

# Dijital Hikâye Anlatısı Olarak Instagram Kimliği: 'Biyografi' Yazma Kültürü Üzerine İnceleme\*

## Instagram Identity as Digital Storytelling: Review on 'Biography' Writing Culture

Gurur Sönmez, Doktorant, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, gurursonmez@gmail.com,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8990-3227>

Savaş Keskin, Öğr. Gör. Dr., Bayburt Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0335-9062>

Nafis Laleh, Doktorant, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, lalehnafis@gmail.com,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7723-0248>

Gökhan Kömür, Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7516-2560>

## Öz

Bu çalışma, Türkiye'de bir grup Instagram kullanıcısının Biyografi kullanım pratikleri üzerinden dijital kimlik üretimine dair bir okuma içermektedir. Kimliklerin yazıldığı ve dijital bir hikâye anlatısı olarak sistemdeki diğer kullanıcılarla paylaşıldığı bir alanı ifade eden Instagram Biyografisi, kişinin kendisi hakkında anlattıklarına genel bir çerçeve çizmekte ve bir prolog olma özellikleri taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Instagram Biyografisi'ndeki (Bio) dijital kimlik anlatılarının sistemli bir panoramasını çıkarmak ve kültüre dönüşen bu pratiği bir grup kullanıcı özelinde

anlamaktır. Bir ön araştırma olarak tasarlanan ve evreni dar tutulan çalışmada, tabaka örnekleme yöntemi ile seçilen 300 kullanıcının profillerindeki veriler kodlama cetveli ile yapılandırılmış ve İçerik Analizi metoduyla çözümlenmiştir. Çalışma bulguları, kullanıcıların geleneksel kimlik anlatıları yerine yeni bir biçimi tercih ettiklerini, emoji kullanımının kimlik anlatısında önemli bir detay olduğunu ve Biyografi kültürünün lokal ve evrensel dil kodlarını içeren karma bir kültür biçimini yarattığını ortaya koymaktadır.

## Abstract

This study contains study on digital identity production based on Biography using practices of a group of Instagram users in Turkey. Instagram Biography (Bio) that represents a space where identities are written and shared with other users as a part of digital story narration, portraits how individuals narrate themselves and it has the properties of prologue. The purpose of this study is to systematically form panorama of digital identity narration in Instagram Biography and understand this practice that turns into a culture based

on a certain user group. In this study that is designed as preliminary survey and has limited universe, 300 user profiles selected with stratified sampling method were structured with data code lists and analysed with Content Analysis method. Findings of this study shows users generally prefer a new style instead of traditional identity codes with their occupation, using emoji is an important detail in identity narration, and Biography culture is a mixed culture style with local and universal language codes.

## Anahtar Kelimeler

## Keywords

Instagram Biyografisi, Kimlik, Dijital Hikâye Anlatıcılığı, Dijital Kültür, Öz-Temsil

Instagram Biography, Identity, Digital Storytelling, Digital Culture, Self-representation

\* Bu araştırma, 1. Uluslararası İletişim ve Sanat Sempozyumunda sözlü olarak sunulan ve özet kitabında yer alan bildirinin kapsam ve veri olarak genişletilmiş halidir.

Geliş Tarihi / Recieved: 29.07.2022, Kabul Tarihi / Accepted: 25.10.2022

Sönmez, G., Keskin, S., Laleh, N. & Kömür, G. (2022). Dijital hikâye anlatısı olarak Instagram kimliği: 'Biyografi' yazma kültürü üzerine inceleme. *Yeni Medya*, 2022(13), 127-147, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1150306>

## Giriş

İlkel topluluklardan çağdaş enformasyonel ağ topluluklarına değin stoklanan ‘bilgi’, kültürel ve tarihsel bir gerçeklik olmanın yanı sıra, bir anlatı ve retoriktir. Çünkü beşerî bilimler paradigmasında tecrübe edilen olgusal evren ve bu evrenin ‘insansı’ modifikasyonları, yalnızca doğrudan verili bir gerçeklik değildir; kurulabilen, esnetilebilen, değiştirilebilen ve ‘anlatılabilen’ iletişimsel eylemlerdir. Sosyal gerçek esas itibarıyla, onu tecrübe eden birey ya da toplumun kolektif şuurunda inşa ettiği, mevcut retorik olanaklarıyla anlatıya dönüştürdüğü, müdahaleye açık, canlı bir ilişkidir. Hall’e (2006: 164) göre, olgusal bir olay, iletişimsel bir olay olmadan önce, bir öykü/anlatı olmak zorundadır. Gerçeğin görüngüleri, toplumun anlattığı hikâyeler içerisinde anlam kazanmakta, anlatının dilindeki ‘durum tanımları’, gerçekliğin kurucu gücüne dönüşmektedir.

Toplumsal üretimin ve mübadelenin otantik özünü teşkil eden bilgi, gerek ‘şeylerin’ bilgisi gerekse insanlığın bilgisi olarak, nazari ve pratik olarak, yani hikâye formunda vardır. Pratik bilgi, toplumların kendileri ve doğa hakkında anlattıkları hikâyelerin delaletinde toplumsallaşır, kültürü meydana getiren konseptleri imal eder. Toplumun müşterek katılımlar organizasyonu ile kurguladığı ve icra ettiği hikâyeler, eşsüremlî ve artsüremlî zabıtlarla insanlığın tarihsel varlığını anlamlı hale getirir ve blok senaryolar kurar. Arkaik uygarlıklardan dijital çağa kadar, dominant kurumların ve konvansiyonel medyanın anlattığı geniş çaplı meta anlatıların nirengisinde şuur ve kolektif kimlik kazanan bireyler, yeni iletişim teknolojilerinin insanlığa kattığı ifadeleştirme olanaklarının yardımıyla, kendileri hakkında bir şeyler anlatmanın deneyimini keşfetmiştir. Dijital çağda, geleneksel kurumların ve medyanın monopol yapısının muhafazakâr etkilerinin görece sönümlendiği ve parçalandığı, bireylerin tikel müdahaleleriyle içerik üretim sürecine iştirak ettiği yeni bir kültür seti hasıl olmuş ve insanlığın hikayesi tahvil edilmiştir. Yeni medyanın katılım kültürünü paylaşan bireylerin/kullanıcıların içerik üreterek medyanın katı eksenini esnettiklerini ve kendi medyalarındaki anlatıları ile kolektif aklın genişlemesine ve difüzyonuna bizatihi tesir ettikleri argümanını savunan Jenkins (2017: 35), geleneksel kolektif kavrayışın aksine; kimsenin her şey hakkında bütünüyle fikre sahip olamayacağı, herkesin nispeten bir şeyler bildiği ve tüm bilginin insanlığın ortak mirası olduğunu ifade etmektedir. Çünkü hikâye anlatılarının üretim ve dağıtım kanalları, yeni medya aparatlarını kullanım bilgisine erişen ve üretebilen yeni dijital insanın kullanımında yeniden yorumlanmakta ve kişiye has, öznel ya da gayri toplumsal anlatıların bile insanlığın kılcal damarlarına kadar sirayet ettiği yeni bir sinerjik eylem filizlenmektedir. Artık toplumu kuran araçsal, rasyonel ve iletişimsel eylemler (Habermas, 1993: 42) tek bir tabanda ve etkileşim kültürünün kapsam sathına dahil ettiği tüm toplumsal katmanlarda sonsuz kez birleşmekte ve çeşitlenmektedir.

Toplumları bir anlatı olarak düşünmek, ‘icra’ edicileri tanımlayan kimlik türlerini de bir anlatının fragmanları olarak düşünmeyi gerektirir. Dijital çağda, hikâye anlatmanın yeni enstrümanlarının ortaya çıkması ve bu enstrümanların ‘sıradan’ bireyin kullanımına sunulması, hikâye anlatıcılığını yaygın bir kültüre dönüştürmüştür. Kimlik artık, dijital içeriklerle anlatılabilen, kurulabilen ve paylaşılabilen etkileşimli bir yapı olarak vardır. Herhangi bir bireyin inşa ettiği dijital kimliği, ağ sistemi içerisindeki diğer tüm anlatılarla ilişkili konumuyla, kolektif hikâyelere göre değişkenlik gösteren dinamik bir matrisin parçasıdır. Bireysel kimlik hikâyelerinin modüler nitelikleri, başkalarının anlattıkları hikâyelerle rabitalar oluşturarak bir taraftan başka hikâyeler içinde dönüşür, diğer taraftan başka hikâyelerin biçimlendirdiği toplumsalın genişlemesini sağlayan denklemin parçası olur. Hikâye anlatıcıları, sistem içerisinde ‘kendilerine’ ilişkin bir hikâyeyi anlatırken, aynı zamanda dijital kodlu kimliklerini modellemektedir. Sosyal medya profilleri, kimliğin temsil ve inşa edildiği bir alan olarak, anlatılan hikâyeyi kimlikle doğrudan bağlı hale getirmektedir.

Sosyal medya profillerinin göz önündeki ara yüz tasarımları ve iletişimsel akışı sağlayan fonksiyon kurulumları, anlatılan kimlik hikâyesinin genel suretini çizmektedir. Bireyin sisteme girdiği tüm içerikler (kalıcı ve akış içindeki), sürekli değişen, genişleyen ve dinamik bir kimlik anlatısının muhtelif varyantlarını ilmek ilmek örmektedir. Bu nedenle, sosyal medya profillerini meydana getiren bileşenleri ayrı ayrı ya da bütünüyle okumak, bireyin hikâyelerinden esinlenerek onun kimliğini anlamak için geniş ufuklara kapı aralamaktadır. Kimlik, bireyin özgül varlığını anlamlandıran kurumsal turnusoller olmaktan çıkıp, bireyin dijital anlatılarıyla anlaşılan bir öykü formuna geçiş yapmıştır. Bu nedenle kimlik hikâyesi, başı sonu belli olmayan ve bireyin anlatma edimleri sürdükçe yenilenen, dizem oluşturan bir süreçtir.

Bu çalışmada, Instagram kültürüne ve bu kültürün dijital altyapısını oluşturan fonksiyonlar setinin, kimliğin dijital bir hikâye olarak yeniden yapılanmasındaki efektif konumuna bakılmaktadır. Kimliğin dijital bir hikâye anlatısı olarak ele alınmasının sebebi; dijital hikâye anlatıcılığının kullanıcı katkılı içeriklerin en iyi şekilde konumlanmasına ve bir öz-temsili pratiği olarak yeniden biçimlenmesine olanak sağlayan bir teknoloji uygulaması olmasından ileri gelmektedir. Kişiler herhangi bir konuda seçtikleri bazı metinleri ve araştırmalarını, multimedya anlatım opsiyonlarını kullanarak ilginç bir hikâyeye dönüştürebilmektedir (Robin, 2008: 222). Kimliğe çalışma içerisinde, sosyal medyanın multimedya vasıtasıyla, kişiye kendi hikâyesini anlatma ayrıcalığını yaratan bir öz-temsili/yayın deneyimi olarak yaklaşılmaktadır. Bu bağlamda, Instagram Biyografisi olarak teknik bir tanımda anlaşılan, kullanıcıların profillerinde kendileri hakkında yazılı ve görsel ifadelerle kimlik anlatısı yazdıkları makro alan odağa alınmaktadır. Kimliğe ilişkin bir prolog niteliği taşıyan bu tematik anlatı aparatı, kullanıcıların kendilerini doğrudan ve öz ifadeleriyle özgürce anlatabildikleri, tanımladıkları ve dışa açıldıkları bir temsiliyet kurgusuna aracılık etmektedir. Çalışmada, Instagram Biyografisinde anlatılan bireysel hikâyelerin genel sistematiğini anlamak üzere dizayn edilen teorik ve metodolojik tasarımlar yoluyla, sürecin bilgilerine ulaşılmaktadır.

İlgili literatürde Instagram ve kimlik inşasını konu alan çalışmalara göz atıldığında (Ayan, 2016; Özdemir, 2015; Soncu & Tam, 2015); bu çalışmaların genel hatlarıyla Instagram'daki etkileşimli paylaşım kültürünün kişinin kimliklenmesine aracılık ettiği ve kişisel paylaşımların bir kimliğin modellenmesi ile ilintili olduğu fikrine odaklandığı ve Instagram'ın kimliklerin yeniden kurulduğu bir alan olduğu konusunda konsensüs geliştiği görülmektedir. Instagram'ı gençlerin kültürel kimliklerinin görsel estetik ve manipülasyon teknikleriyle dönüştüğü çağdaş bir alan olarak ele alan Manovich (2016) ise, Instagramizm adı verdiği yeni bir kimlik kültürünün detaylarını açıklamaktadır.

Bu çalışma ise, literatürdeki çalışmalara sırtını vermekle birlikte, onların problem edindiği husustan farklı olarak kimliği dijital bir hikâye anlatısı olarak ve Instagram'ın bütünü yerine yalnızca Biyografi (Bio) ünitesindeki yazım pratikleri özelinde açıklamaktadır. Çalışma bu yönüyle ilgili literatüre farklı bir bakış açısı ve kimlik çalışmalarına katkı sunmaktadır.

### **Neden Instagram Biyografisi?**

Instagram, görsel estetik kültürün yükselişi ve toplumsal iletişim sisteminin giderek daha fazla görsel içeriklere açık hale gelmesi ile birlikte, bireysel ve kolektif anlatıların inşa edildiği bir alana dönüşmüştür. Manovich'e göre Instagram, sofistike ve gerçeğin kusurlarından arınmış olma amacı güden insanların fotoğraflarını sergiledikleri, düşüncelerini ve deneyimlerini diğerleri ile kontak kurarak anlattıkları bir alandır. Özellikle genç kullanıcılar ve gençlik kültürünü yönlendiren medya profesyonelleri tarafından Instagram'a gösterilen yoğun ilginin nedeni, görselleştirme kültürünün yaygınlığı ile birlikte, bu yeni medyanın görsel anlatıları manipüle

eden yazılımları ve görsel inşa olanaklarını barındırmasıdır (2016: 3-11). Instagramizm adı verilen coşkulu paylaşım kültüründe, salt görüntü yerine, efekt görüntü estetiğinin tercihi, bireylerin ideal kimliği kurma ergilerinin kolayca tecelli etmesine fırsat tanımaktadır. Nitekim, yeni medyanın altyapısındaki manipüle edici görsel estetik, hesap edilemez çeşitlilik ihtiva eder. Tüm görsel unsurların (hareketli-hareketsiz) birlikte yarattığı görsel anlatım dili, çoklu yapıdadır. Bu anlatım biçimi; tasarım, tipografi, animasyon, 3D bilgisayar teknolojileri, resim çizme ve sinematografi biçimindedir (Manovich, 2006: 3). Instagram ayrıca, fotoğraf depolama özellikleri sayesinde, bireylerin eş zamansız hikâye anlatıları açısından toplu bir kompozisyon sunmakta ve fotoğraflar üzerinden kimlik etkileşmelerine alan açmaktadır. Kişinin yaşanmışlıklarının kurgulanmış delillerini içeren bu fotoğraf galerisi, aynı zamanda onun otobiyografisinin görsel dokümantasyonu olarak da tanımlanabilir (Ayan, 2016: 84). Neticesinde, Instagram profilindeki fotoğraflarda gösterilen hikâyenin parçaları bir araya getirilerek, kişinin biyografisine/kimliğine yönelik anlamlı bir okuma yapılabilir. Instagram profillerindeki fotoğraf dizgeleri bu nedenle, salt bir gerçeklik aktarması değil, bireylerin yaşamlarını ve kimlik anlatılarını yerleştirdiği öyküsel bir kompozisyonun parçalarıdır.

Kimliklerle yakın ilişkisi akademik çalışmalarla kanıtlanan Instagram'daki görsel kültürün aksine, bu çalışmada aykırı bir yön çizilmekte ve otobiyografik anlatılar, kullanıcının Biyografi ünitesindeki 'metin' içerikli (yazılı, grafik ve görsel) pratikleri özelinde çözümlenmektedir. Twitter'daki fotoğrafik olmayan görseller üzerine yoğunlaşan Yazdani ve Manovich (2015), grafik tabanlı (yazı ve görsel) göstergelerle sürdürülen geniş çaplı paylaşım sistemine vurgu yapmaktadır. Fotoğrafik olmayan metin kalıpları da temsil pratiğinin önemli sacayaklarından biridir.

Instagram'daki görsel paylaşımlardaki kimlik anlatısı, görseldeki hikâyede sunulan yaşam tarzını kimliğin çevresine yaymakta; dolaylı bir kimlik kurgusu işlemektedir. Biyografi ise, profil sahibinin kendisini doğrudan ve açık uçlarda ifade edebildiği, kimliği tanımlayan önemli bir detaydır. Üstelik burada yazılan kimlik, makro anlatının alt unsurlarında dolaylı olarak anlatılan hikâyenin okunması için bir kılavuz ve prolog olma özelliği taşımaktadır. Görsel paylaşımların altına nasıl ki yazılı ifadelerle kısa bir tarif ve anlatı konumlandırılıyorsa; Biyografi de paylaşımların genelini betimleyen, netleştiren ve bütünleyen bir kişisel önsözdür. Muadil sosyal medya platformlarında (Facebook, Twitter v.s.) 'hakkında' opsiyonu olarak sunulan bu önsöz, diğerlerinin aksine göz önündedir ve ziyaretçilerin ilk karşılaştıkları anlamı barındırmaktadır.

Instagram Biyografisi, profil ziyaretçilerine seyretmekte/okumakta oldukları hikâye hakkında ipuçları sunmakta, profildeki kişinin kim olduğuna ilişkin net bilgiler vermektedir. Görsel kültürün egemen olduğu bir alandaki 'yazılı' arayış, çalışmaya alternatif bir yön çizmenin yanı sıra, görsel-metin bütünselliği üzerine farklı bir uğraşmayı beraberinde getirmektedir. Görsel anlatının mütemmim çatısını kuran ve onu pekiştiren bu tematik çatı, yazılı modüllerin hala etkin bir kimlik aparatı olduğuna açıklık getirmesi bakımından da ehemmiyet arz etmektedir.

## Yeni Medya Çağının Kimlik Serüveni: Dijital Hikâye Anlatıcılığı

Kimlik kavramı ilginç ve dikkat çekici bir kavram olmasının yanı sıra, sosyal bilimler literatüründe çokça tartışılan bir konu olmaktadır. Özellikle günümüz dünyasında sahip olunan bir özellik ve bir nitelik göstergesidir. En kapsamlı tanımı ile bireylerin tüm özelliklerini içine alan, hem de bireylerin kendilerini nasıl gördüğünü hem de toplumun onları nasıl gördüğü ile ilgili bir kavramdır. İnsanlar sahip oldukları kimlikleri ile var olurlar. Çünkü insanlar sahip oldukları kimlikler ile toplumsal çevreye uyum sağlarlar (Aşkın, 2007: 213).

Kimlik kavramı sosyal bilimler alanı içerisinde birçok bilimi ilgilendiren temel bir kavramdır. Birçok farklı disiplinin bu kavrama kendi perspektiflerinden bakmaları neticesinde ilgili alanın hızla gelişmesine önemli etkileri olmuştur. Fakat kavramın çok boyutlu olması yapılacak çalışmaların ele alınmasını da zorlaştırmaktadır (Dalbay, 2018: 162). Bu bağlamda çalışmada ele alınacak kimlik türünün net olarak ele alınması yapılacak olan analizlerin de sınırını çizmesi açısından önem taşımaktadır. Bugün neredeyse her alanda karşılaşılan bu kavramın çeşitlerini bu çalışmada sosyal ağlar içerisinde kullanılan anlamı ile ele alarak "dijital kimlik" kavramı üzerinde durulacaktır. Dijital kimlik kavramı insanların sanal dünyadaki hareketlerinin tümü kapsamaktadır. Dijital ağlar denilen ya da sanal dünya olarak adlandırılan ve zaman ve mekân sınırlaması olmayan bu yeni dünyada insanlar kendi dijital kimliklerini oluşturmaktadırlar.

Günümüz online dünyasında bir dijital kimliğe sahip olmak ve onu sürekli geliştirmek her geçen gün önemli bir hale gelmektedir. Dijital kimlik, sosyal medya hesaplarını, profesyonel bir profili ve diğer tüm anlaşılabilir içerikleri içeren ve bireyin her şeyini kapsayan çevrim içi kimliktir (Gill et al., 2015: 1219). Dijital kimlik aynı zamanda kişisel profiller, kültürel sermaye ve kayıtlardan oluşturulan bir kimliktir. Sosyal medyadaki içerikler, Descartes'ın ünlü 'Düşünüyorum, öyleyse varım' sözünün sosyal medyada güncellenmesi ile 'Bağlantıdayım, öyleyse varım' ifadesine dönüşerek bireyler arasındaki etkileşimlerle oluşturulan profilleri kontrol eden bir sosyal güdü oluşuna örnektir (Davison, 2012: 54).

Dijital kimlik, öznenin kendi hakkında anlattığı ve sergilediği online personası gibidir. Başka bir deyişle dijital kimlik, bireylerin çevrim içi olarak sergiledikleri sosyal davranışları, dış dünyaya anlattıkları kimlikleridir. Dijital kimliğin bu anlatsal tanımı uluslararası anlamda oldukça tartışılmaktadır. Yasal bir kimlik olarak dijital kimlik, bir dizi sosyal ve ekonomik kullanım durumunda tanım ve kullanma becerisi bakımından daha da karmaşık hale gelir. Dijital kimlikte kişinin kendisinin kim olduğunu kanıtlaması oldukça zordur. Bunun için kişi, kendini sürekli ve farklı göstergelerle anlatmaktadır. Özellikle uzaktan dijital bir hizmet aracılığı ile etkileşime geçen kişilerin çok farklı kimliklere bürünmesi oldukça kolaydır (Grassi et al., 2017: iv). Çoklu kimliklerle kendini ifade eden ve diğerlerine anlatan kişi için, anlatı kültürünün enstrümanlarını ve olanaklarını kullanmak; gündelik meziyetler arasındadır. Son dönemlerde, kişilerin sosyal medya kimlik performanslarını ve etkileşim hareketlerini tanımlamak için kullanılan dijital hikâye anlatıcılığı nosyonu, bu araştırma için de dayanak oluşturan bir dizi teorik bilgi vermektedir.

Dijital hikâye anlatıcılığı, yeni iletişim teknolojilerinin kapı araladığı ve insanlığın da topyekûn akışla yörüngesine girmenin yollarını türettiği dijital çağ 'Ethos'unun pistonu sayılabilecek yaygın pratiklerden ve bireyler nezdinde parçalanmış çekirdek toplumların kendilerini var etme uygulamalarından biridir. Antik uygarlıklarda efsaneler ve protagonistik şahsiyetlerin retorğinde görülen geniş çaplı hikâye anlatıları, modern zamanlarda konvansiyonel medyanın araçsal içeriğine dönüşmüş, postmodern çağın bireyselleşen kültür açımlarında ise yeni medya kullanıcılarının erişimine ve kullanımına açılmıştır. Center for Digital Storytelling'in (Dijital Hikâye Anlatıcılığı Merkezi) çalışmalarıyla literatüre giren (Robin, 2008: 222) bu yeni iletişimsel ve araçsal eylem, birçok araştırmacının tanımlayıcı uğraşlarını kendinde toplayan (Lambert, 2010; Robin, 2005-2011) çok kipli bir kavramsal spektrum içermektedir. Koltuk ve Kocakaya (2016: 88), literatürdeki tanımlayıcı uğraşları derleyerek şu profili sunmaktadır; dijital hikâye anlatıcılığı, görsel, müzik, grafik, yazı ve ses üstü özelliklerin otantik hikâyeler olarak kullanılması ya da multimedya elementlerini kullanarak bir hikâye ve temsil oluşturmaktır. Yeni medyanın içerik üreticileri, farklı medya aparatlarını birbiri içinde kullanarak ve fonksiyonları bir araya toplayarak bireyselliklerini dışarıyla paylaşmakta, kolektif anlatılara kendisinden bir şeyler katmaktadır.

Couldry'e (2008: 45-50) göre, dijital hikâye anlatıcılığı, dijital kaynakların öz-yayın/ temsil imkânlarının (bloglar, sosyal ağlar, Youtube v.s.) artmasıyla birlikte yükselmiştir. Kişiler, konvansiyonel medyanın tekdüzeliği ve merkezi sermaye yapısına karşı dışarıda kalmak yerine, kendi otonom yeni medyalarında, meta anlatılardan oldukça farklı ve sayısız çeşitlilikte anlatıları, sonu gelmeksizin toplumsal havuza eklemektedir. Konvansiyonel medya yayınının/temsiline edilgen nesnelere, kendi kendilerini temsil eden/yayınlayan içeriklerle dünya görüşlerini kamusallaştırırken, bir taraftan da benliklerini ve kimliklerini dijital komşuları ile paylaşmaktadır. Bir öz-temsil biçimi olan dijital hikâye anlatıcılığının yayılımı, dünya çapındaki paylaşım altyapısının sınırlı temsil kaynaklarına bir anlatı katkısı sunmaktadır. Buradan anlaşılması gereken, klasik metin ya da süreç üretimi ve dağıtımının ötesinde, içeriklerin yaygın etkisidir (Couldry, 2008: 42). Kişi artık, ilgileri, beğenileri, deneyimleri, davranışları, tahayyülleri, ideolojisi, sıradışılığı v.s. dahil, kimliğini oluşturan her bir temsil partikülünü, küresel paylaşım havuzundaki içeriklerin meydana getirdikleri ile birlikte efektif aksiyonlara kaynaklamaktadır. Üstelik bilgisayar tabanlı anlatılarda, kişinin bireysel girdilerine diğerlerinden geri bildirim sağlanmakta ve sürecin ölçümü ve takibi kolaylaşmaktadır (Robin & McNeil, 2012: 37-38).

Dijital hikâye anlatıcılığı, üç türde ifade edilebilir: kişisel, tarihsel ve bilgilendirici (Robin, 2005-2011: 2-3). Tarihsel ve bilgilendirici anlatılar genel olarak toplumsal çağrışımlar yaparken, çalışmanın kimlikle ilintili yapısıyla uyum gösteren ve bireyin öz-temsiline denk düşen tür, kişisel dijital hikâye anlatıcılığıdır. Bu anlatım türü, kişinin tamamıyla kendini merkeze aldığı ve dolaylı ya da dolaysız biçimde benliğini yaydığı bir anlatı yüzeyini tanımlamaktadır. Nitekim dijital hikâye anlatıcılığının kimlikle doğrudan bağı da kişisel temsillerin, kimliğin tanınmasına ve denetlenmesine sunduğu işlevsel katkılardan ileri gelmektedir. Bir deneyim seti olan kimlik, deneyimlerin senaryolaştığı dijital hikâyelerin temasında ya da moral kurgusunda yeni haliyle görünür olmaktadır.

Dijital hikâye anlatıcılığını konu alan çalışmalar genellikle eğitim bilim kapsamındaki ders süreçleri (Bull & Kajder, 2004; Lewin, 2011) ve sosyal medya sosyolojisi (Lund et al., 2017; AlNoamany et al., 2016) bağlamında yoğunlaşmaktadır. Bu çalışma ile ilgisi nedeniyle AlNoamany ve diğerlerinin (2016: 241), sosyal medya profillerindeki ara yüz öğelerini bir dijital anlatı olarak tanımlaması önemlidir. Onlara göre, profillerdeki başlıklar, yazılı paylaşımlar, web elementleri, görseller, linkler ve diğer tip multimedya elementleri dijital anlatıyı oluşturmaktadır. Bu bakımdan, Instagram profillerinde yer alan, profil fotoğrafı, kullanıcı adı, takipçi-takip edilen sayıları, Biyografi alanı, görsel paylaşımlar, yorumlar ve beğeniler, trans anlatının parçalı unsurları olarak yorumlanabilir. Bu unsurlar, hem kendi başlarına anlam ifade eder, hem de bütünle kurduğu ilişki bakımından genel anlatıyı bütünler. Nitekim Instagram profil anlatıları, küresel ağ sistemindeki kullanıcı üretimi hikâyeler sınıflandırmasında, Twitter'dan sonra en yaygın öz-temsil biçimi olarak öne çıkmaktadır (Alnoamany et al., 2016: 245). Bu veriler, Instagram Biyografilerini kimlikle ilişkisi yönünden açıklanması gereken akademik bir ilgi alanı yapmaktadır.

## Yöntembilimsel Tasarım

Bu araştırma, çevrim içi kimliğin inşa edildiği anlatsal bağlamı Instagram Biyografisi ile sınırlayan bir yaklaşımla, olasılıksız örnekleme desenlerinden amaçlı örnekleme kategorisindeki kolay ulaşılabilir örnekleme esasıyla belirlenen 300 birimlik bir profil seçkisinin biyografi yazma tarzları açısından çeşitliliği incelemektedir. Araştırma sınırlıkları gereği Instagram profili çok katmanlı bir kimlik olarak düşünülmüş ve görsel paylaşım alanı kapsam dışında tutularak yalnızca Biyografi (Bio) alanı incelenmiştir. Çalışma sahası belirlenirken, bir ön araştırma olarak tasarlanan

bu araştırmanın kapsamıyla uyumluluk kıstası çerçevesinde, araştırmacıların erişebildikleri sosyal ağları içindeki profillerden 1500 birimlik bir döküm oluşturulmuştur. Bu döküm, araştırmadaki azami çeşitlilik temsili ve dengeli cinsiyet demografisi ölçütleriyle 300 birime kadar daraltılmıştır. Benzer niteliklerdeki çalışmaların kategorize edildiği daraltma işleminde, birbirlerine çok yakınlık gösteren ve biyografik olarak anlamlılık değeri düşük olan profiller elenmiştir. Daraltmadaki amaç, örneklem hatasını ve belirli bir özelliğin araştırma sonuçlarını etkileyecek düzeyde öne çıkarak yanıltıcı okumaya mahal vermesine karşı tedbir geliştirmektir.

Araştırmada, 'Instagram kullanıcılarının kimliklerini anlattıkları bir modül olan Biyografi alanında nasıl bir temsil gerçekleşir ve bu temsil, kimliği hangi bileşenler olarak içerir?' sorusuna yanıt aranmaktadır. Araştırma bu yönüyle nicel veri paradigmasına dayanmaktadır ve betimsel model esasında kurgulanmaktadır. Mevcut bir kültürü, kullanıcı pratikleriyle biriken sosyal alanların içeriğini kavrayarak tanımlama amacı güden bu araştırma, Instagram'ın görsel kimlik inşasını tamamlayan alternatif bir sembolik alanın katmanlarını kavramaya çalışmaktadır.

Araştırma, cinsiyet ve yaş değişkeni değişkenleri temelinde şu hipotezleri test etmektedir;

H1. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerinin içeriği anlamlı farklılık göstermektedir.

H2. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki içerik uzunlukları farklılık göstermektedir.

H3. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki cümle/ifade yapıları biçimleri farklılık göstermektedir.

H4. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki odak kimlikler anlamlı farklılık göstermektedir.

H5. Yaş kuşağına göre Instagram Biyografilerindeki anlatı yapıları anlamlı farklılık göstermektedir.

H6. Yaş kuşağına göre Instagram Biyografilerindeki kimlik bileşenleri anlamlı farklılık göstermektedir.

H7. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki yazım stilleri anlamlı fark göstermektedir.

H8. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki yazım dili anlamlı farklılık göstermektedir.

H9. Cinsiyete göre Instagram Biyografilerindeki emoji kullanımları anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırmada, betimsel modele uygun bir veri toplama ve analiz yöntemi olan içerik analizi kullanılmaktadır. İçerik analizi, potansiyel olarak sosyal bilimlerdeki en önemli araştırma yöntemlerinden biridir ve çoğunlukla yazılı ve görsel verilerin analiz çalışmalarında kullanılır. Bu yöntemin tanımı, sosyal bilimler literatüründe zaman içinde yeni tekniklerin ve uygulamaların da ortaya konulmasıyla farklılıklar göstermiştir. Krippendorff (2004: 18) "İçerik analizi veriden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar elde etmek üzere kullanılan bir araştırma tekniğidir" tanımıyla bu araştırma için gerekli bağlamı kurmaktadır. Çünkü bu araştırmada mevcut bir pratiğin içeriğinin, diğer pratiklerdeki tekrarlarına bakılarak genelleme yapma hedefi söz konusudur. Bir profildeki kimlik yazım pratiği, diğer profillerle ortak tekrarlar/sıklıklar içerdiğinde, modelleme için elverişli bir bulgu setine ulaşılmaktadır. Ayrıca Weber'e göre (1989: 9), "İçerik analizi, metinden çıkarılan geçerli yorumların bir dizi prosedür kullanan bir araştırma tekniğidir. Bu yorumlar, mesajın kaynağı, mesajın kendisi ve mesajın hedef kitlesi ile ilgilidir" tanımını vererek bu araştırmadaki yöntembilimsel sistematüğün uygulanışını da

temellendirmektedir. Çünkü mesajın kaynağı olan profil (kimlik), mesajın kendisi tarafından (biyografi içerikleri) modellenir ve hedef kitlenin (takipçiler) kimliğe ilişkin izlenimlerine etki edebilir.

Yukarıdaki tanımlardan anlaşılacağı üzere bu tanımların ortak paydası farklı disiplinlerde birden fazla araştırma sorusuna cevap bulmak amacıyla kullanılan önemli bir araştırma tekniği olmasıdır (Koçak & Arun, 2006:22). Bu yöntemin esnek yapısı metodolojik anlamda farklı disiplinlerin kullanımına imkân sağlamaktadır. Bu esnek yapı, içerik analizinin en güçlü özelliği olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple içerik analizi yöntemi sosyal bilimler literatüründe önemli bir konuma sahiptir (Yıldırım, 2015: 115). İletişimin görünen içeriğini yapılandırarak teorik konuşmalar yapmayı kolaylaştırması içerik analizinin önemli bir niteliği iken aynı zamanda veriye yaklaşım açısından da bilimsellik kriterleri tanıması, araştırma sonuçlarının güvenilirliği bakımından diğer bir güçlü niteliğidir. Bu yöntemin tanımları birbirinden farklılık gösterse de burada hepsinin ortaya koyduğu özellik, "sistematik" ve "tarafsız" olması gerektiği vurgusudur (Koçak & Arun, 2006:22). Nitekim bu çalışmada, veriler sistemli bir biçimde elde edilmiş ve veriye yaklaşım yönünden tarafsızlık ilkesi korunmuştur. Profil verileri toplanırken, kimliğin mahremiyeti, değerlerinin korunması ve araştırma içinde diğer profillerle eşit bir bağlamda konumlandırılması hususlarına özen gösterilmiştir.

Araştırma kapsamında, temel sorun tanımı ve amaçlar çerçevesinde ölçüm yapmayı sağlayacak bir kodlama cetveli tasarlanmış ve her profilin verileri bu kodlama cetveline aktarılmıştır. Her profil için iki kodlayıcı belirlenmiş ve kodlamalar arasında uyum problemi tespit edilmesine bağlı olarak 22 birim, rezervdeki birimlerle değiştirilmiştir. Kodlama cetveliyle toplanan veriler SPSS programı kullanılarak frekans analizine tabi tutulmuş ve cinsiyet ile yaş kuşağı demografisi bağlamındaki anlamlılık ilişkilerini test etmek üzere Chi Square (Ki Kare) testler uygulanmıştır.

## Bulgular ve Tartışmalar

Profilleri incelenen kullanıcıların demografik özelliklerini<sup>1</sup> (Cinsiyet ve Yaş Kuşağı) içeren verilere göre, erkek ve kadın cinsiyet dağılımlarında bir eşit oran (%47) sağlanmıştır. Eşitliğin nedeni, örneklem grubunun temsil gücünü cinsiyet değişkeni bağlamında dengelemektir. Örneklem grubunun cinsiyet tabanlı çeşitliliği, LGBTİ bireylerin de dahil edildiği (%6) bir temsil süreci ile artırılmış, çalışma evreni içinde erişimin sağlandığı LGBTİ kullanıcıların önemli bir kısmı örneklem alınmıştır. LGBTİ kullanıcılar, cinsiyete bağlı anlamlı farklılık ve benzerlikleri çözümlemede farklı bir opsiyon olarak sürecin verimini arttırmaktadır.

Çalışmanın bir diğer demografik bileşeni ise yaş kuşağına göre dağılımlardan oluşmaktadır. Kuşağa göre bir ayırım yapılmasının nedeni, dijital yerli ile dijital göçmenler arasındaki niteliksel farkı kategorize edecek bir perspektif kurmaktır. Çünkü dijital kültür ile ilişki, kullanıcının yaş kuşağının dijital devrimin hangi evresine yakın olduğu meselesine bakılarak bir demografik indirgeme ile anlamlandırılabilir. Dijital kültür demografisinde yaş kuşağı, çoğu zaman diğer demografik bileşenlerden daha etkili bir kimlik belirleyici olma özelliği gösterir. Nitekim Z kuşağı ile X kuşağının kimlik özellikleri ile dijital kültürdeki varlık sembolleri arasındaki farklar, bu çalışmanın öne sürdüğü savlar içinde önemli bir yer tutmaktadır. Evrenin yaş kuşağı açısından nispi temsiline ulaşmak üzere, tabakalara uygun bir dağılım uygulanmıştır. Bu açıdan profilleri

1 Demografik bileşenlerin cinsiyet ve yaş ile sınırlandırılmasının nedeni, çalışma içerisinde yalnızca profillerin incelendiği bir araştırma sürecinin işleridir. Profiller baz alınarak diğer demografik bileşenlere ulaşılamamaktadır.



incelenen 80 kullanıcı (%26,7) X kuşağı, 165 kullanıcı (%55) Y kuşağı ve 55 kullanıcı (%18,3) Z kuşağına mensuptur. Temsilde büyük pay, çalışma evrenini yansıtacak şekilde Y ve Z kuşaklarına ayrılmıştır. Bu kuşak dağılımı, Instagram'ın ekseriyetle gençlik kültürüne hitap ettiği görüşü ile uyushmaktadır. Bunun yanı sıra, X kuşağı temsilcilerinin geleneksel kimlik algıları ve kurumsal dogmaları değişime karşı daha katı bir direniş sergilerken, Y ve Z kuşağı temsilcileri dijital kültürün dinamik ve akışkan kimlik kültürüne daha kolay adapte olabilecek bir jenerasyonun parçalarıdır. Başka bir deyişle, Y ve Z kuşağının geleneksel duylardan sıyrılmış kimlik kökenleri, X kuşağının kanıksanmış kimlik bilincinden farklı olarak Instagram'ın çağdaş ve güncellenebilir kültürüne kaymaya meyillidir.

Profillerdeki Biyografi anlatısı incelemesinde öncelikli olarak, kimlik desenlerinin nasıl bir içerik/tema ile sergilendiğine bakılmıştır. Cinsiyet ve yaş kuşağı değişkenlerine göre uygulanan Ki Kare testine göre, yaş kuşaklarına ilişkin anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $P=,661>,05$ ). Test verilerine göre profilleri incelenen kullanıcıların Biyografilerinde kendilerini ortak bir biçimde çoğunlukla Meslek/İş (%42), Eğitim Düzeyi/Kurum (%14,3) ve Karma (%14,7) kimlik elementleriyle anlattığını görülmektedir.

Anlamlı bir farklılığın tespit edildiği ( $P=,000<,05$ ) cinsiyet değişkeni testinin sonuçlarını içeren veriler, Tablo 1.'de verilmektedir.

**Tablo 1**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerinin İçerik Dağılımı*

Biyografi İçeriği P= ,000<,05	Cinsiyet			Toplam	
	Kadın	Erkek	LGBTİ		
Meslek/İş	F	78	33	15	126
	%	55,3%	23,4%	83,3%	42,0%
Eğitim Düzeyi/Kurum	F	20	22	1	43
	%	14,2%	15,6%	5,6%	14,3%
Duygusal ilişki Bilgileri	F	5	4	0	9
	%	3,5%	2,8%	0,0%	3,0%
Aile/Soy Bilgileri	F	0	4	0	4
	%	0,0%	2,8%	0,0%	1,3%
Aforizma/Özlü Söz	F	7	18	0	25
	%	5,0%	12,8%	0,0%	8,3%
Taraftarlık/Takım İsmi	F	0	1	0	1
	%	0,0%	0,7%	0,0%	0,3%
Sosyal Grup mensubiyeti	F	0	1	0	1
	%	0,0%	0,7%	0,0%	0,3%
Milli Unsurlar	F	1	8	0	9
	%	0,7%	5,7%	0,0%	3,0%
Dini Unsurlar	F	1	1	0	2
	%	0,7%	0,7%	0,0%	0,7%

<b>Tanımsız/Doğrudan Anlamlandırılmayan</b>	<b>F</b>	15	28	1	44
	<b>%</b>	10,6%	19,9%	5,6%	14,7%
<b>Karma</b>	<b>F</b>	14	21	1	36
	<b>%</b>	9,9%	14,9%	5,6%	12,0%
<b>TOPLAM</b>	<b>F</b>	141	141	18	300
	<b>%</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo verilerine göre, kadın kullanıcılar kendileri genellikle meslek/iş (%55,3), eğitim düzeyi/kurum (%14,2), tanımsız (%10,6) ve karma (%9,9) kimlik desenleriyle ifade ederken; erkek kullanıcılar meslek/iş (%23,4), tanımsız (%19,9), karma (%14,9) ve aforizma/özlü söz (%12,8) desenleri ile ifade etmektedir. LGBTİ kullanıcılar ise çok büyük oranda meslek/iş (%83,3) desenini önde konumlandırırken, eğitim düzeyi, karma ve tanımsız desenleri (%5,6) az da olsa tercih etmektedir.

Meslek ve eğitim gösterenlerinin, kişinin sınıfsal konumunu ve kimlik sermayesini yükselten müspet değerler olduğu düşünüldüğünde, kullanıcıların bu konudaki temayülleri anlamlı hale gelmektedir. Karma elementlerle çoklu kimlik modellemesine başvuran kullanıcı oranının azımsanmayacak düzeyde olması, sosyal medyanın doğasına uygun bir eyleme açıklık getirmektedir. Bununla birlikte, kullanıcıların önemli bir bölümü, tanımsız ve doğrudan anlamlandırılmayan kimlik ifadelerini Biyografilerinde konumlandırarak, hedef kitlelerini daraltmaktadır. Genel bakışta tanımsız duran bu kimlik anlatıları, bireyin geniş kitleler nezdindeki karşılığını da sorunlu yapmaktadır. Testlerdeki ilginç veriler ise, din, milliyet, aile, grup mensubiyeti, taraftarlık ve soy gibi geleneksel kimliğin kurucu kodlarına Instagram kültüründe çok fazla yer verilmemesi ve oldukça bireysel anlatıların yerleşik moda geçmesidir. Yine testler üzerinden, kullanıcılar arasında, kimliğin aforizmalar üzerinden de ifade edildiği, yeni bir kültürün inşa edildiğini not düşmek mümkündür.

Kullanıcı profilleri üzerindeki bir diğer inceleme odağı ise, Biyografilerdeki anlatının uzunluğudur. Kısalık ve hızlılık saikleriyle biçimlenen sosyal medya kültüründe, 150 karakter ile sınırlanan bir yazım alanındaki kimliğin ifade edilme tarzları önem arz etmektedir. Yaş kuşağı değişkeni temel alınarak uygulanan Ki Kare testi sonuçları, anlamlı bir farklılığın olmadığını göstermektedir ( $p=,145>,05$ ). Yaş kuşağı testi sonuçları, kullanıcıların Instagram kültürüne denk düşen bir tarzla, kimliklerini genellikle 2-3 kelime/ifade (%45), tek kelime/ifade (%23) ve 4-5 kelime/ifade (%22) aralığında ifade ettiklerini ortaya koymaktadır. Görece uzun ifadeleri tercih etme oranları ise, uzunluk arttıkça düşmektedir.

Anlamlı bir farklılık ilişkisinin tespit edildiği ( $p=,021<,05$ ) cinsiyet bazlı Ki Kare testi ile ilgili veriler Tablo 2.'de sunulmaktadır.

**Tablo 2**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki İçeriklerin Uzunluğu*

<b>Biyografi Uzunluğu</b> <b>P= ,021&lt;,05</b>	<b>Cinsiyet</b>			<b>Toplam</b>	
	<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>	<b>LGBTİ</b>		
<b>Tek Kelime/İfade</b>	<b>F</b>	26	42	1	69
	<b>%</b>	18,4%	29,8%	5,6%	23,0%
<b>2-3 Kelime/İfade</b>	<b>F</b>	73	55	7	135
	<b>%</b>	51,8%	39,0%	38,9%	45,0%

4-5 Kelime/İfade	F	29	28	9	66
	%	20,6%	19,9%	50,0%	22,0%
6-7 Kelime/İfade	F	12	16	1	29
	%	8,5%	11,3%	5,6%	9,7%
8-9 Kelime/İfade	F	1	0	0	1
	%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
TOPLAM	F	141	141	18	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Test sonuçlarını içeren Tablo verileri, kadın kullanıcıların Biyografilerindeki kimlik hikâyesini genel olarak 2-3 kelime/ ifade (%51,8), 4-5 kelime/ ifade (%20,6) ve tek kelime/ ifade (%18,4) kullanarak yazdıklarını; erkek kullanıcıların da benzer şekilde 2-3 kelime/ ifade (%39), tek kelime/ ifade (%29,8) ve 4-5 kelime/ ifade (%19,9) kullandıklarını göstermektedir. LGBTİ bireyler ise farklı olarak, 4-5 kelime/ ifade (%50) ve 2-3 kelime/ ifadelili (%38,9) kimlik anlatısını tercih etmektedir.

Geleneksel anlatılarda ciltlerce yazılan kimlik biyografileri, Instagram'da 150 karaktere sıkışmasına rağmen, çoğu kullanıcının bu karakter hakkını sonuna kadar kullanmadan kendini ifade etmesi, oldukça ilginç bir ayrıntıdır ve bu kültürün farklılığına parmak basmaktadır. İfadelerin kısalığı, hikâye anlatma edimlerini de dönüştürmektedir. Burada Emoji karakterlerin görsel anlatım genişliğinin etkisi olduğunu belirtmekte fayda vardır. Tek bir görsel obje/ ifade, birçok yazılı anlatımın kapsamına vasil olabilmektedir.

Kimliğin dijital bir hikâye olarak anlatılmasını daha net kavramak adına, kullanıcıların cümle/ ifade yapıları da incelenmiştir. Yaş kuşağı değişkenine göre uygulanan Ki Kare testinde, değişkenler arasında anlamlı bir farklılığa ulaşılamamıştır ( $p=,151>,05$ ). Kullanıcılar ortak biçimde ve ekseriyetle tam cümle (%52,7) ve eksik cümle/ parçalı ifadeleri (%40) kullanarak farklı türden iki anlatım tarzını benimsemektedir.

Cinsiyete göre anlamlı farklılıkların tespit edildiği ( $p=,048<,05$ ) Ki Kare testine ilişkin verilerin detayları Tablo 3'de yer almaktadır.

**Tablo 3**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki Cümle/İfade Yapısı Dağılımları*

Biyografi İfade Yapısı P= ,048<,05	Cinsiyet			Toplam	
	Kadın	Erkek	LGBTİ		
Tam Cümle	F	77	75	6	158
	%	54,6%	53,2%	33,3%	52,7%
Eksik Cümle/Parçalı İfade	F	57	51	12	120
	%	40,4%	36,2%	66,7%	40,0%
Kısaltma	F	7	15	0	22
	%	5,0%	10,6%	0,0%	7,3%
TOPLAM	F	141	141	18	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Test sonuçları bağlamında, kadın (%54,6) ve erkek (%53,2) kullanıcıların, kimlik hikâyelerinin yazımında tam cümleyi daha fazla tercih ettikleri gözlenirken, LGBTİ kullanıcılar (%66,7), eksik cümle/parçalı ifadeleri daha sık kullanmaktadır. Burada belirtilmesi gereken husus, iki kullanım tarzının da birbirine yakın sıklık oranları yakalamasıdır. Görsel objelerin (emoji ve grafik) dijital bir hikâye anlatısı olarak yazılı metinlere artikülasyonu, tam cümlelere ihtiyaç olmaksızın parçalı ifadelerin yükselişine aracılık etmektedir. Kimliğin tam cümle ile anlatılması halihazırda en yaygın yazım türü olmakla birlikte, parçalı ifadelerle anlam üretme tarzının da bir kültürü beslediğini söylemek mümkündür. Tarih, isim ya da tanımsız detaylar içeren kısaltmalı anlatı yapıları da kullanıcılar arasında küçük oranlarda görülen bir türdür.

Kullanıcı profilleri, Biyografide anlatılan kimlik hikayesinin, profil sahibiyle doğrudan ilişkisini ölçme amacıyla da incelenmiştir. Yaş kuşağı değişkeni temel alınarak yapılan Ki Kare testi sonuçları, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiştir ( $p=,842>,05$ ). Kullanıcılar yaş kuşağına bağlı bir farklılık olmaksızın Biyografilerinde yaygın biçimde, doğrudan hesap sahibi (%90,7) ile ilgili bir kimlik hikâyesi yazmaktadır.

Anlamlı bir farklılık ilişkisinin tespit edildiği cinsiyet değişkeni bazlı Ki Kare testinin sonuçları ise aşağıdaki Tablo 4'te verilmektedir.

**Tablo 4**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki İçeriklerdeki Odak Kimlik Dağılımları*

Biyografi Odağı P= ,000<,05	Cinsiyet			Toplam	
	Kadın	Erkek	LGBTİ		
Doğrudan Hesap Sahibi	F	132	132	8	272
	%	93,6%	93,6%	44,4%	90,7%
Dolaylı Olarak Hesap sahibi	F	9	9	10	28
	%	6,4%	6,4%	55,6%	9,3%
TOPLAM	F	141	141	18	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cinsiyete göre Biyografilerdeki kimlik odağını gösteren test sonuçlarına göre, kadın (%93,6) ve erkek (%93,6) kullanıcılar kendilerini anlatının merkezinde konumlandırırken, LGBTİ bireylerin kendilerini dolaylı olarak merkeze aldıkları (%55,6) görülmektedir. Bu durumun ortaya çıkışında, iki önemli detay keşfedilmektedir. Birincisi, erkek ve kadın kullanıcıların, postmodern karakterlerini yansıttıkları 'ben' merkezli kimlik anlatılarının baskınlığıdır. Çatışmanın ve zıtlığın sezildiği ikinci detay ise; dezavantajlı bir kimlik kategorisinde tanımlanan LGBTİ bireylerin benlikleri ile ilgili bir takım hamaset sorunları yaşadıkları ya da toplumsal sorumluluklarını benliklerinin önüne aldıklarıdır. Her iki durumda da LGBTİ kimlik mensuplarının kadın ve erkek kullanıcılara göre toplumsal cinsiyet farklılıklarını, kimlik katmanlarına taşıdıkları ifade edilebilir.

Kullanıcı profillerindeki Biyografi anlatı yapısının cinsiyet değişkeni ile anlamlı ilişkisini ölçen Ki Kare testine göre, cinsiyete göre farklılık olmadığı saptanmıştır ( $p=,115>,05$ ). Kullanıcıların genel eğilimleri, düz anlatım (%61), lirik/coşkulu anlatım (%15) ve mizahi anlatım (%8,3) kategorilerinde toplanmıştır.

Kullanıcıların Biyografilerindeki anlatı yapısı, yaş kuşağına göre anlamlı bir farklılığı ( $p=,034<,05$ ) barındırmaktadır. İlgili Ki Kare testinin sonuçları aşağıdaki Tablo 5'te sunulmaktadır.

**Tablo 5**

*Yaş Kuşağına Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki Anlatı Yapısı Dağılımları*

Biyografi Anlatı Yapısı P= ,034<,05	Yaş Kuşağı			Toplam	
	X	Y	Z		
Lirik/Coşkulu Anlatım	F	12	30	3	45
	%	15,0%	18,2%	5,5%	15,0%
Düz Anlatım	F	59	89	35	183
	%	73,8%	53,9%	63,6%	61,0%
Mizahi Anlatım	F	3	16	6	25
	%	3,8%	9,7%	10,9%	8,3%
Şiirsel/Edebi Anlatım	F	3	14	8	25
	%	3,8%	8,5%	14,5%	8,3%
Soyut Anlatım	F	0	4	2	6
	%	0,0%	2,4%	3,6%	2,0%
Sanatsal Anlatım	F	1	8	0	9
	%	1,2%	4,8%	0,0%	3,0%
Diğer	F	2	4	1	7
	%	2,5%	2,4%	1,8%	2,3%
TOPLAM	F	80	165	55	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 5'teki verilere göre X kuşağı temsilcileri Biyografilerindeki kimliklerini düz anlatım (%73,8) ve lirik/coşkulu anlatım (%15) teknikleriyle yapılandırmaktadır. Y kuşağı temsilcilerinde anlatı yapısı, düz anlatım (%53,9), lirik/coşkulu anlatım (%18,2) ve mizahi anlatım (%9,7) ile kurulmaktadır. Y Kuşağı temsilcilerinde ise, düz anlatım (%63,6), şiirsel/edebi anlatım (%14,5) ve mizahi anlatımın (%10,9) yoğun olduğu kimlik iskeleti dikkat çekmektedir. Düz anlatımın baskınlığı, kullanıcıların salt gündelik dillerini sosyal medya anlatılarına devşirmesi ile ilintili bir durumdur. Sosyal medya dilinin basit ve arı yapısı, kimlik anlatılarındaki ağdalı anlatımları ve kavramsal yoğunluğu gölgelemektedir. Buna karşın, Y ve Z kuşakları, X kuşağından farklı olarak, sosyal medya ile birlikte yükselişe geçen mizahi dili, kimliklerini anlatmada bir araca dönüştürmektedir. Kimliğin mizaha indirgenmesi aşağılayıcı bir tavır olmaktan çok, sosyal medyanın eğlence kültürüne yakınlığa işaret etmektedir.

Kullanıcıların Biyografi anlatılarında kimliklerini hangi bileşenler ile ifade ettiği kadar, kaç bileşenle ifade ettiği de önemlidir. Burada bileşenden kasıt, kimliği tanımlayan ve aidiyetin

kurulduğu tanımlayıcı koddur. Örneğin; meslek belirteci, milliyet, din, aile ya da soy kimliği kuran bileşenler olarak düşünülebilir. Bileşen sayısının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ölçen Ki Kare testi sonuçlarına göre, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p=,324>,05$ ). Kullanıcılar genel olarak kimliklerini tek bileşenle (%56,3) anlatırken, çoklu bileşenler (%43,7) ile belirgin bir farkın olmadığı görülmüştür.

Kimlik bileşenlerinin yaş kuşağı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için uygulanan Ki Kare testi sonuçlarına göre, anlamlı bir ilişkinin varlığı saptanmıştır ( $p=,000<,05$ ). Test sonuçlarını gösteren veriler Tablo 6'da yer almaktadır.

**Tablo 6**

*Yaş Kuşağına Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki Kimlik Bileşeni Dağılımları*

Biyografideki Kimlik Bileşeni P= ,000<,05	Yaş Kuşağı			Toplam	
	X	Y	Z		
Tekli Bileşen	F	68	76	25	169
	%	85,0%	46,1%	45,5%	56,3%
Çoklu Bileşen	F	12	89	30	131
	%	15,0%	53,9%	54,5%	43,7%
TOPLAM	F	80	165	55	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Test sonuçları, X kuşağının tekli bileşeni (%85) daha fazla tercih ettiğini gösterirken, Y (%53,9) ve Z (%54,5) kuşaklarının çoklu kimlik bileşenlerini biyografilerinde konumlandığını ifade etmektedir. Bu veriler, geleneksel kimlik alışkanlıklarını ve muhafazakâr yapılarını sosyal medyaya aktaran X kuşağı temsilcileri ile sosyal medyanın çoklu kimlik seçimlerini anlatsına monte eden Y ve Z kuşağı temsilcileri arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Z kuşağının, Y kuşağına oranla çoklu kimlik bileşenlerini biraz daha fazla içselleştirmesi; kimlik kültürü ve şuurunun bir evrim halinde olduğunu söylemektedir. Artık bireyleri tanımlamak için tek bir geleneksel kod yeterli değildir; çoklu bileşenler ise gelenekselin aksine güncellenebilir müdahalelere açıktır.

Kullanıcıların Biyografilerindeki kimlik anlatısının yazım stili ile yaş kuşağı değişkeni arasındaki Ki Kare testinin sonuçlarına göre, anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmıştır ( $p=,981>,05$ ). Her yaş kuşağından temsilciler genel olarak yazı (%61,7) ve yazı+görsel (%30) ağırlıklı bir yazım stiline sahiptir.

Cinsiyet değişkenine göre uygulanan test sonuçları ise anlamlı bir ilişkinin varlığını göstermektedir ( $p=,025<,05$ ). İlgili testin sonuçları aşağıdaki Tablo 7'de verilmektedir.

**Tablo 7**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki Yazım Stili Dağılımları*

Biyografi Yazım Stili P= ,025<,05	Cinsiyet			Toplam	
	Kadın	Erkek	LGBTİ		
Yazı	F	100	74	11	185
	%	70,9%	52,5%	61,1%	61,7%
Görsel	F	11	13	1	25
	%	7,8%	9,2%	5,6%	8,3%
Yazı+Görsel	F	30	54	6	90
	%	21,3%	38,3%	33,3%	30,0%
TOPLAM	F	141	141	18	300
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Biyografi yazım stillerinin cinsiyete göre farklılık içerdiğini gösteren Tablo verilerine göre, kadın kullanıcılar yazı odaklı (%70,9) bir anlatım stilini daha fazla benimserken, erkek kullanıcıların görsel (%9,2) ve yazı+görsel (%38,3) kullanımını diğer cinsiyetlerden birimlere göre daha fazla seçtiği görülmektedir. Yazılı anlatım stillerinin yaygın olması, Biyografi ünitesinin metin ağırlıklı altyapısı ile açıklanabilir. Görsel ifadelerle birlikte kullanılan yazılı metinler ise, multimedya anlatı seçeneğine yakın durmaktadır. Yazılı ve görsel içerikler, profillerde paylaşılan video ve fotoğraflarla birlikte dijital hikâye anlatısını tamamlamakta ve zenginleştirmektedir. Yalnızca görsel kullanarak kimliği anlatma pratiği ise, kullanıcılar arasında henüz yaygınlaşmamıştır.

Kullanıcıların Biyografi yazım kültürünün yöresel ve küresel özelliklerini anlamak için, kimlik anlatılarının yazıldığı dil incelenmiştir. Cinsiyete ( $p=,668>,05$ ) ve yaş kuşağına göre ( $p=,711>,05$ ) yazım dilinin farklılık gösterip göstermediğini ölçen Ki Kare testi sonuçlarına göre, anlamlı ilişkiler tespit edilememiştir. Her iki değişken için geçerli olmak üzere, Türkçe (%51) yaygın yazım dili iken, karma (dil+evrensel/emoji) (%31,3) dil kullanımı da önemli bir görünürlük içermektedir. Cinsiyete göre yazım stili dağılımlarını içeren veriler, aşağıdaki Tablo8'de görülmektedir.

**Tablo 8**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerindeki Yazım Dili Dağılımları*

Biyografi Anlatı Dili P= ,688>,05	Cinsiyet			Toplam	
	Kadın	Erkek	LGBTİ		
Türkçe	F	73	72	8	153
	%	51,8%	51,1%	44,4%	51,0%
Evrensel/Emoji	F	17	15	1	33
	%	12,1%	10,6%	5,6%	11,0%

<b>Karma (Dil+Emoji)</b>	<b>F</b>	45	42	7	94
	<b>%</b>	31,9%	29,8%	38,9%	31,3%
<b>Yabancı Dil</b>	<b>F</b>	6	12	2	20
	<b>%</b>	4,3%	8,5%	11,1%	6,7%
<b>TOPLAM</b>	<b>F</b>	141	141	18	300
	<b>%</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablodan da anlaşıldığı üzere, cinsiyet farkına bakılmaksızın Türkçe kullanım pratiği baskın çıkmaktadır. Ancak evrensel semboller olarak anlaşılan, dil üstü özellikleri sayesinde küresel sistemin her yerinde aynı anlamlara karşılık gelen emojielerin yalnız başına ve yazılı dil ile birlikte kullanılması, Instagram Biyografi kültürünün lokal dil özelliklerini dönüşüme uğrattığını göstermektedir. Tüm dünyada, dilin ortak semboller etrafında toplanması gibi bir eğilim vardır. Bunun yanı sıra, kullanıcıların kimliklerini yabancı dil (%6,7) kullanarak yazması, geleneksel bağlılıklarının zayıfladığının ve diğer kültürlerle karşı daha duyarlı hale geldiklerinin göstergesidir.

Kullanıcıların Biyografilerinde kullandıkları emojielerin türünü/kategorisini içeren incelemede, yaş kuşağına göre farklılık düzeyini ölçen Ki Kare testi sonuçlarına göre, anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p=,981>,95$ ). Emoji kategorilerinde birbirine yakın bir dağılım gözlenirken, duygu belirten semboller (%21,8), doğa sembolleri (%19,4), mesleki semboller (%18,5) ve jest ve mimiklerinin (%13,7) diğer kategorilere nazaran daha fazla kullanıldıkları saptanmıştır.

Cinsiyete göre farklılık gösterdiği anlaşılan ( $p=,024<,05$ ) emoji kategorilerine ilişkin veriler ise aşağıdaki Tablo 9'da verilmektedir.

**Tablo 9**

*Cinsiyete Göre Kullanıcıların Instagram Biyografilerinde Yer Alan Emojielerin İçerik Dağılımları*

<b>Emoji İçeriği</b> <b>P= ,024&lt;,05</b>	<b>Cinsiyet</b>			<b>Toplam</b>	
	<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>	<b>LGBTİ</b>		
<b>Jest ve Mimikler</b>	<b>F</b>	9	8	0	17
	<b>%</b>	18,8%	11,6%	0,0%	13,7%
<b>Mesleki Semboller</b>	<b>F</b>	12	7	4	23
	<b>%</b>	25%	10,1%	57,1%	18,5%
<b>Dini Semboller</b>	<b>F</b>	1	1	0	2
	<b>%</b>	2,1%	1,4%	0,0%	1,6%
<b>Doğa Sembolleri</b>	<b>F</b>	7	15	2	24
	<b>%</b>	14,6%	21,7%	28,6%	19,4%
<b>Spor Sembolleri</b>	<b>F</b>	5	2	0	7
	<b>%</b>	10,4%	2,9%	0,0%	5,6%



<b>Ülke/Milliyet Sembolleri</b>	<b>F</b>	4	8	0	12
	<b>%</b>	8,3%	11,6%	0,0%	9,7%
<b>Gündelik Araçlar</b>	<b>F</b>	5	7	0	12
	<b>%</b>	10,4%	10,1%	0,0%	9,7%
<b>Duygu Belirten Semboller</b>	<b>F</b>	5	21	1	27
	<b>%</b>	10,4%	30,4%	14,3%	21,8%
<b>TOPLAM</b>	<b>F</b>	48	69	7	124
	<b>%</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Test sonuçlarına göre, kadın kullanıcılar mesleki semboller (%25), jest ve mimikler (%18,8) ve doğa sembollerini içeren emoji kategorilerine Biyografilerinde daha fazla yer verirken, erkek kullanıcıların duygu belirten semboller (%30,4), ülke/milliyet sembolleri (%8,6) ve jest/mimik göstergelerini daha sık kullandıkları açığa çıkmıştır. LGBTİ kullanıcılar ise, diğer cinsiyet temsilcilerine göre farklı yığılmalarla, mesleki semboller (%57,1), doğa sembolleri (%28,6) ve duygu belirten sembolere (%14,3) ağırlık vermiştir.

## Sonuç

Araştırma kapsamında, Instagram'da Biyografi (Bio) yazma kültürünü teşhis etmek amacıyla cinsiyet ve yaş kuşağı değişkenleri temelinde belirlenen hipotezlerin tamamı doğrulanmıştır. Bu doğrulama, öncelikle Instagram kimliğini kuran anlatsal kurgu yaklaşımlarının demografik katmanla güçlü bir korelasyon kurduğuna işaret eder. Görsel paylaşım alanının bir psikografik evren olduğu düşünüldüğünde, söz konusu demografi etkisinin Biyografi alanında daha baskın olduğu ifade edilebilir. Bu durum, yaşam stilleri, performanslar ve dijital yetkinlikler gibi anlatı/iletişim becerileri gerektiren kimliğin dijital hikayesini kültürel bir dökümden kavramak için önemli bir bulgu setine ulaşıldığını göstermektedir.

Instagram, toplumsal hacmini dijital anlatı kurgularıyla genişleten ve sürekli yeniden keşfeden yeni birey tipinin sosyalleştiği cazibe alanlarından biridir. Bireyin kendisine ilişkin müstesna kimlik projesini sürekli dışa açtığı ve dijital yurttaşlık performansları sergilediği bu hikâyeler platformunda, temsilin yeni bir türü inşa edilmektedir. Her ne kadar fotoğraf ve hareketli görüntülerin domine ettiği bir mübadele alanı gibi görünse de dijital hikâye anlatıcılığının metin formatlarını da içinde barındıran Instagram, esnek omurgalı kimlik türevlerinin birbirine zincirlendiği eklektik anlatılarla büyüyen ve başkalaşan özgün bir kültüre aracılık etmektedir. Kimliğin küresel dinamiklerle bentler oluşturarak sınırlarını esnettiği ve saydamlaştığı Instagram paylaşım kültüründe, kişilerin birbirine önemli ölçüde benzeyen ve farklılaşan özellikleri açığa çıkmaktadır. Instagram Biyografisi, ortak bir kültürün izlerini taşıması bakımından birbirini andıran frekanslar sergiler; ancak kişiyi özel kılan tasarım hamleleriyle yazılan anlatılar yönünden muhtelif suretler ve yer yer marjinal kisveler üretir. Bu çalışmanın bulguları, Instagram Biyografisinde 'yazılarak' anlatılan kimliğin, geleneksel kodların uzantılarını sindirmekle birlikte, kimliğe çökelen bazı muhafazakâr kodları aşarak dijital tabanlı küresel kodları alışkanlık haline getirdiği ve giderek normatif değerlere uyarladığı bir deneyim olma evsafını ortaya koymuştur. Çalışma kapsamında tutulan bir grup Instagram kullanıcısı, kimliğe yükledikleri anlam itibarıyla, teritoryal ya da lokal yurttaş olma vasıflarını, dijital yurttaşlıkla karmaktadır. Bu yeni yurttaş

tipinin kimlik sermayesi, gelenekselin taşıdığı olumsuzluk parametrelerinden ziyade, postmodern çağa özgü sınıfsal ve tüketim menşeli sembolik göstergelerdir. Kullanıcıların kendilerini çoğunlukla meslek kategorisi çerçevesinde tanımlaması, bu sembolik sermaye ile ilişkilidir.

Kimliğin dijital hikâye olarak anlatılması, görsel kültürün içine aldığı temsil olaylarında sayısız farklı yolla sınanan, sürekli tekrarlanan, kültürün akışkanlığına göre şekil alan likit bir deneyimdir. Multimedya imkanlarını tek bir platformda sunan Instagram, metinlerin doğasını da değiştirerek yeni sembolik figürleri, paylaşım ağına salmakta, kimliklerin veçhesi için çok kipli rotalar çizmektedir. Evrensel açıdan anlaşmanın ortak dil kodlarını barındıran emoji, bireylerin lokal dillerine evrensel anlamlar katmakla birlikte, alternatif bir kaynaşma ve paylaşma dilinin kurulması sürecini yaratmaktadır. İnsansı niteliklerin ve edimlerin, doğanın, araçların v.s. temsil edildiği emoji kültüründe, kimliğin çeşitli görsel unsurların iş birliğinde resmedilmesi olağan bir tablodur. Çalışma kapsamında incelenen kullanıcı grubunun Biyografi performansları da bu görsel kültüre doğru bir kayma yaşandığını göstermektedir. Kimliğin yazılı anlatım tarzlarının süreç içinde görsel materyallerin yeni versiyonları ile yer değiştirmesi varittir.

Çalışmada, Biyografilerdeki kimlik hikâyesinin biçimleri, anlatıyı etkilediği düşünülen yaş kuşağı ve cinsiyet varyantlarının konumuna göre anlaşılmaya çalışılmıştır. Cinsiyete göre kimlik yazma kültüründe belirgin farklılıklar tespit edilmesine karşın, yaş kuşakları arasında geniş çaplı ayrımların gözlenmemesi, önemli bir bulgudur. Bu noktada, cinsiyet ayrımlarının Biyografi kültürünün parçalanmasında kuşaklar sınıflandırmasından daha keskin ve baskın olduğu anlaşılmaktadır. Kişinin öznel ben'i (I), sembolik etkileşim sürecinin yaşanmasında cinsiyete bağlı bir tavır almakta ve yaratıcılığın kanallarında cinsiyet izlerine rastlanmaktadır.

Çalışmanın anlam arz eden diğer önemli sonuçları ise; geleneksel kimliğin bütüncül yapısı ve tanımlı aidiyet merkezlerinin, dijital kültürün merkezlessiz jenerasyonunda sayıca çoğaldığı ve modüler formlarda çeşitlendiğidir. Kimliği kuran statik ve genellikle tek bir mekanizmaya bağlı kodlar, Instagram'da değişken, dinamik ve sayısız mekanizma ile ilişki içindedir. Üstelik bu ilişkinin kimlik yazma dilindeki karşılığı, kısalan, sadeleşen ve birkaç ifadeye kadar sığılmış bir anlatım tarzıdır. Kısalık ve hız ile karakterize edilen dijital kültürde kimlik, özetlenmesi gereken, modifikasyon geçiren, dijital jargonlara uyarlanan sembolik bir varoluştur.

## Kaynaklar

AlNoamany, Y., Weigle M.C. & Nelson, M. (2016). Characteristic of social media stories. *International Journal on Digital Libraries*, 17(3), 239-256.

Aşkın, M. (2007). Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213 - 220.

Ayan, G. (2016). Tüketim kültürü bağlamında kimlik inşasının sosyal medyada kullanımı: Instagram örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Başkent Üniversitesi.

Bull, G. & Kajder, S. (2004). Digital storytelling in the language art classroom. *Learning and Leading with Technology*, 32(4), 46-49.

Couldry, N. (2008). Digital storytelling, media research and democracy: Conceptual choices and alternative futures. In Knut Lundby (Eds.), *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-Representation in New Media* (pp. 41-60). Peter Lang Publishing.

Dalbay, S. R. (2018). "Kimlik" ve "toplumsal kimlik" kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(2018), 161-176

Davison, C. (2012). Presentation of digital self in everyday life towards of a theory of digital identity [Unpublished Doctorate Thesis], RMIT University.

Gill, B. C., Zampini, A. M., & Mehta, N. B. (2015). Digital identity: Develop one before you're given one. *Urology*, 85(6), 1219-1222.

Habermas, J. (1993) *İdeoloji olarak teknik ve bilim* (M. Tüzel, Çev.), Yapı Kredi Yayınları.

Hall, S. (2006). Encoding and decoding". In Meenakshi G. Durham and Douglas M. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies* (pp. 163-173). Blackwell Publishing. 163-173.

Jenkins, H. (2017). Medya yöndeşmesinin kültürel mantığı. İçinde Filiz Aydoğan (Editör). *Yeni Medya Kuramları*. (ss. 33-45). Der Yayınları.

Koçak, A. & Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.

Koltuk, N. & Kocakaya, S. (2016). Researching and evaluating digital storytelling as a distance education tool in physics instruction: An application with pre-service physics teachers. *TOJDE*, 17(1), 87-99.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*, sage publications (2nd ed.). SAGE Publication.

Lambert, J. (2010). *Cookbook for digital storytelling*. Digital Diner Press.

Lewin, T. (2011) Digital storytelling. In Holly Ashley, Nicole Kenton & Angela Milligan (Eds.), *Participatory Learning and Action / 63* (pp. 54-63). IIED.

Lund, N.F., Cohen, S.A. & Scarles, C. (2017). The power of social media storytelling in destination branding. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(2018), 271-280.

Manovich, L. (2006, July 27) After effect or velvet revolution (Part:2 ). Manovich. <http://manovich.net/index.php/projects/after-effects-part-2>

Manovich, L. (2015, July 28). Predicting social trends from non-photographic images on Twitter. Manovich. <http://manovich.net/index.php/projects/predicting-social-trends>

Manovich, L. (2016, July 28). Instagrammism and Contemporary Cultural Identity. Manovich. <http://manovich.net/index.php/projects/notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity>

Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.

Robin, B. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory into Practise*, 47(2008), 220-228.

Robin, B. R. (2005-2011, July 28). The educational uses of digital storytelling. Digital Literacy in The Classroom. <http://digitalliteracyintheclassroom.pbworks.com/f/Educ-Uses-DS.pdf>

Robin, B.R. & McNeil, S. G. (2012). What teachers should know about digital storytelling.

*Digital Education Review*, 22(2012), 37-51

Soncu, A. G. & Tam M. S. (2015). Sosyal medyada izlenimi yönetme: Selfie (özçekim). *UHİVE*, 9(2015), 88-111.

Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis* (2nd Ed.). SAGE Publications.

Yıldırım, B. (2015). İçerik çözümlemesi yönteminin tarihsel gelişimi uygulama alanları ve aşamaları. İçinde B. Yıldırım (Editör). *İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle*. (ss. 105-155). Literatürk Akademia.

### Extended Abstract

In this study, the Instagram culture and the effective position of the set of functions that make up the digital infrastructure of this culture in the restructuring of identity as a digital story are examined. The reason why identity is handled as a digital storytelling; This is because digital storytelling is a technology application that allows user-generated content to be optimally positioned and reshaped as a practice of self-representation. People can turn some texts and researches they choose on any subject into an interesting story by using multimedia narration options (Robin, 2008: 222).

In the study, identity is approached as a self-representation/self-publication experience that creates the privilege of telling one's own story through the multimedia of social media. In this context, the macro area, which is understood in a technical definition as Instagram Biography, is focused on where users write an identity narrative about themselves in written and visual expressions. This thematic narrative apparatus, which has the quality of a prologue about identity, mediates a representational fiction in which users can freely describe, define and open themselves up with their direct and self-expression. In the study, the information of the process is reached through the theoretical and methodological designs designed to understand the general systematic of the individual stories told in the Instagram Biography.

The identity narrative in the visual shares on Instagram spreads the lifestyle presented in the story in the image around the identity; an indirect identity construction works. Biography, on the other hand, is an important detail that defines identity, where the profile owner can express himself directly and openly. Moreover, the identity written here is a guide and prologue for reading the story told indirectly in the sub-elements of the macro narrative. Just as a short description and narrative with written expressions is placed under visual posts; Biography is also a personal foreword that describes, clarifies and complements the general posts. This preface, which is offered as an 'about' option on equivalent social media platforms (Facebook, Twitter, etc.), is unlike the others, and contains the meaning that visitors first encounter.

The Instagram Biography provides clues to the profile visitors about the story they are watching/reading, and gives clear information about who the person on the profile is. The search for 'written' in an area dominated by visual culture, besides drawing an alternative direction to the work, brings with it a different effort on visual-text integrity. This thematic framework, which establishes and reinforces the integral framework of the visual narrative, is also important in terms of clarifying that written modules are still an effective identity apparatus.

This research examines the diversity in terms of biography writing styles of a 300-unit profile selection determined on the basis of easily accessible sampling in the purposive sampling category, one of the improbable sampling designs. Due to the limitations of the research, the Instagram profile was considered as a multi-layered identity and only the Biography (Bio) field was examined, excluding the visual sharing field.

In the research, an answer is sought for the question of “What kind of representation takes place in the Biography field, which is a module where Instagram users describe their identities, and what components does this representation include identity?” In this respect, the research is based on the quantitative data paradigm and is based on the descriptive model. This research, which aims to define an existing culture by understanding the content of social spaces accumulated by user practices, tries to grasp the layers of an alternative symbolic space that completes the visual identity construction of Instagram.

Within the scope of the research, all of the hypotheses determined on the basis of gender and age generation variables were confirmed in order to diagnose the culture of writing biographies on Instagram. This confirmation indicates that the narrative fiction approaches that first establish the Instagram identity have a strong correlation with the demographic layer. Considering that the visual sharing area is a psychographic universe, it can be stated that the demographic effect in question is more dominant in the Biography area. This indicates that an important set of findings has been reached in order to grasp the digital story of identity in a cultural breakdown, which requires narrative/communication skills such as lifestyles, performances and digital competencies.

Telling the identity as a digital story is a liquid experience that is tested in countless different ways in the representation events included in the visual culture, constantly repeated and shaped according to the fluidity of the culture. Offering multimedia possibilities on a single platform, Instagram also changes the nature of the texts, releasing new symbolic figures into the sharing network, and drawing multimodal routes for the aspects of identities. Emojis, which contain the common language codes of universal agreement, not only add universal meanings to the local languages of individuals, but also create the process of establishing an alternative language of fusion and sharing. Human qualities and actions, nature, tools, etc. In the emoji culture in which it is represented, it is usual to portray identity in collaboration with various visual elements. Biography performances of the user group examined within the scope of the study also show that there has been a shift towards this visual culture. It is possible that the written expression styles of identity will be replaced by new versions of visual materials in the process.

Other significant results of the study are; The holistic structure of traditional identity and defined centers of belonging are multiplying in number and diversifying in modular forms in the decentralized generation of digital culture. Static and usually tied to a single mechanism that establishes the identity, the codes are in relationship with variable, dynamic and numerous mechanisms on Instagram. Moreover, the equivalent of this relationship in the language of identity writing is a narrative style that is shortened, simplified and expanded to a few expressions. In digital culture characterized by brevity and speed, identity is a symbolic existence that needs to be summarized, modified, adapted to digital jargons.

**Destekleyen Kurum/Kuruluşlar** *Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:*

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

**Çıkar Çatışması** *Conflict of Interest:* Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

**Katkı Oranı (Birden fazla yazarı olan makale başvuruları için)**

*Author Contribution Percentage (For article submissions with more than one author):*

**Birinci yazar: % / First Author Percentage** \_\_\_33\_\_\_

**İkinci yazar: % / Second Author Percentage** \_\_\_32\_\_\_

**Üçüncü yazar: % / Second Author Percentage** \_\_\_20\_\_\_

**Dördüncü yazar: % / Second Author Percentage** \_\_\_15\_\_\_