



Dijital Dramaturji Perspektifinden Algoritmik Aile

Algorithmic Family from a Digital Dramaturgy Perspective

Dr. Öğr. Üyesi Osman METİN  ¹

Öz

Bu makalede, dijital teknolojilerin ve algoritmik platformların aile yaşamına etkisi, Erving Goffman'ın dramaturjik sosyoloji teorisi bağlamında incelenmektedir. Dijital çağda aile bireylerinin çevrimiçi platformlarda sosyal performansları, kendilerini idealize edilmiş biçimlerde sergiledikleri yeni sosyal sahneler oluşturmuştur. Aileler, sosyal medyada paylaşımlar yoluyla kamusal bir imaj yaratırken, özel hayatlarındaki gerçek çatışmaları ve gerilimleri dijital sahnenin arkasında gizlemektedirler. Bu süreçte aile, Goffman'ın tanımladığı performans ekipleri gibi davranarak, çevrimiçi izleyiciler için koordineli ve tutarlı bir görüntü sunma çabasıdadır. Sosyal medya algoritmaları, ailelerin çevrimiçi performanslarını şekillendiren görünmez yönetmenler olarak çalışmaktadır. Algoritmalar, kullanıcıların haber akışını kişiselleştirerek hangi içeriğin kimlere ulaşacağını belirler ve böylece aile içi iletişimi ve paylaşımları yönlendirir. Bu durum, ailelerin daha fazla beğeni ve etkileşim almak adına algoritma dostu içerikler üretmesine neden olmakta, karmaşık aile dinamiklerini basitleştirilmiş ve idealize edilmiş şekillerde sunmalarına yol açmaktadır. Ayrıca algoritmalar, aile üyelerinin dünyaya ilişkin algılarını kişiselleştirilmiş içeriklerle farklılaştırarak, ortak bir dünya görüşü oluşturma kapasitelerini azaltmakta ve aile içindeki çatışma ve kopuklukları artırmaktadır. Makale, dijital dramaturji perspektifiyle algoritmik aile kavramını geliştirerek, günümüz aile yaşamının algoritmik aracılığı ve performatif doğasını detaylı biçimde analiz etmektedir. Sonuç olarak, ailelerin çevrimiçi varlıklarını yönetirken algoritmik okuryazarlık gibi becerileri geliştirmelerinin önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dramaturji, algoritmik aile, Erving Goffman, sosyal medyada kendini sunma, izlenim yönetimi

Makale Türü: Araştırma

Abstract

This article examines the impact of digital technologies and algorithmic platforms on family life within the context of Erving Goffman's dramaturgical sociology theory. In the digital age, family members' social performances on online platforms have created new social stages where they present themselves in idealized forms. While families create a public image through social media posts, they conceal the real conflicts and tensions in their private lives behind the digital stage. In this process, the family behaves like the performance teams defined by Goffman, striving to present a coordinated and consistent image to online audiences. Social media algorithms act as invisible directors shaping families' online performances. Algorithms personalize users' news feeds, determining which content reaches whom, thereby directing family communication and sharing. This situation leads families to produce algorithm-friendly content in order to get more likes and interactions, causing them to present complex family dynamics in simplified and idealized forms. Additionally, algorithms differentiate family members' perceptions of the world through personalized content, reducing their capacity to form a shared worldview and increasing conflict and disconnection within the family. The article develops the concept of algorithmic families from a digital dramaturgy perspective, providing a detailed analysis of the algorithmic mediation and performative nature of contemporary family life. Ultimately, it emphasizes the importance of families developing skills such as algorithmic literacy when managing their online presence.

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, ometin@aku.edu.tr

Keywords: Digital dramaturgy, algorithmic family, Erving Goffman, self-presentation on social media, impression management

Paper Type: Research

Giriş

Yirmi birinci yüzyılda, dijital teknolojiler ve algoritmik platformlar günlük aile yaşamıyla derin bir şekilde iç içe geçmiştir. Günümüz aileleri, sosyal medya paylaşımları, mesajlaşma uygulamaları ve diğer çevrimiçi platformlar aracılığıyla iletişim kurar, paylaşımda bulunur ve hatta kimliklerini sergiler. Instagram’da çocuklarının fotoğraflarını paylaşan gururlu ebeveynlerden, video görüşmeleriyle bağ kuran kardeşlere kadar, dijital ortamlar aile ilişkilerinin sahnelendiği yeni sahneler sunar. Algoritmik aile terimi, haber akışlarımızı, bildirimlerimizi ve arama sonuçlarımızı düzenleyen görünmez hesaplama kapı bekçileri olan algoritmaların artık aile etkileşimlerine nasıl aracılık ettiğini yansıtmaktadır. Bu algoritmalar, aile üyelerinin birbirleri hakkında gördükleri içeriği ve kendilerini daha geniş kitlelere nasıl sunduklarını sessizce şekillendirmektedir. Günümüz aile dinamiklerini anlamak için hem sosyal performansı hem de teknolojik aracılığı dikkate alan bir bakış açısı giderek daha fazla gereklilik haline gelmektedir.

Bu fenomeni analiz etmek için sosyal hayatı tiyatro performansı olarak ele alan Erving Goffman’ın dramaturjik sosyoloji perspektifinden yararlanılacaktır. Goffman’ın bireylerin günlük yaşamda rolleri nasıl oynadıkları, izlenimlerini nasıl yönettikleri ve ön sahne ile arka sahne davranışlarını nasıl ayırdıkları konusundaki klasik görüşleri, etkileşimin sahnesi dijital alemlere yayılmış olsa da hala son derece geçerlidir. Goffman’a göre, insanlar sürekli bir izlenim yönetimi içinde olup, kamusal yaşamın ön sahnesinde izleyicilere idealize edilmiş bir benlik sunarken, kendilerinin bazı yönlerini kamusal görüşten uzak arka sahnede gizlerler. Bu bakış açısı, kullanıcıların profillerinde (ön sahne) görünenleri düzenleyip kamera arkasında (arka sahne) kusurlu gerçekliği gizledikleri sosyal ağ dünyasına oldukça uygulanabilir. Ancak dijital çağ, bu tiyatro metaforuna yeni bir boyut kazandırıyor. Sosyal medya ön sahne ile arka sahne arasındaki sınırları bulanıklaştırıyor, izleyiciler şekilsiz ve algoritmik olarak seçiliyor ve bireyler performanslarını yazmak ve düzenlemek için yeni araçlar kazanıyor.

Küçük sosyal gruplar olan aileler de bu dinamiklerden muaf değildir. Aslında, aile birimi Goffmancı anlamda performans ekibi olarak görülebilir. Tek bir rutini sahnelemek için iş birliği yapan bir grup birey kendilerine ve başkalarına belirli bir aile hayatı imajı yansıtmak için birlikte çalışır. Ebeveynler ve çocuklar, Facebook ve YouTube gibi platformlarda ortaklaşa aile hikayeleri yaratır ve genellikle mutlu, başarılı aile ideallerini yansıtır. Aynı zamanda, her aile üyesi kendi izleyicisini ve çevrimiçi kişiliğini korumak için çaba gösterebilir, bu da bazen dikkatli bir izleyici ayırmasına yol açabilir. Çevrimiçi ortamda, bir ailenin ön sahnesi, halka açık olarak paylaşılan özenle hazırlanmış bir tatil fotoğraf albümü olabilirken, arka sahnesi, hayal kırıklıkları ve filtrelenmemiş duyguların ifade edildiği özel bir sohbet grubu olabilir. Ancak dijital platformlar genellikle bu sınırları yıkma tehdidi oluşturur.

Dijital dramaturji perspektifini geliştirmek, Goffman’ın çerçevesini algoritmik olarak organize edilmiş çağdaş sosyal dünyaya genişleterek ailelerin bu sorunları nasıl ele aldığını analiz edilmesini sağlayacaktır. Dijital dramaturji, dramaturjik ilkelerin roller, senaryolar, sahneler, izleyiciler vb. çevrimiçi yaşama uyarlanmasıdır. Algoritmik aile bağlamında, bu, aile üyelerinin platform mimarileri ve algoritmaların etkisi altında çevrimiçi ortamlarda kimliklerini nasıl sergilediklerini ve aile rolünü nasıl oynadıklarını incelemek anlamına gelir. Anahtar sorular şunlardır: Aile üyeleri, ailelerini iyi yansıtmak için sosyal medyada kendilerini nasıl sunuyorlar? Algoritmalar (Facebook’un haber akışı veya Instagram’ın öneri motoru gibi) bu aile performanslarını nasıl yönlendiriyor veya kısıtlıyor? Gizlilik ayarları, filtreler ve düzenleme

araçları, aile hayatının draması için yeni sahne donanımı ve sahne ışıkları olarak nasıl işlev görüyor? Ve aile üyeleri, çevrimiçi kişilikleri ile çevrimdışı gerçeklikleri arasındaki farkları nasıl ele alıyor?

Bu makale, Goffman'ın teorik kavramlarından yararlanarak ve bunları dijital alanda aile etkileşiminin gerçek hayattan örneklerine uygulayarak bu soruları araştırıyor. Analiz, kendini sunma ve aile üzerine sosyolojik araştırmalara dayanmaktadır. İlk olarak, Goffman'ın dramaturjik teorisini ve temel kavramları özetlenerek analiz için bir temel oluşturulmuştur. Ardından, sosyal medya ve dijital platformların kendini sunmayı nasıl dönüştürdüğü tartışılıyor. Yeni ön sahne performans biçimleri ile bağlam çöküşü ve kalıcı dijital ayak izleri gibi zorluklar tanıtılıyor. Daha sonra, özellikle aile rolleri ve ilişkilerine odaklanarak, sharenting (ebeveynlerin çocukları hakkında çevrimiçi paylaşımlar yapması), sosyal ağlarda annelik ve babalık performansı ve ailenin bir bütün olarak koordineli sunumu gibi fenomenleri inceleniyor. Bu süreç boyunca algoritmik kürasyonun nasıl bir rol oynadığı ele alınıyor.

Aileler çevrimiçi ortamlarda, çevrimdışı ortamlarda olduğu gibi, hala kabul, onay ve ilişkisel uyum arıyorlar. Bir ebeveyn, çocuklarının başarılarıyla ilgili paylaşımlara beğeniler alarak, okulda bir tiyatro oyununda övgü almak için yaptığı gibi, ebeveynlik konusunda onay almak için Instagram'ı kullanabilir. Bir genç, akşam yemeğinde belirli konuları konuşmaktan kaçındığı gibi, özel paylaşımlarını ebeveynlerinin gözünden uzak tutmak için gizlilik ayarlarını yönetebilir. Goffman'ın çerçevesi, bu performans dijital platformların olanaklarına ve kısıtlamalarına uyum sağlasa da aile yaşamının performatif doğasını vurgulayarak bu paralellikleri aydınlatmaya yardımcı olur. Makalenin sonunda, dijital, veri odaklı sistemlere bağlı bir aile olan "algoritmik aileyi" anlamak için onları hem sahne aktörleri (seyirci için performans sergileyen) hem de algoritmanın özneleri olarak görmek gerektiğini göstermek amaçlanmıştır. Bu bakış açısı, çevrimiçi gizlilikten sosyal medyanın aile refahı üzerindeki psikolojik etkilerine kadar çeşitli konuları ele almada önemli ipuçları sağlayarak, çağdaş aile yaşamına yönelik sosyolojik bir anlayışa ulaşılmasını sağlayabilir.

Aşağıdaki bölümlerde önce Goffman'ın dramaturjik teorisi ayrıntılı olarak ele alınacak, ardından bu teorinin dijital kendini sunumuna uygulanması incelenecek ve son olarak dramaturji ve algoritmik aracılığın ikili merceğinden aile etkileşimleri analiz edilecektir. Bu kavramları açıklamak için, ailelerin sosyal medya alışkanlıklarından dijital çağda ebeveynlik üzerine araştırmalara kadar güncel hayattan senaryolar ve çalışmalar kullanılacaktır. Yaygın sosyal ağların olduğu bir çağda ailenin performansına odaklanarak, dijital perdenin önünde aile ilişkilerinin nasıl yeniden hayal edildiğini ve yeniden müzakere edildiği aydınlatılmaya çalışılacaktır.

Goffman'ın Dramaturjik Teorisi: Tiyatro Olarak Sosyal Yaşam

Erving Goffman'ın orijinal baskısı 1956 yılında yapılan *The Presentation of Self in Everyday Life* adlı kitabında ortaya koyduğu dramaturjik teori, sosyal etkileşimin tiyatro performansına benzediğini öne sürer. Toplumdaki bireyler, sahnedeki aktörler gibidir ve günlük yaşamın çeşitli bağlamlarında izleyiciler için roller oynarlar. Goffman, iş toplantısı, aile yemeği veya komşuyla tesadüfen karşılaşma gibi her durumda, insanların bilinçli veya bilinçsiz olarak başkalarına verdikleri izlenimleri yöneterek, nasıl algılandıklarını kontrol veya yönlendirmek istediklerini savunmuştur. Bu sürece izlenim yönetimi adı verilir. Bir aktörün seyirciye bir karakteri canlandırması gibi, birey de çevresindekilere özenle seçilmiş bir benlik sunar, belirli özelliklerini vurgular ve diğerlerini gizleyerek seyircinin görüşünü etkiler.

Goffman'ın çerçevesinin temel kavramlarından biri, sosyal davranışın ön sahnesi ve arka sahnesi arasındaki ayrımdır. Ön sahne, performansın sergilendiği yerdir. Kişinin eylemlerinin izleyiciler tarafından görülebildiği ve bu nedenle normlar ve beklentiler tarafından bilinçli olarak şekillendirilen, halka açık veya dışa dönük etkileşim alanıdır. Ön sahne bölgelerinde, insanlar

sosyal senaryolara uymaya ve kendilerinden beklenen rolleri oynamaya eğilimlidir (veli toplantısında görevine sadık bir ebeveyn veya aile toplantısında sevgi dolu bir eş). Buna karşılık, arka sahne, bireylerin karakterlerinden çıkabildikleri, performansın rahat veya serbest olduğu gizli bir özel (gerçek veya mecazi) alandır. Burada insanlar ön sahne performanslarına hazırlanır veya kamuoyunda bastırdıkları yönlerini ifade ederler. Goffman için arka bölgeler genellikle seyircilerin girmesinin yasak olduğu alanlardır. Aile üyeleri, kamuoyunda uyumlu bir görüntü sergiledikten sonra, bu arka sahne alanlarında özel olarak tartışabilirler. Ön ve arka sahnenin ayrılması, bireylerin performansın bütünlüğünü korumasına olanak tanır. Günlük yaşamda, seyircinin ön sahne imajıyla çelişebilecek arka sahne davranışlarını görmesini önlemek için bazı önlemler alınır.

Ön/arka bölgelere ek olarak, Goffman performans ekipleri (kitapta geçtiği tam ifade performans takımı'dır) kavramını da ortaya atmıştır. Performans ekibi, temelde, tek bir tutarlı performans sergilemek için iş birliği yapan bir grup insandır. Tek bir rutini sahnelemek için iş birliği yapan herhangi bir grup bireydir (Goffman, 2014, s. 82-105). Klasik bir örnek, yemek yiyenlere kusursuz bir deneyim sunmak için birlikte çalışan bir grup restoran personeli garson, şef, aşçıdır. Her üyenin bir rolü vardır ve genellikle sözsüz bir koordinasyonla birbirlerinin performanslarını desteklerler. Bir üye hata yaparsa (garson bir siparişi unutursa), başka bir üye kusursuz hizmet illüzyonunu sürdürmek için devreye girebilir (müdür özür diler ve ücretsiz bir tatlı ikram eder) tıpkı sahnedeki bir hatayı örtbas etmek için diğer oyuncuların devreye girmesi gibi.

Aileyi temelde bir tür performans ekibi olarak değerlendirmek mümkündür. Aile üyeleri genellikle dışarıdan bakıldığında tek bir görüntü sunmak için iş birliği yapar ve Goffman'ın yüz çalışması olarak adlandırdığı, birbirlerinin kamuoyundaki imajını veya yüzünü korumak için yapılan eylemlere katılırlar. Bir çocuk kamusal alanda uygunsuz davranırsa bu, ailenin imajını tehdit eder, ebeveynler hızlıca onu düzeltir veya şaka yaparak durumu kurtarabilir, böylece izleyenler iyi yönetilen bir aile görmeye devam eder. Böylece aile, bilinçli veya zımni olarak birbirlerinin yüzünü kurtarmak ve izleyiciler komşular, öğretmenler, sosyal medya takipçileri vb. önünde toplu olarak arzu edilen bir izlenim bırakmak için bir ekip olarak hareket eder. Takım performansı aynı zamanda ortak sırlar ve gizli anlaşmalar anlamına da gelir. Aile evinin perde arkasında, üyeler dağınık gerçekliği (gençlerin ruh hali değişiklikleri, çiftin mali endişeleri) bilir, ancak istikrarlı bir imaj yansıtmak istedikleri sahne önündeki ortamlarda bunların dışarı sızmasına karar verirler. Bu, Goffman'ın takımların sırları (karanlık sırlar, iç sırlar vb.) olduğu ve bu sırları sahne dışında tutmak için birbirlerine güvenmeleri gerektiği fikriyle güçlü bir şekilde örtüşmektedir (Goffman, 2014, s. 127).

Goffman'ın dramaturjisi, senaryolar, sahne donanımı ve ortam gibi unsurları da tanımlar (Goffman, 2014, s. 33). Senaryo, oyuncunun izlediği kalıplaşmış normlar veya diyaloglardır. Aksesuarlar, performansı geliştirmek için kullanılan somut veya soyut yardımcı araçlardır. Bir aile, düzenli evini düzeni simgelemek için aksesuar olarak kullanabilir veya bir baba, otoritesini göstermek için sert bir ses tonunu aksesuar olarak kullanabilir. Ortam, etkileşimin fiziksel sahnesidir. Aile hayatında bu, ev, düğünde bir düğün salonu veya artık Facebook profil sayfası gibi sanal bir alan bile olabilir. Goffman, aktörlerin genellikle istenen izlenimi pekiştiren ortamları ve aksesuarları önceden seçtiklerini ve performans başladığında çerçeveyi bozmamak için mümkün olduğunca karakterlerinden çıkmamaya çalıştıklarını belirtmiştir (Goffman, 2014, s. 33-40). Bu bir aile senaryosuna uygulandığında, ailenin misafirler (seyirciler) için akşam yemeği verdiğini düşünün. Yemek odası güzelce düzenlenmiştir (ortam), çocuklara temiz giysiler giymeleri ve kibar olmaları söylenmiştir (kostümler ve senaryo) ve aile üyeleri, aile uyumu ve misafirperverlik izlenimi vermek için hoş sohbetler ederler (performans). Gerginlik varsa, bunlar geçici olarak bir kenara bırakılır veya dikkatlice gizlenir, bu çatışma sahne arkasına aittir, sahnedeki akşam yemeği performansına değil.

Dramaturjik yaklaşımın temel varsayımlarından biri, kimliğin sabit bir özellik değil, performans yoluyla aktif olarak müzakere edilen ve üretilen bir şey olduğudur (Goffman, 2014, s. 235). İnsanlar kendilerini belirli bir şekilde sunmak için çalışırlar ve bu çalışma sosyaldir. İzleyicilerin geri bildirimlerine ve iş birliğine bağlıdır. Birisi beklenen performansı ihlal ederse (bir çocuk misafirlerin önünde istenmeyen bir şey yaparsa), bu durumun tanımını “kibar bir aile toplantısı” bozar ve tüm taraflar utanç duyabilir veya durumu düzeltmek için doğaçlama yapma ihtiyacı hissedebilir. Bu nedenle, sosyal etkileşimin çoğu, istenen performans sürdürmek ve bu tür aksaklıkları önlemek için ince sinyaller ve önleyici uygulamalar içerir. Ailelerde bu, ebeveynlerin yaramaz bir çocuğa uyarıcı bir bakış atması rolüne dönmesi için bir sinyal veya eşlerden birinin gerginliği yatıştırmak için garip bir yorumu gülerek geçiştirmesi anlamına gelebilir.

Dramaturjinin, insanların aldatıcı bir şekilde rol yapması anlamına gelmediğine dikkat edilmelidir. Sosyal yaşamın işleyebilmesi için bir dereceye kadar sanat ve iş birliği gerektirdiği bilinmelidir. Bu doğrultuda normların samimi bir yansıması olan roller oynanır. Bir baba, olması gerektiğine inandığı için gerçekten babacan davranmaya çalışır, ancak gözlem altında olduğumuz ve rollerimize bağlı beklentilerin farkında olduğumuz için her zaman bir performans unsuru vardır. Goffman’ın terimleriyle, bireyler performansları konusunda samimi veya alaycı olabilirler. Samimi performans, oyuncunun rolü gerçekten benimsediği durumdur. Alaycı performans (kitapta kinik olarak geçer), oyuncunun rolü içselleştirmede, ancak stratejik nedenlerle yine de oynadığı durumdur (Goffman, 2014, s. 31). Gerçek hayattaki performanslar genellikle bu ikisinin arasında bulunmaktadır. İnsanlar rollerini bilir ve büyük ölçüde bu rollerle özdeşleşir, ancak aynı zamanda başkalarının kendilerini olumlu görmesini sağlamak için taktiksel manevralar da kullanır.

Goffman’ın teorisini aile bağlamına uyguladığımızda, aileyi bir etkileşimsel başarı olarak zengin bir şekilde anlayabiliriz. Aile ilişkileri sürekli bir izlenim yönetimini içerir. Ebeveynler yetkin ve şefkatli görünmek için izlenimleri yönetir, çocuklar itaatkâr veya bağımsız görünmek için izlenimleri yönetir, eşler destekleyici eş olarak izlenimleri yönetir. Bu performanslar sosyal rolleri pekiştirir. Her akşam yapılan aile yemeği, her üyenin kendi rolünü oynadığı tekrarlanan bir sosyal performans olarak görülebilir. Ebeveynler çocuklarına günlerini sorar, çocuklar cevap verir, belki de konuşmak istemese bile itaatkâr çocuk rolünü oynarlar.

Dijital Çağda Kendini Sunma: Tiyatro Performansından Çevrimiçi Sergiye

Goffman’ın çerçevesi, internetin ortaya çıkmasından çok önce geliştirilmiş olmasına rağmen, çevrimiçi davranışları anlamaya son derece uyarlanabilir olduğunu kanıtlamıştır. Sosyal medya kullanıcılarının, Goffman’ın tanımladığı temel izlenim yönetimi stratejilerini, yeni araçlar ve yeni zorluklar olsa da uygulanabilirliğinin örnekleri vardır (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Aslında, Goffman’ın yaklaşımı dijital dünyayı kapsayacak şekilde gelişmiştir ve bireylerin sosyal ağlarda kendilerini nasıl oluşturdukları ve sundukları üzerine teorik çalışmaların temelini oluşturmaktadır. Temel motivasyon aynı kalmıştır, insanlar başkalarına çekici ve kabul edilebilir bir imaj sunmak isterler. Ancak, çevrimiçi ortamlarda sahne ve seyircinin doğası değişmiştir ve bu da dramaturjik benzetmeyi daha da geliştirmeyi gerektirmektedir.

Dijital çağdaki en önemli farklardan biri, sosyal etkileşimlerin genellikle zaman içinde kalıcı olan profiller ve içerikler aracılığıyla gerçekleşmesidir. Facebook, Instagram veya Twitter (şimdi X) gibi platformlarda, kişinin kendini sunma biçiminin çoğu, izleyiciler tarafından eş zamansız olarak görüntülenebilen fotoğraflar, metin gönderileri, biyografiler ve diğer içerikler aracılığıyla gerçekleşir. İletişim her zaman gerçek zamanlı yüz yüze karşılaşmalar şeklinde gerçekleşmez. Bunun yerine, kullanıcılar katkılarını özenle seçerler. Hangi fotoğrafları yükleyeceklerini seçerler, gönderilerini belirli şekillerde ifade ederler, hayatlarının hangi yönlerini paylaşacaklarını veya gizleyeceklerini tercih ederler. Gönderinin yapıldığı anda fiziksel olarak mevcut bir izleyici olmaması, bireylere ilk performansları üzerinde daha fazla kontrol

sağlar. İnternet ve çevrimiçi iletişim, insanlara iddialarını hemen sorgulayacak bir izleyici olmadan sanal olarak izlenim yönetimi yapma olanağı verir ve böylece kendini sunma üzerinde daha fazla kontrol sağlar (Salih, Melis, & Balci, 2023). Çevrimdışı ortamda, bir kişi kendini esprili veya modaya uygun olarak sunmaya çalışırsa, fiziksel olarak mevcut olan diğer kişilerin anlık tepkileri bu sunumu doğrulayabilir veya zayıflatır. Ancak çevrimiçi ortamda, kullanıcı selfieyi birçok kez çekebilir, kendini daha çekici gösteren filtreler uygulayabilir veya olumlu geri bildirim almayan bir tweeti silebilir. Tüm bunları izleyici performansı tam olarak algılamadan önce yapabilir (Hollenbaugh, 2021). Dijital alanlardaki performansçılar genellikle sahne arkasında uzun bir prova süresine sahiptir (içeriği hazırlamak) ve sahne önündeki gösterimi devam ederken bile (gönderileri kaldırarak veya değiştirerek) düzenleyebilirler, bu da yüz yüze ortamlarda çok daha az mümkündür.

Sosyal medya platformları, kendini sunumda sahne donanımı ve kostüm kavramını da genişletir. Kullanıcılar, istedikleri imajı güçlendirmek için filtreler, hashtagler ve düzenlenmiş görüntüler gibi öğeleri aktif olarak kullanır. Bir Instagram kullanıcısı, belirli bir kişiliği veya yaşam tarzını yansıtmak için profil akışının estetiğini tutarlı renk şemaları veya stiller kullanarak düzenleyebilir. Bu, belirli bir dekorla sahne hazırlamaya benzer bir uygulamadır. Selfie filtreleri ve fotoğraf düzenleme uygulamalarının yaygın kullanımı, bireylerin izleyicilere kelimenin tam anlamıyla rötuşlanmış bir yüz sunmalarına olanak tanıyan dijital sahne donanımlarının açık bir örneğidir. Bu, Goffman'ın fiziksel alanda gözlemlediklerine (Goffman, 2017) (insanların performanslarını desteklemek için makyaj, kıyafet ve duruşu sahne donanımı olarak kullanmaları) karşılık gelir, ancak dijital araçlar genellikle daha etkilidir.

Özellikle, sosyal medyadaki izleyici hem görünmez hem de potansiyel olarak çok geniş bir kitledir, bu da performansçıların stratejilerini değiştirir. Günlük yaşamda, insanlar genellikle belirli bir anda izleyicilerinin kim olduğunu ayırt edebilir ve davranışlarını buna göre ayarlayabilir (iş görüşmesinde evde olduğundan farklı davranılır). Ancak çevrimiçi ortamda, izleyici genellikle amorf ve bağlamdan kopuktur. Tek bir Facebook gönderisi, üniversite arkadaşları, iş arkadaşları ve aile üyeleri tarafından aynı anda görülebilir ve normalde ayrı tutulan izleyici grupları arasındaki sınırlar bulanıklaşır. Boyd, sosyal ağ sitelerini görünmez izleyiciler ve kopuk bağlamlar (birbirine yaklaşan çoklu sosyal bağlamlar) ile karakterize edilen ağa bağlı kamusal alanlar olarak tanımlar (2010). Bu, izlenim yönetimi görevinin daha karmaşık olduğu anlamına gelir. Performans sergileyen kişi, çeşitli izleyicileri öngörmeli ve herkese uygun veya en azından hiçbir kesimi rahatsız etmeyecek bir sunum hazırlamalıdır. Genç bir yetişkin, ebeveynlerinin hatta işverenlerinin görebileceğini bilerek Facebook'ta belirli mizahi memler [memler hakkında bkz. (Metin, 2025)] paylaşmaktan kaçınabilir ve böylece performansını en geniş izleyici kitlesine uyacak şekilde kendi kendine sansürlerebilir. Bu fenomen, çevrimiçi kendini sunmada en küçük ortak payda stratejisi olarak bilinmektedir (Hogan, 2010). Alternatif olarak, kullanıcılar ayrı profiller oluşturabilir veya gizlilik ayarlarını kullanarak izleyicilerini segmentlere ayırabilir (yakın arkadaşlar için özel bir Instagram hesabı, diğerleri için herkese açık bir hesap), böylece farklı gruplara göre performanslarını uyarlayabilecekleri birden fazla sahne oluşturabilirler. Bu, Goffman'ın, insanların her birine farklı roller oynadıklarında izleyicileri birbirinden ayırmaya çalıştıkları yönündeki görüşünü yansıtan yeni bir izleyici ayrımı biçimidir. Fark, çevrimiçi platformlarda bu ayrımları yönetmek için teknik bilgi gerekliliği (arkadaş listelerini veya gizlilik filtrelerini kullanmayı bilmek) ve hataların kolayca bağlam çökmesine yol açabilmesidir.

Bu zorluklara rağmen, kullanıcıların çevrimiçi ortamda stratejik kendini sunma konusunda yetenekli oldukları gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalar insanların sosyal medyada nasıl algılandıklarını şekillendirmek için çeşitli taktikler kullandıklarını tutarlı bir şekilde göstermektedir. İnsanlar seçici ifşalarda bulunmakta, hayatlarının olumlu yönlerini vurgulayan paylaşımlar yapmakta, buna karşın olumsuz yönlerini gizlemekte veya önemsiz göstermektedir. Çevrimiçi ortamda bireyler kişisel bilgilerini seçici bir şekilde paylaşarak arzu ettikleri imajı özenle yaratmak için zamana sahiptir ve bu da izlenim yönetiminin bir biçimi olarak

seçici ifşanın rolünü güçlendirir (Salih, Melis, & Balcı, 2023). Bir kişi eğlenceli aile gezilerinin veya kişisel başarılarının (mezuniyet, yeni bir iş bulma) fotoğraflarını paylaşıırken aile içi çatışmalardan veya başarısızlıklardan hiç bahsetmeyebilir. Bunun birikimli etkisi, idealize edilmiş bir yaşam öyküsü sunan, özenle hazırlanmış bir profildir. Bu, profilin tamamen kurgusal olduğu anlamına gelmez. Daha çok, bir aktörün izleyicilere sadece en iyi sahnelerini sunması gibi, düzenlenmiş bir profildir. Hogan bunu yüz yüze bir performans değil, bir sergi olarak nitelendirmiş ve sosyal ağ sitelerinde insanların esasen içerik küratörleri haline geldiğini ve kendilerini başkalarına tanıtan resim, gönderi ve etkileşimlerden oluşan bir galeri oluşturduklarını savunmuştur (Hogan, 2010). Küratör [küratör için bkz. (Metin, 2024)] rolü, Goffman'ın aktör rolünden biraz farklıdır. Birey, sürekli olarak canlı performans sergilemek yerine, başkalarının eş zamansız olarak görüntülediği eserleri (fotoğraflar, metinler) küratörlüğünü yapar. Bu bakış açısına göre, sosyal medyada kendini sunmak, bir tiyatro oyununda rol almaktan çok kişisel bir sergiyi yönetmeye benzer (Hogan, 2010, s. 379). Küratörlüğü yapılan içeriğe izleyiciler farklı zamanlarda erişebilir, yorum yapabilir, beğenebilir vb. Böylece, kişinin gelecekteki içeriğini nasıl küratörlüğünü yapacağına yönelik bilgi veren bir geri bildirim döngüsü oluşur.

Her yeni gönderi veya yorum, kişinin birikmiş kendini sunma arşivinin bir parçası olur. Ayrıca, geri bildirim olarak beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar genellikle sayısal olarak ölçülebilir ve halka açıktır; bu da izlenim yönetiminde başarı için yeni ölçütler sağlamaktadır. İnsanlar, yüksek beğeni sayısını performanslarının etkili olduğunun bir kanıtı olarak yorumlayabilir ve zayıf tepkileri stratejilerini ayarlamaları için bir ipucu olarak görebilir. Hatta insanların birbirleri arasındaki yardımlaşmalarını bile sosyal medya üzerinden sundukları bu dönemde (Danış, 2022) neyin paylaşıldığının önemi yüksektir. Bu, performansa bir tür veriye dayalı öz farkındalık getirir. Bir ebeveyn, çocuklarının eğitim faaliyetlerini gösteren fotoğrafların diğer gönderilerden daha olumlu geri bildirim aldığını fark edip sonraki paylaşımlarında bu tür fotoğrafları daha fazla öne çıkarabilir, bu da bir sanatçının seyircinin tepkilerine göre rutini değiştirmesine benzer şekilde, seyirciyi memnun etmek için senaryoyu etkili bir şekilde uyarlama anlamına gelir. Sütüoğlu, sosyal medyada bireylerin, onay (beğeniler şeklinde) karşılığında izleyicilerini memnun edecek içerik paylaşma baskısı hissettiklerini ve performanslarını olumlu ilgi toplayan şeylere göre uyarladıklarını gözlemlemiştir (2015, s. 127). Performatif norm şu hale gelir, alkış alanları paylaş, almayanları sakla veya paylaşma. Zamanla bu, son derece idealize edilmiş çevrimiçi kişiliklerin ortaya çıkmasına neden olabilir (Baştemur & Kurşuncu, 2022). Nitekim, kullanıcıların kusurlarını veya hayatlarının sıradan yönlerini göstermekten kaçınarak, olmak istedikleri veya görülmek istedikleri halini sergiledikleri için, çevrimiçi benlik ile gerçek hayattaki benlik arasında genellikle büyük farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur (Yüksel & Kaplan, 2021). Çevrimiçi ortamda bireyler, filtrelenmemiş tüm benliklerini değil, başkalarının görmesini istedikleri bireyselliklerini sunabilirler. Bu, Goffman'ın performansındaki idealleştirme kavramıyla güçlü bir şekilde örtüşmektedir. Performans sanatçıları, toplumsal ahlak, başarı, güzellik vb. standartlarına uygun idealize edilmiş bir versiyonunu sunma eğilimindedir ve sosyal medya, bu idealizasyonu aşırı derecede takip etmek için yeni bir alan sunmaktadır.

Dijital platformların sağladığı özgürlük ve esneklik, insanların birden fazla kimlik veya abartılı kişilikleri denemelerine de olanak tanır. İnternet teknolojisi bireylere farklı kimlikleri kolayca takip çıkarabilecekleri özgür bir ortam sunar (Sütüoğlu, 2015). Rol ve görünüşü nispeten kolaylıkla değiştirme yeteneği, dramaturjinin yeni bir uzantısıdır. Çevrimdışı ortamda, kişinin kendini gösterdiği imajı büyük ölçüde değiştirmesi daha yüksek risk taşır ve fiziksel süreklilik ve uzun süreli tanıdıkların varlığı nedeniyle kısıtlanır. Ancak çevrimiçi ortamda kimlik segmentleri izole edilebilir. Kişi, geçmişini kimsenin bilmediği yeni bir çevrimiçi toplulukta kimliğini yeniden oluşturabilir, yani temelde yeni bir senaryonun yazıldığı yeni bir sahneye çıkabilir. Bu, özgürleştirici olabilir; çevrimdışı hayatta kendilerini dışlanmış hissedenden insanlar, çevrimiçi ortamda kendilerinin gizli bir yönünü ifade edebilecekleri bir alan bulabilirler.

Bullingham ve Vasconcelos, blog yazarları ve sanal dünya sakinleri üzerine yaptıkları araştırmada, çoğu katılımcının çevrimiçi ortamda çevrimdışı benliklerini küçük değişikliklerle yeniden yaratmaya çalıştığını, tamamen kurgusal kimlikler benimsemediklerini, daha çok vurgulamak veya önemsizleştirmek istedikleri yönlerini seçtiklerini ortaya koymuştur. Başka bir deyişle, kullanıcılar kendileri olarak kalmakta, ancak bir özlem duygusu içinde daha cilalı bir kendi versiyonunu sunmaktadır. Çevrimiçi ortam, birçok kullanıcı için abartılı bir performans sergilemeye teşvik eder, ancak tamamen uydurma bir performans da değildir (2013). Kişinin kendisinin bazı yönlerini düzenlemesi Goffman'ın ön sahne performanslarının idealleştirme içerdiğini öne süren iddiasını vurgulamaktadır. İnsanlar izleyicilere iyi karşılanacak şeyleri gösterir ve damgalanmaya yol açabilecek veya arzu edilen imajla tutarsız olan şeyleri gizler (Goffman, 2014).

Goffman'ın takım kavramının dijital bağlamda ilginç bir uyarlaması, kullanıcıların çevrimiçi bağlantılarını performans takımlarının bir parçası olarak kullanabilmeleridir. Facebook gibi platformlarda, olumlu yorumlar bırakan veya şakalara katılan arkadaşlar ve aile üyeleri, bireyin arzu ettiği kimliği pekiştirmeye yardımcı olan işbirlikçi takım üyeleri olarak görülebilir. Buna karşılık, istenmeyen bir hikâye veya etiket paylaşan bir arkadaş kötü takım üyesi, özenle oluşturulan izlenimi bozabilir. Çevrimiçi topluluklarda, genellikle olumlu kendini sunma karşılıklılığı konusunda sözsüz bir anlaşma vardır; *"Ben senin gönderini beğenip kişiliğini onaylayacağım, sen de aynısını benim için yapacaksın"*. Bu karşılıklı destek, Goffman'ın ekiplerinin birbirlerinin performanslarının başarılı olmasını sağlamasına çok benzer.

Ancak, çevrimiçi izlenim yönetiminin tüm sonuçları olumlu veya zararsız değildir. Herkes mükemmel bir hayat sergilemek için rekabet ediyor gibi görüldüğünde, bu durum gözlemcilerde ve hatta performans sergileyenlerin kendilerinde bile yetersizlik duygularına yol açabilir. Özenle oluşturulmuş kişilikler, zaman içerisinde kopukluk hissi veya kimlik uçurumu yaratabilir. Kişinin gerçek deneyimleri ile çevrimiçi ortamda korumak zorunda hissettiği görünüşü arasında stres yaratan bir farklılıktır. Sosyal medya; kullanıcıları iyi izlenimler yaratmak için manipülatif stratejiler izlemeye teşvik eder, ancak özenle sahnelenen bu hayatlar, çevrimiçi ortamda sunulan benlik ile gerçek hayattaki benlik arasında gerginlik ve önemli farklılıklar yaratabilir. İnsanlar çevrimiçi ortamda mükemmel derecede mutlu, başarılı veya çekici görünmeye çalıştıklarında, illüzyonlar üzerine kurulu bir hayat yaşamaya başlayabilirler. Bu durum gerçek sosyal ilişkileri ve hatta kişinin öz saygısını zedeleyebilir (Suveren & Kosal, 2021).

Sosyal Medyada Aile Kimliğini Sergilemek

Klasik aile sosyolojisi, ailelerin kısmen topluma aile dayanışmasını ve değerlerini göstermek için belirli ritüelleri yerine getirdiğini ve sosyal beklentilere uyduğunu kabul eder. Sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, bu gösteriler giderek daha fazla çevrimiçi ortamda gerçekleşmektedir. Artık platformlarda performans sergileyen aile fenomenini görüyoruz. Ebeveynler gurur duydukları aile anlarını paylaşıyor, çiftler romantizmelerini yayınlamak için ortak hesaplar oluşturuyor veya tüm aileler vloglar yayınlarak sosyal medya influencerlarına dönüşüyor. Bu faaliyetler aracılığıyla aile, dijital kamusal alanda kendisi hakkında bir anlatı oluşturuyor. Dramaturjik bakış açısı burada işe yaramaktadır ve şu soruları sormamıza yardımcı olur: Aile üyeleri çevrimiçi ortamda hangi rolleri oynuyor? Aileleri hakkında hangi izlenimleri yaratmaya çalışıyorlar? Bir takım olarak aile imajını sunarken nasıl koordinasyon sağlıyorlar (veya bazen çatışıyorlar)? Ve çevrimiçi aile imajları ile özel hayatlarındaki gerçeklik arasındaki farklarla nasıl başa çıkıyorlar?

Ebeveynlerin çocuklarının bilgilerini ve fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmaları olarak tanımlanan sharenting dramaturjik açıdan önemli bir konudur. Sharenting, ebeveynlerin arkadaşları, akrabaları ve daha geniş bir izleyici kitlesi önünde gururlu, sevgi dolu ebeveynler rolünü oynamaları olarak görülebilir. Çocuk, bir anlamda hem performans ekibinin bir parçası hem de ailenin mutluluğunu veya başarısını gösteren sahne donanımının bir parçası haline gelir.

Ebeveynler genellikle kişisel ve sosyal faktörlerin bir karışımıyla motive olmaktadır. Bu faktörler arasında sosyal onay arama, iyi ebeveynler olarak kimliklerini doğrulama ve geriye bakabilecekleri bir aile hayatı öyküsü yaratma sayılabilir. Başka bir deyişle, ebeveynler sosyal medyayı “Biz mutlu, birbirini destekleyen bir aileyiz” mesajını vermek ve bu imajı pekiştiren alışı (beğeniler, olumlu yorumlar) almak için bir sahne olarak kullanmaktadır. Çoğu durumda, bu performans gerçekten sevgi ve mutluluktan kaynaklanıyor -ebeveynler doğal olarak sevdikleri çocuklarının önemli anlarını göstermek istiyorlar- ancak yine de bu yönetilmiş bir sunumdur. Hangi fotoğrafları paylaşacaklarını seçiyorlar (ağlayan ve huysuz olan değil, sevimli ve gülümseyen portreler), genellikle çocuğu öven neşeli başlıklar ekliyorlar ve olumlu havayı sürdürecek şekilde yorumlara yanıt veriyorlar. Bunun birikmiş etkisi, genellikle idealize edilmiş bir ebeveynlik imajıdır (Baştamur & Kurşuncu, 2022).

Goffman’ın performans takımı anlayışına göre, ilginç olan dinamik, çocukların (çok küçük olanlar bile) bu çevrimiçi performansların bir parçası olmaları, ancak her zaman bilinçli olarak rıza göstermedikleri veya farkında olmadıklarıdır. Ebeveynler, aile performansının yönetmenleri gibi davranır, fotoğraflar için çocukların kostümelerini, sergileyecekleri aktiviteleri ve hatta çocukların kimliklerini belirler (bazı ebeveynler bebekleri veya küçük çocukları için hesaplar oluşturur ve onların adına dijital bir kişilik yaratır). Aşırı durumlarda, aile influencer hesapları bunu bir işe dönüştürür. Ebeveynler ve çocuklar iş birliği içinde içerik üretir. Potansiyel olarak milyonlarca izleyiciye eğlenceyi seven, mükemmel bir aile imajı sunar. Bu aileler, izleyicilerin güvenini ve ilgisini korumak için genellikle özgünlük ve samimiyet izlenimi yaratmaya çalışırlar (bu ayarlanmış amatörlük sayesinde özenle hazırlanmış içerikler spontan ve gerçek görünür). Ön sahne, herkesin gülümsediği, parlak ışıklarla aydınlatılmış bir oturma odasıdır; arka sahne ise, tekrar çekim denemeleriyle dolu bir ev stüdyosu, yorgun çocuklar ve görüntülenme sayıları hakkında endişelenen ebeveynler olabilir.

Aileler için izlenim yönetimi genellikle kasıtlı eksiklikler ve seçici paylaşımlar içerir. Aile sorunları -eşler arası tartışmalar, çocuğun akademik başarısızlığı, maddi sıkıntılar- genellikle dijital sahneden uzak tutulur, özel aile sohbetleri gibi sahne arkası bölgelerinde saklanır veya kamuoyunda hiç konuşulmaz. Bu arada, başarılar ve mutlu anlar yayınlanır. Bu, bazen aile üyeleri arasında bile toplu bir aile illüzyonu yaratabilir. Bir genç, Instagram’da arkadaşlarının ailelerinin sürekli mutlu olduğunu görür ve kendi ailesinin de aynı derecede mükemmel görünmesi için baskı hissedebilir ve bu da gerçek sorunları önemsizleştirmesine neden olabilir. Tersine, bu genç, günlük ilişkileri gergin olsa bile, Anneler Günü veya Babalar Günü’nde ebeveynlerine içten bir mesaj paylaşarak ailesinin birlikteliğini yansıtmaya çalışabilir. Bu performans, böylece özlem duyulan idealleri pekiştirebilir, belki mutlu görünürsek, mutlu oluruz. Sosyal medyada, aile olmak genellikle paylaşımlar ve etkileşimler yoluyla aile birlikteliğini ve sevgisini kamuya açık bir şekilde göstermek anlamına gelir. Bir çocuğun doğum gününü kutlamak artık sıklıkla sevgi dolu bir başlık ile Instagram’da bir paylaşım yapmak anlamına gelir. Bu sadece kişisel bir jest değil, biz önemli günleri kutlayan şefkatli bir aileyiz şeklinde bir kamuoyu açıklamasıdır. Bu tür uygulamalar, aile yaşamına ilişkin kültürel beklentileri hem yansıtır hem de şekillendirir.

Goffman’ın bireyler için yüz (Goffman, 2014, s. 35-36) kavramına benzer olan aile yüzü kavramı burada yararlıdır. Bir aile, bir bütün olarak, koruması gereken bir yüzü veya imajı vardır. Birçok kültürde, ailenin onuru veya sosyal konumu, tüm üyelerinin uygun davranışlarıyla korunan kolektif bir özelliktir. Sosyal medya, bir aile üyesinin çevrimiçi eylemlerinin ailenin imajını doğrudan etkileyebilmesi nedeniyle bu duruma yeni bir boyut katmaktadır. Aile üyesinden birisinin tartışmalı bir paylaşımı sadece kendisine değil, aynı zamanda diğer aile üyelerine de olumsuz etkisi olacaktır. Bu nedenle, bazı aileler, istenen aile imajına uygun olmasını sağlamak için birbirlerinin sosyal medya kullanımını aktif olarak denetler veya yönlendirir. Bu, dijital ebeveynliğin bir parçasıdır. Ebeveynler çocuklarına neyin paylaşılmasının uygun olduğunu, çevrimiçi ortamda kendilerini nasıl temsil etmeleri gerektiğini ve nelerin gizli kalması gerektiğini öğretir. Dijital ebeveynlik üzerine yapılan araştırmalar, birçok ebeveynin çocuklarının internet

varlığını yönetmeyi ebeveynlik rolünün bir parçası olarak gördüğünü ve çocuğun veya ailenin itibarına zarar gelmesini önlemek için kurallar koyduğunu göstermektedir (Aslan & Zinderen, 2024). Dramaturjik terimlerle, ebeveynler çocuklarına ailenin performansını koçluk yapmaktadır, tıpkı bir yönetmenin aktörlere karakterlerinde kalmaları için koçluk yapması gibi.

Çevrimiçi ortamda aileyle ilgili tüm performansların kesinlikle olumlu veya idealize edici olmadığını bilmek gerekir. Bazen sosyal medya, aile sorunlarının istemeden veya kasıtlı olarak ortaya çıktığı bir alan haline gelir ve ciddi sonuçlar doğurabilecek bir tür dramatik gerçekçilik ortaya çıkar. Hayal kırıklığına uğramış bir eş, öfke anında Twitter’da eşi hakkında şikâyet edebilir veya kardeşler Facebook’ta yorumlarda halka açık bir kavgaya girebilir. Bu anlar, aile uyumunun olağan performansını bozar ve gerçek çatışmaları ortaya çıkarır, sahne arkası sahneye çıkar. Bu durum, genellikle izleyenlerde rahatsızlık yaratır ve aileyi sorunları hızlı bir şekilde çözmeye (itibarını korumak için) zorlayabilir. Sosyolojik olarak, bu tür olaylar, performans sergileyen ailenin aynı zamanda aile davranışını düzenleyen bir biçim olduğunu vurgular. İzleyicilerin varlığının farkında olmak, aile üyelerinin belirli çatışmaları göstermekten kaçınmasına neden olur. Ancak normlar bozulduğunda veya duygular ihtiyatı bastırdığında bu sahne arkası davranışları kamuoyuna yansır ve tepkiler genellikle bunun senaryo dışı olduğunu pekiştirir.

Çevrimiçi aile performansı ile ilgili ortaya çıkan yeni bir yön, geniş ailenin, akrabaların performansın ve izleyicilerin bir parçası haline gelmesidir. Coğrafi olarak uzak olan akrabaların sosyal medya aracılığıyla birbirlerinin hayatlarını takip etmeleri yaygındır. Bunu yaparken, genellikle izlenim yönetimi sürecine katılırlar. Torunlarını çok seven büyükanne ve büyükbabalar, torunlarının her fotoğrafına övgü dolu yorumlar yazar, gururlu teyzeler ve amcalar destek olmak için beğen düğmesine basar vb. Bu, çekirdek ailenin paylaşmaya ve böylece aile kimliğini sergilemeye devam etmesini teşvik eden destekleyici bir izleyici kitlesi yaratabilir. Ayrıca, bazı aile bağlarını dijital sahneye kaydırır. Bir büyükanne torunlarının günlük paylaşımlarını görüp yanıt verdiği için daha bağlı hissedebilir, ancak aynı zamanda bu paylaşımlar, özenle hazırlanmış aile şovunun bir parçasıdır. Büyükannenin izlediğinin farkında olan aile, onun beğeneceği içerikleri bilinçli olarak paylaşabilir ve böylece belirli bir izleyici kitlesine etkili bir şekilde performans sergileyebilir.

Algoritmik Arabuluculuk ve “Algoritmik Aile”nin Dinamikleri

Şimdiye kadar, ailenin dijital kendini sunumu büyük ölçüde insan niyeti ve sosyal etkileşim perspektifinden ele alındı. Ancak, bilgileri filtreleyen, içerik öneren ve genel olarak her kullanıcının çevrimiçi deneyimini özelleştiren hesaplama formülleri ve yapay zekâ sistemleri olan algoritmaların güçlü rolünü kabul etmeden çağdaş dijital yaşamı tam olarak analiz etmek mümkün değildir. “Algoritmik aile” terimi, aile yaşamının artık kısmen bu görünmez algoritmik güçler tarafından yönetildiğini ima edecek bir içeriği sahiptir. Dramaturjik bir metaforla, her aile üyesi dijital sahnedeki bir oyuncuysa, algoritmalar görünmez yönetmenler veya sahne görevlileri gibidir. Hangi sahnelerin kime gösterileceğini belirler, belirli içeriklere ışıklandırma yapar ve hatta oyuncuları izleyiciler tarafından beğenilecek belirli konulara veya tarzlara yönlendirerek senaryoyu etkileyebilir. Bu bölümde, algoritmik aracılığın aile etkileşimlerini ve performanslarını nasıl etkilediği ve ailelerin bu etkilere nasıl uyum sağladığı veya direndiği incelenmektedir.

Bunun önemli bir yönü, sosyal medya akışlarındaki içeriğin algoritmik filtrelenmesidir. Facebook gibi platformlar, bir kullanıcının haber akışında hangi gönderilerin görüneceğine karar vermek için algoritmalar kullanır. Bu, her aile gönderisinin aslında her hedef kitle üyesine ulaşmadığı anlamına gelir. Bir anne aile toplantısıyla ilgili uzun bir gönderi paylaşabilir, ancak Facebook’un algoritması, etkileşim tahmini ve geçmiş etkileşimler gibi faktörlere dayalı olarak, bu gönderiyi arkadaş listesinin sadece bir kısmına öne çıkarabilir. Bazı akrabalar, annenin profilini özel olarak ziyaret etmedikçe bu gönderiyi hiç görmeyebilir. Bu filtreleme, aile olayları hakkında kimin neyi bildiği konusunda istemeden yanlış anlamalara veya asimetrilere yol açabilir. Bir kardeş, “Babamın fotoğrafını neden beğenmedin? Umursamadın mı?” diyebilir,

ancak diğer kardeşin feed algoritması nedeniyle bu fotoğrafı hiç görmediğinin farkında olmayabilir. Bu şekilde algoritmalar, aile performansının sorunsuz işleyişini ailenin niyetinde olmayacak şekilde etkileyebilir.

Algoritmalar ayrıca aile üyelerinin çevrimiçi ortamda nelere dikkat ettiklerini de şekillendirir ve bu da aile içi tartışmaları ve dinamikleri etkileyebilir. Kişiselleştirilmiş içerik önerileri sağlayan bir yönlendirme robotunu düşünün. YouTube veya TikTok gibi platformlar, algoritmalar kullanarak her kullanıcıya özel bir video akışı sunar. Bir aile içinde bu, bir gencin akışının en son oyun videolarıyla dolarken, ebeveynin akışında siyasi haberler veya yemek tarifleri görünmesi anlamına gelebilir. Aile üyeleri, herkesin saat 19:00'da aynı TV haberlerini izlediği veya masanın üzerinde duran aynı gazeteyi okuduğu zamanlarda olduğu kadar aynı bilgi ortamını paylaşmıyor. Bu kişiselleştirilmiş algoritmik içerik seçimi, aile üyeleri arasında bile farklı dünya görüşleri veya ilgi alanları ortaya çıkmasına ve bazen ayrışmalara neden olabilir. Bunun canlı bir örneği, algoritma odaklı radikalleşmedir. Bir aile üyesi, YouTube'un öneri algoritması tarafından giderek daha aşırı siyasi içeriğe yönlendirilirken, ailenin diğer üyeleri bu yola girmez. Bu, aileler içinde siyasi veya ideolojik bölünmelere yol açabilir. Son yıllarda, ebeveynler ve çocuklar, kendilerine özel çevrimiçi içerik tükettikten sonra gerçekliği ne kadar farklı algıladıklarını fark ederek şok olmaktadır. Goffman'ın terimleriyle, durumun tanımı artık aile içinde paylaşılmıyor denebilir. Her kişinin algoritmik akışı, dünya hakkında farklı bir durum veya anlatı tanımlar. Aile toplantıları, her birinin çevrimiçi deneyimleriyle oluşturduğu gerçeklik versiyonunu savunmaya çalışmasıyla çatışmalı performanslara sahne olabilir.

İlginç bir şekilde, algoritmaların kendisi bazen aile performanslarının izleyicileri veya değerlendiricileri haline gelmektedir. Aile içeriğini çevrimiçi olarak paylaştığında, algoritmalar etkileşimi izler ve bunu, içeriği kaç kişiye göstereceğine karar vermek için kullanır. Bir anlamda, algoritma performansın başarısını değerlendiriyor ve buna göre izleyici kitlesini genişletiyor veya sınırlandırıyor. Bir aile paylaşımı hızlı bir şekilde çok sayıda beğeni ve yorum alırsa, algoritma bunu daha fazla arkadaşına, izleyici kitlesine gösterebilir. Bu durum, aile üyelerini algoritma dostu içerik üretmeye ince bir şekilde teşvik eder. Bir aile, sevimli bir bebek videosu paylaştığında çok fazla ilgi gördüğünü ve dolayısıyla geniş bir kitleye ulaştığını, ancak ebeveynlikle ilgili zorlukları anlatan nüanslı bir paylaşımın aynı etkiyi yaratmadığını fark edebilir. Bilinçli olarak ya da değil, olumlu geri bildirimleri ve görünürlüğü en üst düzeye çıkarmak için ilk tür içeriği paylaşmaya yönelebilirler. Algoritmik ödül sistemi, ailenin performansını çevrimiçi ortamda iyi karşılanan belirli klişelere yönlendirir. Zamanla bu, fotojenik anları vurgulayan ve karmaşık veya ince anları en aza indiren, aile yaşamının biraz çarpık bir temsiliyi pekiştirir.

Algoritmik platformlar, aile yaşamına nicel sosyal geri bildirim olarak adlandırabileceğimiz bir kavramı da getiriyor. Önceki nesiller, dedikodular veya ara sıra yapılan iltifatlar yoluyla ailelerinin toplumdaki statüsü hakkında geri bildirim alırken, günümüz aileleri beğeni, paylaşım ve takipçi sayılarını sürekli olarak görebiliyor. Bu, bazı aileler için bir ölçüt haline gelebilir. Ebeveynler, çocuklarının başarısıyla ilgili bir gönderinin 200 beğeni almasından gurur duyabilir, sanki bu, ebeveynliklerini veya çocuklarının başarısını dışarıdan onaylıyormuş gibi. Hatta bazı durumlarda, aileler karşılaştırma yapar, *"Tatil fotoğrafımız Çelik'lerin fotoğrafından daha fazla beğeni aldı, demek ki bir şeyleri doğru yapıyoruz!"* Bu, çoğu ailede açıkça görülmeyebilir, ancak ölçütlerin varlığı bile bilinçaltında sosyal değer duygularını şekillendirebilir. Bu, Charles Taylor'ın görülmenin sosyal imgelem olarak adlandırdığı şeyle (bu makale kapsamında sayısal olarak görülme) uyumludur (Taylor, 2006). Yüksek etkileşim sayısı aile özgüvenini artırabilir. Aile, hayranlık duyulduğunu düşünür, oysa tepki olmaması, bir aile üyesinin hayatının diğerlerinin hayatları kadar iyi olup olmadığını sorgulamasına neden olabilir. Bu, bir performans kaygısı katmanı ekler. Sadece iyi performans göstermemiz gerekmez, performansımız sürekli olarak ölçülür. Goffman'ın perspektifine göre, performans gösterenler izleyicilerin tepkilerine duyarlıdır. Dijital dramaturji ile artık bu tepkiler genellikle anında ve sayısal olarak ölçülür, bu da bu duyarlılığı artırabilir.

Belirli içerik türlerinin algoritmik olarak amplifikasyonu, aile hayatının hangi kısımlarının ailenin kendisinden daha fazla ilgi gördüğünü de etkiler. Bir genç kardeşine yaptığı bir şakanın videosunu paylaşır ve bu video viral olursa, aile birdenbire bunun kendilerini kamuoyunda tanınır kılan şey olduğunu fark edebilir. Bu durum, daha fazla şaka yapılmasına teşvik edebilir veya tersine, şakanın hedefi olan kardeş, bu şöhreti istemiyorsa rahatsızlık duyabilir. Bu durum etik kaygıları gündeme getirir. Algoritmalar mahremiyet veya haysiyeti dikkate almaz, yalnızca etkileşime yanıt verir. İzleyici ve algoritma ailenin bir üyesinin aslında incindiği veya bıktığı belirli bir rutini sevebilir. Tiyatroda bir yönetmen, bir oyuncunun rahatsızlığını fark eder ve oyunu buna göre uyarlayabilir. Çevrimiçi ortamda ise yönetmen, kalabalığı çeken her şeyin tekrarını talep etmeye devam eden kişisel olmayan bir algoritmadır.

Algoritmik aile hayatının bir başka yönü de verileştirmedir. Yani aile davranışlarının ve tercihlerinin algoritmaların kullandığı verilere dönüştürülmesi demektir. Bu, yayın hizmetlerinin veya alışveriş platformlarının aile tüketimine yönelik önerilerde bulunma biçiminde görülür. Netflix, bir hanenin izleme alışkanlıklarını analiz ederek belirli aile filmlerini tanıtabilir. Amazon, bebek ürünleri arayan bir haneye bebek ürünleri önerebilir. Bu algoritmalar, aile kararlarını birlikte hangi filmi izleyecekleri, ev için hangi ürünleri satın alacakları gibi dolaylı olarak etkiler. Bu, izlenim yönetimi olmasa da aile hayatının sahne ve dekorlarını şekillendirir. Bir algoritma bir aileye sürekli olarak eğlenceli yerel etkinlikler hakkında haberler verirse, aile bu etkinliklere daha fazla katılabilir ve ardından bunları paylaşarak aktif bir aile imajını pekiştirmesi muhtemel olacaktır. Yine bu süreçlerle ilgili olarak medya okuryazarlığı zamanla sosyal medya okur yazarlığına dönüşmüştür. Sosyal medya okur yazarlığının önemi ve etkisi hala etkisini sürdürmektedir (Metin, 2022, s. 21). Sosyal medya okuryazarlığının önemi yanı sıra artık algoritmik okuryazarlığı da aileler için önemli hale gelmiştir (Kahraman & Yiğit, 2024).

Algoritmik aile kavramı, aile üyelerinin algoritmalarla toplu olarak nasıl etkileşime girdiğini de kapsar. Akıllı ev asistanı kullanan aileler, bir grup olarak algoritmaya adeta bir insanmış gibi etkili şekilde isteklerde bulunurlar. Bu tür cihazlarla büyüyen çocuklar bazen onları yarı sosyal varlıklar olarak görürler, onlara lütfen derler veya onlara sinirlenirler. Bu, algoritmik bir varlığın ailenin günlük dramaturjisinin bir parçası haline geldiği ince bir dinamik ortaya çıkarır. Asistanın duyguları yoktur, ancak aileler genellikle ona kendilerini kibarca veya şakacı bir şekilde sunar, sanki belirli bir tavır gerektiren bir izleyici kitlesiymiş gibi. Bu, yeni bir sınırdır, algoritmik aracılıkla sadece insan izleyiciler için performans sergilenmiyor, aynı zamanda bir şekilde algoritmaların kendisi için de performans sergilenmeye başlanıyor. Performansın insan olmayan bir izleyici bileşeni ortaya çıkmaya başlamış oluyor.

Sonuç

Bu çalışmada, Erving Goffman'ın dramaturjik sosyoloji teorisi, dijital çağın getirdiği yenilikler ışığında genişletilerek, algoritmik aile kavramı detaylı bir biçimde analiz edilmiştir. Goffman'ın sosyal etkileşimi tiyatro metaforu üzerinden açıkladığı temel kavramlar, dijital platformlarda aile ilişkilerinin nasıl yeniden şekillendiğini ve dönüştüğünü anlamada önemli bir çerçeve sunmaktadır. Günümüzde aile üyelerinin dijital platformlarda gerçekleştirdikleri sosyal performanslar, yalnızca diğer insanlar tarafından değil, algoritmik sistemler tarafından da yönlendirilmekte ve değerlendirilmektedir. Bu durum, aile dinamiklerinin karmaşıklığını artırmakta ve sosyal etkileşimleri algoritmik olarak aracılanmış bir boyuta taşımaktadır. Dijital platformlar, aile üyelerinin kendilerini idealize edilmiş biçimlerde sergiledikleri yeni sosyal sahneler yaratmıştır. Sosyal medya uygulamaları, ailelerin günlük hayatlarını sergileyebilecekleri sürekli açık sahneler haline gelirken, aile üyeleri, bu sahnelerde kusursuz, uyumlu ve başarılı imajlar yaratmak için izlenim yönetimi tekniklerini bilinçli veya bilinçsiz olarak kullanmaktadırlar. Bu süreç, dijital dramaturji perspektifi ile anlamlandırıldığında, aile üyelerinin aslında bir performans ekibi gibi hareket ettiği ve rollerini koordineli bir biçimde sürdürdüğü

anlaşılmaktadır. Ancak bu koordinasyon, çoğu zaman aile içindeki gerçek çatışmaları ve gerilimleri dijital sahnenin arkasında gizlemektedir.

Algoritmaların aracı rolü, aile performanslarının içeriğini ve biçimini önemli ölçüde yönlendirmekte ve kısıtlamaktadır. Sosyal medya platformlarındaki algoritmalar, hangi içeriklerin öne çıkarılacağını belirleyerek ailelerin çevrimiçi kimliklerini şekillendirme süreçlerinde merkezi bir konuma sahiptir. Bu bağlamda aileler, algoritmaların tercih ettiği ve etkileşimi artıran içerik türlerine yönelmekte, böylece karmaşık ve nüanslı aile yaşamlarını basitleştirilmiş, idealize edilmiş halleriyle sunmaktadırlar. Algoritmik performanslar, gerçek aile hayatından farklılaşarak sürekli olarak yeniden kurgulanan bir aile hikâyesi yaratır. Dijital platformlardaki algoritmik geri bildirim mekanizmaları, aile performanslarını sürekli olarak ölçülebilir hale getirerek, ailelerin sosyal kabul ve onay arayışlarını nicel bir boyuta taşımaktadır. Sosyal medyada beğeni, paylaşım ve yorum gibi geri bildirimler, aile performansının başarılı ya da başarısız olduğunu gösteren yeni sosyal kriterler haline gelmiştir. Bu ölçülebilirlik durumu, aile içi etkileşimleri ve üyeler arasındaki ilişkileri de derinden etkilemekte, başarılı performansların getirdiği gurur kadar, düşük etkileşimlerin yarattığı kaygı ve huzursuzlukları da beraberinde getirmektedir.

Algoritmaların kişiselleştirilmiş içerik akışları, aile üyelerinin gerçeklik algılarını çeşitlendirerek, aile içindeki ortak anlatıları zayıflatırabilir ve hatta kopukluk yaratabilir. Dijital çağda her aile üyesinin algoritmik olarak farklı içeriklerle karşılaşması, aile içinde farklı gerçeklik algıları ve değer sistemlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum, ailelerin ortak bir dünya görüşü oluşturma kapasitelerini zayıflatmakta ve dijital teknolojilerin kullanımına bağlı yeni çatışma türleri yaratmaktadır. Çevrimiçi aile performansları, etik ve mahremiyet sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle çocukların dijital ortamda görünürlüğü, ailelerin çocuklarının mahremiyetini algoritmik görünürlük uğruna göz ardı etmesiyle sonuçlanabilmektedir. Bu noktada dijital ebeveynlik kavramı önem kazanmakta, ailelerin dijital platformlardaki varlıklarını yönetirken mahremiyet, etik ve çocuk hakları gibi konular arasında hassas bir denge kurmaları gerekmektedir.

Algoritmalar, aile içi bilgi akışını ve iletişimi de şekillendirmekte, bazen aile üyelerinin birbirleri hakkındaki algılarını çarpıtarak yanlış anlamalara yol açabilmektedir. Sosyal medya platformlarındaki algoritmik filtreleme, aile üyelerinin birbirlerinin paylaşımlarını görememelerine ve dolayısıyla ilişkisel kopukluklara neden olabilir. Bu durum, aile performanslarının tutarlılığını tehdit ederek aile içi gerginlikleri artırabilir. Ailenin sosyal medyada gerçekleştirdiği performansların seyircileri sadece insanlar değil, algoritmaların kendisidir. Algoritmalar, aile performanslarını etkileşim oranlarına göre değerlendirerek hangi içeriklerin daha fazla görünür olacağını belirler. Bu süreç, aile üyelerini algoritma dostu içerikler üretmeye teşvik eder ve zamanla ailenin dijital performansını belirli temalar veya biçimlerle sınırlandırabilir.

Ailelerin çevrimiçi performanslarında algoritmik olarak nicel geri bildirim almak, ailelerin sosyal statülerini algılama biçimlerini de etkiler. Sayısal olarak ölçülen geri bildirimler, ailelerin kendi performanslarını sürekli olarak diğer ailelerle karşılaştırmalarına yol açar ve bu durum ailelerin sosyal kabul ve statü algılarını şekillendirir. Böylece algoritmik platformlar, ailelerin sosyal değer algılarını da dönüştürmektedir. Ailelerin dijital platformlarda gerçekleştirdikleri performanslarda görülen idealizasyon eğilimi, aile üyelerinin gerçek hayatları ile çevrimiçi sunumları arasında giderek artan bir boşluk yaratabilir. Bu durum uzun vadede aile üyeleri arasında stres, kimlik bunalımı ve psikolojik sorunlara neden olabilir. Dijital performansların gerçek hayatla uyuşmaması, aile üyelerinin kendi gerçeklik algılarıyla çatışmalarına sebep olabilir.

Algoritmaların yönlendirdiği performansların dijital platformlarda aşırı vurgulanması, aile içi gerçek deneyimlerin ve sorunların çevrimiçi ortama yansıtılmasını güçleştirir. Bu süreç,

ailenin gerçek hayatta yaşadığı zorlukları görünmez kılarak aile üyelerinin bu sorunları ele alma ve çözme kapasitelerini azaltabilir. Algoritmaların ailenin sosyal performanslarını şekillendirmesi, ailelerin gerçek kimliklerini ve değerlerini göz ardı etmelerine yol açabilir. Ailelerin sürekli olarak algoritmik kriterlere uyma çabası, uzun vadede aile değerlerinin erozyonuna sebep olabilir ve aile üyelerinin gerçek benliklerini keşfetme süreçlerini engelleyebilir. Bu çalışma, dijital dramaturji perspektifinden algoritmik aile kavramını ele alarak, dijital çağda aile ilişkilerinin karmaşık doğasını ortaya koymuştur. Algoritmik ailelerin gelecekte daha kapsamlı araştırmalarla ele alınması, dijital çağda aile ilişkilerinin nasıl şekilleneceğine dair önemli bulgular sağlayacaktır. Bu bağlamda, algoritmik okuryazarlık, ailelerin sosyal yaşamlarını sürdürebilmesi için kritik bir beceri olarak ön plana çıkmaktadır.

Kaynakça

- Aslan, D., & Zinderen, A. (2024). Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Rollerini Üstlenme Süreçlerinin Çocukların Bilinçli Medya Tüketimine Yansıması. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(46), s. 75-96. doi:<https://doi.org/10.17829/turcom.1489277>
- Baştemur, Ş., & Kurşuncu, M. A. (2022). Sharenting: Why Parents Share Their Children' Photos on Social Media? *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), s. 2911-2928.
- Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. Z. Papacharissi içinde, *A Networked Self* (s. 39-58). New York: Routledge.
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. (2013, Ocak). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), s. 101-113.
- Danış, M. S. (2022). Sosyal Medyada Yardımlaşmanın Sunumu. O. Metin içinde, *Sosyal Medya ve Sosyal Kurumlar*. Ankara: Tezkire Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Damga Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. (Ş. Geniş, L. Ünsaldı, & S. Ağırnaslı, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Goffman, E. (2017). *Etkileşim Ritielleri Yüz Yüze Davranış Üzerine Denemeler*. (A. Bölükbaşı, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), s. 377-386. doi:[10.1177/0270467610385893](https://doi.org/10.1177/0270467610385893)
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities. *Review of Communication Research*, 9, s. 80-98. doi:[10.12840/ISSN.2255-4165.027](https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027)
- Kahraman, M. K., & Yiğit, İ. (2024). Yeni Medya Bölümü Öğrencilerinin Algoritma Okuryazarlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1), s. 155-180. doi:<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1338510>
- Metin, O. (2022). Sosyal Medya ve Kitle İletişimi. O. Metin içinde, *Sosyal Medya ve Sosyal Kurumlar* (s. 11-26). Ankara: Tezkire Yayınları.
- Metin, O. (2024). Medya ve Gündelik Yaşam. F. Çakı içinde, *Toplumsal Hayata Sosyolojik Bakış* (s. 591-608). Ankara: Akademisyen Yayınevi. doi:[10.37609/akya.1160](https://doi.org/10.37609/akya.1160)

- Metin, O. (2025). (Sosyal) Medyanın Dili. K. Canatan içinde, *Dil Sosyolojisi, Dil ve Toplum Etkileşimi* (s. 115-130). Ankara: Akademisyen Yayınevi. doi:10.37609/akya.3668
- Salih, T., Melis, K., & Balcı, E. V. (2023). Yüz Yüze ve Sosyal Ağlardaki İlişkilerde Benlik Sunumu: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 13(3), s. 792-802.
- Suveren, Y., & Kosal, A. Z. (2021). Sosyal Medyada ‘Benliğin Sunumu’: Benlik ve Mahremiyetin Sunumunun Bireysel ve Toplumsal Anlamı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), s. 1226-1241. doi:https://doi.org/10.32709/akusosbil.990991
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*, 23(83), s. 125-147.
- Taylor, C. (2006). *Modern Toplumsal Tahayyüller*. (H. Koyuhan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Yüksel, A., & Kaplan, İ. (2021, Ocak). Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 29(1), s. 59-81.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.