



SOSYAL MEDYA VE KAMUOYU ALGISI: “EN ANKARA FOTOĞRAFIM” AKIMI

Dudu YURT*

Banu COŞKUN**

Öz

Sosyal medya platformlarında ortaya çıkan ve kısa sürede geniş kitlelere yayılan akımlar, dijital ortamda kimlik inşasını, benlik sunumu ve bunların kamuoyundaki karşılığını doğrudan içinde barındıran toplumsal olgulardır. Bu çalışma, 2025 yılında Ankara’da Kızılay yön tabelasına asılarak poz verilmesiyle görünürlük kazanan sosyal medya akımının kamuoyunda nasıl anlamlandırıldığını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın örneklemini, Instagram platformunda akıma ilişkin paylaşılan ve en çok etkileşim alan gönderilerin kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırma, netnografi yöntemi ile yürütülmüş ve veriler arşivsel veri toplama tekniği vasıtasıyla elde edilmiştir. Çalışma kapsamında toplanan veriler, kamuoyunun akıma yaklaşımı çerçevesinde ele alınmış; dijital benlik sunumu, kent kimliği, gençlik ve toplumsal beklentiler ile kamusal alan bağlamında analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, kamuoyunun söz konusu akıma katılanlara yönelik mesafeli ve eleştirel bir tutum sergilediği, kullanıcı yorumlarında kent kimliği ve aidiyet sınırlarının yeniden üretildiği, genç kuşaklara yönelik eleştirel söylemlerin öne çıktığı ve akımın kamusal alanın kullanımı açısından sorunlu bir katılım biçimi olarak çerçevelendirildiği tespit edilmiştir. Bu yönüyle çalışma, sosyal medya akımlarının toplumsal düzlemde nasıl değerlendirildiğini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

* Dr., dudu.yurt18@gmail.com, Ankara/Türkiye.

** Öğretim Görevlisi, Tarsus Üniversitesi, Rektörlük, bccoskun@gmail.com, Mersin/Türkiye.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya akımları, dijital kimlik ve benlik sunumu, kuşaklar ve toplumsal algı

SOCIAL MEDIA AND PUBLIC OPINION: THE “MY MOST ANKARA PHOTO” TREND

Abstract

Social media trends that emerge on digital platforms and rapidly spread to wide audiences constitute social phenomena that inherently involve identity construction, self-presentation and public interpretations. This study aims to examine how a social media trend gaining visibility in 2025 through individuals posing on a Kızılay direction sign in Ankara is interpreted by the public. The sample of the research consists of user comments on the most engaged posts related to the trend on Instagram. Accordingly, the study was conducted using the netnography method, and the data were collected through an archival data collection technique. The collected data were analyzed within the framework of public responses to the trend, focusing on digital self-presentation, urban identity, youth, social expectations, and the use of public space. The findings reveal that the public adopts a distanced and critical stance toward participants of the trend. User comments indicate the reproduction of urban identity and boundaries of belonging, the prominence of critical discourse directed at younger generations, and the framing of the trend as a problematic form of participation in terms of public space use. In this respect, the study is significant in demonstrating how social media trends are evaluated at the societal level.

Keywords: social media trends, digital identity and self-presentation, generations and social perception

1. GİRİŞ

Dijital medya teknolojilerinin gündelik yaşamın merkezî bir unsuru hâline gelmesi, bireylerin iletişim kurma biçimlerinin yanı sıra kendilerini algılama, tanımlama ve başkalarına sunma pratiklerini de köklü biçimde dönüştürmüştür. Bu dönüşümün odağında, literatürde “dijital yerliler” (veya net kuşağı) olarak adlandırılan ve dijital ile medya doygunluğu yüksek bir toplumsal bağlamda yetişen kuşak yer almaktadır. Dijital yerliler; bilgisayarlar, videolar, video oyunları ve sosyal medya gibi dijital ortamların diline erken yaşlardan itibaren

aşına olan, bu dili adeta “ana dili” gibi kullanan ve ilkokuldan üniversite düzeyine kadar uzanan genç kuşağı ifade etmektedir (Prensky, 2001).

Dijital yerliler arasında Facebook, Twitter, Instagram ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarının yaygın biçimde kullanılması, hızlı ve düşük maliyetli iletişim olanakları sunmakta; bu durum, yüz yüze etkileşimlere kıyasla elektronik etkileşimlerin daha fazla tercih edildiğini göstermektedir (Williams vd., 2012). Riegel ve Mete'nin (2017, s. 51) de vurguladığı üzere dijital yerliler, sosyal etkileşimden hoşlanmakla birlikte, iletişimi daha pratik ve sürdürülebilir kıldığı için sosyal medya ve dijital uygulamaları tercih etmektedir. Bu eğilim, sosyal medya platformlarını yalnızca iletişim kanalları olmaktan çıkararak kimlik, benlik ve görünürlük pratiklerinin kurulduğu temel alanlar hâline getirmektedir.

Bilhassa sosyal medya platformları, gündelik yaşama ilişkin deneyimlerin sürekli olarak paylaşıldığı, sergilendiği ve başkalarının değerlendirmesine açıldığı mecralar olarak işlev görmektedir. Maranto ve Barton'a (2010, s. 38) göre sosyal medya, gençlere kimlik inşasının postmodern mantığını kavrayabilecekleri performatif alanlar sunmakta ve kimlik oluşumuna aracılık etmektedir. Bu durum, bireylerin kendi yaşamlarını ve benliklerini başkalarının bakışı üzerinden yeniden düşünmelerine neden olmaktadır. Nitekim Briggs ve Burke'e (2023, s. 379) göre gündelik yaşama dair paylaşımlar, bireylerin kendilerinin ve yaşamlarının başkalarına nasıl görüldüğü üzerine daha fazla düşünmelerine yol açmaktadır. Bu yönüyle sosyal medya, benliğin deneyimlenmesine imkân tanıyan bir zemin olmanın yanı sıra, benliğin sürekli biçimde gözden geçirildiği, düzenlendiği ve yeniden kurgulandığı ve başkaları tarafından değerlendirildiği bir alan hâline gelmektedir.

Sosyal medya ortamlarında benliğin bu denli görünür hâle gelmesi, benlik sunumunun giderek performatif bir karakter kazanmasına yol açmaktadır. Bu süreci kavramsallaştırmak açısından Erving Goffman'ın benliklerin sunumuna

dair geliştirdiği yaklaşımı önemli bir altyapı sunmaktadır. Goffman’a (2021, s. 82) göre benliğin sunumundaki performansın temel amacı çoğu zaman bireysel özelliklerini yansıtmak değil, sahnelenen görevin ya da sunulan imajın özelliklerini öne çıkarmaktır. Sosyal medya kullanıcıları açısından değerlendirildiğinde, paylaşımlar yoluyla sergilenen benlik, bireyin “kim olduğu”ndan çok, “nasıl algılanmak istediği”ne işaret eden stratejik bir sunum hâline gelmektedir.

Papacharissi’ye (2009, s. 201) göre sosyal ağ siteleri, kendini sunma ve bağlantı kurmayı mümkün kılan bir mantıkla çalışmakta; ancak bu mecralar, iletişimi kolaylaştıran yapısal özellikler aracılığıyla Castells’in (2013) gerçek sanallık kültürü olarak tanımladığı bağlamda üretilen sembolik kodlar, etkili hâle gelmektedir. Bu kodlar, kullanıcıların kimliklerini nasıl sunacaklarını, hangi içeriklerin görünür olacağını ve hangi davranışların anlamlı kabul edileceğini belirleyen çerçeveler oluşturmaktadır. Bu bağlamda dijital kimlikler, yalnızca bireyin çevrim içi varlığını temsil eden teknik profiller değil; aynı zamanda birer vitrin işlevi gören sembolik yapılar olarak değerlendirilmektedir. Nitekim Çöteli’nin (2019, s. 6) de ifade ettiği üzere kimlikler, bireylerin diğer kullanıcılarla etkileşim kurması, takip edilmesi ve beğeni alması açısından merkezi bir rol üstlenmektedir.

Tüm bu yaklaşımlar göz önüne alındığında, sosyal medya ortamlarının benlik sunumu, performans, izleyici etkileşimi ve dijital kimlik inşasının iç içe geçtiği çok boyutlu alanlar olduğu görülmektedir. Bireyler bu alanlarda kendilerini ifade etmenin ötesine geçerek, toplumsal normları, kuşaksal değerleri ve kamusal beklentileri de müzakere etmektedir. Bu çalışma, söz konusu kuramsal arka plan doğrultusunda, Türkiye’de Kızılay tabelası ile en Ankara fotoğrafım söylemi etrafında bir akıma dönüşen olgunun kamuoyunda nasıl karşılık bulduğunu ele almaktadır. Buradan hareketle çalışma, söz konusu akımın kamuoyunda kullanıcı

etkileşimleri üzerinden nasıl anlamlandırıldığını; özellikle dijital kimlik, benlik sunumu ve kuşak ekseninde, kullanıcı yorumları üzerinden ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma verileri, Instagram’da akıma ilişkin paylaşılan ve en çok kullanıcı yorumu alan gönderiler üzerinden toplanmış, toplanan veriler netnografi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada öncelikle dijital medyadaki kimlik ve benlik sunumu, medya ve kuşak ilişkisi ele alınmış ardından Instagram platformundaki kullanıcı yorumlarından elde edilen veriler çalışmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır.

2. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KUŞAKLAR VE KİMLİK İNŞA PRATİKLERİ

Toplumlarda yaş kuşakları, belirli tarihsel dönemlerde ortak deneyimler etrafında şekillenen, bireylerin dünyayı algılama, değerlerini yönlendirme ve toplumsal konumlanışlarını belirleyen sosyo-tarihsel yapılarıdır. Bu açıdan kuşak kavramı, biyolojik yaşın yanı sıra bireylerin sosyalleştiği toplumsal, kültürel ve teknolojik koşullara odaklanan analitik bir araçtır (Mannheim, 1952). Özellikle dijitalleşen çağda, kuşakların benlik sunumları ve kimlik pratikleri giderek dijital ortamlar üzerinden şekillenmekte, kuşak kavramı yaş temelli sınıflandırmanın ötesinde ifade ve konumlanışları analiz etmeye olanak tanımaktadır.

Bu yaklaşım, kuşakları tarihsel bağlamları içinde ele alan klasik kuramsal çerçevelerle örtüşmektedir. Mannheim’ın kuşak kuramı, kuşakların belirli tarihsel ve toplumsal süreçler içinde ortak deneyimler yoluyla şekillenen konum kimlikleri olduğunu vurgulayarak, kavramın sosyo-tarihsel temellerini açıklamada önemli bir referans sunmaktadır (Mannheim, 1952, s. 292). Toplumsal, ekonomik, politik ve teknolojik dönüşümler, bireylerin dünyayı anlamlandırma biçimlerini ve iletişim pratiklerini kuşaksal düzeyde farklılaştırmaktadır (Alwin & McCammon, 2004, s. 25; Costanza vd., 2023, s. 2). Dolayısıyla kuşaklar, salt kronolojik yaş aralıklarıyla değil; bireylerin

sosyalleştikleri tarihsel medya ortamları ve bu ortamlarla kurdukları etkileşim biçimleri dikkate alınarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde bu kuşaksal farklılaşmanın en görünür olduğu alanlardan biri dijital medya pratikleridir. Dijital teknolojilerin gündelik yaşama yoğun biçimde entegre olması, iletişim kurma, içerik üretme ve kendini ifade etme biçimlerinde köklü dönüşümler yaratmıştır. Yaş önemli bir değişken olmakla birlikte, kuşaksal farklılıkların yalnızca yaşla değil; bireylerin içinde sosyalleştikleri medya ekolojileriyle doğrudan ilişkili olduğu kabul edilmektedir.

Kuşaksal farklılaşmayı açıklamak amacıyla literatürde çeşitli kavramsal ayrımlar geliştirilmiş; bunlar arasında “dijital yerli” ve “dijital göçmen” ayrımı öne çıkmıştır. Dijital yerliler, dijital teknolojilerin gündelik yaşamın merkezinde olduğu bir bağlamda büyüyen ve eğitimden iletişime birçok pratiğini bu ortamlar üzerinden sürdüren kuşakları ifade ederken; dijital göçmenler, dijital teknolojilerle sonradan tanışan ve bu ortamlara uyum sağlayan kuşakları tanımlamaktadır (Bilgiç vd., 2011, s. 258).

Bununla birlikte bu ayrım, açıklayıcı olmakla birlikte indirgemeci bir risk de barındırmaktadır. Dijital yerli–dijital göçmen ikiliği, kuşak deneyimlerini homojenleştirme potansiyeline sahip olduğundan, mutlak kategoriler olarak değil; kuşakların medya teknolojileriyle kurdukları ilişkinin tarihsel yönelimlerini görünür kılan analitik bir çerçeve olarak değerlendirilmelidir.

Bu analitik yaklaşım doğrultusunda, kuşakların dijital medya deneyimlerinin tarihsel bir süreklilik içinde ele alınması gerekmektedir. Medya pratikleri, geleneksel kitle iletişim araçlarından dijital ortamlara uzanan bir dönüşüm sürecinde şekillenmiş; her kuşak, sosyalleştiği medya ekolojisinin olanakları doğrultusunda farklı iletişim biçimleri geliştirmiştir. Bu nedenle kuşakların

iletişim pratikleri ve dijital ortamlara uyum düzeyleri, baskın medya teknolojileriyle yakından ilişkilidir.

20. yüzyıl boyunca Sessiz Kuşak ve Bebek Patlaması Kuşağı, ağırlıklı olarak yüz yüze iletişime ve radyo, televizyon, telefon gibi tek yönlü kitle iletişim araçlarına dayalı bir medya ekolojisi içinde sosyalleşmiştir (Tapscott, 2009, s. 11; Heng & Yazdanifard, 2013, s. 838). Bu kuşaklarda duygusal ifade, büyük ölçüde fiziksel etkileşimlere dayalı ve daha sınırlı biçimlerde ortaya çıkmış; dijital platformlar ise ikincil iletişim araçları olarak konumlanmıştır.

Bu tarihsel süreklilik içinde X Kuşağı, geleneksel medya ile dijital medya arasında bir geçiş deneyimini temsil etmektedir. Marc Prensky (2001), bu kuşağı “dijital göçmenler” olarak tanımlamakta ve dijital teknolojilerle sonradan tanışan bireylerin önceki medya alışkanlıklarının izlerini sürdürdüğünü belirtmektedir. Prensky’nin “göçmen aksanı” metaforu, bilgiye erişimde geleneksel kaynaklara yönelme ya da dijital araçları kullanım kılavuzları aracılığıyla öğrenme gibi pratiklerle somutlaşmaktadır.

X Kuşağı’nda gözlemlenen geçiş deneyimi, Y Kuşağı’nda (1970’lerin sonları–2000’lerin başları) daha içselleştirilmiş bir dijital sosyalleşme biçimine dönüşmektedir. Kişisel bilgisayarlar, internet ve sosyal ağların yaygınlaştığı bir dönemde yetişen Y Kuşağı, dijital ortamları yalnızca bilgiye erişim araçları olarak değil; sosyal ilişkilerin kurulduğu ve kimliklerin görünür kılındığı kamusal alanlar olarak kullanmaktadır. Bu kuşakta içerik üretimi ve çevrim içi duygusal paylaşım, önceki kuşaklara kıyasla daha yaygın ve görünür hâle gelmiştir (Bolton vd., 2013, s. 247).

Bu bağlamda Y Kuşağı, literatürde sıklıkla “dijital melezler” olarak tanımlanmakta; dijital yerli ve dijital göçmen özelliklerini birlikte taşımakla birlikte her iki gruptan da belirli yönleriyle ayrılmaktadır. Dijital teknolojilerden

yoğun biçimde yararlanan bu kuşakta, geleneksel medya pratikleri tümüyle ortadan kalkmamakta; ancak teknolojiye karşı belirgin bir direnç de görülmemektedir (Karabulut, 2015, s. 20).

Dijital teknolojilerin gündelik yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmesiyle birlikte kuşaksal dönüşüm, Z Kuşağı ile daha belirgin hâle gelmiştir. Dijital teknolojilerin içine doğmuş ilk kuşak olarak tanımlanan Z Kuşağı (1990’ların ortaları–2010’ların sonları), akıllı telefonlar, sosyal medya ve sürekli bağlantılı dijital ortamlar içerisinde sosyalleşmiştir (Prensky, 2001; Tapscott, 2009, s. 17). Bu kuşak için dijital platformlar, yalnızca iletişim araçları değil; benlik sunumlarının kurulduğu, kimliklerin müzakere edildiği ve duygusal deneyimlerin paylaşıldığı temel kamusal alanlar olarak işlev görmektedir.

Farklı sosyo-kültürel bağlamlarda yaşamalarına rağmen, Z Kuşağı bireylerinin dijital kültür aracılığıyla benzer ifade biçimleri ve medya pratikleri geliştirmesi, kuşaksal benzerliklerin dijitalleşme üzerinden yeniden üretildiğini göstermektedir (Panagiotou vd., 2022, s. 455). Bu bağlamda Prensky (2001), Z Kuşağı’nı dijital teknolojilerle doğuştan iç içe olan “dijital yerliler” olarak tanımlamaktadır.

Kuşaklar arası farklılaşma, doğrusal bir teknolojik ilerlemeden ziyade tarihsel bağlamlara özgü deneyim örüntüleriyle şekillenmektedir. Dijital medya pratikleri, yalnızca teknolojik araçların kullanım düzeyiyle değil, bireylerin sosyalleştiği tarihsel ve kültürel medya ekosistemleriyle de ilişkilidir. Sessiz Kuşak’tan Z Kuşağı’na uzanan süreçte dijitalleşme, kuşaklar arasında geçiş ve uyum düzeyleri farklılaşan doğrusal olmayan bir dönüşüm göstermektedir. Bu bağlamda dijital yerli, dijital göçmen ve dijital melez kavramları, kuşakların medya ilişkilerini ve benlik sunumlarındaki dönüşümü görünür kılan analitik bir çerçeve sunmaktadır. Günümüzde dijital ortamlar, kimlik ve benlik sunumlarının

temel alanları hâline gelmiş; bu da kuşak farklılıklarının ampirik olarak incelenmesini önemli kılmaktadır.

3. DİJİTAL KİMLİK VE BENLİK SUNUMU

İnternet teknolojilerindeki gelişmeler ve dijital medya uygulamalarının gündelik yaşama yoğun bir biçimde dahil olması, bireylerin toplumdaki konumlarını, kimlik algılarını ve bunu sunma biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Dijital ortamlar, iletişimin gerçekleştiği teknik araçlar olmanın ötesine geçerek, kişiler ve toplumsal gruplar arasındaki etkileşim pratiklerini yapılandıran ve aynı zamanda bireylerin benliklerini yeniden kurabildikleri toplumsal alanlar haline gelmiştir. Nitekim Papacharissi'ye göre bu sanal çevrim içi ortamlar, fiziki mekanlarda olduğu gibi belirli etkileşim biçimlerini bir yandan şekillendirmiş bir yanda da mümkün kılmıştır (Papacharissi, 2009, s. 200).

Dijital medyanın bireylere ve toplumlara sunduğu olanaklar, sadece diğer bireyler veya toplumsal gruplarla etkileşim kurma imkânı sağlamakla sınırlı kalmamakta; bireylerin kendilerini ifade etme, görünür kılma ve kimliklerini, benliklerini inşa etme ve sunma süreçlerini de doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bağlamda dijital teknolojiler, kullanıcılar tarafından birer kendini ifade etme ve anlam üretme aracı olmaktadır. Bu ortaya çıkan durum, bir anlamda, bireylerin kullanıcı konumları üzerinden benlik ve kimlik algılarını görünür kılabilmelerine de olanak sağlamaktadır (Briggs ve Burke, 2023, s. 379). Bu dijital teknolojilerin en önemli aracı da şüphesiz sosyal medya platformları olmaktadır.

Sosyal medya platformlarında görünürlüğün varlığı gündelik yaşamın devamı niteliğinde, medya aracılı sosyallik olgusuna evrilmiştir. Ortaya çıkan bu yeni ortamda bireyler, gerçek hayattaki koşullarını, yaşam pratiklerini, iletişimlerini sosyal medya mecralarında gönderileri üzerinden devam ettirmektedir (Briggs ve Burke, 2023, s. 378). Bununla birlikte bu yeni dijital çağda sosyal medya

platformları kişilere bireysel ve kolektif kimliklerini ifade edebilecekleri; fikirlerini, ilgi alanlarını, normlar çerçevesinde grup kimliği oluşturmalarına da imkân sunmaktadır. Her ne kadar kolektif kimliklerin oluşturulması birçok faktöre bağlı olsa da (Bauman, 2010, s. 19) bir yönüyle sosyal medya, kolektif kimliğin ve kendini tanıtmaya ve kendini sunmanın aracı olmaktadır (Jakala ve Berki, 2013, s. 3). Bu platformlar bir anlamda dijital medyanın teşvik ettiği etkileşim ve dijital kimliklerin kendini sunma alanı (Papacharissi, 2009, s.207) olarak görülmektedir.

Manuel Castells'e (2006, s. 12) göre dijital ağ toplumunda kimlik, bireylerin anlam üretiminin ve toplumsal deneyimlerinin temel kaynağını oluşturmaktadır. Castells kimliği, öncelik verilen bir kültürel özellik ya da birbirleriyle ilgili bir dizi kültürel özellik temelinde inşa edilen bir anlamlandırma süreci olarak tanımlamaktadır (Castells, 2006, s. 12-13). Bu bağlamda kimlik, kişinin taşıdığı niteliklerin yanı sıra toplumsal ilişkilerde, iletişim ağlarında da şekillenmektedir. Eric Stoller'a göre ise sanal ortamda oluşan dijital kimlik, bireylerin dijital alanda kendileri için sundukları, paylaştıkları ve tanıttıkları imgelerin bütününden oluşmaktadır. Bu kimliklerin yer aldığı sosyal medya platformları ise, özellikle gençlerin ve zamanlarının çoğunu çevrim içi ortamlarda geçiren diğer kullanıcıların yaşamlarının “kamusal kanalı” işlevini görmektedir (Dalton ve Crosby, 2013, s. 1). Söz konusu yaklaşım, dijital kimliğin bireylerin gerçek yaşamda taşıdıkları kimlik örüntülerinin bir yansıması ve bunun seçici tercihler neticesinde paylaşılan, bilinçli bir şekilde inşa edilen bir kimlik biçimi olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim kimi yaklaşımlara göre sosyal medyada dijital kimlik, “gerçek hayattaki kişilikten de farklı olabilir. Bu anlamda, sosyal medya sadece dijital sosyalleşmenin ötesine geçerek dijital kimliklerin vitrini haline gelmiştir” (Çöteli, 2019, s.3).

Sosyal mecralarda paylaşılan içerikler, aynı zamanda kişinin sosyal çevresi tarafından nasıl algılanmak istediğine dair bir bilgi vermektedir (Maranto ve Barton, 2010, s. 38; Jakala ve Berki, 2013, s. 6). Bu çerçevede kimi görüşlere göre dijital kimlikler toplumsal, siyasal ve ekonomik tercihler anlamında kullanabilen ‘soyut kimlikler’ olarak var olmaktadır (O’Shea, 2021, s. 32). Burada insanlar çeşitli durumlarda farklı kişiliklerini, farklı rollerini kullanmaktadır. Okul veya iş arkadaşları ile farklı, aile üyeleri yabancılarla iletişimlerinde farklı kimlikleriyle var olabilmektedir (Jakala ve Berki, 2013, s. 6). Dolayısıyla tek, sabit ve değişmez bir kimlik olgusundan söz edilememekte, aksine sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte farklı niteliklere sahip kimlik türleri ortaya çıkmaktadır.

Dijital kimliğin sosyal medya platformlarında nasıl görünür kılındığı, kullanıcıların bu benlik sunumlarını hangi tercihlerle düzenlediği, toplumda bu sunumların nasıl karşılık bulduğu çevrim içi etkileşimlerin anlaşılması açısından dikkat çekici bir alan oluşturmaktadır. Zira bireyler bu dijital ortamlarda kendilerini gösterme fırsatı bulup kendilerinin farkına vardıkça, aynı anda başkalarının da farkına varırlar. Kendinin ve başkalarının bilinçli farkındalığı, bireyleri kimlik oluşumuna yönlendirmektedir (Barnes, 2002’den aktaran Bozkurt ve Tu, 2016, s. 156).

Bu kimlik oluşumunda benliğin diğer bir tanımıyla kimliğin toplumun geri kalanına nasıl sunulduğunu kavramsallaştıran Erving Goffman, 1959 yılında yayımladığı *Günlük Yaşamda Benliğin* adlı çalışmasında, bireylerin gündelik sosyal etkileşimleri sırasında başkaları üzerinde nasıl izlenimler oluşturmayı amaçlayabileceklerini, sembolik etkileşim perspektifiyle analiz etmiştir. Benlik sunumunda kişi “çevresindekilere, onlardan almak istediği belli bir tepkiyi sağlaması muhtemel bir izlenim vermek amacıyla, ince ince hesaplanmış eylemlerde bulunarak kendini ifade edebilir” (Goffman, 2021, s. 18).

Zira Goffman’a göre, bireyin kendi benliğinin sunumu bir ölçüde başkaları üzerinde bırakmak istediği etkiye bağlı olarak şekillenmektedir. Kişinin kimliği bu

manada daha çok toplumsal bir yapı içerisinde şekillenmektedir; kişi kendisine atfettiği özellikleri toplumsal alanda görünür kılarak bu süreci geliştirir.

Goffman eserinde, kişilerarası etkileşimde sergilenen benliği toplumsal alanda nasıl ve hangi amaçlarla görünür kılındığını açıklamak üzere bireylerin kimliklerini sergiledikleri pratikleri tiyatro metaforu ve performans kavramı üzerinden ele almaktadır. Goffman’a göre gündelik yaşamda teatral bir sahnede, sahnelenen benlik sunumu söz konusudur. Sahnelenen benlik, toplumsal ilişkilerde belli bir karakteri canlandıran bireyin başkalarına vermeye çalıştığı bir imaj olarak tanımlanmaktadır (Goffman, 2021, s. 234). Birinin belli bir izleyici önünde bulunduğu ve bunlar üzerinde biraz da olsa etkisi olan tüm faaliyetleri anlatmak için ise performans metaforunu tercih etmiştir. Bu performansın sunumunda sahne ise vitrindir. Bu yaklaşımda vitrin, performans sırasında kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımı olarak tanımlanmaktadır (Goffman, 2021, s. 33).

Erving Goffman’ın çalışması, yirminci yüzyılın ortasındaki toplumsal olgulara odaklanarak geliştirilmiş olsa da ortaya koyduğu kavramsal çerçeve yirmi birinci yüzyılın ağ toplumundaki medya, kimlik ve benlik temsiline ilişkin çalışmalarda sıklıkla başvurulan bir kaynak olmaya devam etmektedir (Dominick, 1999; Papacharissi, 2009; Donath ve danah boyd, 2004). Gündelik hayatın sosyal olguları sosyal medya platformlarında da devam etmekte, benliğin temsili kişiler arası sosyal yaşamın bir versiyonu gibi olmaktadır (Briggs ve Burke, 2023, s. 380), fiziki bir uzamda var olan toplumsal iletişim biçimleri dijital kamusal alanda bir ölçüde devam edebilmektedir. Toplumsal yaşamda bireyler tercih ettikleri benlik sunumlarını sosyal medyadaki dijital kimlikleri için de düzenlemekte, kimi zaman yeniden inşa etmekte ve sunmaktadır. Takipçi olan izleyiciler ise bu sunumları değerlendiren, yorumlayan birer kullanıcı olarak toplumsal etkileşimin bir parçası olmaktadır.

4. YÖNTEM

Amerika Birleşik Devletleri'nde bir TikTok kullanıcısı 2025 yılının eylül ayında, yaya geçidindeki sokak levhasına asıldığı bir görseli paylaşmış ve bu kısa sürede küresel ölçekte yaygınlaşarak bir sosyal medya akımına dönüşmüştür. Bu akım, Türkiye'de bir X (Twitter) kullanıcısının "En Ankara Fotoğrafım" ifadesiyle paylaştığı görsel aracılığıyla benimsenmiş; Instagram, X ve TikTok gibi farklı sosyal medya mecralarında da görünürlük kazanarak yayılmıştır. Ankara'da Kennedy Caddesi üzerindeki Kızılay yön tabelasına asılarak çekirilen görsel, kısa sürede akım (viral) hâline gelmiş ve ardından söz konusu akım, Ankara başta olmak üzere farklı illerde de devam etmiştir. Özellikle gençler arasında yayılan bu akımdaki fotoğraf ve videolar, bilhassa Instagram platformunda dolaşıma girmiş ve reels videolar başta olmak üzere yüksek etkileşim almıştır. Bu paylaşımlara getirilen kullanıcı yorumları ise akımın kamuoyunda nasıl karşılık bulunduğunu, nasıl algılandığını ve hangi çerçeveler içinde tartışıldığını göstermesi bakımından önemli bir içerik sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, akıma dönüşen Kızılay tabelasına asılma olgusunun Instagram kullanıcı yorumları üzerinden nasıl anlamlandırıldığını hangi toplumsal ve kültürel kuşak temelli çerçeveler içinde ele alındığını analiz etmektir. Bu doğrultuda çalışma; (i) söz konusu akımın kullanıcı yorumlarında dijital kimlik ve benlik sunumu bağlamında nasıl değerlendirildiğini, (ii) kullanıcı yorumlarının kuşaklar arası algı farklılıklarını ve kuşak temelli eleştiri biçimlerini nasıl yansıttığını ve (iii) akımın kamusal alan, toplumsal düzen ve aidiyet özellikle Ankaralılık bağlamlarında nasıl ele alındığını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın konusu akıma dönüşen Kızılay tabelasına asılma olayının kamuoyunda nasıl karşılık bulunduğunu hangi çerçevede tartışıldığını analiz etmektir. Bu bağlamda çalışmanın evrenini, Instagram platformunda yer alan yüksek etkileşime sahip olan Instagram reels paylaşımlarındaki kullanıcı

yorumları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında Instagram’da “ankaratabela”, “kızılaytabela”, “enankarafotoğrafım” etiketleriyle tarama yapılmış ve en çok yorum ve etkileşim alan gönderiler çalışma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın örneklemini Instagram’da herkese açık, kapalı olmayan hesaplarda 1-30 Kasım 2025 tarihleri arasında paylaşılan akıma ilişkin gönderilerin altındaki kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Bu kapsamda öncelikle çalışmada belirlenen ölçütler doğrultusunda seçilen paylaşımlar ve bu paylaşımlara ait kullanıcı yorumları, kullanıcı adları anonimleştirilerek etik ilkelere uygun biçimde çalışma için kaydedilmiştir. Çalışma kapsamında belirtilen tarih aralığında 2.476 yorum toplanmış ve toplanan bu veriler arasından, içerik olarak konu kapsamına girmeyen, anlamlı bir söylem içermeyen veyahut yalnızca emojilerden oluşan, argo ve hakaret barındıran yorumlar analize dahil edilmemiştir. Bu doğrultuda çalışmada doğrudan araştırma sorularıyla ilişkili olan 98 yorum analize dahil edilmiştir. Gönderiler altındaki kullanıcı yorumları; sosyal medya’da akım katılımı ve toplumsal algı, kimliğin sınırlarını çizmek: Ankaralılık tartışmaları, dijital kimlik, gençlik ve toplumsal beklentiler ile kamusal alan ve düzen vurgusu çerçevesinde kategorilendirilmiş ve netnografi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Bu çalışmada, sosyal medya platformlarındaki kullanıcı etkileşimlerini derinlemesine inceleme imkânı sunan netnografi yöntemi tercih edilmiştir. Netnografi çevrim içi etkileşime odaklanmakta ve bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla yaratılan topluluk ve kültürleri incelemeye uyarlanmış çeşitli çevrim içi araştırma yöntemlerini ifade etmektedir (Bowler, 2010, s.1270). Son otuz yılda dünya, yoğun bir teknolojik gelişme ve insan-teknoloji etkileşiminin içinde olmuş ve olmaya devam etmektedir. Bu etkileşimlerin giderek yaygınlaşmasıyla birlikte, insanların uzaktan bir araya geldiği ve çeşitli çevrim içi platformlarda ortak bir kültür oluşturup paylaştığı ortamlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Böylece sosyal gruplar hem fiziksel ortamlarda hem de çevrim içi ortamlarda bir araya gelmeye başlamıştır (Morais vd, 2020, s. 441).

Temeli etnografiye dayanan netnografi, etnografik yaklaşımların dijital ortamlara uyarlanmış hâli olarak sosyal bilimlerde giderek daha fazla kullanılan nitel bir araştırma yöntemidir. Etnografi; sosyoloji, kültürel çalışmalar, tüketici araştırmaları ve diğer sosyal bilimlerde yaygın biçimde kullanılan antropolojik bir yöntem olup hem alan çalışmasını hem de bu çalışmalara dayalı temsilleri kapsamaktadır (Kozinets, 2002, s.3). Netnografi ise etnografinin internet üzerindeki ağ temelli uygulamasını ifade eder. Çevrim içi etnografi olarak da adlandırılan bu yöntem, bilgisayar aracılı iletişimlerle ortaya çıkan çevrim içi kültürleri ve toplulukları incelemek amacıyla etnografik teknikleri dijital ortama uyarlamaktadır (Kozinets, 2002, s. 2). Kozinets (2006, s. 3) yöntemi başlangıçta “pazar odaklı” bir çerçevede ele almış olsa da netnografi gerçekte belirli bir uygulama alanıyla sınırlı değildir ve günümüzde iletişim araştırmalarında da yaygın biçimde kullanılmaktadır. Netnografi, temel etnografik ilkelere bağlı kalırken; sosyal ağ analizi, veri bilimi ve analitiği, görselleştirme teknikleri, sosyal medya araştırması ve videografi gibi dijital yaklaşımları seçici ve sistematik biçimde entegre etmeye çalışır ve bu kapsamda Facebook, X (Twitter), Instagram, TikTok, YouTube ile diğer sosyal medya platformlarında gerçekleştirilen netnografi örnekleriyle etkileşime geçen, bunları betimleyen ve gösteren bir metin sunmayı amaçlar (Kozinets, 2015, s. 3).

Bu çalışmada veriler, Kozinets’in (2010, s. 98) tanımladığı arşivsel veri toplama tekniği ile elde edilmiştir. Bu yöntemde araştırmacı söz konusu çevrim içi topluluğa doğrudan katılmadan, dijital ortamda halihazırda mevcut olan paylaşımları ve yorumları incelemektedir. Böylece araştırma süreci, kullanıcıların doğal etkileşimleri ve ürettikleri içerikler üzerinden yürütülerek herhangi bir araştırmacı müdahalesi olmaksızın topluluğun söylemleri, algıları ve tartışmaları analiz edilecektir.

Sosyal medya platformlarında toplulukların ve kullanıcıların davranışlarını, etkileşim biçimlerini yorumlarını incelemek amacıyla, araştırmacının sürece doğrudan müdahil olmadığı katılımsız gözlem yöntemi sıklıkla tercih edilmektedir (Tiryaki, 2023, s.57). Bu çerçevede elde edilen verilerle netnografi, sosyal medya platformlarındaki toplumsal dinamiklerin bilimsel olarak analiz edilmesine olanak sağlamaktadır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

5.1. Sosyal Medya’da Akım Katılımı ve Toplumsal Algı

Sosyal medya platformları hızlı dijital ağlar aracılığıyla kullanıcıları birbirine bağlarken, diğer yandan küresel iletişimin dolaşım hızını da artırmaktadır. Dijital teknolojilerin gelişimi ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte mekânsal ve kültürel sınırlar büyük ölçüde değişmekte ve popüler kültürün etki gücü giderek genişlemektedir. Bu dönüşümün bir sonucu olarak toplumlar ve bireyler arasındaki sınırlar büyük ölçüde kalkmakta, dünyanın herhangi bir noktasında popüler olan bir olay kısa süre içinde akıma dönüşerek küresel çapta yaygınlaşmaktadır. Bu akımlar kullanıcılar için bir içeriğin benzer tekrarları üzerine kurulu olmasının yanı sıra dijital ortamda görünür olma, benlik sunumlarıyla da yakından ilişkilidir. Sosyal medya, kimliği ve anlam oluşturma biçimini etkilemekte (Stoller,2013, s.5), benzer davranış kalıpları dijital kimliğin ve anlamın bir parçası olabilmektedir. Çoğu zaman da sosyal medya profillerinde sergilenen sunumlar, birçok durumda kişilerin gerçekte nasıl olduklarından ziyade, ideal benlik tasarımlarını yansıtmaktadır (Back vd, 2010’den aktaran Bozkurt ve Tu, 2016, s.157). Kişi tarafından sosyal medya hesabında oluşturulan referans bilgiler, görünümler Erving Goffman’ın (2021) kavramsallaştırmasına uygun biçimde performatif nitelik taşımaktadır. Bu içerik kişinin kimliğinin göstergesi olarak, önceden oluşturduğu profilden veya arkadaşlarının onun hakkında yazdığı referanslardan daha iyi birer kişilik göstergesi algılanır (Boyd ve

Heer,2006, s.66). Diğer yandan, Goffman'a göre benliğin oluşturulması ve sürdürülmesinde, toplum tarafından paylaşılan ve etkileşimi düzenleyen kurumlar belirleyici rol oynamaktadır (2021, s.235). Bu çerçevede dijital çağın iletişiminin yürütüldüğü temel mecralar olan sosyal medya platformları, kullanıcıların benlik inşası ve sunumunda ve bu sunumların diğer kişiler tarafından yorumlandığı, değerlendirildiği etkileşim mekanları olarak işlev görmektedir. Instagram başta olmak üzere sosyal medya platformlarında benliğin var oluşu, küresel boyuttaki akımlar bağlamında kullanıcı yorumları üzerinden onaylanmakta, eleştirilmekte ya da reddedilmektedir. Küresel boyutta gençler arasında hızla yayılan bir olayın Türkiye'deki yansıması olan "tabelaya asılma" akımı, Instagram kullanıcıları arasında kısa zaman içinde popüler hale gelmiş ve akım olarak benimsenmesiyle birlikte paylaşımlar çok sayıda kullanıcı yorumu almıştır. Akımın hızla yayılmasının akabinde, tabela ile videolarını paylaşan Instagram kullanıcıları "Akıma biraz geç kalmış olabilirim ama olsun" ya da "ben de akımda yerimi aldım" gibi benzeri ifadeleri sıklıkla kullanmaktadırlar. Kızılay tabelasına asılı olarak içerik paylaşan hesaplardan birinin altına bir kullanıcı "bir ben kaldım sanırım akıma uymayan" yorumunu yaparken bir başka kullanıcı "bence dünyaya açılır bu akım turist çekeriz" yaklaşımıyla konuya daha pozitif yönden yaklaşmaktadır.

Paylaşımların altındaki kullanıcı yorumlarının diğer büyük bölümü ise olaya eleştirel olarak yaklaşmakta ve "saçma bir akım (çoğu diğer akımlar gibi)", "şimdide Antalya'da başladılar saçmalıktan başka bir şey değil" veya "akım niyetine boy uzatmaya mı çalışıyorsunuz anlamadım ki", "bir deli bir kuyuya taş atıyor kırk akıllı bir taşı çıkaramıyor" şeklinde ifadelerle yapılan davranış biçimleri üzerinden kişileri ve akım olgusunu eleştirmektedir.

Instagram paylaşımlarındaki kimi kullanıcı yorumları ise benlik sunumu ve dijital kimliğin görünürlüğü üzerinden eleştirel yaklaşımlarını ifade etmektedir.

Goffman’a göre kişiler, sosyal etkileşimleri sırasında başkaları üzerinde olumlu bir etki bırakmak, toplumsal olarak kabul edilebilir bir imaj oluşturmak amacıyla benlik sunumunu gerçekleştirmektedir (Boz, 2012, s.36). Paylaşılan gönderilere getirilen kullanıcı yorumları da bu akıma katılımı belirli bir amaç üzerine yapılan tercih, benlik sunumuyla ilişkilendirilen bir davranış biçimi şeklinde çerçevelemektedir. Buna örnek olarak bir kullanıcının *“akım yaptın ne oldu şimdi, kimse bakmasa yapmazlar”* yorumu akıma katılımın başkaları tarafından görülme ve onaylanma beklentisine dayandığını ima etmektedir. Bir başka kullanıcı ise benzer bir yorumda bulunmakta ve düşüncesini *“başkaları görsün diye yapıyor bir de görüntünü çekiyorsun”* sözleriyle ifade etmektedir.

Diğer yandan bir başka kullanıcının *“ne tabelaymış be ne akımmış, akım için kan bile döküldü birbirini vuran oldu yazık gerçekten çok yazık”* yorumu, akımın niteliğinin kullanıcılar tarafından toplumsal gerilim kaynağı ve endişe uyandıran bir olgu olarak değerlendirildiğini de göstermektedir. Bu konuda başka bir kullanıcı da benzer durumu eleştirmekte aynı zamanda akıma farklı bir perspektifle yaklaşmaktadır. Kullanıcı yorumunda *“akım diye birbirlerine girdiler, akım için ağaç dikme akımı, sokakları kirletenlere karşı akım yapın”* demek ve kolektif bir davranış biçimi olan akım olgusunu toplumsal durumlarla ilişkilendirmektedir. Burada akımı bir ölçüde eleştirmekte ancak diğer yandan böyle bir kolektif hareket etme biçiminin toplumsal faydaya dönüşmesi veya yönlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Netice itibarıyla, Instagram’da gönderilere yapılan yorumlar, söz konusu akımın benlik sunumu bağlamında tartışıldığını, bu durumun kolektif bir davranış pratiği üzerinden kimlik ile ilişkilendirildiğini göstermektedir. Her ne kadar iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle topluluklar artık kırılğan ve kısa ömürlü oluşlarıyla var olsa da (Bauman,2010, s.22) geniş çapta akımlar aracılığıyla kullanıcıların

ortak davranış pratikleri etrafında kendilerini ve başkalarını konumlandıkları yorumlarda gözlemlenebilmektedir.

5.2. Kimliğin Sınırlarını Çizmek: Ankaralılık Tartışmaları

Sosyal medya platformları, kullanıcıların etkileşim kurduğu bir mecra olmanın ötesinde, kamusal tartışmaların ve kimlik aidiyet eksenindeki söylemlerin üretilebildiği alanlar olarak da var olmaktadır. Manuel Castells'e (2013, s. 17-18) göre internet serbest bir kamusal alan sunmakta ve siber uzamdan kent uzamına uzanmaktadır. Kentsel bir mekânda başlayan ve dijital bir uzamda sunulan, Ankara'nın Çankaya semtindeki bir tabelaya asılma görseli üzerinden başlayan akım, kullanıcı yorumlarında kamusal alan, kent bilinci ve mekân algısına ilişkin anlamların nasıl şekillendiğini görünür kılmaktadır. Instagram'da paylaşılan gönderilerin metinlerinde yer alan *"Ankara'nın nesi meşhur dedim, tabelası dediler"* ve *"artık benim de en Ankara fotoğrafım var"* gibi ifadeler kullanılarak görseller paylaşılmıştır. Bu paylaşımların yorumlarında benzer kent ve kentlilik vurgusu dikkat çekmektedir. Söz konusu Kızılay tabelası ve Ankara kenti üzerinden yapılan yorumlarda akım; kente ait olma, "Ankaralı olma" kimliği üzerinden aidiyet sınırları çerçevesinde tartışılmaktadır. Bu duruma yönelik yorumda bulunan kullanıcılar bu noktada eleştirel durmakta *"Ankaralı olmak için tabelaya asılmak gerekmiyor kimliğinde yazan Ankara ibaresi yetiyor küçük bir hatırlatma olsun bu" veya "Hiçbir gerçek Ankaralı o tabelaya asılmaz, yazı yazmaz boyamaz veya zarar vermez."* gibi ifadelerle duruma yaklaşmaktadır. Bu eleştirilerin nedenlerinden biri tabelanın sık sık zarar görmesi olmuştur.

Kızılay tabelası önünde poz verme akımına dahil olan kişilerin tabelaya asılması sonucu, tabela çeşitli defalar zarar görmüş; tabelanın üzerine boya ve etiketle müdahale edilmiş hatta birkaç defa yerinden sökülerek çalınmıştır. Bu gelişmeler üzerine şehrin belediyesi tarafından tabela birkaç kez yenilenmiş,

ayrıca zarar görmesini önlemek amacıyla tabelanın hemen yanına barfiks demiri yerleştirilerek kişilerin akımı orada devam ettirebilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Bu durum üzerine bir kullanıcı “Ankara'nın Kızılay tabelası gibi bir gündemi yoktu, yetkililerin de onları bu durum üzerinden görmek ve sürekli yenilemek gibi bir meşguliyeti oldu. Hatta tekrar ettikleri o tabeladan sallanma hareketi için bir demir eklemeye kadar gitti iş” yorumunu getirerek durumu eleştirmektedir.

Diğer yandan benzer biçimde bir başka kullanıcı yorumunda “Bu kadar düşünüp bunu mu buldunuz? Şehirde iz bırakmak hevesi falan hikâye. Sadece ve sadece Instagram’a fotoğraf atma gayreti. Instagram yasaklansın orda kimse kalmaz. Ne şehri ne iz bırakması ne aidiyeti. Boş muhabbetler bunlar” ifadelerini kullanmış ve dijital görünürlük üzerinden kente ait olma, kimlik bilinci çerçevesinde benzer eleştirel tavrı sergilemiştir. Yine bir başka kullanıcının “Oraya buraya çirkin etiketler yapıştırmak, tabelayı karalayıp kirletmek nasıl da önemli ve anlamlı imiş şaşırımdı. Bu eylemle kente bir artı değer de kişinin kendini gerçekleştirme sürecine bir katkı da göremedim” şeklindeki yorumunda, kentlilik ve benlik kimlik inşasının ortak çerçevede ele alındığını görmek mümkündür. Bu yaklaşımlarda, kentlilik ve bir eylemin sağlayacağı toplumsal fayda ekseninde eleştirilen kişilerin konumları, şehre aidiyet ve benlik inşası eksenlerinde eleştirel biçimde tartışmaya açılmaktadır. Kullanıcı yorumlarında benlik inşası, kendini gerçekleştirme söylemiyle değerlendirilmekte ve kentsel mekanları sahiplenme ve ona katkı sunma sorumluluğuyla ilişkilendirilmektedir. Kentli yani Ankaralı olmak diğer kullanıcılar tarafından da sıklıkla dile getirilmiştir: “Çekenlerin hiçbiri Ankaralı değil zaten”, “Bunlar Ankaralı değil dışarıdan gelip yerleşenler. Ankaralı zarar vermez şehrine”, “Ankaralıysanız bu boş ilerle uğraşmazsınız! Ankaralı olmayanların boş işleri”, “Ankaralı olmaktan utandırdınız artık”, “Bu grupta gerçek Ankaralıların olmadığına yemin edebilirim”. Bu ifadelerden kentlilik kimliğinin “Ankaralı olma” üzerinden bir aidiyet söylemi ile kurulduğunu söylemek mümkündür. Akıma katılanlar, yorum

yapan kullanıcılar tarafından “ötekiler” olarak konumlandırılırken, gerçek kentli olarak Ankaralı olmak bir nevi idealize edilmekte, bu gibi davranışları yapmasının mümkün olmadığı ön kabulüyle, kentine zarar vermeyen bir kimlik ile özdeşleştirilmektedir. Instagram’daki paylaşımların kullanıcı yorumlarında az sayıda örnekte ise eleştirel olmayan bir tutum görülmektedir. Bunlar arasında “Ankaralı her türlü eğlenmeyi bilir pano bile yeter bize” veya “Canım Ankara’m senden daha güzelini görmedim” şeklinde yorumlar, akımı herhangi bir eleştiriye tabi tutmaksızın kente yönelik aidiyet ve beğeni çerçevesinde anlamlandırmaktadır.

5.3. Dijital Kimlik, Gençlik ve Toplumsal Beklentiler

Günümüz gençliği, dijital platformlarda kendini ifade etme ve içerik üretme konusunda oldukça aktif bir profil sergilemektedir. Toplumdaki gençlerin büyük bölümünü oluşturan Z Kuşağı, içerik tüketiminin yanı sıra eğlence, yaratıcılık ve sosyal etkileşim temelli paylaşımlar yoluyla dijital kimliğini sürekli olarak inşa etmektedir. Teknolojiye olan yoğun bağlılıkları ve onu günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olarak kullanmaları, dijital kimlik oluşumunu destekleyen temel unsurlardır. Teknolojiye erken erişim, esnek kullanım, yüksek performans ve çok yönlü ilgi alanları, Dijital Yerliler olarak da isimlendirilen Z Kuşağı’nı diğer kuşaklardan ayıran belirgin özelliklerdir (Yadav ve Rai, 2017, s.111).

Kullanıcı yorumları, Z Kuşağı’nın sosyal medya ve dijital platformlardaki davranışlarının çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır. Bazı yorumlar, gençlerin çevrim içi paylaşımlarının abartılı ve dengesiz olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda bir kullanıcı, “gözünü seveyim adam gibi bir şeyler paylaşın lütfen dengesiz şeyleri paylaşmayın hayır aşıldı orda ne oldu spor mu yapıyor Z kuşağından ne beklenir zaten.” ifadeleriyle, gençlerin dijital ortamdaki davranışlarını sorumsuz ve anlamsız bulduğunu açıkça dile getirmektedir. Bu tür söylemler, Z Kuşağı’nın dijital pratiklerinin bazı kesimler

tarafından toplumsal düzen ve normlar açısından problemlili olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, kimi kullanıcı yorumları yalnızca eleştirel bir çerçeve sunmamakta; gençlerin dijital ortamdaki ifade biçimlerini eğlence, renkli kişisel deneyimler ve bireysel mutluluk arayışı üzerinden değerlendiren yaklaşımlar da içermektedir. Nitekim bir kullanıcı, “*Her ne kadar saçma görünse de eğlenceli ve renkli bir tarafı olduğunu düşünerek gençlere ters bir söz söylemenin yanlış olduğunu düşünüyorum. İnsan nasıl mutlu oluyor ve çevreye rahatsızlık vermeden bunu becerebiliyorsa, gayet makul*” ifadeleriyle, gençlerin dijital davranışlarını bireysel tatmin ve duygusal iyi oluş bağlamında değerlendirmektedir. Bu yorum, Z Kuşağı’nın dijital benlik sunumunu, başka yorumlarda görülebildiği sorunlu olarak görmemekte aynı zamanda eğlenme, kendini ifade etme ve kişisel mutluluk arayışı üzerinden de kullanıcılar tarafından okunabileceğini göstermektedir.

Toplumsal ve tarihsel bağlam, Z Kuşağı’nın dijital kimliğinin ve davranış pratiklerinin anlaşılmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Kullanıcı yorumları, gençlerin dijital ortamda sergiledikleri davranışların yalnızca güncel pratikler üzerinden değil, kuşaklar arası karşılaştırmalar ve tarihsel deneyimler üzerinden de değerlendirildiğini göstermektedir. Bu doğrultuda bir kullanıcı, “*Z kuşağını eleştirmek doğru değil, hepimiz genç olduk; sanki biz yapmadık mı, biz de bazen abartılı ama masum şeyler yaptık*” ifadeleriyle, gençlerin davranışlarının geçmiş kuşakların deneyimleriyle birlikte ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, Z Kuşağı’nın dijital pratiklerinin geçici, yaşa ve yaşam evresine bağlı davranışlar olarak okunabildiğini de gösterebilmektedir.

Buna karşılık bazı kullanıcılar, gençlerin davranışlarını tarihsel ve ideolojik beklentiler üzerinden daha eleştirel bir çerçevede değerlendirmektedir. “*Atatürk’ün hitabında bahsettiği gençlik bu değil*” ifadesi, gençliğe atfedilen

tarihsel sorumluluk ve ideallerle günümüz dijital davranışları arasında bir kopukluk olduğu yönünde fikrini dile getirmektedir. Bir başka yorumda ise gençlerin davranışları ile sağlık uygulamaları arasında bağlantı kurulmaya çalışılmış, konu aşılara bağlanmıştır. *“Bu aşılar gençleri kötü etkiledi, vallahi bak normal insan kalmamış memlekette. Ankaralıyım, tabelaya yakın oturuyorum, hiç merak etmedim”* şeklindeki yorum, gençlerin davranışlarını sahip oldukları kimliklerinden ziyade toplum sağlığı ve uygulamaları ile ilişkilendirmektedir.

Dolayısıyla tüm bu ifadeler, kullanıcıların yaklaşımlarında, Z Kuşağı'nın dijital kimliğinin yalnızca bireysel eğilimlerle değil; beklentiler ve tarihsel referanslar çerçevesinde ve halk sağlığı ekseninde şekillenen kolektif kaygılarla birlikte değerlendirildiğini göstermektedir.

Bir kullanıcı *“Çin, Japonya gençleri bilimle teknoloji ile beyin yorar bizimkiler sokak tabelası ile nasıl oynanır onu kurgular”* ifadesi, Z Kuşağı'nı küresel ölçekte rekabetçi bir modernleşme ve ilerleme söylemi içinde konumlandırmaktadır. Burada Çin ve Japonya, teknoloji ve bilimle özdeşleştirilen *“çalışkan ve üretken”* gençlik modelleri olarak sunulurken; Türkiye'deki gençler, yüzeysel ve anlamsız görülen dijital pratiklerle ilişkilendirilmektedir. Bu ifade, gençlerin dijital kültürel üretimlerini değersizleştiren ve dijital yaratıcılığı *“boş zaman etkinliği”* olarak gören normatif bir bakışı yansıtmaktadır. Aynı zamanda ulusal gelişmişlik ve geri kalmışlık anlatıları üzerinden Z Kuşağı'na sorumluluk yükleyen kuşaklar arası eleştirel bir dil içermektedir. Bir diğer kullanıcının *“Kendin için, ailen için, ülken için ne yaptın? Tabelaya tırmandım... Çok başarılı... Üzülüyorum gençlere.”* şeklindeki yorumu ise, daha doğrudan ahlaki ve yurttaşlık temelli bir eleştiri içermektedir. Bu ifade gençlerin eylemleri, bireysel haz ve dijital görünürlük arayışı üzerinden okunmakta; toplumsal fayda, sorumluluk ve ulusal katkı gibi değerlerle karşılaştırılarak yetersiz ve anlamsız bulunmaktadır.

5.4. Kamusal Alan ve Düzen Vurgusu

Dijital kimlik, çevrim içi ortamlarda benliğin ifade edilme, görünür kılınma ve başkalarıyla ilişkilendirilme biçimleri üzerinden şekillenmektedir. Sosyal medya ve dijital platformlar, bireylerin kendilerine dair anlatılar ürettikleri, bu anlatıları performatif biçimde sergiledikleri ve toplumsal geri bildirimler doğrultusunda yeniden düzenledikleri alanlar hâline gelmiştir. Bu süreçte benlik sunumu, kişisel tatmin arayışı ile toplumsal onay beklentisi arasında kurulan bir denge üzerinden ilerlemektedir. Dolayısıyla dijital pratikler, bireysel deneyimlerle toplumsal anlamlandırma süreçlerinin kesiştiği bir zeminde çoğunlukla ele alınmaktadır.

Bu bağlamda kullanıcı yorumları, dijital etkinliklere yönelik güçlü bir normatif değerlendirme alanı oluşturduğunu göstermektedir. Bazı kullanıcılar, çevrim içi ya da fiziksel ortamlarda sergilenen dikkat çekici eylemlerin toplumsal fayda üretmekten uzak olduğunu savunmaktadır. Kullanıcılardan biri, *“İnsanlığa, ülkemize, ailemize, geleceğinize faydalı olan işler peşinde koşturun. Bu saçma sapan vasat hareketler, kimseyi üstün veya ayrıcalıklı kılmaz.”* ifadesiyle, görünürlük temelli pratiklerin bireysel ya da kolektif bir değer yaratmadığına yönelik eleştirel bir tutum sergilemektedir. Bu değerlendirme, dijital ortamda öne çıkma arzusunun kimi durumlarda toplumsal fayda beklentisinin önüne geçtiğine dair bir algıyı yansıtmaktadır.

Benzer şekilde kimi yorumcular, sosyal medyada beğeni kazanma amacıyla gerçekleştirilen yaratıcı ancak tartışmalı eylemlerin yerleşik toplumsal normlarla çatıştığını dile getirmektedir. Bir başka yorumda, *“kızın biri tabelada güzel bir poz vererek Hollywood havası yaratmış bu resimde beğenilmiş, e ne oldu şimdi git oraya tabelaya asıl ve saçmala...”* şeklindeki ifade, dijital ortamda olumlu karşılık bulan bir davranışın toplumsal düzlemde anlamsız ya da çocukça algılanabildiğini ortaya koymaktadır. Bu tür söylemler, dijital kimliğin bireysel tatmin arayışı ile toplumsal algı arasındaki gerilimli ilişkisini görünür kılmaktadır.

Yorumlarda öne çıkan bir diğer eksen, kamusal alanın kullanımı ve kamu malına yönelik tutumların nasıl olması gerektiğine ilişkin tartışmalardır. Bazı kullanıcılar, *“Bu tabela olayı resmen bilinçsizliğin kurumsallaşmış hali... mesele tabela değil, şımartılmış sorumsuzluk kültürü”* sözleriyle, dijital görünürlük arzusunun kamusal kaynaklar üzerinde ekonomik ve yönetsel bir yük oluşturduğunu ima etmektedir. Benzer bir değerlendirmede, *“Gençlerin eğlenmesi adı altında kamu malına zarar verilmesine neden hoşgörü ile yaklaşalım... eğlenmenin de sınırı vardır”* ifadesiyle, eğlenme olgusunun etik yönüyle ve toplumsal sorumluluk çerçevesinde sınırlandırılması gerektiği savunulmaktadır. Başka bir katılımcı ise *“Oraya buraya çirkin etiketler yapıştırmak, tabelayı karalayıp kirletmek nasıl da önemli ve anlamlı imiş şaşırırım”* diyerek bu tür eylemlerin ne kente ne de bireysel kendini gerçekleştirme sürecine katkı sunduğunu ileri sürmektedir. Bu söylemler, dijital benlik sunumunun kamusal alanla kesiştiği noktada yoğun bir meşruiyet tartışması üretmektedir.

Buna karşılık, eleştirel tutumlara mesafeli duran görüşler de dikkat çekmektedir. Karşıt bir görüş dile getiren kullanıcılar, *“Bu kadar abartmayın milletin eğlenmesi neden rahatsız ediyor”* sözleriyle tepkilerin aşırıya kaçtığını savunmakta; bir başka yorumda ise *“Öyle bir ülkedeyiz ki bir tabelayı bile ünlü ettiniz”* ifadesiyle tartışmanın ironik bir dille ele alındığı görülmektedir.

Tüm bu yorumlar birlikte değerlendirildiğinde, dijital kimliğe ve benlik sunumuna yönelik yaklaşımların toplumun ortak yaşam alanları ve kamu-birey ilişkisi bağlamında ele alınabildiğini göstermektedir. Yorumlarda gençlerin eğlence, yaratıcılık ve görünürlük arayışlarının toplumsal normlar, etik sınırlar, kamusal sorumluluk ve kurumsal işleyiş çerçevesinde değerlendirildiği görülmektedir. Çevrim içi ortamda bireysel tatmin amacıyla gerçekleştirilen eylemler, kamusal alana taşındığında kolektif değerler ve toplumsal beklentiler

doğrultusunda toplumun geri kalanı tarafından yeniden anlamlandırılmakta ve tartışmaya açılmaktadır.

6. TARTIŞMA ve SONUÇ

İletişim olanaklarının dijitalleşmeyle birlikte gelişmesi, sosyal medya platformlarının gündelik hayat üzerindeki etkisini belirgin biçimde artırmıştır. Gündelik hayatta sosyal medya, toplumlar ve bireyler arasında zamana ve uzama bağımlı sınırları büyük ölçüde aşarak, etkileşimin yaygınlık ve çeşitlilik kazandığı yeni bir dijital ortam oluşturmaktadır. Sosyal medya ile birlikte dünyanın herhangi bir köşesinde popülerleşen bir olgu, kısa süre içerisinde hızla akıma dönüşerek dolaşıma girmekte ve bu durum, kişilerin kimlik inşaları, benlik sunumları ve diğer insanların bunlara yönelik algılarını şekillendirmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’de 2025 yılının son aylarında popülerlik kazanarak bir akıma dönüşen, Ankara’daki Kızılay yön tabelasına asılarak poz verilmesi ve bu görsellerin Instagram başta olmak üzere sosyal medya platformlarında paylaşılması etrafında şekillenen sosyal medya akımının; kamuoyunda nasıl karşılık bulduğu, nasıl anlamlandırıldığı ve hangi çerçeveler içinde tartışıldığı analiz edilmiştir. Çalışmada Instagram platformunda örneklem olarak seçilen kullanıcı yorumları, netnografi yöntemi ile incelenmiştir.

Analiz neticesinde, kamuoyunun söz konusu akıma genel olarak mesafeli ve eleştirel yaklaşım sergilediği görülmüştür. Kullanıcı yorumlarında akım, benlik sunumu ve kimlik bağlamında tartışılmış, bu tür katılımların toplumsal bir değer üretmekten ziyade görünürlük üzerinden olduğu yorumlarda vurgulanmıştır. Kullanıcı yorumlarında öne çıkan bir başka tema, kent kimliği olarak Ankaralılık ve bu kimliğe ait aidiyet sınırları, niteliği olmuştur. Akım, kent kimliği ve aidiyet bağlamında ele alınmış, “gerçek Ankaralı” olma söylemi üzerinden, bu tür davranışların kente ve kentli kimliğine zarar verdiği, kentli kimliği ile

bağdaşmadığı yönünde değerlendirmeler yapılmıştır. Bu yorumların kahir ekseriyetinde kentli olmama üzerinden kurulan ötekileştirici bir dilin varlığı da dikkat çekmektedir. Akıma yönelik eleştirilerin önemli bir bölümü ise dijital kimlik ve genç kuşak ilişkisi üzerinden kurulmuştur. Kullanıcılar, akıma katılımı özellikle Z kuşağı ile ilişkilendirerek, gençlerin eğlenme beklentisi, onaylanma isteği, görünür olma arzusu ve sosyal medyayı kullanma biçimleri üzerinden eleştirel değerlendirmelerde bulunmuştur. Bununla birlikte yorumlarda, akımın kamusal alanın kullanımı ve düzenin korunması açısından sorunlu bir pratik olarak görüldüğü de dikkat çekmektedir. Kamuoyunda; tabelaya verilen zarar kamusal mekânın işlevi ve ortak kullanım normları üzerinden ele alınmış, akıma katılanlara yönelik eleştiriler bu yönde şekillenmiştir.

Tüm bu yaklaşımlar birlikte değerlendirildiğinde, söz konusu akımın kamuoyu tarafından kimlik ve benlik sunumları bağlamında ele alındığı; kamusal alanın kullanımı, kuşaklar arası çatışma, bir kent kimliğine ait olma ya da olmama ekseninde kurulan, kimi zaman ötekileştirici söylemler üzerinden tartışıldığı söylenebilir.

Instagram gibi sosyal medya platformları, bir yandan insanların gerçek veya inşa edilmiş kimlikleriyle var olduğu dijital uzamlar olarak işlev görürken diğer yandan toplumsal denetimin, norm üretimi ve aidiyet sınırlarının müzakere edildiği kamusal alanlar olarak da varlık göstermektedir. Dolayısıyla kullanıcı yorumları, sadece bireysel tepkilerin ifade edildiği bir alan olmanın ötesinde toplumsal uzlaşma ve çatışmaların, farklı dünya görüşlerinin görünür hale geldiği bir etkileşim zemini sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, sosyal medya akımlarının dijital mecralarla sınırlı olmayan; kimlik, toplumsal konum ve toplumsal düzen tartışmalarını da içine alan çok katmanlı bir olgu olarak ele alınması gerektiği savunulmaktadır. Çünkü akımlar, yalnızca sosyal medyada sergilenmesi için ortaya çıkan gelip geçici bir eğilim olmasının ötesinde;

toplumun kültürel değerlerine, kimlik anlayışlarına, normlarına, aidiyet ilişkileri ve sorgulamalarına dair önemli ipuçları sunan iletişim pratikleri olarak değerlendirilebilir. Bu açıdan medya alanında yapılacak gelecek çalışmalarda, sosyal medya akımlarının ve bunlara eşlik eden kullanıcı etkileşimlerinin, çok katmanlı bağlamlarda eleştirel biçimde analiz edilmesi önem taşımaktadır. Bu tür çalışmalar, dijital pratiklerin toplumsal etkilerinin ve bu etkilerin toplumsal kaynaklarının daha görünür kılınmasına katkı sağlayacaktır.

Çıkar Çatışması Bildirimi:

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek/ Finansman Beyanı

Yazarlar bu çalışma için herhangi bir finansal destek almamıştır.

Etik Kurul Kararı

Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

Alwin, D. F., & McCammon, R. J. (2004). Generations, cohorts, and social change. In J. T. Mortimer & M. J. Shanahan (Eds.), *Handbook of the life course* (ss. 23–50). Berlin: Springer Verlag.

Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Bilgiç, H. G., Duman, D., & Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital yerlilerin özellikleri ve çevrim içi ortamların tasarlanmasındaki etkileri. *Akademik Bilişim’11 – XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (ss. 257–264). İnönü Üniversitesi.

- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267.
- Bozkurt, A., & Tu, C. H. (2016). Digital identity formation: Socially being real and present on digital networks. *Educational Media International*, 53(3), 153–167.
- Boz, N. (2012). *Yeni iletişim ortamlarında dijital kimlik ve benlik sunumu*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Boyd, D., & Heer, J. (2006). Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. In *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06)* (Vol. 3, ss. 59–69). Los Alamitos, CA: IEEE Press.
- Bowler, G.M., Jr.(2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative report*, 15(5), 1270-1275.
- Briggs, A., & Burke, P. (2023). *Medyanın toplumsal tarihi: Gutenberg'den Facebook'a*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Castells, M. (2006). *Kimliğin gücü: Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (Cilt 2) (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *Ağ toplumunun yükselişi: Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (Cilt 1) (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çöteli, S. (2019). The impact of new media on the forms of culture: Digital identity and digital culture. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 9(2), e201911.

- Dalton, J. C., & Crosby, P. C. (2013). Digital identity: How social media are influencing student learning and development in college. *Journal of College and Character*, 14(1), 1–4.
- Dominick, J. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(4), 646–658.
- Donath, J., & boyd, d. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71–82.
- Goffman, E. (2021). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Gulmammadzada, U., & Işıklı, Ş. (2020). Instagram’da benlik sunumu: Takipçi etkisi üzerine dramaturjik bir inceleme. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 11(43), 74–104.
- Heng, C. Y., & Yazdanifard, R. (2013). Generation gap: Is there a solid solution? From human relation point of view. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 2(10), 837–840.
- Jakala, M., & Berki, E. (2013). Digital identity and social media. In S. Warburton & S. Hatzipanagos (Eds.), *Digital identity and social media* (ss. 1–14).
- Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 11–23.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.
- Kozinets, R. V. (2006). Netnography 2.0. In R. W. Belk (Ed.), *Handbook of qualitative research methods in marketing* (ss. 129–142). Edward Elgar Publishing.

- Kozinets Robert V. (2010), *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, 2nd ed. London: SAGE Publications.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage Publications.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In K. Mannheim (Ed.), *Essays on the sociology of knowledge* (ss. 276–322). London: Routledge.
- Maranto, G., & Barton, M. (2010). Paradox and promise: MySpace, Facebook, and the sociopolitics of social networking in the writing classroom. *Computers and Composition*, 27, 36–47.
- Morais, G. M., Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological developments and trends. *The Qualitative Report*, 25(2), 441–455.
- O'Shea, L. (2021). *Geleceğin tarihleri: Ada Lovelace, Tom Paine ve Paris Komünü bize dijital teknoloji hakkında ne öğretebilir?* (A. Ay, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Panagiotou, N., Lazou, C., & Balou, A. (2022). Generation Z: Media consumption and MIL. *İmgelem*, 6(11), 455–476.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1–2), 199–220.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *MCB University Press*, 9(5), 1–6.
- Riegel, C., & Mete, R. (2017). Educational technologies for K–12 learners: What digital natives and digital immigrants can teach one another. *Educational Planning*, 24(4), 49–58.
- Stoller, E. (2013). Our shared future: Social media, leadership, vulnerability, and digital identity. *Journal of College and Character*, 14(1), 5–10.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the Net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.

- Türk, G. D., Bayrakçı, S., & Akçay, E. (2022). Metaverse ve benlik sunumu. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2), 316–333.
- Yadav, G. P., & Rai, J. (2017). The generation Z and their social media usage: A review and a research outline. *Global Journal of Enterprise Information System*.
- Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & McCarty, P. (2012). The use of social media: An exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*, 12, 127–136.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The pervasive integration of digital media technologies into everyday life has profoundly transformed the ways individuals construct, express, and negotiate their identities. Social media platforms, in particular, have emerged as key environments in which identity is not merely represented but actively performed, evaluated, and continuously revised through interaction with others. These platforms function as socio-technical spaces that shape self-expression through their affordances, norms, and metrics of visibility such as likes, comments, and follower counts. Within this context, the concept of digital identity has gained increasing importance in media and communication studies, especially in relation to younger generations who have grown up immersed in digital environments.

Generation Z, generally defined as individuals born in the mid-1990s and later, represents the first generation to experience digital media as an integral and taken-for-granted part of daily life. Unlike previous cohorts, Generation Z's socialization processes, communication practices, and identity formations are deeply intertwined with networked media cultures. Their intensive use of visually oriented platforms such as Instagram makes them a particularly relevant group for examining contemporary forms of self-presentation. Instagram, as a platform structured around images, short videos, and interactive feedback mechanisms, offers a rich context for analyzing how identity is performed and negotiated in relation to audiences.

This study aims to explore the self-presentation and digital identity practices of Generation Z within social media environments, focusing specifically on Instagram. The research is theoretically grounded in an interdisciplinary framework that brings together Karl Mannheim's theory of generations, Erving Goffman's dramaturgical approach to self-presentation, and Manuel Castells' analysis of identity in the network society. Mannheim's perspective allows Generation Z to be understood as a socio-historical cohort shaped by shared digital experiences, while Goffman's framework provides conceptual tools for analyzing online identity as a form of performance. Castells' approach situates these performances within broader structures of power, communication, and cultural production in networked societies. By integrating these perspectives, the study seeks to contribute to ongoing debates on digital identity, generational differences, and social media cultures.

Method

The study adopts a qualitative research design based on netnography, a methodological approach specifically developed for the study of online cultures and communities. Netnography enables the systematic observation and analysis of naturally occurring interactions in digital environments while maintaining sensitivity to contextual and cultural dynamics. Drawing on the methodological principles articulated by Kozinets, the research emphasizes immersion, ethical awareness, and interpretive depth in the analysis of online data.

The empirical material of the study consists of user comments posted under publicly accessible Instagram posts shared between 1 and 30 November 2025. Only content from open (non-private) accounts was included to ensure ethical compliance and public accessibility. The focus on comments rather than posts themselves was motivated by the aim to capture interactive dimensions of self-presentation and audience response. Comments were treated as discursive spaces in which meanings, evaluations, and identity-related negotiations become visible.

A set of inclusion and exclusion criteria was applied during data collection. Comments that consisted solely of emojis, contained hate speech, insults, or slang without semantic coherence, or exhibited repetitive and spam-like characteristics were excluded from the analysis. This filtering process was intended to enhance analytical clarity and ensure that the data reflected meaningful communicative practices. At the same time, this decision constitutes a methodological limitation, as it excludes certain forms of affective and non-verbal expression that are also characteristic of social media interaction.

The collected data were analyzed using qualitative thematic analysis. The analysis was guided by sensitizing concepts derived from dramaturgical theory and digital identity literature, such as performance, audience orientation, impression management, authenticity, and visibility. Rather than imposing predefined categories, themes were developed inductively through close reading and iterative coding of the data. This approach allowed for the identification of recurring patterns and underlying dynamics in Generation Z’s self-presentation practices on Instagram.

Findings (Results)

The findings indicate that Instagram functions as a performative space in which users actively construct and manage their digital identities. Self-presentation practices are shaped by an ongoing awareness of audience presence and evaluation. Users frequently tailor their expressions in anticipation of likes, comments, and other forms of social feedback, which serve as indicators of

recognition and symbolic value. In this sense, digital identity emerges as a relational and interactive process rather than an individual or static attribute.

A prominent theme in the data is the tension between authenticity and performance. While users often emphasize being “real” or “authentic,” these claims are embedded within carefully curated and aesthetically controlled presentations. Authenticity itself becomes a strategic resource, enacted through selective disclosure and stylistic choices that align with platform norms. This paradox highlights how digital culture redefines authenticity as a recognizable and socially validated form of performance.

The analysis also reveals the central role of peer interaction in shaping identity performances. Comments function not only as feedback mechanisms but also as spaces of collective meaning-making, where norms, values, and expectations are reinforced or contested. Positive reinforcement through supportive comments strengthens certain identity positions, while criticism or silence can prompt users to revise their self-presentation strategies. These dynamics underscore the co-constructed nature of digital identity within networked publics.

Conclusion and Discussion

This study demonstrates that digital identity practices on Instagram are characterized by continuous negotiation between self-expression, audience expectations, and platform affordances. By combining generational theory, dramaturgical analysis, and netnographic methodology, the research provides a nuanced understanding of how identity is performed in contemporary digital environments. The findings support the view that digital identity is a dynamic, processual phenomenon shaped by interaction, visibility, and cultural context. From a broader perspective, the study contributes to discussions on digital media literacy by highlighting the competencies and pressures associated with managing visibility and authenticity online. While Generation Z users display a high level of familiarity with platform logics, they are also embedded in systems of constant evaluation and comparison. Future research could expand this analysis through comparative platform studies, mixed-method approaches, or longitudinal designs to further explore the evolving relationship between generation, media, and identity in networked societies.