beğenilme, kabul-takdir edilme söz konusudur. Söz gelimi bloggerlar sayfalarını, kullanıcılar arası söylemlerdeki kullanıcıların yorumlarına ve isteklerine göre şekillendirir.

### 3. Araştırma Yöntemine Dair

Çalışma, çevrimiçi ortamda kimlik tasarımının nasıl oluştuğuna dair enformasyon sağlamayı amaçlamaktadır. Söz konusu sorular, kullanıcıların kendilerini temsil etmeleri için oluşturdukları/tasarladıkları sosyal ağ uzamlarında görüşmeci grubu tarafından nasıl yorumlanabileceklerini gösterecek yapıda hazırlanmıştır. Hood'un (2012), "Kim olduğumuzu tanımlayan diğerlerinin varlığıdır," cümlesinden yola çıkarak sorular hazırlanmıştır. Bu çalışmanın yorumlamaya açık doğası, niteliksel yöntemlerin kullanılmasını gerekli hâle getirmiştir. Görüşme soruları hazırlanırken Warburton ve Hatzipanagos'un (2013) "dijital benlik"le ilgili çalışmalarından yararlanılmıştır.

Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 1. Sınıf öğrencileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerin amacı, dijital kaynaklardan elde edilebilecek örtük ve kesin bilgileri ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerde bir bireye ait dört dijital veri seçilmiştir. Bunlardan ilki kişinin masaüstü ekran görüntüsü, diğeri Facebook profil fotoğrafı, bir sonraki Twitter hesabında kullandığı avatar, sonuncusu ise gönderdiği maillerin ekran görüntüsüdür. Bu verilerin her biri beşer kişilik dört gruba dağıtılmıştır. Her gruptan ellerindeki veriye dayanarak bu bireyin kişisel bilgilerine, hayat tarzına, kişiliğine dair tahminlerde bulunmaları istenmiştir. Görüşmelerin sonunda, üçüncü şahısların bahsedilen bireyi dijital verilerle birlikte değerlendirirken onu gerçek bağlamından kopardığı ve aynı insanı dört farklı “persona” şeklinde tanımladıkları sonucuna ulaşmıştır.

Temel olarak ölçülen unsurlar aşağıdaki gibidir.

1. Medeni Hâli
2. Yaşı
3. Cinsiyeti
4. Mesleği
5. Ekonomik gelir durumu
6. Hobileri
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri

Bu görüşmeler araştırmamız açısından büyük önem taşımaktadır. Başlıca güvenilir bir kaynak olarak birikmekte olan kişiye özgü büyük, dijital bilgi arşivinin ilgili ağlardan sıyrıldığında üçüncü şahıslar tarafından nasıl algılandığını ortaya çıkarmıştır. Görüşmelerde dikkate değer sonuçlar elde edilmiştir.

Dijital kimlik unsurları alınan bireyin gerçek bilgileri aşağıdaki gibidir:<sup>1</sup>

1. Medeni Hâli: Bekâr
2. Yaşı: 23
3. Cinsiyeti: Kadın
4. Mesleği: Öğrenci
5. Ekonomik gelir durumu: 1.500-2.000
6. Hobileri: Kitap okumak, araştırma yapmak, müzik dinlemek, spor yapmak
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri: Söyleşilere ve konserlere katılmak

Kişinin masaüstü ekran görüntüsünü inceleyen grup onunla ilgili şu çıkarımlara varmıştır:

<sup>1</sup> Bu bilgilerin paylaşımı hususunda bireyin kendisinden izin alınmıştır.





1. Medeni Hâli: Bekâr
2. Yaşı: 28
3. Cinsiyeti: Kadın
4. Mesleği: Araştırma Görevlisi
5. Ekonomik gelir durumu: Aylık 3.000 TL
6. Hobileri: Konferanslara ve kongrelere katılmak
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri: İlgisini çeken konuları araştırmak, kitap okumak

*“Kadın bir araştırma görevlisi olduğunu tahmin ediyoruz. Masaüstündeki dosyaların isimlerinden akademik araştırmaları olabileceğini düşündük. Dosyaların hizalı duruşu bize onun düzenli bir insan olabileceğine dair ipuçları verdi.”*

Kişinin Facebook fotoğrafını değerlendiren Grup 2, betimleyici açıklamalarda bulunmuş ve kişinin karakterine dair yorumlarda bulunmuştur. İmaj analizinden yola çıkarak verdikleri bilgiler şu şekilde sıralanmıştır:



1. Medeni Hâli: Bekâr
2. Yaşı: 21
3. Cinsiyeti: Kadın
4. Mesleği: Öğrenci
5. Ekonomik gelir durumu: 1.000-1.500 TL
6. Hobileri: Yeni yerler görmek
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri: Yeni insanlarla tanışmak, gezmek

*“Bu kişi muhtemelen bir kız öğrenci ve bekâr. Yirmili yaşlarda. Bekleyen gönderilere ve güncellemelere bakarak Facebook’u çok kullanmadığını ileri sürebiliriz. Arka plan olarak seçtiği arkadaşlarıyla olan fotoğrafı bize onun gerçek hayatta sosyal bir insan olduğunu fakat bunu sosyal medyada paylaşmayı sevmediğini anlatıyor.”*

Kişinin Twitter avatarından yola çıkarak tahminlerde bulunan Grup 3, buldukları ipuçlarından genel bir analize gitmiştir:



1. Medeni Hâli: Bekâr
2. Yaşı: 35
3. Cinsiyeti: Erkek
4. Mesleği: İş adamı
5. Ekonomik gelir durumu: 10.000 TL
6. Hobileri: Spor yapmak, sosyalleşmek
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri: Spor yarışmalarını izlemek

*“Bu kişi spor yapmayı seven orta yaşlarında bir erkek. Spora ayıracağı parası ve zamanı olduğuna göre orta sınıf mensubu. Durağan bir hayat tarzı yok, evli değil.”*

Son olarak kişinin gönderdiği mailleri inceleyen Grup 4 şu sonuçlara varmıştır:



1. Medeni Hâli: Bekâr
2. Yaşı: 30
3. Cinsiyeti: Kadın
4. Mesleği: Reklamcı
5. Ekonomik gelir durumu: 6.000 TL
6. Hobileri: Araştırma yapmak, kitap okumak
7. Kültürel ve Sosyal Faaliyetleri: Kongreleri takip etmek

*“Kişinin Sakarya ili dışında yaşayan, başarılı bir reklamcı olduğunu düşünmüyoruz. Orta yaşlarında ve orta sınıf mensubu olan bu bireyin evlenmeyi düşünmediği, kendini kariyerine adanmış ve sosyal faaliyetlere çok katılmadığı açıkça belli.”*

Görüşmelerin sonuna gelindiğinde, bu dört farklı yorumun aslında aynı bireyi temsil ettiği söz konusu gruplara açıklandı. Bu durumu öğrencilerin şaşkınlık içinde sorguladıkları gözlemlenmiştir. Görüşmeci grubun söz konusu kullanıcı için farklı yorumlar yapması ve sorulara farklı şekillerde cevaplar vermesi, kullanıcının dijital kimliğini her sosyal ağa göre farklı biçimde oluşturduğuna işaret eder. Bu durum bize kullanıcıların, çevrimiçi ortamlarda kimliklerini diğerlerinin varlığına ve beklentilerine göre tasarladığını gösterir.

### **Sonuç**

Sanal uzama giriş yapan kullanıcı aslında bu alana ilk girdiği andan itibaren bir kimlik inşası içindedir. Bu süreç, kişinin başkaları tarafından nasıl görünmek istediğiyle uyumlu bir şekilde ilerler. Sosyal medya profilleri içinde gerçekleşen paylaşımların her birini, birer performans olarak okumak mümkündür. Kişi, performans sırasında bir izleyici kitlesi tarafından izlendiğinin farkındadır ve o izleyici kitle üzerinde belirli bir etki bırakmak istemektedir. Kullanıcı için diğer katılımcıların onayını almak ve kendini onlara kabul ettirmek için paylaşımlarda bulunması söz konusudur.

Çalışmada öncelikli olarak kullanıcının çevrimiçi ekran alıntıları, görüşmeler tarafından tıpkı çevrimdışı ortamda benliğin temsili gibi yorumlanmış, dijital kimlik yansıması olarak okunmuştur. Görüşme sonucunda kullanıcının benlik tasarlarırken, sanal uzam performanslarından yararlandığını belirtmek gerekir. Bu çalışma, iletişimin/etkileşimin çevrimiçi biçimlerde kullanıcılar tarafından farklı şekillerde deneyimlendiğine işaret eder.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde, kullanıcının sosyal paylaşım ağlarındaki kimlik tasarımına dair bulguları, dört farklı deney grubu tarafından farklı şekillerde yorumlanmıştır. Bu durum makalenin iddiasını doğrulamaktadır. Kullanıcıların dijital medya uzamlarındaki benlik oluşumlarının farklılığı, bu durumun bir tasarım sürecinden ibaret olduğunu göstermiştir.

### Kaynakça

- Arık, E. ( 2013/1). “İletişim ve Diplomasi Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri”. *İletişim ve Diplomasi*.
- Baym, N. K. (2011). “Social Networks 2.0”. *The Handbook of Internet Studies*. Edited by Mia Consalvo and Charles Ess.
- Berger, Peter L., Luckmann, Thomas (1966). *The Social Construction of Reality*, USA.
- Binark, M., Bayraktutan, G., Kepenek, E. (2012/11). *Devrim Yahut Vasat; Üretim, Deneyim, Teknoloji*. Ankara: Bağlam Yayın.
- Binark, M. (2004). “Kimlik(lenme) Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları”. *İnternet, Toplum, Kültür* içinde. Der. M. Binark ve B. Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. İzmir: Aşına Yayıncılık.
- Dilmen, N. E. & Öğüt, S. (2010). “Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları”. *İkinci Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*. İstanbul: Türkiye.
- Ellison, N. B. & Boyd, D. (2013). “Sociality through Social Network Sites”. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev. Barış Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hood, B. (2012/1). *Benlik Yanılsaması: Sosyal Beyin Kimliği Nasıl Oluşturur*. (Çev. Eyüphan Özdemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kullukçu, B. (2013). “Sanal Maske: Personanın Sosyal Medyadaki İzdüşümü”. *Yeni Medya Çalışmaları, 1. Ulusal Kongresi*. Kocaeli.
- Morva, O. (2014/1). “Goffman’ın Dramaturjik Yaklaşımı ve Dijital Ortamda Kimlik Tasarımı: Sosyal Paylaşım Ağı Facebook Üzerine Bir İnceleme”. *Medya ve Tasarım*. Ed. S. Çakır. İstanbul: Urzeni Yayın.
- Sütlüoğlu, T. (2015). “Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği”. *Folklor/Edebiyat Dergisi*. Sayı 83, 125-147.
- Timisi, N. (2005). “Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanına Girişi”. *İnternet, Toplum, Kültür* içinde. Der. M. Binark ve B. Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları, 89-105
- Warburton, S.ve Hatzipanagos, S. (2013). *Dijital Identity and Social Media*, England.