



## GOFFMAN METODOLOJİSİNDEN HAREKETLE FACEBOOK ÜZERİNDE AKADEMİSYENLERİN KENDİNİ SUNMA DAVRANIŞI\*

*Serkan BİÇER\*\**

Öz

*Bu araştırmanın temel amacı akademisyenlerin Facebook ortamında kendilerini sunma davranışlarını incelemektir. Bu nedenle Goffman'ın Dramaturjik Kuramı ve kendini sunum teorilerinden yola çıkılarak akademisyenlerin Facebook sosyal ağ sitesinde nasıl kendini sunma davranışları gerçekleştirdikleri araştırılacaktır. Araştırmacı, bu araştırmanın ruhuna daha uygun olduğu gerekçesiyle nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birlikte işe koşarak karma bir yöntem kullanmış, araştırmayı nicel yöntemlerin nitel yöntemleri destekleyecek şekilde desenlemiştir. Araştırmacı, çalışmada araştırma sorularını yanıtlayabilmek amacıyla 10 akademisyenle yüzyüze derinlemesine görüşme yapmış, bu görüşmelerle birlikte akademisyenlerin kendi profillerinden seçtikleri 10 fotoğrafa, toplamda 100 fotoğrafa içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmada nitel veriler betimsel analizle analiz edilmiş, fotoğraflar içerik analiziyle yorumlanmıştır. Araştırmanın sonucunda akademisyenlerin Facebook'ta kendini sevdirmeye, örnek olma ve kendi hakkında bilgi verme gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum taktiklerini tercih ettikleri görülmüş; bunun yanında Facebook ortamında diğer çalışmalardan farklı olarak kendini korumaya yönelik kendini sunum taktiklerini de kullandıkları görülmüştür.*

**Anahtar Kelimeler:** Goffman, kendilik sunumu, facebook, karma yöntem.

\* Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı'nda 2013 yılında tamamlanan "Facebook Sosyal Ağ Sitesinde Akademisyenlerin Kendilik Sunumu" başlıklı doktora tezinin bir bölümünün yeniden gözden geçirilmesi ve geliştirilmesiyle hazırlanmış bir çalışmadır.

\*\* Araş. Gör. Dr. ,Firat Üniversitesi İletişim Fakültesi, srknbc@gmail.com

## THE SELF-PRESENTATION BEHAVIOUR OF ACADEMICIANS ON FACEBOOK WITH REFERENCE TO GOFFMAN METHODOLOGY

### *Abstract*

*The main objective of this research is to examine / analyze the behaviours of academicians in presenting themselves on Facebook platform. Thus, starting from Goffman's Dramaturgical Theory and theories of self-presentations, it will be figured out how the academicians perform behaviours of their own self-presentations on Facebook social network. The researcher, on account of the fact it fits more to the spirit of the research, utilized a mixed method / methodology by setting the qualitative and quantitative research methods to work together, and thus, figuring the research in the way that the quantitative methods corroborated the qualitative ones. The researcher, in this study, made a face-to-face in-depth interview with 10 academicians to be able to answer the research questions within the study, and along with these interviews, content analysis was applied to 10 photos- in total 100 photos- that the academicians chose from among the others in their profile. During the research, the qualitative data were analyzed by means of descriptive analysis, while the photos were interpreted through content analysis. As the result of the research, it was observed that the academicians preferred tactics of self-presentation for self-introduction, such as endearing themselves to others, setting an example and self-revelation on Facebook; besides that, it was also seen that they employed tactics of self-presentation for self-protection on Facebook, different from the other studies.*

**Keywords:** Goffman, self presentation, facebook, mixed type.

### 1. GİRİŞ

Sosyal bilimler literatüründe yeni sayılabilen sanal topluluk kavramı, bir ilgi, sorun ya da bir tutkuyu paylaşan ve düzenli olarak karşılıklı etkileşim içine girdikçe bilgi ve deneyimlerini derinleştiren, diğer bir ifadeyle kolektif olarak öğrenen insanların oluşturduğu grup olarak tanımlanmaktadır (Rheingold, 2000). Kişiler, üyesi oldukları topluluk içinde, pratikte zamanla edindikleri ile sosyal bir kimlik inşa etmektedirler (Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011). Buradan yola çıkarak bilgisayar aracılı iletişimle

birlikte kişiler arasında yeni bir ilişki biçimi, yeni tarz ve düzeyler oluşmuştur. Kişiler sanal mekânda sosyal kimliklerinden bağımsız bir iletişim kurmaya başlamışlardır. İnternette ırk, dil, din, renk gibi özellikler önemini yitirmekte, insanların birbirleri arasındaki ilişki, daha az önyargıyla oluşmaya başlamaktadır (Karaaslan ve Çelik, 2003).

Kişiler Sosyal Ağ Siteleri (SAS) içerisindeki sanallık ortamında kendilerine gerçekmiş gibi görünen bir çevre yaratmakta ve bu çevre onlar için ikinci bir yuva haline gelmektedir. İnternetteki paralel dünya, günlük hayattaki ikinci bir gerçeklik haline dönüşmüştür. Gerçek yaşamdaki ilişkiler bütünü – aile, arkadaşlar, tanıdıklar, iş arkadaşları, amirler, komşular vs. – sosyal ağ siteleriyle birlikte sanal gerçekliğe aktarılmaktadır. İletişimin sanallaşması ve yüzyüze önüne geçmeye başlaması Facebook, Twitter, gibi sosyal ağ siteleri aracılığıyla oluşmuştur (Sucu, 2012).

Yeni iletişim teknolojileri, kendine sürekli programlar yaratarak koşuşturan ve bu akışın bir parçası haline gelen kişi oluşturmuştur. Yeni ilişki tarzları giderek yerleşiklik kazanmış, sanal topluluklardan biri olan Facebook gibi sitelerde, kişinin diğer kişiler üzerinde izlenimlerini oluşturma veya etkileme çabaları da kendini göstermeye başlamıştır.

Kişiler diğer sosyal ortamlarda olduğu gibi, sanal ortamlarda da diğer kişilerle ilişkilerini kendileriyle ilgili sunumlar yoluyla gerçekleştirirler. Kişiler sosyal etkileşimlerde belli rollere uygun davranmaktadırlar. Rollere uygun sunumlar gerçekleştirmenin yanı sıra diğer kişilerin gözünde belli kimlikler oluşturmaya da ihtiyaç duyarlar (Demir, 2002). İnternetin toplum yaşamında yer almasıyla birlikte kişilerin yaşamlarında yeni bir sosyal alan oluşturduğu konusu tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmaların temelinde İnternetin kişilere yeni bir dünya sunarak bu yenedünya üzerinde şekillenen kimlik kurguları yer almaktadır. İnternet üzerinde kimliğin akışkan olduğu görüşünde birleşenler bunun, kişilerin “ideal insanı” yaratma ve toplumca onay gören, arzu edilen bir kimliği oluşturma güdüsü ile

şekillendiğini öne sürmektedirler (Binark,2005). Web 2.0. teknolojilerinde yer alan, kişisel web sayfalarında, sosyal ağ sitelerinde, sanal oyunlarda, sanal dünyalarda ve bloglarda sosyal bilginin paylaşımı mümkündür. Kişilere bu sayede, etkileşimin varlığını artırmak için izlenimlerini yönetmek yüz yüze ortamlara göre daha kolay görülmektedir. Bu nedenle Goffman'ın kendini sunum kuramı, sanal ortamlara uyarlanarak yeniden güncellenmiştir. Kişilerin ideal olarak sunulan kimliği oluşturmalarına yönelik olarak literatür incelendiğinde tüm bu çabalar bizi kendilik sunumu kavramına götürmektedir.

Kendilik sunumu, en genel tanımıyla kişilerin diğer kişilerin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etmek için belirli bir imajı, bilinçli ya da bilinçli olmadan oluşturması ve sergilemesi girişimi olarak açıklanmaktadır (Kacmar ve Carlson, 1994). Alanyazında izlenim yönetimi ve benlik sunumu olarak geçse de bu çalışmada kendilik sunumu kavramı tercih edilmiştir. Goffman kendilik sunumu ile doğrudan ilişkili ilk eserlerden biri olan ve bu alanda yeni bir bakış açısı kazandıran “The Presentation of Self in Everyday Life” (Gündelik Yaşamda Benlik Sunumu) adlı eserini 1959’da yazmıştır. Goffman kendilik sunumunu dramaturjik (tiyatro) kuramıyla açıklamıştır (Bozeman ve Kacmar, 1997). Bu kuramda Goffman hayatı bir tiyatro oyununa benzetmekte bu oyundaki her bireyin izleyiciler için farklı roller oynadıklarını söylemiştir. Goffman’a göre insanlar, sosyal kimliklerine göre farklı rolleri hayata geçiren aktörlerdir (Rosenfeld vd. 1995’den akt. Demir, 2003).

Goffman’a göre kişi, çevresindekilere vermek istediği izlenimlerin etkisi ile bir benlik algısı oluşturur. Kimlik oluşumu kamusal bir süreçtir ve kişi tarafından kimliğin duyurulması, ilan edilmesi veya kendilik sunumu şeklinde açıklanır. Böylelikle kimliğin duyurulması ve konumlanması arasında bir uyumluluk oluşması sonrası, kimlik inşası sağlanmış olmaktadır (Zhao vd., 2008).

Goffman’ın kişilerin aktörler gibi alkış almak için çevresindekiler üzerinde iyi izlenimler bırakma istekleri olduğunu, bu nedenle çeşitli roller gerçekleştirdiklerini,

aldıkları geribildirimlerle de, arzu edilen bir kimlik oluşturmak istediklerini belirtmiştir. Goffman kişinin, sahne gerisinde kendilerini biçtikleri rolü sahnede en ideal şekilde oynamaya çalıştıklarını ve performans gerçekleştirdiklerini söylemektedir (Goffman, 2009).

Yukarıdaki kuramsal açıklamalardan da görüleceği üzere kimliğin kişisel bir özellik değil toplumsal bir ürün olduğu bu nedenle de kimliğin inşasında ne derece önemli olduğu anlaşılmaktadır. Kişiler anonim ortamlarda istedikleri gibi kimlik üretimine gidebilirken, anonim olmayan ortamlarda bu özgürlük son derece sınırlıdır. Her ne kadar kimlik üretimi çevrimiçi ve çevrimdışı her ortamda gerçekleşse de kişilerin tam olarak tanımlanabildikleri ortamlarda var olan toplumsal normlara uygunluk çok daha yüksektir. Diğer bir deyişle kişiler tanımlanabildikleri ortamlarda kimlik üretimini gerçekleştirirken sosyal kuralları dikkate alırlar ve buna uygun kimlikler üreterek dâhil olurlar. Anonim olmayan çevrimdışı dünyada, varolan toplumsal normlara göre çarpık ya da farklı olan cezalandırılır ve alay konusu olur. Bu nedenle kişilerin günlük yaşamda kullandıkları maskeler onların gerçek veya bilinen kimliklerini oluşturur (Zhao vd., 2008'den akt. Toprak vd. 2009) ve kişinin “doğru” kimliği çoğunlukla bastırılarak gizli tutulur. Goffman’a atıf yapılarak denilebilir ki, kişi özellikle kendi hakkında iyi bir izlenim uyandırmak için bu maskeleri takar (Toprak vd., 2009).

Buradan yola çıkarak şu sorular önemli hale gelmektedir? Kişi sosyal ağda nasıl bir profil oluşturmakta, nasıl bir kendilik sunumu yapmaktadır ve bu kendini sunum öğeleri nelerden beslenmektedir? Facebook ortamında neler niçin ve hangi bağlamlarda sunulmaktadır ve nasıl bir performans gerçekleştirilmektedir?

### 1.1. Amaç

- Akademisyenlerin Facebook profillerinde kendilerini sunma davranışları nelerdir?

- Akademisyenler Facebook üzerinde izlenim oluşturmak için ne gibi taktikler uyguluyorlar?

## 1.2. Önem

Yeni medya ve kişinin kullanım pratikleri tartışılırken, kullanıcının çevrimiçi gerçek dünyada kendini nasıl inşa ettiğinin de bilinmesi önemlidir. Bununla birlikte çevrimiçi sosyal ağ araçları, başka türlü hem güçlü hem de zayıf bağlar oluşturma ve sürdürmede zorluk yaşayan kişiler için özellikle faydalı olabilir. Daha önce kendilik sunumuyla ilgili çalışmalar çoğunlukla örgütler üzerinde yapılırken, sosyal ağlarda özellikle Facebook gibi kişinin kendisini sunma anlamında tamamen gönüllü olduğu ortamlarda Goffman metodolojisinin nasıl işlediğine dair çalışmalar yapılmamıştır. Bu çalışma kimlik üzerinden ilerlediği için, özellikle bu alanda çalışan profesyonellere, Facebook özelinde sosyal ağ sitelerinde nasıl bir iletişimin gerçekleştiğini göstermek, akademisyenlerin bu ortamda nasıl bir performans sağladığını anlayarak günümüzde sosyal birer fenomen haline gelen sosyal ağ sitelerinde kendi alanlarına dair nasıl bir katma değer katacağına dair yön gösterecektir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırma Modeli

Çalışmada nicel ve nitel araştırma yaklaşımlarının temellerini oluşturan paradigmlar birlikte kabullenilmiş, her iki yaklaşımın veri toplama araç ve analiz şekillerinden faydalanılmıştır. Bu nedenle çalışma karma yöntem ile yürütülmüştür. Alanyazında karma yöntem ile ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada Creswell'in (2003) karma yönteme dair sistemi kullanılmıştır.

Facebook sosyal ağ sitesinin yapısını anlayabilmek, insanların bu ortamda neden ve hangi koşullarda bulunduğunu öğrenebilmek ve bu ortamdaki kişilerin kendini sunum davranışlarını açıklayabilmek için en iyi çözümüm bu çalışmanın doğasında

karma yöntem olduğuna kanaat getirilmiştir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada da akademisyenlerin kendini sunum davranışlarını anlamak amacıyla nitel (görüşme) ve nicel (İçerik analizi) aşamadan oluşan araştırma deseni oluşturulmuştur. Eşzamanlı Gömülü Desen (Concurrent Embedded Design) denen bu modelde nicel ve nitel veriler eşzamanlı olarak toplanmakta, nicel veriler nitel verileri destekleyecek şekilde analiz edilmektedir (Creswell, 2003). Bu çalışmada da nicel veriler nitel verileri desteklemek, daha zengin veri elde edebilmek, geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak amacıyla birbirini destekleyen, güçlendiren nicel ve nitel yöntemler kullanılmıştır.

## 2.2. Çalışma Katılımcılar

Araştırmanın temel amacı Facebook sosyal ağ sitesinde kullanıcıların kendini sunum davranışlarını ortaya koymak ve öğrencilerin akademisyenlerin bu ortamda sergiledikleri kendini sunum davranışlarını nasıl okuduklarını anlamaktır. Bu nedenle araştırma amaçlarına yönelik en uygun amaçlı örneklem yöntemlerinden “aşırı ve aykırı durum örnekleme” alınmıştır. Bu örnekleme tekniği derin bir incelemeye tabii tutulabilecek sınırlı sayıda ancak aynı ölçüde bilgi bakımından zengin durumların çalışmasını öngörür. Burada önemli olan şudur: Aşırı ve aykırı durumlar normal durumlara göre daha zengin veri ortaya koyabilir ve araştırma problemini derinlemesine çok boyutlu şekilde anlamamıza yardımcı olabilir. (Yıldırım ve Şimşek, 2006) Araştırmacının öncelikli amacı bu ortamda oldukça fazla süre bulunan ve bu ortamda yoğun paylaşım yapan kişiler olduğu için katılımcılar için öncelikli 3 kriter koyulmuştur.

- Katılımcıların en az 1 yıldır Facebook üyesi olması,
- Katılımcıların, kendi eklediği en az 50 fotoğrafının olması ve
- Katılımcıların, her gün en az bir kere Facebook’a giriş yapması.

Bütün bu kriterler sonucunda belli isimler ön plana çıkmış ve bu çalışmada da bu anlamda Anadolu Üniversitesinin çeşitli bölümlerinde görevli öğretim üyesi ve elemanlarından oluşan 10 akademisyen seçilmiştir.

**Tablo 1. Çalışmaya Katılan Akademisyenler**

| Görüşmeci Adı | Unvan         | Cinsiyet |
|---------------|---------------|----------|
| Ayla          | Doç. Dr.      | Kadın    |
| Aslı          | Araş. Gör.    | Kadın    |
| Bünyamin      | Araş. Gör     | Erkek    |
| Haldun        | Doç. Dr.      | Erkek    |
| Simge         | Yrd. Doç. Dr. | Kadın    |
| Nermin        | Araş. Gör     | Kadın    |
| Nilüfer       | Okutman       | Kadın    |
| Nedim         | Prof. Dr.     | Erkek    |
| Günsu         | Uzman Dr.     | Kadın    |
| Seçkin        | Yrd. Doç. Dr. | Kadın    |

Görüşmeci akademisyenlerden 5'i Öğretim üyesi 5'i ise Öğretim elemanıdır. Akademisyenlerin 7'si kadın, 3'ü ise erkektir.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme, içerik analizi ve Wolfram Alpha Facebook Analizi kullanılmıştır. Karma araştırmada birden fazla veri toplama tekniği aynı anda kullanılabilir. Bu hem verilerin tutarlık ve geçerlik değerlendirilmesine olanak vermekte hem de araştırma bulgularının çeşitliliğini artırmaktadır (Arnould ve Wallendorf, 1994'dan aktaran Uzun, 2011). Böylece araştırmada veri çeşitliliği de sağlanmıştır. Veriler 12 Kasım 2012- 5 Haziran 2013 tarihleri arasında toplanmıştır.

#### 2.3.1. Görüşme

Derinlemesine görüşme tekniğinde elde edilmek istenen konuyla ilgili sorular önceden hazırlanmasına rağmen, görüşme sırasında görüşmenin gidişine göre bazı konuların daha çok irdelenmesine yönelik olarak yeniden düzenlenebilmektedir. Bu sayede katılımcıların da araştırmaya katkıları olanaklı hale gelmektedir (Bertrand ve Hughes, 2005'den akt. Özmen, 2011). Bu yüzden araştırmada yarı-yapılandırılmış soru yönergesi kullanılmıştır. Yapılandırılma yapılmasındaki amaç görüşülen



kişilerin verdiği bilgiler arasındaki paralelliği saptamak ve buna göre karşılaştırmalarda bulunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Görüşme öncesinde katılımcılar ve görüşmeci arasında görüşmenin araştırma amacıyla yapıldığı, kimliklerin kesinlikle açıklanmayacağı ve görüşmenin ses kayıt cihazıyla yapılacağına dair bir protokol yapılmıştır. Bu protokol katılımcının kendini daha rahat hissetmesi ve araştırma konusuyla ilgili daha zengin bilgi vermesi amacıyla düzenlenmiştir. Araştırmada bu nedenle katılımcılara takma isimler verilmiş görüşülen kişinin kimliği gizli tutulmuştur.

Bu araştırma da güvenilirlik ve geçerlik sağlanması için şu önlemler alınmıştır:

- Araştırmacı çevrimiçi ortamda sergilenen kendini sunum davranışını incelemiş ve alanyazından da edindiği bilgilerle görüşme sorularını hazırlamıştır.
- Görüşmelerde amaçlı örneklem seçilmiş, görüşmecilerin nasıl ve neden seçildiği açıkça ifade edilmiştir.
- Araştırmacı bir Facebook kullanıcısı akademisyen ile akademisyenin odasında pilot görüşme yapmıştır. Görüşme sonunda eksik, anlamsız ve konuyla ilişkisiz sorular çıkarılmış ve görüşmecinin verdiği bilgilerle yeni sorular eklenmiştir.
- Oluşturulan görüşme soruları araştırma yöntemleri alan uzmanı ve iletişim bilimleri alan uzmanının önerileri doğrultusunda yeniden düzenlenmiş ve içerik geçerlilikleri kontrol edilmiştir.
- Görüşmelerde veri kaybının önlenmesi için dijital kayıt alınmıştır. Dijital kayıtlar akıllı telefon ve İpad üzerinde alınmıştır.
- Görüşme sorularında ise; ses kayıtlarının deşifreleri yapıldıktan sonra geçerlilik ve güvenilirlik için temaların belirlenmesinde ve bulguların yorumunda farklı uzmanlardan destek alınmıştır.
- Görüşme dökümleri ses kayıtlarıyla beraber ikinci bir kişiye dinletilerek kontrol ettirilmiştir

- Görüşmeler öncelikli olarak araştırmacı tarafından kodlanmış ardından alanda eğitilen başka bir uzman tarafından verilerin benzer biçimde kodlanıp kodlanmadığı kontrol edilmiştir.
- Veri analizinde uygulanan yol detaylarıyla açıklanmıştır.
- Verilerden elde edilen bulgular yorumsuz olarak ifade edilmiş, tüm katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir.
- Veriler alanyazınla ilişkilendirilerek raporlanmıştır.
- Araştırmanın güvenilirlik hesaplaması için Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği güvenilirlik formülü kullanılmıştır:

$$\text{Güvenirlik} = \frac{\text{Görüş birliği}}{\text{Görüş birliği} + \text{Görüş ayrılığı}}$$

Bu formülden yola çıkarak yapılan kodlayıcılar arası görüş birliğine varılan temalar için %94; yorumlar için %88 olmuştur. Güvenirlik hesaplarının %70'in üzerinde çıkması araştırma için güvenilir kabul edilmektedir (Miles ve Huberman, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2006)

### 2.3.2. Facebook Fotoğrafların İçerik Analizi

Çalışmanın ikinci veri toplama aracı ise Facebook fotoğraflarının içerik analizidir. İçerik analizi bu çalışma açısından önemli görülmektedir zira Facebook ortamında kişiler kendileriyle ilgili her türlü ayrıntıyı durum güncellemeleri ve fotoğraflar üzerinden gerçekleştirmektedirler. Bu anlamda içerik analizi bu çalışmada görsel veya yazılı materyallerin içindeki bilgiyi ve içeriği açıklamak için kullanılacaktır. Çalışmaya katılan 10 akademisyenin Facebook profillerinden kendi seçtikleri 10 fotoğrafa (toplam 100) içerik analizi yapılmıştır. Burada akademisyenlerin Facebook profillerindeki etiketlendikleri fotoğraflar seçilmemiş, fotoğraf albümlerine kendi ekledikleri ve albümlerinden kendi seçtikleri fotoğraflar katılımcılardan istenmiştir. Fotoğraflar seçilirken herhangi bir kriter konulmamış, kendi profillerinden beğendikleri fotoğrafların istendiği katılımcılara belirtilmiştir. Birnbaum'un (2009)

doktora tezinde geliştirdiği kodlama cetveli bu çalışmada kullanılmıştır. Bu çalışma kendini sunum üzerine olduğu için bu çalışmayla ortak benzerlikler göstermektedir. Bununla birlikte cetvelde bazı noktalarda bu çalışmanın açıklamaya çalıştığı konularda eksiklik görülmüş ve bu noktalar araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve bu araştırmacının ruhuna uygun hale getirilmiştir. Kodlama cetveli yabancı dil uzmanı tarafından Türkçe'ye çevrilmiş, daha sonra iletişim alan uzmanına gösterilerek çalışma konusuna uyumlu hale getirilmiştir. Kodlama cetveli, toplanan fotoğrafların %10'una uygulanarak herhangi bir eksikliğin ve yapısal kusurun olup olmadığına bakılmıştır. Bu şekilde kodlama cetvelindeki eksiklikler tespit edilerek düzeltilmiştir. Kodlamalar birden fazla araştırmacı tarafından yapılacağı için, kodlayıcılar arasında kavrama birliği sağlamak ve aralarındaki kişisel farklılıklardan doğabilecek yorum farkını ortadan kaldırmak amacıyla araştırmacı tarafından bir kodlama yönergesi hazırlanmıştır.

İçerik analizinde sınıflama sisteminin tutarlılığının sağlanması ve sıralanan ilkelerin işleyip işlemediğinin kontrolü için kodlayıcılar arası güvenilirlik testi yapılmaktadır. Güvenirlik ölçmede basit olarak tutarlılık anlamına gelmektedir. Bu tutarlılık iki yöndedir birincisi zaman içinde tutarlılık ikincisi iç tutarlılıktır (Punch, 2005'dan akt. Özmen, 2011). Yani aynı şeyin aynı veya benzer şartlarda tekrar ettiğinde aynı sonuçları vermesidir. Bu bağlamda içerik analizinin güvenilirliği kodlama işlemine bağlıdır ve bu da farklı kodlayıcılar tarafından aynı metinlerin kodlandığında aynı sonucun bulunması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Farklı kodlayıcılar tarafından iki kez kodlanan verilerin doğruluğunun ölçülmesi, sınıflama işleminin tutarlılığının sağlanması ve sıralanan ilkelerin işleyip işlemediğinin sınanması için kodlayıcılar arası güvenilirlik test şu formül ile yapılmaktadır (Poindexter ve McCombs, 2002'den akt. Özmen, 2011).

$$R = 2 \cdot \frac{C_{1,2}}{C_1 + C_2}$$

R: Araştırmanın güvenilirlik katsayısı; C1,2:Kodlayıcıların birbirleriyle uyumlu kodlama sayısı; C1: Birinci kodlayıcının kodladıklarının sayısı; C2: İkinci kodlayıcının kodladıklarının sayısı. Bu çalışmada da kodlayıcılar arası uyum bu formül çerçevesinde hesaplanmıştır.

**Tablo 2. Kodlayıcılar Arası Uyum Tablosu**

| Soru Numarası | Uzlaşılabilir kodlama sayısı | Birinci kodlayıcı kodlama sayısı | İkinci kodlayıcı kodlama sayısı |
|---------------|------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Soru 1        | 100                          | 100                              | 100                             |
| Soru 2        | 100                          | 100                              | 100                             |
| Soru 3        | 100                          | 100                              | 100                             |
| Soru 4        | 95                           | 100                              | 100                             |
| Soru 5        | 89                           | 100                              | 100                             |
| Soru 6        | 88                           | 100                              | 100                             |
| Soru 7        | 92                           | 100                              | 100                             |
| Soru 8        | 100                          | 100                              | 100                             |
| Soru 9        | 87                           | 100                              | 100                             |
| Soru 10       | 93                           | 100                              | 100                             |
| Soru 11       | 92                           | 100                              | 100                             |
| Soru 12       | 95                           | 100                              | 100                             |
| Soru 13       | 96                           | 100                              | 100                             |
| Soru 14       | 82                           | 100                              | 100                             |
| Soru 15       | 97                           | 100                              | 100                             |
| Soru 16       | 86                           | 100                              | 100                             |
| Soru 17       | 91                           | 100                              | 100                             |
| <b>Toplam</b> | <b>1583</b>                  | <b>1700</b>                      | <b>1700</b>                     |

$$R = 2 \cdot \frac{1583}{1700 + 1700}$$

$$R = 0.93,11$$

Nuendorf (2002'den akt. Özmen, 2011) kodlayıcılar arası uyumun %90'nın üzerinde olması gerektiğine işaret etmektedir. Bu çalışmada yukarıda belirtilen formül doğrultusunda %93,1'lik güvenilirlik bulunmuştur. Kodlayıcılar arası uyum %93,1'dir.

## 2.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada betimsel analiz süreci işe koşulmuştur. Bu yaklaşıma göre çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu kişilerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır.

### Betimsel Analiz Temaları

- Akademisyenlerin profillerinde kendi haklarında bilgi vermesi
- Akademisyenlerin kendini Facebook ortamında ifade etmesi
- Akademisyenlerin kendilerine ilişkin aktardığı izlenim
- Akademisyenlerin izlenim oluşturmak için kullandıkları taktikler
- Akademisyenlerin paylaşımlarında dikkat ettikleri hususlar

## 3. BULGULAR VE YORUM

### 3.1. Görüşme Bulguları

#### 3.1.1. Akademisyenlerin profillerinde kendi haklarında bilgi vermesi

Kullanıcıların tamamı “hakkında” kısmında iş ve eğitim kısmını tamamen doldurmuşlar fakat kullanıcıların çoğunluğu temel bilgiler kısmındaki doğum tarihi, ilişki durumu, siyasi görüş ve din kısmında ise bilgi vermekten kaçınmışlardır. Ayrıca aile üyeleri ve yaşadıkları şehir kısmını dolduran kullanıcılar, iletişim bilgilerinde Ayla dışındakiler, Facebook mail adresi dışındaki bilgilerini vermekten çekinmişlerdir. Akademik unvanı yüksek olan katılımcıların çoğu tanıtım kartının iş ve eğitim kısmında her türlü bilgiyi bunun yanında unvan ve idari görevlerini belirtirken, akademik unvanı düşük olanlar ise daha çok sadece çalıştıkları birimleri ve üniversiteleri doldurmuşlardır. Bu durum öğretim üyelerinin, öncelikli olarak bu

ortamı kendi mesleki alanlarının bir uzantısı olarak gördüklerinin ve asıl paylaşım yaptıkları kişilerin meslektaşları olduğu görüşünü de desteklemektedir.

*“Bir CV’de mesela, medeni durumun olması gerekmiyor. Türkiye’de söyleyebilirler ama dünyada, aksine bir taraflılık üretmesin diye, bu bekârmış, boşanmış, evliymiş... Ben mesela medenî durumumu yazmam. Göremezsiniz. Din, göremezsiniz. Bunlar hep kişilerin kendisine özgü şeylerdir. Ben bir şey sahibi olduğum olmadığım için söylemiyorum, şöyle olduğum veya böyle olduğum için söylemiyorum. Ama bunlar insanların kendilerine özgü. Bir de şunu söyleyeyim; kişisel bilgi dediğimiz bilgi bile aslında bir takım halkalar içerisinde yakın, çok yakın, uzak yakın gibi tarif edebileceğimiz çevreleri de ilişkilendiriyor. Bu ne demek, benim oraya koyacağım bir kişisel bilginin, kişisel bir donanımın bir başka yakınımı, bir başka özel alanı ifşa etmemeli, onu bir şeye zorlamamalı, onu bir şekilde zorla ilişkilendirmemeli diye düşünüyorum. Onun için ben orta yani çok özel bilgiyi, özel bilgiyi pek kullanmam Facebook’tan, ama orta özel, daha genel özel bilgileri kullanabilirim.”*

Aslı özellikle insanların kendilerini yadırgayabileceğini düşündüğü için bu ortamda tanıtım kartını boş bıraktığını ve doldurmadığını şu sözlerle açıklamıştır:

*Tedirgin ediyor. Burada dini inancın Ateist yazması çok farklı, Müslüman yazması çok farklı. Çünkü insanlar seni dini inancın ve siyasi görüşüne göre yargılayıp bir şekilde öyle yaklaşabilirler. Bu anlamda herhangi bir gruba ait olmak istemedim. Daha doğrusu burada göstermek istemedim. İnsanların bu sebeplerden bana saldırmasını istemedim.*

### **3.1.2. Akademisyenlerin kendini Facebook ortamında ifade etmesi**

Kullanıcılar kendilerini Facebook ortamında ifade ederken mutlaka kendi profesyonel konularını unutmadıklarını, kendi paylaşımları ve yorumlarında öncelikle biçimsel açıdan söylediklerine, yazdıklarına dikkat ettiklerini, noktalama ve yazım kurallarına çok önem verdiklerini söylemişlerdir. Ayla bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

*Bir kere çok dikkat ederim öğrenci ve meslektaşlarımı düşünerek asla kısaltma yapmam. Duruma göre değişiyor bazen ufak tefek şeyler*

*yapıyorum ama yazım kurallarına çok dikkat ederim. Allah'tan Facebook da artık o düzeltme opsiyonu var hata görürsem hemen düzeltiyorum asla onu öyle bırakmıyorum. Gönderimin yanlış olduğunu görürsem de silerim. Yazdığım şeyden kendimi sorumlu hissediyorum. Yazan kişi ben olduğum belli dolayısıyla söylenen o şeyden sorumluyum”.*

Günsu çevrimdışı hayatla bu ortamın farkının olmadığı bir uzantısının olduğu bu nedenle çevrimdışı hayatta nasıl davranıyorsa bu ortamda da ona dikkat ettiğini, çok sert ve eleştirileceğini düşündüğü bir üslup kullanmadığını söylemiştir. Günsu kendisini nasıl ifade ettiğini şöyle açıklamaktadır:

*Ben kolayca yazamıyorum, kolay ifade edemiyorum. Misal, insanlar üç cümleyi yazar geçer, ben de o üç cümleyi yazmak on dakikayı alıyor. Yazarım tekrar bakarım, anlaşılır mı, yanlış anlaşılabilir mi, imlasını kontrol ederim. Çoğunlukla iletilerimin açıkça anlaşılabilmesi için kontrol ederim. Yazdıktan sonra en az iki üç kere okurum, bitirince bir kez daha okurum. Kontrol ettikten sonra paylaşıyorum. Ona rağmen anlaşılamadığım olmuştur tabi.*

### **3.1.3. Akademisyenlerin kendilerine ilişkin aktardığı izlenim**

Kullanıcıların Facebook ortamında kendilerine yönelik algılarında öncelikle olumlu bir bakış açısı olmuştur. Görüşmeciler kendilerini dışa dönük, enerjik, neşeli, pozitif ve esprili olarak tanımlarken olumsuz tanımlamaktan kaçınmışlardır.

Ayla “dışa dönük, neşeli bir insanım. Esprilerde yaparım ben gerçekten karikatürlerde paylaşmaya çalışırım ama çok nadir, dili iyi kullandığım, gündemi takip ettiğim, başkalarıyla bağ içinde olduğum onlara yardımcı olduğumu, iyi bir çalışan olduğumu da düşünüyorum” diyerek kendine ilişkin algısını ifade etmiştir.

Bünyamin profiline baktığında kendisini çok gezen ve rahat yaşayan bir insan olarak düşündüğünü bu düşüncenin de aslında arkadaşlarının kendisine yaptığı yorumlar ve mesajlardan sonra oluştuğunu belirtmiş ayrıca “işkolik” ve “mesleğine âşık” ve

“ciddi birisi” birisi olarak da baktığını söylemiştir. Aslı ise kendine ilişkin algısını şöyle açıklamaktadır:

*Etiketlendiğim fotoğraflarda hep gülümsüyorum, mutlu ve sosyal bir insan olduğumu, öğrencilerimi ne kadar sevdiğimi anlatıyor bence. Genelde hep öğrencilerimle var fotoğraflarım. İnsanlarla vakit geçirmeyi sevdiğimi, sosyal olduğumu, bir şeyler paylaşmayı sevdiğimi, gizli saklı bir şeyler yaşama taraftarı olmadığımı düşünüyorum. Değişken bir yapım olduğumu bazen çok mutlu olabilirken bazen çok kızgın olduğumu, bazen asi ve isyankâr olduğumu da bunlara ekleyebilirim.*

#### **3.1.4. Kullanıcıların İzlenim Oluşturmak için Kullandıkları Taktikler**

Görüşmecilerden öğretim elemanları daha çok “kendini sevdirmeme”, “sessiz kalma”, “bilgilerini en aza indirme”, “kendini tanımlarken dikkatli olma” gibi kendini korumaya yönelik ve kendini tanıtmaya yönelik taktikleri ortak olarak kullanırken; öğretim üyeleri daha çok “örnek olma”, “kendisi hakkında bilgiler verme” gibi kendini tanıtmaya yönelik kendini sunum taktiklerini kullandıkları görülmüştür. Çalışmada görüşmecilerin kendini savunmaya yönelik taktikler kullandığı görülmemiştir. Bununla birlikte katılımcılar kendini tanıtmaya yönelik taktiklerle, kendini korumaya yönelik sunum taktiklerini de kullandıkları görülmüştür. Özellikle sessiz kalma taktiği akademisyenler tarafından sık kullanılmaktadır.

Ayla, ortamın bazı özelliklerinden dolayı her türlü bilgiyi paylaşmadığını ama kendisini de insanlara anlatmak istediğini belirtmiştir. Görüşmeci ayrıca öğrencilerine davranışlarıyla örnek olması gerektiğini düşünmekte ve paylaşımlarda bu yöne dikkat ettiğini şöyle açıklamıştır:

*E tabi tutarlı olmasını isterim. Çünkü benim buradaki iş arkadaşlarım öğrencilerim aslında beni yüz yüze tanıyorlar beni görüyorlar. Benim söylediğim şeyle yazdığım arasında eğer çok ciddi bir kopukluklar varsa o zaman tutarsız bir kişilik sergilemiş olurum elbette o anlamda uyumlu olması lazım. Uyumlu olduğumu da düşünüyorum da.*



Aslı, kendisinin dışlanmak istemediği için bilgilerini en aza indirdiğini insanların bu ortamda kendisine saldırmamasını istemediğini söylemiştir. Aslı kendisini sınırlandırdığını şu sözlerle açıklamıştır:

*Bazı fotoğraflarımı listemdeki bazı kişilerden kısıtlayıp saklıyorum. Çünkü onların bunu kötüye kullanabileceğini ya da gereksiz yere yorum yapabileceğini düşünüyorum. Onların yaptığı yorumlar benim canımı sıkacak. Konuları gereği listemden de çıkaramıyorum. Hocalarım listemden çıkaramıyorum, bilmelerini istemediğim şeyler var. Mecburen ekliyorum çünkü önce ekleyen onlar, ben de kabul etmek zorundayım. Bir hocayı ya da aile büyüğünü reddetmek olmuyor. O yüzden mecburen eklemek zorunda kaldım. Ayrıca sigara içerken bir fotoğrafım vardı, babamın bir arkadaşı altına “çok ayıp hiç yakıştı mı” gibi bir yorum yazmış. Bu tür yorumları alenen yazıp herkesin görebileceği bir yerde olmasını istemiyorum. Telefonla arayıp söylese neyse oraya yazıyor, cevap versen bir türlü vermesen bir türlü. O tür olayları Facebook’ta yaşamak istemiyorum. Çünkü yorum yapmadan durmuyorlar, onların yaptığı yorumları herkes görüyor. Herkesin bir düşüncesi oluşuyor tabi ki benimle ilgili.*

### 3.1.5. Kullanıcıların paylaşımlarında dikkat ettikleri hususlar

Görüşmeciler paylaşımlarında çok özel bilgilerini paylaşmamaya dikkat ettiklerini söylemişlerdir. Ayrıca yaptıkları iş dolayısıyla çok siyasi mesajlar vermediklerini, siyasi yönlerini açığa çıkaracak düşünceleri açıklamaktan kaçındıklarını, beğendikleri bir paylaşımı bu ortamda yaymak için iki defa filtreden geçirdiklerini söylemişlerdir. Ayla, buradaki paylaşımlarıyla gerçek hayattakiler arasında tutarlılık olmasına dikkat ettiğini ciddi bir kopukluk olmasını istemediğini söylemiştir. Bünyamin yanlış anlaşılabilir ve arkadaşları arasında tartışma yaratabilecek mesajları ve paylaşımlar yapmadığına, özellikle insan kaybetmek istemediği için buna özen gösterdiğini belirtmiştir. Bünyamin özellikle arkadaşları arasında olumsuz olduğunu düşündüğü paylaşımları ve fotoğrafları paylaşmadığını buna örnek olarak da sevilen ünlü birisiyle fotoğrafını Facebook’a koyarken, çok eleştirildiği ve olumsuz bir imajı olduğu için Nihat Doğan’la fotoğrafını Facebook’a koymayacağını söylemiştir. Günsu siyasi konularla futbol, cinsiyet ve din gibi hassas konularda paylaşım yapmadığını

ve bu alanlara fazla bulaşmadığını açıklamıştır. Günsu bu durumu şu sözlerle açıklamaktadır:

*Çok uç abes şeyleri paylaşmıyorum. Futbol, din, siyaset gibi sorunlu alanlara çok girmemeye çalışıyorum. Paylaştığım şeyler benim filtremden geçiyor, paylaştığım insanları dört kategoride düşünüyorum. Kendi içimde belli kıstaslarım var açıkçası ona göre paylaşıyorum. Her şeyden geçtim mesela eşimin yanlış anlayabileceği, ailemin yanlış anlayabileceği durumlar bile olup vazgeçtiğim oluyor. Kendi paylaşma ölçüm var ben kendi günlüğüme yazarsam öyle yazıyorum.*

Haldun yanlış anlaşılabilirliğini düşündüğü paylaşımları düzelttiğini ama ondan vazgeçmediğini, onları yeniden paylaştığını belirtmiş, çok sıkıntılı olduğunu düşündüğü paylaşımları kaldırdığını ama bunun da beşi geçmediğini söylemiştir. Nedim özellikle bu konuya kişisel bilgi olarak baktığını yaptığı paylaşımların üçüncü kişilerin özel alanını ifşa etmemesine, onu bir şeye zorlamamasına ve onu bir şekilde zorla ilişkilendirmemesine dikkat ettiğini belirtmiştir. Nilüfer hayatındaki renkli şeyleri paylaşmaya dikkat ettiğini, hayattaki sıkıntıları ve zorlukları paylaşmadığı için de zaten arkadaşlarının kendisine “hayat sana güzel” gibi takıldığını belirtmiştir. Seçkin hayattaki sıkıntılı alanları paylaşmadığını kendisini rahatsız etmeyecek paylaşımlar yapmaya dikkat ettiğini söylemiştir. Simge de özellikle siyasi konulara girmediğini sadece akademik ve profesyonel paylaşımlar yapmaya dikkat ettiğini söylemiştir. Aslı ise paylaşımlarında dikkat ettiklerini şöyle açıklamıştır.

*Mümkün olduğunca iyi çıktığım güzel görüldüğüm fotoğrafları paylaşıyorum. Ona kalırsa beğenilmeyecek fotoğraflarımda var kendim bir süzgeçten geçiriyorum. Mümkün olduğunca güzel olduğum fotoğrafları paylaşmaya çalışıyorum. Ya da başkalarının hoşuna gidecek, diğer insanlardan bahsediyorum, sözler paylaşıyorlar. Ya da şiirler paylaşıyorlar. Bu tür şeyler yapıyor genelinde. Bende yapmıyor muyum yapıyorum. Mümkün olduğunca en iyi en güzel fotoğraflarımı seçmeye çalışıyorum. Gerçi özellikle albümlerimde çok çirkin fotoğraflar da var, özellikle yemek yerken. Öyleleri de var da herkes bir filtrelemeden geçiriyor diyebilirim. Ayrıca*

*siyasi bir şey paylaşıyordum. Siyasi derken bir şarkı Cem Karaca'nın ona bir klip çekilmiş Amerika, değişik siyasilerin görüntüleri vardı. Arkadaşlarımdan biri istersen bunu buradan kaldır ne olur ne olmaz senin için kötü olmasın deyince bana da mantıklı geldi. Paylaşmayayım dedim. Siyasi ve dini konulara çok girmeden ahlaki açıdan rahatsız olduğum şeyleri paylaşabiliyorum.*

### 3.2. İçerik Analizi Bulguları

Akademisyenlerin kendi seçtikleri toplam 100 Facebook fotoğrafına içerik analizi yapılmıştır. Toplanan veriler ilk olarak sıklık dağılımları yapılmış, daha sonra cinsiyete ve unvana göre değişiklik olup olmadığını anlamak amacıyla analizi yapılmıştır. Bulgular incelendiğinde özellikle unvan hiyerarşisi bakımından farklılıklar bulunmuş, cinsiyet farklılığı noktasında ise ciddi farklılıklar bulunmamıştır.

**Tablo 3. Fotoğrafın Niteliği**

| Fotoğrafın niteliği                               | Sayı | Yüzde |
|---|------|-------|
| Ana Karakterin Fotoğrafı                          | 73   | 73,0  |
| Afiş Fotoğrafı                                    | 2    | 2,0   |
| Ana karakter dışındaki kişileri gösteren fotoğraf | 7    | 7,0   |
| Manzara Fotoğrafı                                 | 3    | 3,0   |
| Artistik  | 7    | 7,0   |
| Karikatür   | 1    | 1,0   |
| Yemek Fotoğrafı                                   | 7    | 7,0   |
| Toplam  | 100  | 100   |

İçerik analizleri sonucunda akademisyenler daha çok kendi fotoğraflarının bulunduğu fotoğrafları seçmişlerdir. Ana karakter fotoğrafı %73 bulunuyorken; ana karakter dışında kişilerin bulunduğu fotoğraflar %7, yemek fotoğrafları %7, artistik fotoğraflar %7, manzara fotoğrafı %3, afiş fotoğrafı %2 ve karikatür ise %1 olmuştur.

**Tablo 4. Fotoğrafın Çekim Ölçeği**

| <b>Fotoğrafın çekim ölçeği</b> | <b>Sayı</b> | <b>Yüzde</b> |
|--------------------------------|-------------|--------------|
| Genel çekim                    | 56          | 76,7         |
| Boy çekimi                     | 7           | 9,6          |
| Göğüs çekimi                   | 10          | 13,7         |
| <b>Toplam</b>                  | <b>73</b>   | <b>100</b>   |

Ana karakterin bulunduğu fotoğrafların %76,7'sinde akademisyenler genel çekim kullanırken, göğüs çekim %13,7, boy çekim ise %9,6 olmuştur. Akademisyenler fotoğraflarında yüz çekimi hiç kullanmamıştır.

**Tablo 5. Fotoğrafın Çekildiği Yer**

| <b>Fotoğraf nerede çekilmiş?</b> | <b>Sayı</b> | <b>Yüzde</b> |
|----------------------------------|-------------|--------------|
| Evde                             | 7           | 7            |
| Üniversite Kampüsü               | 14          | 14           |
| Ofis                             | 2           | 2            |
| Bilimsel Toplantıda              | 20          | 20           |
| Arkadaş/Aile Etkinliği           | 20          | 20           |
| Yiyecek içecek merkezinde, AVM   | 3           | 3            |
| Yurtiçi/Yurtdışı gezi            | 21          | 21           |
| Diğer                            | 6           | 6            |
| Belirsiz                         | 7           | 7            |
| <b>Toplam</b>                    | <b>100</b>  | <b>100</b>   |

İçerik analizi sonucu akademisyenlerin çektikleri fotoğrafların %21'i yurtiçi yurtdışı gezide, %20'si arkadaş/aile etkinliğinde, %20'si bilimsel toplantıda, %14'ü üniversite kampüsü içerisinde, %7'si evde, %2'si ise ofiste çekilmiştir.

**Tablo 6. Unvana Göre Fotoğrafın Niteliği**

| Unvan           | Fotoğrafın Niteliği                               | Sayı | Yüzde     |            |
|-----------------|---|------|-----------|------------|
| Öğretim Elemanı | Ana Karakterin Fotoğrafı                          | 38   | 76,0      |            |
|                 | Ana karakter dışındaki kişileri gösteren fotoğraf | 1    | 2,0       |            |
|                 | Manzara Fotoğrafı                                 | 2    | 4,0       |            |
|                 | Artistik  | 1    | 2,0       |            |
|                 | Karikatür   | 1    | 2,0       |            |
|                 | Yemek Fotoğrafı                                   | 7    | 14,0      |            |
|                 | <b>Toplam</b>                                     |      | <b>50</b> | <b>100</b> |
| Öğretim Üyesi   | Ana Karakterin Fotoğrafı                          | 34   | 68,0      |            |
|                 | Afiş Fotoğrafı                                    | 2    | 4,0       |            |
|                 | Ana karakter dışındaki kişileri gösteren fotoğraf | 7    | 14,0      |            |
|                 | Manzara Fotoğrafı                                 | 1    | 2,0       |            |
|                 | Artistik  | 6    | 12,0      |            |
|                 | <b>Toplam</b>                                     |      | <b>50</b> | <b>100</b> |

Unvana göre fotoğrafların niteliklerinde ana karakterin fotoğrafında büyük farklılık görülmemiş benzer bir dağılım görülmüştür. Öğretim üyelerinde %14 oranında kendilerinin olmadığı fotoğraf bulunuyorken, öğretim elemanlarının ana karakter dışında kimseleri gösteren fotoğrafları bulunmamaktadır. Öğretim elemanları %14 oranında yemek fotoğrafı paylaşırken, öğretim üyeleri yemek fotoğrafları paylaşmamaktadır. Ayrıca öğretim üyeleri %12 oranında artistik fotoğraflar paylaşırken, öğretim elemanlarında bu %2 oranında olmuştur.

**Tablo 7. Unvana Göre Fotoğrafın Çekildiği Yer**

| Unvan           | Fotoğraf nerede çekilmiş?         | Sayı | Yüzde     |
|-----------------|-----------------------------------|------|-----------|
| Öğretim Elemanı | Evde                              | 4    | 9,5       |
|                 | Üniversite Kampüsü                | 3    | 7,1       |
|                 | Ofis                              | 2    | 4,8       |
|                 | Bilimsel Toplantıda               | 4    | 9,5       |
|                 | Arkadaş/Aile Etkinliği            | 9    | 21,4      |
|                 | Yiyecek içecek merkezinde,<br>AVM | 2    | 4,8       |
|                 | Yurtiçi/Yurtdışı Gezi             | 8    | 19,0      |
|                 | Diğer                             | 4    | 9,5       |
|                 | Belirsiz                          | 6    | 14,3      |
|                 | <b>Toplam</b>                     |      | <b>42</b> |
| Öğretim Üyesi   | Evde                              | 3    | 6,5       |
|                 | Üniversite Kampüsü                | 8    | 17,4      |
|                 | Bilimsel Toplantıda               | 13   | 28,3      |
|                 | Arkadaş/Aile Etkinliği            | 8    | 17,4      |
|                 | Yiyecek içecek merkezinde,<br>AVM | 1    | 2,2       |
|                 | Yurtiçi/Yurtdışı Gezi             | 10   | 21,7      |
|                 | Diğer                             | 2    | 4,3       |
|                 | Belirsiz                          | 1    | 2,2       |
|                 | <b>Toplam</b>                     |      | <b>46</b> |

İçerik analizi sonucunda öğretim üyeleri %28,3 ile daha çok bilimsel toplantı fotoğraflarını sunarken, öğretim elemanları ise en fazla %21,4 ile arkadaş aile etkinliği fotoğraflarını sunmuşlardır. Öğretim üyeleri, %21,7 oranıyla yurtiçi/yurtdışı gezi fotoğraflarını sunmuş, bunu %17,4 lük oranlarla üniversite kampüsü fotoğrafları ve arkadaş aile etkinliği fotoğrafları olmuştur. Öğretim elemanları ise arkadaş aile etkinliğinden sonra en fazla %19'luk oranla yurtiçi/yurtdışı gezi fotoğrafları sunmuşlardır.

**Tablo 8. Cinsiyete Göre Fotoğrafın Çekildiği Yer**

| Cinsiyet | Fotoğraf nerede çekilmiş?         | Sayı | Yüzde     |
|----------|-----------------------------------|------|-----------|
| Kadın    | Evde                              | 4    | 6,6       |
|          | Üniversite Kampüsü                | 6    | 9,8       |
|          | Ofis                              | 2    | 3,3       |
|          | Bilimsel Toplantıda               | 11   | 18,0      |
|          | Arkadaş/Aile Etkinliği            | 8    | 13,1      |
|          | Yiyecek içecek merkezinde,<br>AVM | 3    | 4,9       |
|          | Yurtiçi/yurtdışı gezi             | 16   | 26,2      |
|          | Diğer                             | 6    | 9,8       |
|          | Belirsiz                          | 5    | 8,2       |
|          | <b>Toplam</b>                     |      | <b>61</b> |
| Erkek    | Evde                              | 3    | 11,1      |
|          | Üniversite Kampüsü                | 5    | 18,5      |
|          | Bilimsel Toplantıda               | 6    | 22,2      |
|          | Arkadaş/Aile Etkinliği            | 9    | 33,3      |
|          | Yurtiçi/yurtdışı gezi,            | 2    | 7,4       |
|          | Belirsiz                          | 2    | 7,4       |
|          | <b>Toplam</b>                     |      | <b>27</b> |

Cinsiyete göre fotoğrafın nerede çekildiğine göre dağılım kadınlar ile erkekler arasındaki en anlamlı farklılığın olduğu kısım olmuştur. Erkek akademisyenlerin fotoğraflarının %33,3'ü arkadaş/aile etkinliğinde olurken, %22,2'si bilimsel toplantıda, %18,5'i ise üniversite kampüsü içerisinde çekilmiştir. Kadın akademisyenlerin fotoğraflarında ise öncelikli olarak yurtiçi/yurtdışı gezi %26,2'lik oranla ilk sıra yer alırken, bilimsel toplantı %18,0 la ikinci sırada, arkadaş/aile etkinliği ise %13,1 ile üçüncü sırada yer almıştır.

#### 4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Zhao ve arkadaşlarının (2008) belirttiği demirlenmiş kimlikler Facebook üzerinde diğer çevrimiçi alanlardan daha başat bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Özellikle kişiler çevrimdışı hayatlarında kime karşılık geldikleri bilindiği için Facebook ortamında maskeler takmamakta gerçek bilinen kimliklerine uygun hareket etmeye çalışmaktadırlar. Bu anlamda çalışma klasik İnternet ortamında kimlik

deneyimlerine dair çalışmalarla farklılık içermektedir. Bu durumda şüphesiz Facebook'un anonim olmayan çevrimiçi yapısından ileri gelmektedir. Fakat bu ortamda farklı bir kimlik tasarımı kullanılmaktadır. Bu da varolan kimliği geliştirme daha doğrusu tanıtma amacıyla yapılmaktadır. Akademisyenler kendi çevrelerine kendilerini sunarken Goffman'ın (2009) deyimiyle maskeler takmak yerine makyaj yapmayı tercih etmişlerdir. Sadece imajlarını ve kendileriyle ilgili bilgilerini cilalamışlar daha görünür bir şekilde izleyicilerine sunmuşlardır. Örneğin akademisyen kendi kimliğiyle ilgili yanlış ve farklı bilgiler vermemiş farklı kimlik tasarımlarına girmemiş, beğenileri, kendisiyle ilgili düşündüğü algıları farklılaştırma ve olumlama yoluna gitmeyi tercih etmiştir.

Jones vd. (2009) çalışmalarında kullanıcıların kendi kişisel bilgilerini ve günlük hayatları hakkındaki bilgileri sundukları bununla birlikte gençlerin yetişkinlere oranla daha yüksek oranda kendilik sunumuna sahip olduklarını ortaya koymuştur. Bu çalışmada bunu destekleyen bir sonuç ortaya çıkmamıştır. Bu ortama giren her birey bir şekilde kendilik sunumu gerçekleştirmiş, bunu yaparken de izleyicilerini düşünerek birçok faktörden etkilenmişlerdir.

Leary (1996) izlenimleri incelemenin, kendisini sunum davranış motivasyonları içerisinde ilk sırada oluştuğunu söylemektedir. Araştırmada Facebook kullanıcılarının izlenim oluşturmada önce diğer kişilerin yazılarını ve paylaşımlarını incelemektedirler ama bunu kendileri için motivasyon aracı olarak kullanmamaktadırlar.

Kendini sevdirmeye taktiğinin akademisyenlerin kendini sunma taktikleri içerisinde Facebook üzerinde en sık karşılaşılan taktiklerden birisi olduğu sonucu çıkmaktadır. Kendilerini sevdirmek için kişiler bu ortamda esprili, neşeli, eğlenceli davranmaktadırlar. Benzer bir şekilde Uzun (2011) ve Özdemir'in (2006) çalışmalarında da kendini sevdirmeye taktiğinin sık kullanıldığı sonucu çıkmaktadır. Ayrıca akademisyenler kendilerini tanıtmaya yönelik kendini sunum taktikleri



arasında örnek olma taktiğini de kullanmaktadırlar. Özellikle paylaşımları yoluyla karşılarındaki kişiye kendileriyle ilgili saygı ve hayranlık kazandırma çabasına girmektedirler. Kendi hakkında bilgiler verme taktiğini de kullanan akademisyenler özellikle tanıtım kartlarında kendi akademik ve eğitim geçmişleriyle ilgili bilgiler vermekte toplumsal statüleriyle ilgili diğer kullanıcıları bilgilendirmektedirler. Akademisyenlerin kendilerini tanıtmaya yönelik kendini sunum taktikleri arasında yardım isteme, yıldırma taktiklerini ise kullanmamaktadırlar. Bununla birlikte bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak kendini korumaya yönelik kendini sunum taktiklerinin sıklıkla kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Özellikle bazı öğretim elemanları problemleri olacağını düşündükleri konulara girmekten ve paylaşmaktan çekinerek sessiz kalma taktiğini kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca akademisyenler kişisel bilgilerinin ifşa olmasından endişe ettikleri için kendi hakkında az bilgi verme, kendini tanımlarken dikkatli olma ve bazı konularda sosyal etkileşimi en aza indirme taktiklerini de kullandıkları görülmüştür. Kendilik sunumu taktiklerini kullanma açısından kadın kullanıcıların erkeklere göre daha aktif davrandığı görülmüştür.

Akademisyenler Facebook üzerinde kullandıkları dil ve üsluba oldukça dikkat etmektedirler. Özellikle toplumsal statülerinin farkında olan akademisyenler Facebook üzerinde bu statüye uygun bir dil kullanmaya dikkat etmektedirler. Bu durum Goffman'ın (2009) da belirttiği "kişiler sahneye çıktıklarında toplumsal statülerine uygun bir şekilde davranmaya çalışırlar" tezini de desteklemektedir. Aynı şekilde gençlerin çevrelerinde daha kabul gören bir şekilde dil ve üslup kullandıkları bütün sosyal ağ ile ilgili çalışmalarda görülmektedir. Öğretim elemanları, öğretim üyelerine göre bu ortamda kendilerini ifade ederken daha kontrollü davranmaktadırlar. Bu durum özellikle yazılan yorumlarda öne çıkmaktadır.

Akademisyenler bu ortamda kendilerine ilişkin algılarında pozitif bir izlenim bulunmaktadır. Katılımcıların kendilerine dönük izlenimleri genellikle akademik

yaşamlarına dönük olmuş ve işkolik, projeci, mutlu akademisyenlerin kendilerine ilişkin en sık kullandıkları izlenim olmuştur. Çalışmada bazı akademisyenler, fotoğraflarına veya paylaşımlarına yeterli beğeni gelmediğinde fotoğraflarını kaldırdıklarını veya değiştirdiklerini belirtmişlerdir. Bu durum hem Goffman'ın yüzün korunması kavramıyla örtüşmekte hem de Leary'nin de (1996) belirttiği "kişi davranışlarını sadece kendisi yönetmez, çevresindekilerden aldığı tepkiler neticesinde de biçimlendirir" söylemindeki kendini sunma motivasyonlarından ilki olan izlenimleri incelemeyi kullandıklarını göstermektedir.

Akademisyenler performans sergiledikleri kişileri sosyal sermayelerinin olduğu kişiler olarak gördüğü sonucuna varılmıştır. Analizler sonucunda akademisyenler arkadaş listeleri ne kadar kalabalık olursa olsun paylaşımları ve yorumları daima belirli çevrelere yönelik olmuştur. Bu durum Goffman'ın performansı sergileyen oyuncular, performans tarafından hedeflenen izleyiciler ve performansta rolü olmayan ve kişiyi gözlemleyen dışarıdakiler olarak üçe ayrıldığı duruma uymaktadır. Akademisyenlerde bu ortamda mevcut sosyal sermayelerine yani izleyicilerine performans sergilemekte, performansta rolü olmayan diğer kitleyle ise ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. Bu durum Toprak vd.'nin (2009) çalışmasıyla da benzetilmektedir. Bununla birlikte bazı araştırmacılar (Ellison vd., 2007) gerçekleştirdikleri çalışmalarında, Facebook kullanan gençlerin yeni arkadaş edinmek ve varolan ilişkileri devam ettirmek Facebook kullandıklarına ilişkin sonuçlar elde etmiştir. Ayrıca Facebook'un kendi yapısı da kişilerin mevcut sosyal sermayeleriyle iletişime geçmesini teşvik etmektedir. Facebook ekosisteminde kişinin haber kaynağına düşen haberler sık paylaşım yaptığı, etiketlendiği ve mesajlaştığı kişilere öncelik tanımaktadır. Bu anlamda Facebook diğer sosyal ağ siteleri gibi yeni arkadaş edinme gibi bir amacının olmadığı görülmüş, mevcut sosyal sermayelerini geliştirme amacını taşıdığı sonucuna varılmıştır.

Diğer kendini sunum çalışmalarında (Uzun, 2011; Özdemir, 2006;) çevrimdışı ortamda sergiledikleri kendini sunum davranışları ile çevrimiçi ortamda sergilenen

kendini sunum davranışlarının farklılaştığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmacılar, kişilerin sosyal ilişki, yaş, meslek, gelir durumu ve fiziksel görünüş gibi değişkenleri sıklıkla değiştirdikleri adeta farklı bir elbise giydikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada ise farklı bir durum ortaya çıkmıştır. Kişilerin çevrimdışı hayatta kime karşılık geldiği bilindiği için akademisyenler bu ortamda farklı görünme gibi bir davranış sergilememektedirler. Facebook ortamında kişi daha çok tanıdığı yakın çevresine performans gerçekleştirdiği için katılımcılar kendileriyle ilgili yanlış bilgiler sunmamaktadırlar. Bu çalışmada ayrıca hiçbir akademisyen kimlik deneyine gitmemiştir. Şüphesiz bu durum Facebook'un anonim olmayan yapısından kaynaklanmaktadır. Uzun'un (2011) çalışmasındaki gibi kişiler yeni kimlikler deneyimlememiş, varolan kimliklerini değiştirmeden geliştirdikleri sonucuna varılmıştır. İlk dönem Bilgisayar Aracılı İletişime (BAİ) yönelik çalışmalarda daha çok İnternetin farklı kimlik deneyimlemelerine yönelik sonuçları ortaya çıksa da (Turkle, 1995; Timisi, 2003) son dönem sosyal ağlara dönük çalışmalarda (Toprak vd., 2009, Birnbaum, 2009; Leonardi, 2009; Calabria, 2011; Lynn, 2009) İnternette artık kimlik deneyimleme ortamlarının farklılaştığı ve daha spesifik alanlara yöneldiği sonucu görülmektedir. Bu anlamda bu çalışmada da benzer sonuçlar çıkmıştır.

Bu çalışmada fotoğrafların içerik analizi sonucunda akademisyenlerin, "akademik", "gezgin", "eğlenmeyi seven", "büyük bir grubun parçası" ve "mutlu" yüz temsillerini kullandıkları sonucu çıkmıştır. Birnbaum'un (2009) çalışmasında ise Facebook üzerinde gençlerin "partici", "sosyal", "maceracı-risk alan", "komik/aptalca yüz ifadesi", "büyük bir topluluğun parçası" ve "eşsiz" yüz ifadelerini kullandıkları görülmüştür. Bu anlamda sosyal olmak ve büyük bir grubun parçası görünmek Facebook üzerinde ortak sunumlar olduğu görülebilir. Bununla birlikte bu çalışmada gerek kültürel farklılıklar gerekse de katılımcıların sosyal statülerinin ve yaşlarının farklı olmasından dolayı sonuçlar farklı çıkmaktadır. Öğretim üyeleri, akademik yüzlerini öğretim elemanlarına göre daha fazla öne çıkarmakta, öğretim elemanları

ise sosyal yönlerini fotoğraflarda daha çok vurgulamaktadırlar. Cinsiyet farklılığı ise bu çalışmada görülmemektedir.

Öğretim üyelerinin öğretim elemanlarına göre fotoğraflarında daha resmi bir giyim kullandıkları görülmüştür. Bu durum öğretim üyelerinin fotoğraflarının daha çok akademik bilimsel toplantılarda çekilmesinden ileri gelmektedir. Bu da aslında izlenim yönetiminin bir parçasıdır. Goffman'da kişilerin kendilerini birçok noktada başkalarına anlattıklarını bunun mimik jestler yanında giyim gibi fiziksel özelliklerle de oluştuğunu söylemektedir. Öğretim üyeleri fotoğraflarında daha çok bilimsel toplantı ve akademik/idari pozisyonlarını belirterek kendileri hakkında izleyicilerine sembolik olarak izlenim oluşturmuşlardır.

Akademisyenler profillerinin çeşitli kısımlarının tutarlı olmasına dikkat etmektedirler. Gerek fotoğrafları, tanıtım kartları ve gerekse paylaştıkları arasında kendini sunum motivasyonları açısından tutarlılık olmasının gerekliliğinin farkındadırlar. Akademisyenler diğer kullanıcılarla ilgili izlenimlerde özellikle tutarsızlıklar üzerinde durmuş kişileri bu yönleriyle değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Goffman'da (2009) kişilerin performans sırasında görsel olarak olsun sözel olarak olsun belli bir tutarlılık içinde olduklarını belirtmektedir.

Uzun'un (2011) çalışmasında kişilerin Second Life profil sayfalarında daha güzel görünmek amacıyla fotoğraflarında foto-manipülasyon uyguladıkları sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada akademisyenler, fotoğraflarına herhangi bir filtre/efekt uygulamamış, fotoğraf üzerinde manipülasyon yapmamışlardır. Bu durum yine Facebook ortamında kişinin bilinir olmasından ileri gelmektedir.

Özellikle anonimliğin mümkün olduğu çevrimiçi ortamlarda birçok çalışma (Uzun, 2011; Özdemir; 2006; Brubaker, 2009) göstermiştir ki kişiler kişisel vitrinlerini oluştururken birçok kimlik oluşturma süreci gerçeği çarpıtma ve yeni, bambaşka bir kimlik oluşturma süreci şeklinde oluşmaktadır. Kişiler kendilerini olduğundan farklı

göstererek gerçekleştiremedikleri veya olmasını istedikleri hayatları bu ortamlarda gerçekleştirme yoluna gitmişlerdir. Bu çalışmada ise bu süreçten farklı sonuçlar çıkmıştır. Facebook öncelikle katılımcılar açısından bir kimlik deneyimleme ortamı olarak görülmemekte daha çok kendilerini en iyi şekilde açıklayabildikleri bir ortam olarak görülmektedir. Özellikle katılımcılar Facebook'un kendilerine kimliklerini diledikleri gibi üretebilmesi için birçok olanak sunmasına rağmen bu ortamın anonim olmayan bir ortam olduğunun farkında olduklarından diğer çevrimiçi alanlar gibi rol yapma eğilimlerine girmemişlerdir.

Bütün bu çıkarımlardan sonra şu söylenebilir: Her an, herkesin birşeyler paylaşarak benliklerini sunduğu bir ortamda bireyin en temel endişesi gözetlenmekten ziyade göz önünde bulunmamak olmaktadır. Facebook'ta gözden uzak hayattan da uzak olmak anlamına gelmektedir. Artık birey her türlü haberleşmesini ve iletişimi Facebook üzerinden yapmakta, sosyal bulunuşluğunu bu ortamda gerçekleştirmekte, ağda bulunmayan kişi ise dışlanmaya başlanmaktadır. Sosyal sermayede bağlantıların sürekli kılınabilmesi önemlidir. Aksi halde kişinin sosyal sermayesi, azalmaya ve erimeye başlar. Facebook'u diğer ağlardan tam olarak da ayıran budur. Kullanıcıların bu ortamda kendi kimlikleriyle varolmayı seçiyor olmalarıdır. Şüphesiz ki bu ciddi bir dönüşümdür. Facebook artık sanal ile gerçek arasında puslu bir ortamda duran interneti bir başka noktaya taşımıştır. Sanal ile gerçek birbirine eklenmiş tek vücut olmuştur. Artık Facebook üzerinde kişilerin performanslarında diğer ağlardan farklı bir değişim yaşanmıştır. Bundan sonra bu ortam için kullanılan "sanal" kelimesinin tekrar ele alınması gerekmektedir zira kişiler çevrimdışı hayatlarında varoluşlarını bu ortamlarda devam ettirmeye başlamışlardır. Facebook gibi ortamlarda kişiler bambaşka kimlikler giyip çıkarmamaktadırlar. Kişiler tüm yaşam pratikleriyle bu ortamda varolmaktadırlar. Facebook ve benzer ağlar kişilerin günlük rutinlerinin bir parçası olmuş tam da Goffman'ın belirttiği gibi performans gerçekleştirdikleri bir oyun sahnesi haline gelmiştir. Yani yüzyüze iletişimin yerini bu ağlar almaktadır. Kişi günlük hayatta ne

yapıyorsa burada da onu yapmaktadır. Kişiler birbirini dürtmekte, birbirine çay veya kahve ısmarlamakta, okey oynamakta veya sohbet etmek için yüzyüze iletişim yerine bu ortamları seçmektedirler. Doğal olarak kişiler artık varoluşluluklarını bu ortam üzerinden sürdürmektedirler. Dolayısıyla kişinin ağa katılmaktan başka bir seçeneği bulunmamaktadır. Facebook üzerinde kişi, kendini bu ortamda sunmak, birçok şeyi paylaşmak, ağ üstünde iletişimini devam ettirmek ve en önemlisi de sistemin dışında kalmamak üzere kendini koşullandırmış durumdadır.

Şu hususun özellikle altını çizmek gerekmektedir: Facebook görmek ve görünmek üzerine inşa edilmiş ve bu şekilde işlemektedir. Kişiler ağa birçok materyal yüklemekte bu yüklemenin temel amacı da görünür olmaktır. Kişinin gönderdiği tüm materyaller hedef kitle üzerinde görünür olmak, iyi bir izlenim oluşturmak ve “ben de buradayım” demek amacını taşımakta bunu yapabilmek adına da birçok performans gerçekleştirmekte ve çeşitli taktikler sunmaktadırlar.

#### **KAYNAKÇA**

- Binark, M. (2005). “Kimlik(lenme), Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları”. İnternet Toplum Kültür (Der.) M. Binark ve B. Kılıçbay. Ankara: Epos.
- Birnbaum, M. (2008). *Taking Goffman on a Tour of Facebook: College Stutents and The Presentaton of Self in a mediated Communication*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. The University of Arizona, Arizona [http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/194670/1/azu\\_etd\\_2833\\_sip1\\_m.pdf](http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/194670/1/azu_etd_2833_sip1_m.pdf) (Erişim Tar: 23.05.2011)
- Bozeman, D. ve Kacmar, M. (1997). “A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organisations.” *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 69 (1): 9-30
- Brubaker, J. R. (2009). *I am an ID: Non/Persisting Our SocioTechnical Identities*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, Washington D.C

- Calabria, C. (2011). *Public and Private Presentations of The Self and Employment Seeking*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. The University of North Carolina at Greensboro, Greensboro.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: Sage Publications.
- Dedeoğlu, A. O. ve Üstündağlı E. (2011). "Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi." *Business and Economics Research Journal*, 2(2): 23-40.
- Demir, K. (2002). *Türkiye'deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara
- Ellison, N. B.; Steinfeld, C. ve Lampe, C. (2007). "The benefits of FB "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3).
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Kendilik Sunumu*. Çev., Barış Cezar. İstanbul: Metis Yay.
- Jones, S.; Yale, C. J.; Millermaier, S. ve Perez, F. (2009). "Everyday Life, Online: U.S. College Stutens Use of the İnternet." *First Monday*, 14(10). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2649/2301> (Erişim Tar: 19.02.2012)
- Kacmar, M.; Carlson, D. (1994). "Using Impression Management in Women's Job Search Processes." *American Behavioural Scientist*, 37(5): 682-697. <http://abs.sagepub.com/content/37/5/682> (Erişim Tar: 12.06.2012)
- Leary, M. R. (1996). *Self-presentation, impression management and interpersonal behaviour*. Oxford: Westview Press.
- Leonardi, E. M. (2009). *Narrative as Self Performance: The Rhetorical Construction of Identities on Facebook Profiles*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, The University of New Mexico, Albuquerque

- Lynn, A. (2009). *The Digitally Born Identity: The Influence of Social Networking Sites on Teen Identity*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, The Faculty of Social Sciences University of Denver, Denver
- Rheingold, H.. (2000). *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: MIT Press.  
[http://books.google.com.tr/books?id=fr8bdUDisqAC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.tr/books?id=fr8bdUDisqAC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) (Erişim Tarihi: 12.05.2010)
- Özdemir, N. G. (2006). *Sanal Topluluklarda İzlenimi Yönetme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara
- Özmen Ş. Y. (2011). *Çevre İletişimi: Çevre Haberlerinin Yapısal Analizi ve Okuyucu Farkındalığı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir
- Sucu, İ. (2012). "Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: Smeet oyunu örneği." Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3(1). <http://www.gumushane.edu.tr/media/uploads/egifder/articles/3.pdf> (Erişim tarihi 12.03.2013)
- Toprak, A.; Yıldırım A.; Aygül E.; Binark M.; Börekçi S., Çomu T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "görülüyorum öyleyse varım*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yay.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Touchstone.
- Uzun, K. (2011). *Second Life Sanal Yaşam Dünyasında Kendini Sunum Davranışlarının Belirlenmesinde Etnografik Bir Yaklaşım*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Basım). Ankara: Seçkin Yay.
- Zhao, S.; Grasmuck, S. ve Martin, J. (2008). "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships." *Computers in Human*



Behavior, 24(5): 1816-1836.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563208000204>

(Erişim Tarihi: 12.04.2011).

### EXTENDED ABSTRACT

The main purpose of this study is to investigate the behavior of academics on Facebook environment, by presenting themselves. With this purpose, in Facebook how communication academicians are carried out; however, in this environment in order to understand what kind of behavior, self-presentation academics were interviewed using Facebook, Content analysis was made with the choice of photos which academicians made, however, Wolfram Alpha data were collected by their Facebook pages and the results have been excluded. In addition, in order to understand how students read academicians' profiles were interviewed by Goffman approach.

Persons maintain their relationships with other people by means of their own presentations in the virtual platforms as is in the social environments. Persons behave in line with certain roles in their social interactions. They need to realize presentations suited to their roles; on the other hand they try to establish certain identities in the eyes of other people. It is discussed that internet constitutes a new social domain in the lives of people together with being involved in the community life. Identity constructs shaped by this new world, in which internet offers people a new life, are at the heart of these discussions. Those who think that identity is mobile over internet, assert that this mobility is shaped by instinct to create "ideal individual" and to form an identity that is approved and desired by the society. Sharing of social information is possible in the personal web pages, social websites, virtual games, cyber world and blogs laid down in the Web 2.0 technologies. People feel it is easier to manage their impressions in this way in order to improve the interaction in comparison to face-to-face environments. For

this reason, self-presentation theory of Goffman is once again updated by being adapted to virtual platforms. When we review the literature of individuals' formation of the identity presented as ideal, all these efforts take us to the concept of self-presentation.

### **Method**

The researcher of this study on the grounds that more appropriate the spirit of the study of qualitative and quantitative research methods, a method used by running to work together, he organized the research quantitative methods to support qualitative methods. Researcher made face to face in-depth interviews with academics in order to answer the research questions, with the interviews of 10 academicians they choose their own profiles with 10 photos, the photo content analysis is applied to a total of 100 photos. Qualitative data were analyzed by descriptive analysis, photos were interpreted by content analysis.

### **Conclusion**

For the research the main reason for the media's usage by academicians, although was the curiosity at first, it was because of the continuity of communication, academicians have begun to perform daily communications and activities on this environment. As a result of self-presentation of the research academicians to ingratiate themselves with Facebook, introducing themselves as an example and to provide information about their preferred tactics of self-presentation was seen for; Unlike other studies, as well as Facebook itself to protect the environment, they use the tactics of self-presentation. The self-presentation tactics to protect themselves is mostly staying very quiet and making little information about themselves. The academicians whose academic title is high are using the environment by promoting themselves, and academicians whose academic title is low are using this environment by protecting themselves. Academicians show themselves as a part of large community by their photos, Facebook profiles were

become a space of academicians daily life. In this study, it is established that academicians used “academic”, “traveler”, “fun-loving”, “part of a big group” and “happy” facial representations as a result of content analysis of the photographs. In this sense, when we compare Facebook with the other studies in the literature, it can be seen that being social and appearing as a part of a big group are associated presentations. However, different results are obtained in this study because of cultural differences and different social status and age of the participants. Associates bring their academic aspects forward more in comparison to the instructors, and instructors highlight their social aspects more in the photographs. Gender differences are not observed in this study.

Basic concern of the individual is not being in the forefront rather than being spied on in an environment where people present their individualism by sharing something at any time. Being in the background means to be wide of life in Facebook. Now individual performs all kinds of intercommunication and communication via Facebook, and realized his/her social readiness in this medium, and the person who is not on the net is alienated. It is important to perpetuate the connections in the social capital. Otherwise social capital of the individual starts to decline and to dissolve. This is the factor that distinguishes Facebook from the other networks. Participants prefer to exist in this medium with their own identities. It is surely without doubt that this is a significant transformation. Facebook has transferred internet, which was in a misty environment between virtual and actual, to another position. Virtual and actual are articulated and banded together. A different alteration in the performance of the individuals is experienced on Facebook in comparison to the other networks. Hereafter “virtual” term used for this medium should be discussed again, because individuals started to continue their existence in the off-line life in these mediums. People do not use quite different identities in mediums like Facebook. Individuals exist in this medium with all their life-practices. Facebook and similar networks have become part of

daily routines of the individuals, and changed into a theatre stage where they realize their performances. That is these networks take the place of face-to-face communication. Individual does the things he/she does in his/her daily life.

We have to underline that Facebook is established to see and appear and it operates in this way. People load lots of material to the network and basic reason of this to be visible. All materials sent by individuals have the purpose to be visible for the target group, to leave a good impression and to state "I am also here", and they perform lots of performances and offer various tactics with this aim.