

Üniversite	:	İstanbul Kültür Üniversitesi
Enstitüsü	:	Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Dalı	:	İletişim Sanatları
Programı	:	İletişim Sanatları
Tez Danışmanı	:	Prof. Dr. Işıl Zeybek
Tez Türü ve Tarihi	:	Yüksek Lisans/Mayıs 2019

ÖZET

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya araçlarının toplumsal yapıda gerçekleştirdiği değişimin etkisi bireylerin iletişim kurma biçimlerinden, tüketim alışkanlıklarına kadar pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Bu değişimin en önemli ögesi ise sosyal medya olarak belirtilebilmektedir. Geleneksel medyadan farklı olarak, sosyal medyada kullanıcılar da içerik üretebilmekte, ürettikleri içerikleri diğer kullanıcılarla paylaşabilmektedirler. Bu durum, günümüzün yeni kanaat önderi olarak adlandırılan, sosyal medyada etkileme gücü ifade edilebilen “sosyal medya fenomeni” kavramının da ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Günümüzde sosyal medya fenomenleri, gerek bireylerin “kendilerinden biri” olarak güven uyandırmaları, gerekse de kendilerini takip eden kitleler bağlamında “tanınmış kişi” olarak algılanmaları nedeniyle hızla yükselerek, sektörde önemli bir yer edinmiştir. Bu anlamda, gerçekleştirilen bu çalışmada Türkiye’de en çok takip edilen 5 sosyal medya fenomeninin 2018 yılı boyunca gerçekleştirdikleri Instagram paylaşımları taranmıştır. Bu çalışma kapsamında incelenen 808 adet Instagram paylaşımı, Erving Goffman’ın “Benlik Sunumu Değişkenleri” ve Jones ve Pittman’ın “Benlik Sunumu Stratejileri” doğrultusunda içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Gerçekleştirilen içerik analizi verileri daha sonra söz konusu sosyal medya fenomenlerini takip eden 8 kişiden oluşan bir odak grup görüşmesi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı, sosyal medya fenomenlerinin Instagram paylaşımları doğrultusunda sergiledikleri benlik sunumlarına yönelik veriler ortaya çıkarmaktır. Bir diğer ifadeyle, gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya fenomenlerinin Instagram paylaşımları aracılığıyla benlik sunumlarını nasıl gerçekleştirdikleri, bu anlamda hangi benlik sunumu taktik ve yöntemlerini kullandıkları ve kullandıkları benlik sunumu taktik ve yöntemlerinin, takipçilerinin etkileşimlerine ne derecede katkı sağladıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Kimlik, Benlik Sunumu, Sosyal Medya Fenomenleri.

University : **Istanbul Kultur University**
Institute : **Institution of Postgraduate Education**
Department : **Communication Arts**
Programme : **Communication Arts**
Supervisor : **Prof. Dr. Işıl Zeybek**
Degree Awarded and Date : **Master Thesis / May 2019**

ABSTRACT

The development of Internet technology has led to a digital transformation in social life. The effect of transformation of social structure by social media items have appeared in various fields such as the habit of consumption and the ways of individuals' communicating. The most important element of this change is social media. Unlike traditional media users are able to produce online content on social media and share them with other users. This reality has shown the concept of 'social media influencers' which is named as 'nowadays opinion leader'.

Because of nowadays social media influencers are seen 'one of us' due to they are thought as reliable people and they are perceived as 'popular person' in the context of their followers, has gained an important place in the sector in terms of rapidly rising. In this sense, this study carried out of Turkey's top five social media influencers' Instagram posts during 2018 have been analyzed in this thesis. 808 pieces of Instagram posts have been analyzed by using content analysis in a frame of Erving Goffman's "The Presentation of Self in Everyday Life" and Jones & Pittman's "Self-Presentation Tactics". Informations of content analysis have been evaluated by a focus group interview of 8 people who have followed the social media influencer. The purpose of the research is revealing informations about social media influencers' self presentation in the direction of their Instagram shares. In addition it is detected that in which way self presentation has been shown and how much its contribute to the followers posts.

Keywords: Social Media, Identity, Self Presentation, Social Media Influencers.