



Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Catalhöyük International Journal of Tourism and Social Research

Dijital Sosyal Kimlik Oluşumunda Sosyal Medya
Kullanımının Etkileri ve Dinamikleri

Effects and Dynamics of Social Media Use in Digital Social
Identity Formation

M. Erhan Summak

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Atıf / Citation

Summak, M.E. (2024). Dijital Sosyal Kimlik Oluşumunda Sosyal Medya Kullanımının Etkileri ve Dinamikleri. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 12, 70-80. DOI: [10.58455/cutsad.1503427](https://doi.org/10.58455/cutsad.1503427)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhöyük International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.



Dijital Sosyal Kimlik Oluşumunda Sosyal Medya Kullanımının Etkileri ve Dinamikleri

M. Erhan SUMMAK

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

Geliş: 22.06.2024

Kabul: 25.06.2024

Yayın: 29.06.2024

DOI: [10.58455/cutsad.1503427](https://doi.org/10.58455/cutsad.1503427)

Haziran, 2024

Sayı: 12

Sayfalar: 70-80

Anahtar Kelimeler:

Dijital Çağ, Sosyal Kimlik, Sosyal Medya, Gizlilik, Anonimlik.

Article Information

Research Article

Submitted: 22.06.2024

Accepted: 25.06.2024

Published: 29.06.2024

DOI: [10.58455/cutsad.1503427](https://doi.org/10.58455/cutsad.1503427)

June, 2024

No: 12

Pages: 70-80

Keywords:

Digital Age, Social Identity, Social Media, Privacy, Anonymity.

Özet

Bu çalışma da, dijital çağın gelişimiyle birlikte sosyal medya platformlarının insanların sosyal kimliklerini oluşturma ve ifade etme süreçlerindeki rolü incelenmiştir. Sosyal medya, bireylerin dijital ortamdaki kimliklerini şekillendirme sürecinde kritik bir araçtır. Özellikle çevrimiçi etkileşimlerin, insanların kendilerini nasıl gördüklerini ve diğerlerini nasıl algıladıklarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca çalışmada, arkadaşlık ağlarının ve içerik yönetiminin çevrimiçi kimliklerin oluşumunda ve şekillendirilmesinde önemli olduğu vurgulanmıştır. Arkadaşlar ve takipçiler, kullanıcıların çevrimiçi varlıklarını düzenlemelerinde etkili olurken, içerik paylaşımı da sosyal onay arayışını etkilemektedir. Bununla birlikte, sosyal medyadaki karşılaştırma ve rekabet gibi faktörlerin, bireylerin benlik saygısı üzerinde olumsuz etkilere yol açabileceği ve tutarlı bir çevrimiçi kimlik sunumunu sağlamak için zorlu bir süreçle karşılaşabileceğini vurgulamaktadır. Gizliliğin ve anonimliğin de çevrimiçi kimliklerin oluşturulması sürecinde önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Gerçek isim kullanımı ile anonimlik arasında bir denge kurmanın mümkün olduğu ve sosyal medya platformlarının gizlilik ayarlarının, kullanıcıların çevrimiçi varlıklarını düzenlemelerine yardımcı olabileceği görülmüştür. Ancak bu süreçte kullanıcıların içsel ve dışsal baskılarla karşılaşabileceği ve çevrimiçi kimliklerinin karmaşıklığında gezinmek zorunda kalabilecekleri de bir gerçekliktir. Ayrıca çalışmada sosyal medyanın sosyal kimlik üzerindeki olumsuz etkileri de ele alınmıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bazı olumsuz etkilerin ortaya çıktığı ve bu etkilerin kullanıcıların yaşadığı stres ve kaygıları artırabileceği vurgulanmıştır. Bu noktaları göz önünde bulundurarak, dijital platformlarda sosyal kimliğin geleceği üzerine yapılan tartışmaların önemine de dikkat çekilmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyanın insanların sosyal kimlikleri üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkilerle başa çıkmak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Abstract

In this study, the role of social media platforms in the processes of creating and expressing people's social identities with the development of the digital age was examined. Social media is a critical tool in the process of shaping individuals' identities in the digital environment. Online interactions, in particular, play an important role in determining how people see themselves and perceive others. Additionally, the study emphasized that friendship networks and content management are important in the formation and shaping of online identities. While friends and followers influence users to organize their online presence, content sharing also influences the search for social approval. However, it highlights that factors such as comparison and competition on social media can lead to negative effects on individuals' self-esteem, and ensuring a consistent online identity presentation can be a challenging process. It is understood that privacy and anonymity play an important role in the process of establishing online identities. It has been shown that it is possible to strike a balance between real name use and anonymity, and that social media platforms' privacy settings can help users organize their online presence. However, it is also a reality that in this process, users may encounter internal and external pressures and may have to navigate the complexity of their online identities. In addition, the negative effects of social media on social identity were also discussed in the study. It has been emphasized that with the spread of social media, some negative effects have emerged and these effects may increase the stress and anxiety experienced by users. Considering these points, attention is also drawn to the importance of discussions on the future of social identity on digital platforms. In this context, more research is needed to understand and deal with the effects of social media on people's social identities.

Giriş

Dijital çağda bireylerin kimliklerini oluşturma, ifade etme ve yeniden tanımlama süreçleri giderek daha karmaşık ve çok yönlü bir hal almıştır. Sosyal medya platformları bu süreçlerde merkezi bir rol oynayarak, kullanıcıların kendilerini nasıl sunduklarını, başkaları tarafından nasıl algılandıklarını ve sosyal kimliklerini nasıl inşa ettiklerini derinlemesine etkilemiştir. Bu platformlar, bireylerin dijital dünyada kendilerini ifade etmelerine olanak tanırken aynı zamanda sosyal etkileşimlerin ve kimlik oluşumunun dinamiklerini de dönüştürmüştür. Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi varlıklarını oluşturma süreçlerinde esneklik ve kontrol sağlar. Bu sayede kullanıcılar, dijital profiller, avatarlar ve paylaşımlar aracılığıyla kendilerini ifade ederken, gerçek dünyadaki benliklerinin çeşitli yönlerini yansıtmaya veya tamamen yeni kimlikler oluşturma fırsatı bulurlar. Bu durum, dijital benlikler ile gerçek benlikler arasındaki sınırların bulanıklaşmasına yol açabilir.

Ancak sosyal medyanın kimlik oluşumu üzerindeki etkileri sadece olumlu yönde olmayıp, kullanıcıların sosyal medyada kendilerini ifade ederken çeşitli zorluklarla ve olumsuz etkilerle karşılaşabilmeleri de söz konusudur. Sosyal medya platformlarının rekabetçi doğası, kullanıcıların kendilerini sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırmalarına ve yetersizlik duygularına kapılmalarına neden olabilir. Ayrıca, siber zorbalık, mahremiyet ihlalleri ve diğer olumsuz etkileşimler, sosyal medya kullanıcılarının ruh sağlığı üzerinde ciddi etkiler yaratabilmektedir.

1. Dijital Çağda Sosyal Kimlik ve Kişisel Marka Oluşturma

Çevrimiçi etkileşimler yoluyla sosyal kimliği anlamak, bireylerin dijital alanlarda kendilerini ve diğerlerini nasıl algıladıklarının çok yönlü doğasını kabul etmekle başlar. Sosyal kimlik kavramı, bir bireyin benlik kavramının, kişisel kimlikleri ile ait oldukları çeşitli sosyal gruplar arasındaki karmaşık etkileşim yoluyla oluştuğu fikrine dayanır (Pegg vd., 2018). Dijital çağda, sosyal medya platformları insanların bilgi paylaşımını kolaylaştırmakta ve bu süreçte kullanıcılar kimliklerini oluşturup yeniden tanımlamaktadırlar. Bu dinamik yapı sosyal kimliklerin oluşumu açısından büyük bir önem taşımaktadır (Perry, 2021). Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformları, yalnızca arkadaşlar ve aileler arasında değil, aynı zamanda markalar ve müşterileri arasındaki ilişkileri de geliştirerek kullanıcıların sosyal kimliklerini etkilemede çok daha önemli hale gelmiştir (Helal ve Ozuem, 2021). Ayrıca bu platformlar, kullanıcıların kendilerini nasıl sundukları konusunda büyük bir esnekliğe sahip olup belirli fotoğraflar, yazılar ve etkileşimlerle kendilerini istedikleri şekilde tanıtabilirler bu da sosyal kimliklerinin dinamik bir şekilde oluşturulmasını sağlar.

Dijital avatarların ve profillerin benlik algısı üzerindeki etkisi bir anlamda sosyal medyanın dönüştürücü gücünü ifade eden bir olgudur. Dijital avatarların ve profillerin oluşturulması ve düzenlenmesi yoluyla, kullanıcılar kendilerini çevrimdışı gerçekliklerinin ötesine geçebilecek şekillerde tanımlayabilmekte, ifade edebilmekte ve temsil edebilmektedir. Zimmermann vd., (2023), çevrimiçi profillerin kullanıcıların gerçek dünyadaki kişiliklerini doğru bir şekilde tasvir etme eğiliminde olduğunu gösteren araştırmaların da ortaya koyduğu gibi, bireyler çevrimiçi profillerini genellikle gerçek kişiliklerinin uzantısı olarak kullandıklarından, kişinin dijital varlığını oluşturma becerisinin benlik algısı üzerinde derin etkileri vardır.

Avatarların ve özenle seçilmiş profillerin kullanımı, bireylerin kendilerini nasıl gördüklerini önemli ölçüde etkileyebilecek bir kimlik keşfi ve ifadesine olanak tanıyarak, sosyal medyanın kimlik gelişimi için kritik bir araç olduğunu göstermektedir (Faccennini, 2021). Bu dijital kimlik inşası süreci, çevrimiçi temsiller ile kişisel benlik algısı arasındaki karmaşık ilişkiye dair iç görüler sunmakta ve dijital ve gerçek benliklerimizin kesiştiği ve birbirini etkilediği incelikli yolları göstermektedir.

Çevrimiçi ve çevrimdışı sosyal kimlikler arasındaki ayrım, sosyal medyanın kimlik oluşumu üzerindeki daha geniş etkilerini anlamada kritik bir araştırma alanıdır. Bazı akademik çevreler dijital benliğin gerçek benliğin bir uzantısı olduğunu savunurken, diğerleri ise dijital platformların sunduğu esneklik ve benlik sunumu üzerindeki kontrolünü gerekçe göstererek bu ikisi arasında net bir sınır olduğunu düşünmektedirler (Thomas, 2023). Sosyal medya, sosyal normları ve beklentileri karşılama veya aşma arzusuyla kişinin çevrimdışı kimliğinden farklılaşabilen idealize edilmiş bir benliğin yaratılmasını kolaylaştırmaktadır (Ganda, 2014). Bu farklılık, kişinin çevrimiçi ve çevrimdışı benlikleri arasında karmaşık bir ilişkiye yol açabilir ve sosyal medya, kişinin kimliğinin geliştirilmiş veya alternatif versiyonlarını sergilemek için bir sahne görevi görür (Cover, 2015). Bu kimlikler arasındaki ayrım yalnızca bir doğruluk ya da yanlışlık meselesi olmayıp dijital çağda kimliğin çok yönlü doğasını yansıtmaktadır. Bu ayrımı anlamak, sosyal medyanın bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sosyal dünyalarında nasıl gezindikleri üzerindeki tam etkisini kavramak için gereklidir.

Sosyal medyanın başlangıcından günümüzdeki küresel hakimiyetine kadar olan yolculuğu, teknolojik evrim ve kültürel adaptasyonun dikkat çekici bir sürecidir. Başlangıçta sosyal medya, kullanıcıların uzak mesafeler arasında anında mesaj ve içerik paylaşmasına olanak tanıyan doğrudan bir elektronik bilgi alışverişi biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Streets (2023)' e göre bu dönem, sosyal medyayı bireylerin yalnızca bilgi alışverişinde bulunmakla kalmayıp aynı zamanda sosyal ağlar oluşturup sürdürebilecekleri sanal bir toplanma yerine dönüştürecek dijital bir devrimin başlangıcına işaret etmektedir. 2000'li yılların başları sosyal medya platformlarının yükselişine tanıklık etmiş olup, internet siteleri kullanıcılarının hayatlarının her yerinde bulunan bir parçası haline gelmiş ve küresel çevrimiçi nüfusun üçte ikisinden fazlası tarafından kullanılmıştır (Esteban, 2019). Sosyal medyanın bu hızlı yükselişi, platformları iletişim, sosyalleşme ve hatta ticaret için güçlü araçlara dönüştürerek modern dijital kültürün şekillenmesinde etkili olmuştur.

Sosyal medya platformlarının tasarımı, kullanıcı etkileşimini ve kimlik oluşumunu etkilemede kritik bir rol oynamaktadır. Kullanıcılara kendilerini ifade edebilecekleri, içerik paylaşabilecekleri ve başkalarıyla etkileşime geçebilecekleri alanlar sağlayan bu platformlar, kimlik ifadesi, keşif ve deneyim için elverişli fırsatlar sunmaktadır (Gündüz, 2017). Bunun yanında sosyal medyanın etkileşimli doğası kullanıcıların kişiliklerini, ilgi alanlarını ve yaşamlarının farklı yönlerini sunabilecekleri dinamik bir ortamı teşvik etmektedir (Perry, 2021). Ayrıca kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin viral olma potansiyeli, kişinin dijital varlığına özgünlük ve farkındalık katmaktadır. Bu önemli özelliklerin bir arada olması, kullanıcıları çevrimiçi kimliklerini sürekli olarak düzenlemeye ve değiştirmeye teşvik ederek hem gerçek dünyadaki benliklerini hem de arzu ettikleri kişiliklerini yansıtmaktadır.

Bu süreçte sosyal medya algoritmaları kullanıcı davranışlarına dayalı olarak içeriklerin düzenlenmesini ve arama sonuçları ile reklamların sıralanmasına yardımcı olur. Algoritmalar, kullanıcı katılımını ve sosyal dinamikleri önemli ölçüde etkileyecek şekilde içeriği filtreleyerek ve önceliklendirerek çevrimiçi toplulukların ve kimliklerin şekillendirilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu algoritmalar, bireysel tercihlere ve davranışlara hitap edecek şekilde tasarlanır, böylece yalnızca kullanıcı deneyimini kişiselleştirmekle kalmaz, aynı zamanda kimliklerin ve toplulukların çevrimiçi olarak oluşturulmasını ve sürdürülmesini de etkiler (Lüders vd., 2022). Kullanıcılar ve platformlar, algoritmik olanaklardan stratejik olarak faydalanarak görünürlük, bağlantı ve etkinin temel para birimleri olduğu dijital etkileşimin karmaşık ortamında gezinebilir (Rose, 2022). Kullanıcılar ve algoritmalar arasındaki bu simbiyotik ilişki, sosyal medyanın dijital ekosistemlerde sosyal kimliklerin inşası ve güçlendirilmesindeki dönüştürücü gücünü ifade eder.

Sosyal medyada kişisel bir marka oluşturmak, çeşitli platformlarda tutarlı davranışlar gerektirir. Bu tutarlılık sadece düzenli olarak paylaşım yapmakla ilgili olmayıp aynı zamanda sosyal medyadaki varlığımızın her yönünün (görsellerden mesajların tonuna kadar) farklı kanallarda sorunsuz bir şekilde uyumlu olmasını sağlamakla ilgilidir. Bu uyum marka algısını ve güvenilirliğini artırır, markanın hatırlanmasına ve tanınmasına önemli ölçüde katkıda bulunur. Kowalewicz (2023) Instagram, LinkedIn ve Twitter gibi platformlarda tutarlı bir markalaşma yaklaşımı, uyumlu ve tanınabilir bir kimliği kolaylaştırarak hedef kitlenin kişisel markayla ilişki kurmasını ve etkileşime geçmesini kolaylaştırır. Dahası bu tutarlılık, takipçiler için birleşik bir marka deneyimi yaratarak markaya yönelik güven ve sadakati teşvik eder.

Sosyal medyada beceri ve ilgi alanlarını sergilemeye yönelik stratejiler, mevcut platformların çeşitliliğini yansıtacak şekilde büyük farklılıklar göstermektedir. Her platform kişisel markalaşma için önemli fırsatlar sunar; örneğin LinkedIn profesyonel başarılar ve ağlar için idealdir, Instagram yaratıcı görsel içerik için daha uygun olabilmektedir.

2. Sosyal Kimlik Oluşturmada Akran Ağları ve İçerik Yönetimi

Çevrimiçi kişiliklerin şekillenmesinde arkadaşların ve takipçilerin rolü yadsınamaz olup sosyal medya platformları bu dinamik etkileşim için birincil alan olarak hizmet vermektedir. Bireyler genellikle çevrimiçi varlıklarını, öncelikle arkadaşları ve takipçilerinden oluşan izleyicilerinin etkin bir farkındalığıyla düzenlerler. Kullanıcılar sıklıkla onay ve olumlu tepkiler alacaklarına inandıkları içerikleri paylaştıklarından, bu kitle çevrimiçi kimliklerin inşasını doğrudan etkilemektedir. Davidson ve Joinson (2021)' e göre bu süreç, kişisel özgünlük ve sosyal arzu arasında süregelen bir müzakereyi yansıtan, neyin paylaşılacağı ve nasıl sunulacağına dair titiz bir seçimi içerir. Bu hassas denge, dijital dünyadaki sosyal bağlantıların önemini vurgulamakta ve çevrimiçi kişiliklerimizin akran algısı ve etkileşimi merceğinden geçirilerek oluşturulduğu karmaşık yolları ifade etmektedir.

Sosyal medya platformlarında sosyal onay arayışı da dijital kimliklerin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar genellikle öz değerlerini, paylaşımlarının aldığı beğeni, yorum ve paylaşım gibi etkileşimlerin miktarına ve kalitesine göre ölçmektedir (Chen, 2023). Bu durum, olumlu pekiştirmenin bir kullanıcının benlik algısını ve kimliğini önemli ölçüde etkileyebileceği dijital alanlardaki geri bildirim döngülerinin önemini göstermektedir (Ganda, 2014). Sosyal onay, kullanıcıların çevrimiçi davranışlarını ve içeriklerini yaygın onay alma olasılığı daha yüksek olacak şekilde düzenlemeleri için güçlü bir motivasyon kaynağı olarak işlev görür. Böylece, sosyal onayı en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan döngüsel bir davranış değişikliği modeline yol açabilir ve bu da kullanıcının dijital kimliğini şekillendirir.

Sosyal medya platformlarındaki karşılaştırma ve rekabet gibi durumlar bireylerin benlik saygısı üzerinde derin etkilere sahiptir ve genellikle olumsuz psikolojik sonuçlara yol açabilmektedir. Kullanıcıların kendi hayatlarını sürekli olarak başkalarının özenle seçilmiş hayatlarıyla karşılaştırmaları yetersizlik duygularına ve benlik saygısının azalmasına neden olabilmektedir. Warrender ve Milne (2020)'e göre bu durum beğeni, takipçi ve yorum sayısının kişinin sosyal konumu ve değerinin ölçülebilir bir kriteri haline gelebildiği sosyal medyanın rekabetçi yönüyle daha da kötüleşmektedir. Böylesi bir rekabet ortamı, depresyon ve anksiyete de dahil olmak üzere bir dizi ruh sağlığı sorununa yol açabilecek bir karşılaştırma kültürünü teşvik etmekte ve sosyal medya katılımına daha sağlıklı bir yaklaşım ihtiyacını göstermektedir.

Farklı sosyal ağlarda tutarlı bir benlik sunumu zor, çok yönlü ve karmaşık bir süreçtir. Sosyal medya platformları bir yandan kendini ifade etme ve kimlik oluşturma aşamaları olarak hizmet verirken diğer yandan kullanıcılara içerik paylaşma ve fikirlerini özgürce ifade etme olanağı sunmaktadır

(Gündüz, 2017). Ancak bu özgürlük, her biri farklı kültür ve normlara sahip çeşitli platformlarda kişinin kimliğinin nasıl tasvir edildiği konusunda tutarlılığı korumanın doğal zorluğunu da beraberinde getirmektedir (Ganda, 2014). Kullanıcılar genellikle kendilerini sosyal medyanın harekete geçirdiği sosyal karşılaştırma ve öz saygı mekanizmalarından etkilenerek, özgünlük ile yansıtmak istedikleri seçilmiş kişilikler arasındaki hassas dengede gezinirken bulurlar (Jeyanthi, 2022). Bu dengeleme eylemi yalnızca her platformun kendine özgü dilini ve görgü kurallarını derinlemesine anlamayı gerektirmekle kalmaz, aynı zamanda psikolojik olarak yıpratıcı olabilecek bir iç gözlem ve öz farkındalık düzeyini de ortaya çıkartırlar.

Sosyal medyada kişisel ve profesyonel kimlikleri dengelemeye yönelik stratejiler, içerik küratörlüğü ve persona (bireyin dış dünyada kabul görmek için taktığı bir nevi maske) yönetimine özenli bir yaklaşım gerektirmektedir. Uzmanlar rutin olarak sosyal medya kullanıcılarına, bu dijital ayak izlerinin genellikle kullanıcıların hem kişisel hem de profesyonel bağlamlarda bıraktığı ilk izlenim olduğunu akılda tutarak, çevrimiçi kişiliklerini hassasiyetle geliştirmelerini tavsiye etmektedir (Kucharska, 2024). Bu tavsiye pratik bir yaklaşımla, kişisel ve profesyonel kullanım için farklı profiller kullanmayı ve her bir personanın ilgili kitleye göre uyarlanması içerir. Bu çift kimlikli strateji sadece kişinin hayatının farklı yönlerini ayırmasına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda kişisel gizliliğin korunmasına ve profesyonel bağlantıların etkili bir şekilde teşvik edilmesine de yardımcı olur.

Birden fazla çevrimiçi kimliği yönetmenin psikolojik etkileri dış görünüşle ilgili endişelerin ötesine geçer. Araştırmalar, sosyal medya platformlarında farklı kimlikleri sürekli olarak dengelemenin, kullanıcıların çevrimiçi kimliklerini gerçek hayattaki kimlikleriyle uyumlu hale getirmeye çalışırken parçalanmış bir benlik duygusuna yol açabileceğini göstermektedir (Chen, 2023). Bu uyumsuzluk, sosyal medya platformlarının doğasında bulunan sosyal karşılaştırma eğilimi nedeniyle daha da kötüleşir. Kullanıcılar başarılarını ve yaşam tarzlarını sürekli olarak akranlarıyla karşılaştırarak değerlendirirler (Jeyanthi, 2022). Bunun sonucu olarak kusursuz personalalar oluşturma baskısı, kişinin gerçek benliği ile çevrimiçi temsili arasındaki ayrım giderek bulanıklaştığından, yetersizlik duygularına ve öz saygının azalmasına yol açabilir (Ganda, 2014). Kullanıcıların bu psikolojik stresleri hafifletmek için sosyal medya etkileşimlerinde özgünlüğe ve farkındalığa öncelik vererek sağlıklı bir dijital esenlik stratejisi geliştirmeleri çok önemlidir.

3. Çevrimiçi Kimliklerin Şekillendirilmesinde Gizlilik ve Anonimlik

Sosyal medya platformlarında gerçek isim kullanma veya anonimliği benimseme kararı, bireylerin kendilerini çevrimiçi ortamda nasıl sunmayı seçtiklerini önemli ölçüde etkilemektedir. Bir yandan, gerçek isimler etkileşimlere özgünlük katarak kullanıcılar arasında gerçek bağlantıları teşvik edebilir. Bununla birlikte, anonimlik seçeneği ise özellikle taciz veya takipten kaçınmak isteyenler için kritik bir gizlilik ve güvenlik zırhı sağlar (Kuneff, 2021). Bu ikili tercih kullanıcılara stratejik bir seçenek sunar. Kullanıcılar sosyal medyada gerçek kimlikleriyle yer alarak potansiyel olarak mahremiyetlerini riske atarlar ya da özgürleştirici şekilde kendini ifade etmeye olanak tanıyan takma adlar veya avatarlar kullanırlar. Takma ad kavramı ya da hayali isimlerin kullanımı, kullanıcıların anlamlı çevrimiçi etkileşimlerde bulunurken gerçek kimliklerini maskeleyebilecekleri bir orta yol sunarak çevrim içi sosyal kimlikleri daha da karmaşık hale getirmektedir.

Bunun yanında sosyal medya platformlarındaki gizlilik ayarları da kullanıcıların kendilerini ne kadar açık bir şekilde ifade ettikleri konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar bu ayarları düzenleyerek içeriklerini kimlerin göreceğini kontrol edebilir, böylece çevrimiçi görünüşlerini ve buna bağlı olarak başkalarının müdahalelerine veya bilgilerin olası kötüye kullanımına karşı savunmalarını yönetebilirler. Cirucci (2015)' e göre kişinin çevrimiçi varlığını düzenlemeye yönelik

bu kabiliyet sadece kişisel bilgileri korumakla ilgili değildir aynı zamanda bireylerin kendilerini özgün bir şekilde ifade etme isteklerini de önemli ölçüde etkiler. Bailey vd., (2020)' e göre araştırmalar, sosyal medyadaki özgünlüğün kullanıcıların refahıyla yakından bağlantılı olduğunu, insanların gerçek benliklerini ifade etmek için kendilerini güvende hissettiklerinde bunun ruh sağlıkları üzerinde olumlu etkileri olabileceğini göstermektedir. Wilska (2023) bu nedenle gizlilik ayarları sadece teknik özellikler olmayıp aynı zamanda kullanıcıları çevrimiçi kimliklerin ve topluluk katılımlarının karmaşıklıklarında gezinmeleri için cesaretlendiren temel araçlardır.

Sosyal medyada izlenme veya gözetlenme algısı, kullanıcıların davranışlarını ve çevrimiçi kişiliklerinin gerçekliğini derinden etkileyebilmektedir. Bu açıdan "Gözetim hayalleri" kavramı, kullanıcıların kendilerini dijital alanlarda nasıl sunduklarını etkileyen gerçek ya da hayali bir izleyici kitlesine dair farkındalıklarını ifade eder (Kucharska, 2024). Bu farkındalık oto sansüre veya kişinin algılanan sosyal normlara veya beklentilere uymak için çevrimiçi davranışını değiştirmesine yol açabilir. Bunun yanında gözetim, kullanıcıları çevrimiçi eylemlerini ve paylaştıklarının ahlaki sonuçları hakkında daha eleştirel düşünmeye de teşvik edebilir (Pan vd., 2023). Bu baskılara rağmen, sosyal medya kimlik keşfi için güçlü bir araç olmaya devam etmekte ve bireylerin özellikle de genç kullanıcıların, nispeten güvenli ve kontrollü bir ortamda kişiliklerinin farklı yönlerini denemelerine olanak sağlamaktadır (Wood, 2016).

Doğru sosyal medya platformunu seçimi, kullanıcı kimliklerinin farklı yönlerini gerçek ve etkili bir şekilde ifade etmeyi amaçlayan bireyler için çok önemlidir. Her sosyal medya platformu kendine özgü özellikler ve kullanıcı kitlesi sunar, bu da bazı platformları belirli şekilde kendini ifade etme biçimleri için diğer platformlardan daha etkilidir. Örneğin Instagram, genellikle görsel hikaye anlatımı ve estetik sunum için tercih edilir ve kullanıcıların yaşamlarının, ilgi alanlarının ve özlemlerinin görsel bir portföyünü oluşturmalarına olanak tanır. Buna karşılık Twitter (X), düşüncelerini paylaşmak, kamusal söylemlere katılmak veya gerçek zamanlı olarak ortak ilgi alanları üzerinden bağlantı kurmakla ilgilenenler için daha cazip olabilir (Ganda, 2014). Bu stratejik platform seçimi, bireylerin çevrimiçi varlıklarını uyarlamalarına olanak tanıyarak dijital kimliklerinin kişisel markalarıyla veya vurgulamak istedikleri yönleriyle uyumlu olmasını sağlar.

Kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin topluluk normları ve değerleri üzerindeki etkisi küçümsenemez. Bireyler düşüncelerini, deneyimlerini ve yaratıcı ifadelerini paylaştıkça, çevrimiçi topluluklarının norm ve değerlerinin şekillenmesine katkıda bulunurlar. Bu dinamik süreç, kullanıcı katılımının içerik görünürlüğünü önemli ölçüde belirlediği YouTube veya Instagram gibi platformlarda daha belirgindir. Buradaki trendler ve popüler içerikler kamuoyunun görüşünü değiştirebilir veya özel ilgi alanlarını ana akım haline getirebilir (Lüders vd., 2022). Dahası, bir topluluğun kolektif kimliği, üyeleri, içerikleri ve topluluk içinde onay ve kabul sinyali veren beğeniler, yorumlar ve paylaşımlardan oluşan geri bildirim döngüsü arasındaki etkileşimle sürekli olarak şekillenir (Meehan, 2018).

Beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar gibi etkileşim ölçümleri, içerik oluşturmanın ve buna bağlı olarak kullanıcıların sosyal medyadaki öz imajlarının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu ölçümler, içerik oluşturucuları içeriklerinin izleyiciler tarafından nasıl karşılandığı konusunda bilgilendiren anlık geri bildirim mekanizmaları olarak işlev görmektedir. Bu geri bildirim döngüsü, içerik oluşturucuların paylaşımlarını daha fazla etkileşim elde edecek şekilde uyarlamalarını etkileyebilir ve potansiyel olarak algılanan kitle tercihlerini karşılamak için kendi özgün ifadelerini değiştirebilir (Shahbaznezhad vd., 2021). Ayrıca, yüksek etkileşim oranları bir kullanıcının platformdaki görünürlüğünü artırarak sosyal onayının artmasına yol açabilir ve potansiyel olarak benlik saygısını ve kimlik algısını etkileyebilir (Voorveld vd., 2018). Bu durum, etkileşim ölçümleri

ile öz imaj arasındaki karmaşık ilişkiyi göstermekte olup dijital doğrulamanın sosyal medya ortamında kişisel kimlikle nasıl iç içe geçebileceğini vurgulamaktadır.

4. Sosyal Medyada Toplumsal Hareketler ve Kimlik Oluşumu

Sosyal medya platformlarındaki hashtag'ler, toplulukları ortak bir amaç veya ilgi alanı etrafında birleştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu basit ama güçlü araçlar, kullanıcıların trend olan konuşmaları bulmalarını ve bunlara katılmalarını sağlayarak ortak ilgi alanlarına sahip bireyler arasında aidiyet ve birlik duygusunu teşvik etmektedir (Ta'amneh ve Ghazo, 2021). İçeriğin belirli hashtag'ler altında toplanması yoluyla, sosyal medya kullanıcıları bu konuları çevreleyen söyleme kolayca erişebilir, paylaşabilir ve katkıda bulunabilir, böylece hashtag'ler toplulukları harekete geçirmek ve birleştirmek için bir işaret olarak etkili bir şekilde kullanılabilir.

Ayrıca sosyal medya platformlarındaki çevrimiçi aktivizm de kullanıcıların tutkulu oldukları amaçları savunmak için dijital alanda yararlandıkları derin bir kimlik ifadesi biçimi olarak hizmet etmektedir. Bu aktivizm biçimi sadece değişimi teşvik etmekle ilgili olmayıp aynı zamanda bireylerin kişisel ve kolektif kimliklerini ifade etmelerinin de bir yoludur (Greijdanus vd., 2020). Sosyal medya platformları doğası gereği, bu ifade biçimi için verimli bir zemin sağlayarak kullanıcıların deneyimlerini belgelemelerine, harmanlamalarına, topluluklar oluşturmalarına ve yeni normlar oluşturmalarına olanak tanır. Bu faaliyetler aracılığıyla kullanıcılar sadece bir hareketin katılımcıları değildir aynı zamanda aktif olarak kimliklerini inşa ve ifade etmekte, kendilerini destekledikleri amaçların değerleri ve hedefleriyle uyumlu hale getirmektedirler. Bu nedenle, sosyal medya aracılığıyla toplumsal hareketlere katılım sadece değişimi savunmak için bir araç değil, aynı zamanda dijital platformlarda sosyal aktivizm ve kimlik dinamiklerinin iç içe geçmiş doğasını yansıtan bir kimlik oluşumu ve ifade sürecidir.

Sosyal medyanın sosyal kimlik üzerindeki olumsuz etkileri de söz konusu olup bunlar siber zorbalık ve çevrimiçi taciz olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji aracılığıyla gerçekleşen siber zorbalık, incitici metinler, kaba sosyal medya gönderileri ve sohbet odası tacizi gibi bir dizi kötü niyetli davranışı kapsar. Zorbalık içeren paylaşımların platformlardaki diğer kullanıcılara erişilebilirliği, mağdurlara tekrarlayan zararlar vererek durumu daha da kötüleştirmektedir (Chan vd., 2021). Araştırmalara göre, günde 3-5 saatini çevrimiçi olarak geçiren bireylerin siber zorbalık yapma veya siber zorbalığa maruz kalma riskinin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Kee, 2022). Bu durum sosyal medya bağımlılığıyla da ilgili olup (Kao, 2021) bu tür çevrimiçi tacizin geniş kapsamlı sonuçları derindir ve ciddi psikolojik, duygusal ve sosyal etkilere yol açmaktadır (Louis ve Mohamed, 2024).

Bu durumun sosyal medya bağımlılığıyla birlikte kişisel kimlik üzerindeki etkisi, dijital çağda giderek artan bir endişe kaynağıdır. Sosyal medya platformları, kullanıcılara mesaj, video ve fotoğraf paylaşma olanağı sunarak özellikle genç kitleler için oldukça caziptir (Isbulan vd., 2024). Ancak bu çekiciliğin kişisel kimliğe bir bedeli vardır. Sosyal kimlik modeli, sosyal medya davranışlarının, çevrimiçi ağ sitelerinin cazibesinin etkisiyle bireylerin belirli sosyal gruplara ve ortak kimliklere aidiyet arzularıyla şekillendiğini öne sürmektedir (Wainner, 2018). Bireyler çevrimiçi ortamda giderek daha fazla zaman geçirdikçe, gerçek ve dijital kimliklerini dengelemek için mücadele ederek kendilerini sosyal medyanın pençesine daha derinden kapılmış bulurlar.

Sosyal medya tarafından yayılan gerçekçi olmayan standartları karşılama baskısı, bireylerin benlik saygısını önemli ölçüde etkilemektedir. Sosyal medya platformları sadece ünlüler ve modeller tarafından değil aynı zamanda akranlar tarafından da imkansız standartlar belirleyerek, hayatın idealize edilmiş versiyonlarını sergilemekle ön plana çıkmaktadır (Zhao, 2024). Sürekli olarak

mükemmellik algısına maruz kalmak, bireylerin kendi değerlerini başkalarının görünüşte kusursuz yaşamlarıyla kıyasladıkları yaygın bir sosyal karşılaştırma sürecini tetikler (Rühter, 2023). Bu etki özellikle sosyal medyanın öz imajları üzerindeki etkisine daha açık olan gençler ve genç yetişkinler arasında daha belirgindir (Smith, 2023). Araştırmalar, sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğini, ancak bu gerçekçi olmayan standartları karşılama baskısının çoğu zaman dengeyi olumsuzla doğru eğdiğini ve bireylerin kendileri ve dünyadaki yerleri hakkındaki algıları üzerinde zararlı etkilere neden olduğunu vurgulamıştır (Sharma, 2024).

Sosyal medyada ortaya çıkan eğilimler, özellikle gençler arasında kimlik oluşumunun manzarasını temelden değiştirmektedir. Bu dönüşüm büyük ölçüde gençlerin çeşitli platformlardaki tüketim tarzları aracılığıyla tüketici kimliklerini nasıl inşa ve ifade ettikleriyle ilgilidir (Wilska, 2023). Sosyal medya platformları, bu dijital ortamlardaki etkileşimlerden büyük ölçüde etkilenecek, bireylerin benlik ve kimlik anlayışlarını yönlendirmeleri için kritik bir alan haline gelmiştir (Ganda, 2014). Sosyal medyanın benlik sunumu, sosyal karşılaştırma ve öz saygı gibi unsurlar üzerindeki etkisi derindir ve gençlerin kendilerini ve başkalarını nasıl gördüklerini etkiler (Jeyanthi, 2022). Sosyal medya olumlu öz kimlik gelişimi için çeşitli yollar sunarken, aynı zamanda bireysel kimlik üzerindeki etkisinin karmaşık ikili doğasını da göstermektedir (Chen, 2023). Bu gelişen dijital ortam, bireylerin kimliklerini çevrimiçi ortamda algılama ve inşa etme biçimlerinin, sosyal medya kullanımının değişen dinamikleri ve günlük yaşamdaki rolü nedeniyle değişmeye devam edeceğini göstermektedir.

Sanal (VR) ve artırılmış gerçekliğin (AR) sosyal medyaya entegrasyonu, bireylerin çevrimiçi kimliklerini oluşturma ve deneyimleme biçimlerinde devrim yaratmaya hazırlanmaktadır. Çünkü bu teknolojiler, sosyal medyadaki varlığı daha dinamik ve ilgi çekici hale getiren sürükleyici deneyimler sunmaktadır. VR ve AR aracılığıyla sosyal deneyimlerini geliştirebilen kullanıcılar, iletişimlerini daha zengin ve dijital benliklerini daha canlı şekilde temsil edebilmektedirler (Suganya, 2024). Bu yenilikçi uygulamalar, dikkat çekerek hatırlanabilirliği artırmakla kalmaz (Emmerson, 2023), aynı zamanda kitle katılımını önemli ölçüde artırır, sadakati teşvik eder ve etkileşimi ciddi şekilde yönlendirir. Özellikle VR, kullanıcılarına olayları gerçek dünyada gerçekleşiyormuş gibi deneyimleyebilecekleri kadar sürükleyici bir dijital deneyim yaratmayı amaçlamaktadır. Bu teknolojik ilerleme, kimliklerin dijital alanlarda nasıl oluşturulduğu ve algılandığı konusunda yeni olanaklar sunarak deneyimi daha ilgi çekici ve gerçekçi hale getirmektedir.

Sosyal medya yalnızca bireysel ifade için bir alan sağlamakla kalmaz, aynı zamanda topluluk oluşturma ve kolektif kimlik oluşumu için de güçlü bir araç görevi görür. Sosyal medyanın bu yönü, dünya çapındaki kullanıcılar arasında bir aidiyet ve ortak kimlik duygusu yaratarak farklı insan gruplarını bir araya getirme kapasitesine sahiptir.

5. Sonuç ve Öneriler

Dijital çağın başlamasıyla birlikte, sosyal kimlik kavramı çevrimiçi dünyada da büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel sosyal kimlik teorilerinin çevrimiçi platformlara uyarlanması, bireylerin dijital alanlarda kendilerini ve diğerlerini nasıl algıladıkları ve sundukları konusundaki anlayışımıza yeni bir boyut getirmiştir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların sosyal kimliklerini oluşturma ve yeniden tanımlama süreçlerinde kritik bir rol oynadıkları görülmektedir. Bu platformlar yalnızca arkadaşlar ve aileler arasında değil, aynı zamanda markalar ve müşteriler arasında da ilişkileri geliştirmekte, böylece kullanıcıların kimliklerini etkili bir şekilde organize etmektedir.

Sosyal medyada dijital avatarlar ve çevrimiçi profiller, kullanıcıların çevrimdışı gerçekliklerinin

ötesine geçerek kendilerini ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Bu dijital temsiller, kullanıcıların kendilerini nasıl algıladıklarını ve nasıl sunduklarını derinden etkileyerek sosyal kimliklerin dinamik bir şekilde oluşturulmasını sağlar. Araştırmalar, çevrimiçi profillerin genellikle kullanıcıların gerçek dünyadaki kişiliklerini doğru bir şekilde yansıttığını, bu nedenle dijital varlık oluşturma becerisinin benlik algısı üzerinde büyük etkileri olduğunu göstermektedir.

Çevrimiçi ve çevrimdışı kimlikler arasındaki ayrım, sosyal medyanın kimlik oluşumu üzerindeki daha geniş etkilerini anlamada kritik bir araştırma alanıdır. Bazı akademik çalışmalar, dijital benliğin gerçek benliğin bir uzantısı olduğunu savunurken, diğerleri dijital platformların sunduğu esneklik ve kontrol nedeniyle bu iki kimlik arasında net bir sınır olduğunu düşünmektedir. Sosyal medya, kimliğin geliştirilmiş veya alternatif versiyonlarını sergilemek için bir sahne görevi görür ve bu durum çevrimiçi ve çevrimdışı benlikler arasındaki karmaşık bir ilişkiye yol açabilmektedir. Sosyal medyanın evrimi, teknolojik gelişmeler ve kültürel adaptasyonun dikkat çekici bir örneğidir. Bu platformların tasarımı, kullanıcı etkileşimini ve kimlik oluşumunu etkileyerek kimlik ifadesi, keşif ve deneyim için elverişli fırsatlar sunmaktadır. Sosyal medya algoritmaları da bu süreçte önemli bir rol oynar, kullanıcı davranışlarına göre içeriklerin düzenlenmesini ve kişiselleştirilmesini sağlar, bu da çevrimiçi toplulukların ve kimliklerin şekillendirilmesine yardımcı olur.

Sosyal medyada kişisel bir marka oluşturmak çeşitli platformlarda tutarlı davranışlar gerektirir. Bu tutarlılık, sosyal medyadaki varlığın her yönünün uyumlu olmasını sağlayarak marka algısını ve güvenilirliğini artırır. Kullanıcılar, beceri ve ilgi alanlarını sergilemek için farklı platformların özelliklerinden faydalanarak kişisel markalarını güçlendirebilirler.

Çevrimiçi kişiliklerin şekillenmesinde arkadaşların ve takipçilerin önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin çevrimiçi varlıklarını düzenlerken takipçilerin onayını ve tepkilerini dikkate almalarına olanak tanır. Sosyal onay arayışı, dijital kimliklerin oluşumunda büyük bir motivasyon kaynağıdır ve kullanıcılar, etkileşim ve onay almak için içeriklerini bu doğrultuda şekillendirirler. Ayrıca sosyal medya platformlarındaki karşılaştırma ve rekabet, bireylerin benlik saygısı üzerinde derin etkilere yol açabilmektedir. Kullanıcılar, kendi hayatlarını başkalarının özenle seçilmiş hayatlarıyla karşılaştırarak yetersizlik duygularına kapılabilirler. Bu durum, sosyal medyanın rekabetçi doğasıyla birleştiğinde, depresyon ve anksiyete gibi ruh sağlığı sorunlarına sebep olabilmektedir. Bunun yanında sosyal medya platformlarında gizlilik ve anonimlik, kullanıcıların kendilerini çevrimiçi olarak nasıl sunduklarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Gerçek isim kullanma veya anonimliği tercih etme kararı, bireylerin etkileşimlerinin özgünlüğü ve güvenliği üzerinde belirleyici olabilir. Sosyal medya platformlarının gizlilik ayarları, kullanıcıların çevrimiçi görünürlüklerini ve müdahalelere karşı savunmalarını yönetmelerine olanak tanır.

Sosyal medyada kişisel ve profesyonel kimlikleri dengeleyebilmek, içerik yönetimi ve persona stratejileri gerektirir. Kullanıcılar, çevrimiçi kişiliklerini hassasiyetle geliştirerek hem kişisel gizliliklerini koruyabilmekte hem de profesyonel bağlantılarını etkili bir şekilde teşvik edebilmektedirler. Farklı platformlarda tutarlı bir benlik sunumu sağlamak, kullanıcıların sosyal medya katılımında özgünlük ve farkındalık stratejileri geliştirmelerini gerekli kılmaktadır. Sosyal medya platformları, toplumsal hareketlerin ve aktivizmin dijital alanda yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çevrimiçi aktivizm, kullanıcıların kimliklerini ifade etmeleri ve kolektif kimliklerini inşa etmeleri için güçlü bir araç haline gelmiştir. Ancak sosyal medyanın sosyal kimlik üzerindeki olumsuz etkileri de söz konusu olup siber zorbalık ve mahremiyet ihlalleri gibi sorunlar da dikkate alınmalıdır.

Bilgi Notu

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Makalede ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde **Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisinin** hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma, TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Katkı oranları: 1. Yazar = %100.

Kaynakça

Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications*, 11(1), 1-9.

Chan, T. K., Cheung, C. M., & Lee, Z. W. (2021). Cyberbullying on social networking sites: A literature review and future research directions. *Information & Management*, 58(2), 103411.

Chen, S. (2023). The influence of social media platforms on self-identity in the new media environment: The case of tiktok and instagram. In *SHS Web of Conferences*, 165, 1020, EDP Sciences.

Cirucci, A. M. (2015). Redefining privacy and anonymity through social networking affordances. *First Monday*, 20(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i7.5465>

Cover, R. (2015). Digital identities: Creating and communicating the online self. Academic Press.

Davidson, B. I., & Joinson, A. N. (2021). Shape shifting across social media. *Social Media+ Society*, 7(1), 2056305121990632.

Emmerson, R. (2023). The growing role of VR and AR in social media marketing. <https://resources.audiense.com/en/blog/the-growing-role-of-vr-and-ar-in-social-media-marketing> adresinden 3 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.

Esteban , O. O. (2019). The rise of social media. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media> adresinden 31 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

Faccennini, F. (2021). Digital avatars: thinking about personal identity in social media. *Philosophy Today*, 65(3), 599-617.

Ganda, M. (2014). Social media and self: Influences on the formation of identity and understanding of self through social networking sites. Üniversite Onur Tezi, Portland Eyalet Üniversitesi, Portland, Oregon, ABD.

Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49-54.

Gündüz, U. (2017). Sosyal medyanın kimlik inşası üzerindeki etkisi. *Akdeniz sosyal bilimler dergisi*, 8(5). 85-92.

Helal, G., & Ozuem, W. (2021). Social media and social identity in the millennial generation.

In Research Anthology on Strategies for Using social media as a Service and Tool in Business, 161-200, IGI Global.

Isbulan, O., Cam, E., & Griffiths, M. D. (2024). The mediating effect of social network identity management on the relationship between personality traits and social media addiction among pre-service teachers. *BMC psychology*, 12(1), 146.

Jeyanthi, M. (2022). Social media and identity formation—The influence of self-Presentation and social comparison. *Mind and Society*, 11(02), 138-144.

Kee, D. M. H., Al-Anesi, M. A. L., & Al-Anesi, S. A. L. (2022). Cyberbullying on social media under the influence of COVID-19. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(6), 11-22.

Kowalewicz, R. (2023). Building A Strong Social Media Brand Identity. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2023/12/08/building-a-strong-social-media-brand-identity/?sh=178837da88a8> adresinden 31 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

Kucharska, W. (2024). Self-perceived personal brand equity of knowledge workers by gender in light of knowledge-driven organizational culture: Evidence from poland and the united states. *SAGE Open*, 14(1), 21582440241227280.

Kuneff, N. (2021). Advantages of Anonymity in Social Media. <https://wbhsbullseye.com/2929/news/advantages-of-anonymity-in-social-media/> adresinden 3 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.

Louis, F., & Mohamed, S. (2024). Cyberbullying and online harassment: A multifaceted examination of digital platform violence. *Journal of Sexual Aggression*.

Lüders, A., Dinkelberg, A., & Quayle, M. (2022). Becoming “us” in digital spaces: How online users creatively and strategically exploit social media affordances to build up social identity. *Acta Psychologica*, 228, 103643.

Meehan, M. (2018). Applying social identity theory to the social media content strategy of a global brand: The role of brand-and user-generated content in global social identification. Doctoral dissertation, Open Access Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington.

Pan, X., Hou, Y., & Wang, Q. (2023). Are we braver in cyberspace? Social media anonymity enhances moral courage. *Computers in Human Behavior*, 148, 107880.

Pegg, K. J., O'Donnell, A. W., Lala, G., & Barber, B. L. (2018). The role of online social identity in the relationship between alcohol-related content on social networking sites and adolescent alcohol use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(1), 50-55.

Perry, J. (2021). Exploring the Impact of Social Media on Identity Formation. <https://jordan-perry.medium.com/exploring-the-impact-of-social-media-on-identity-formation-2a8d501b4874> adresinden 31 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

Rose, C. (2022). How social media’s rhetoric shapes the social identity of online groups: Forming, confirming and reinforcing and the algorithmic role, Öğrenci Araştırma Makaleleri. Mary Washington Üniversitesi.

Rüther, L., Jahn, J., & Marksteiner, T. (2023). # influenced! The impact of social media influencing on self-esteem and the role of social comparison and resilience. *Frontiers in Psychology*, 14, 1216195.

Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2021). The role of social media content format

and platform in users' engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53(1), 47-65.

Sharma, A., Wairagade, N., Reddy, D. L., Mamoria, P., & Kishore, P. N. (2024). Social media and identity formation: examining the impact on contemporary society. *Journal of Research Administration*, 6(1).

Sharma, N. (2024). The effect of social media on body image, self esteem and social appearance anxiety among young adults. *IJRAR-International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, 11(1), 38-72.

Smith, M. (2023). The impacts of social media on youth self-image. <https://news.illu.edu/health-wellness/impacts-of-social-media-youth-self-image> adresinden 3 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.

Streets, M. (2023). The history and evolution of social media explained. <https://www.techtarget.com/whatis/feature/The-history-and-evolution-of-social-media-explained> adresinden 31 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

Suganya, V., & Kalaivani, M. (2024). Implications of the technological revolution on human life in the digital future: A metaverse perspective. In *Omnichannel Approach to Co-Creating Customer Experiences Through Metaverse Platforms*, 1-15. IGI Global.

Ta'amneh, I. M., & Al-Ghazo, A. (2021). The importance of using hashtags on raising awareness about social issues. *International Journal of Learning and Development*, 11(4), 10-24.

Thomas, S. (2023). A Virtual Life: How Social Media Changes Our Perceptions. <https://www.thechicagoschool.edu/insight/from-the-magazine/a-virtual-life/> adresinden 31 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

Voorveld, H. A., Van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with social media and social media advertising: The differentiating role of platform type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38-54.

Wainner, C. N. (2018). Social media addiction and its implications for communication. Chancellor's Honors Program Projects. University of Tennessee, Knoxville.

Warrender, D., & Milne, R. (2020). Social media, social comparison and mental health. *Nursing Times*, 116(3), 58-61.

Wilska, T. A., Holkkola, M., & Tuominen, J. (2023). The role of social media in the creation of young people's consumer identities. *SAGE Open*, 13(2), 21582440231177030.

Wood, M. A., Bukowski, W. M., & Lis, E. (2016). The digital self: How social media serves as a setting that shapes youth's emotional experiences. *Adolescent Research Review*, 1, 163-173.

Zhao, Q., & Chang, S. (2024). Could directly shifting self-doubt mind-set reduce the negative effects of chronic self-doubt?. *The Journal of Social Psychology*, 164(4), 413-432.

Zimmermann, D., Wehler, A., & Kaspar, K. (2023). Self-representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*, 42(25), 21775-21789.